

**RELATÓRIO
DE REGULAÇÃO**
2021

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2021

TÍTULO:

“Relatório de Regulação 2021”

EDIÇÃO:

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO GERAL:

Conselho Regulador

COORDENADORES DE ÁREAS:

Adelaide de Jesus
Ana Isabel Ferreira
Carla Martins
Catarina Rodrigues
Celeste Grácio
Paulo Barreto
Tânia de Moraes Soares
Vanda Cruz

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Nuno Miguel Tomás

ISSN:

1647-8959

Lisboa, setembro de 2022

ÍNDICE

VOLUME I

APRESENTAÇÃO	5
SUMÁRIO EXECUTIVO	7
ATIVIDADE REGULATÓRIA	
A ERC EM 2021 NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS	53
DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR	55
INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2021	72
OS <i>MEDIA</i> DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO	92
PROTEÇÃO DE MENORES NOS <i>MEDIA</i>	118
ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2021	132
A DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL NOS <i>MEDIA</i>	161
DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO	171
A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC	178
DIREITO A EXTRATOS INFORMATIVOS – ATUALIZAÇÃO DOUTRINAL E JURISPRUDENCIAL	190
DIREITO DE ACESSO DOS JORNALISTAS - PERÍODO DE 2019 A 2021	200
OS MEIOS	
OFERTA E CONSUMOS DE <i>MEDIA</i>	206
INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS ANOS	233
PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO	253
REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	264
SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO	286
ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE <i>MEDIA</i> EM PORTUGAL	311
TRANSPARÊNCIA DOS <i>MEDIA</i> : TITULARIDADE, GESTÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO	367
RADIODIFUSÃO SONORA	
ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3	429
TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA	470
ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS	477
QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA	481
QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA - SERVIÇO PÚBLICO	500

VOLUME II

TELEVISÃO	
PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS:	510
ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3	510
ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV	580
RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE – RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV	623
ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO	665
PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO	678
ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS	690
DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA	717
DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE	732
O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS	751

VOLUME I

Apresentação



APRESENTAÇÃO

Concluído, que está, o Relatório de Regulação referente a 2021 e que, no essencial, também reflete o exercício contínuo do Conselho Regulador da ERC ao longo dos últimos quase cinco anos, entendendo da maior utilidade e, sob a forma de breve comentário, explanar os pontos fulcrais da actuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Fomos confrontados com a tarefa quotidiana de, tal como impõem os artigos 37.º, 38.º e 39.º da Constituição da República Portuguesa (“máxime” o n.º 3 *in fine* daquele primeiro preceito), garantir a liberdade de expressão e informação, com tónica na liberdade de imprensa e tudo que a densificação deste conceito implica.

Daí que os direitos de expressão do pensamento e de informação, sem impedimentos nem discriminação, tenham como corolário a proibição da censura e a sua tutela pelos tribunais comuns e pela ERC, os direitos de resposta e de rectificação e os direitos de personalidade.

Outrossim, as garantias elencadas nos n.º 2 a 7.º do citado artigo 38.º da Lei Fundamental, arredados que estão da tutela do poder político, tenham nesta Entidade a segurança e o respectivo controlo.

A interpretação e aplicação de todos os regimes normativos conectados com aqueles direitos implicaram um enquadramento sistemático, uma análise da jurisprudência que surgiu ao longo dos anos, e que foi concretizadora dos preceitos constitucionais e legais, vertida em todas as deliberações aprovadas.

Por vezes, topámos com um insuficiente domínio, por parte de operadores da comunicação social, no seu papel de regulados, da dogmática jurídica.

Mas, quer nas vertentes sancionatórias, quer nas de regulação com escopo didático/informativo, sempre a ERC, como se demonstra neste relatório, logrou uma relevante taxa de sucesso com acolhimento nos tribunais e, a final, aceitação pacífica pelos regulados.

Deixa-se, assim, o relatório, que surge detalhado e exaustivo, à apreciação de todos.

O Presidente do Conselho Regulador
Sebastião Póvoas

VOLUME I

Sumário Executivo



SUMÁRIO EXECUTIVO

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

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



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

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

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

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

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

Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos setores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2021**.



ATIVIDADE REGULATÓRIA

A ERC EM 2021 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

Sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2021:

- **394** Deliberações;
- **437** Informações;
- **48** Reuniões do Conselho Regulador;
- **1** Reunião do Conselho Consultivo;
- **2** Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura e Comunicação;
- **1** Audição conjunta nas Comissões Parlamentares de Cultura e Comunicação e de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias.

E ainda:

- **8519** Entradas;
- **1226** Processos abertos;
- **87** Recursos humanos;
- **1845,00 euros** investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas);
- **8** Publicações.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

No exercício de 2021, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 394 deliberações. Destas, 23 correspondem a deliberações em que se procede à notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador, seguindo-se, numa etapa posterior, uma deliberação que dará como fechada a apreciação do caso.

Da atividade total deliberada pelo Conselho Regulador, 31,98 % visou em exclusivo os operadores televisivos e resultou, em 48 situações, da apreciação de queixas e participações sobre questões de conteúdos jornalísticos e programáticos, como análise do cumprimento do rigor informativo e dos limites à liberdade de programação nos programas de entretenimento.

No meio televisão, destaca-se também a pronúncia a respeito da concessão de novas autorizações para o exercício da atividade de televisão e a avaliação intercalar aos serviços de programas já autorizados, como os generalistas, de âmbito internacional, e acesso não condicionado com assinatura, SIC Internacional, TVI África e TVI Internacional sobre os períodos de 2015/2016 a 2020/2021.

Em 2021, refira-se também a pronúncia a respeito de infrações às regras de difusão de obras audiovisuais e ao direito a extratos informativos/utilização de imagens com direitos exclusivos. Nesse ano, foram também publicados os novos termos do Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, para o período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025. Bem como as deliberações referentes às segundas renovações das licenças dos primeiros operadores televisivos privados portugueses, de acesso não condicionado livre com cobertura de âmbito nacional, (SIC e TVI), referentes ao período de 2017 a 2021.

Na representação gráfica dos suportes dos meios de comunicação visados na totalidade das deliberações aprovadas pela ERC segue-se na prevalência a categoria “Diversos”, que contempla decisões sobre casos que envolvem diferentes OCS que se apresentam em formatos distintos, decisões sobre sociedades comerciais e outras entidades com atividade de comunicação social ou sobre sondagens publicadas em vários suportes.

As deliberações que visam exclusivamente os meios imprensa, internet e rádio representam o terceiro, quarto e quinto lugares nas tomadas de posição do regulador.

Em 2021, o Conselho Regulador aprovou ainda 437 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

Desde 2006, a ERC emitiu 4558 deliberações. Estas são tomadas por maioria, exigindo-se, em qualquer caso, o voto favorável de três dos cinco membros que compõem o órgão responsável por definir e implementar a atividade regulatória da Entidade.

O Conselho reúne ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou solicitação de dois dos restantes membros.

Em 2021, o colégio de Conselheiros da ERC cumpriu quatro anos em funções e realizou 48 reuniões, em formato presencial e por via remota, em cumprimento das determinações da Direção-Geral da Saúde.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2021

Enumeram-se as principais ações que a ERC começou ou concluiu durante 2021, em matéria de regulação e de supervisão.

ERC relembra as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião

Considerando a aproximação da Eleição para Presidente da República, a 24 de janeiro de 2021, a ERC emitiu um comunicado no qual salientou a importância do papel dos órgãos de comunicação social na sustentação do sistema democrático e na formação da opinião pública em períodos eleitorais, sublinhando alguns aspetos do tratamento das sondagens e inquéritos de opinião, tal como se encontram atualmente definidos na Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho) e em normas técnicas de referência fixadas pela ERC, salvaguardando a autonomia editorial dos órgãos de comunicação social e o respeito pelos critérios jornalísticos.

ERC recorda alternativas que proprietários de publicações periódicas dispõem para evitar cancelamento do registo

Tendo presente o impacto que as medidas de combate ao Covid-19 estavam a ter no setor dos *media*, a ERC emitiu, a 4 de fevereiro de 2021, uma comunicação no seu sítio eletrónico e redes sociais a recordar aos proprietários de publicações periódicas que podiam optar pela suspensão da edição (para ambos os suportes – papel ou *online*), pela alteração de suporte para *online* (para quem edita em papel) e alteração da periodicidade (caso não consigam respeitar a registada), evitando assim o cancelamento do registo na ERC.

ERC condena, sob a forma de comunicados, situações passíveis de configurarem limitações à liberdade de imprensa e aos direitos dos jornalistas

Tendo tomado conhecimento, através da comunicação social, de comunicado do Sindicato dos Jornalistas e de declarações da Ordem dos Advogados, que um Magistrado do Ministério Público, sem estar munido de qualquer mandado judicial, determinou à Polícia de Segurança Pública (PSP) o seguimento/vigilância de jornalistas, a ERC emitiu, no dia 13 de janeiro, um comunicado a manifestar que essa ação *prima facie*, indicia ostensivo olvidar de direitos fundamentais de jornalistas elencados no artigo 6.º do Estatuto do Jornalista (Lei n.º 21/99, de 13 de Janeiro) e artigo 22.º da Lei de Imprensa e assinala a gravidade da conduta descrita, esperando que a hierarquia do Ministério Público tome medidas para no futuro impedir quaisquer limitações à liberdade de imprensa e aos direitos dos jornalistas.

Mais tarde, no dia 28 de abril, o Conselho Regulador declarou ter tomado conhecimento, com particular preocupação, dos acontecimentos que se seguiram ao desafio de futebol realizado entre o Moreirense FC e o FC Porto, no dia 26 de abril de 2021, em que se encontrava em exercício de funções um profissional de comunicação social, que se viu impedido de realizar o seu trabalho em condições de segurança profissional e pessoal, situação suscetível de condicionar a liberdade de informação.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

Em 2021, destacam-se como iniciativas conduzidas pela ERC a continuidade de ações de sensibilização/consciencialização para a promoção de melhores níveis de literacia mediática sobretudo em contexto escolar (mas não só) com o propósito de fomentar o diálogo, o debate e o pensamento livre e crítico em torno de temas que são centrais à atividade de regulação, aos *media*, e à vida dos cidadãos, e também a colaboração no [projeto LEME – Literacia e Educação Mediática em Linha](#) que consiste numa iniciativa promovida pelo então Secretário de Estado Adjunto e da Educação, João Costa, e pelo então Secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e *Media*, Nuno Artur Silva.

O ano 2021 fica também marcado pelo envolvimento da ERC no arranque da implementação, em Portugal, do Projeto europeu [EDUMEDIATEST: Media Literacy: interactive training and evaluation](#) que visa avaliar os graus de literacia mediática de alunos dos 14 aos 18 anos, em sete países europeus, e reconhecer a sua capacidade de se expressarem de modo compreensível, identificarem desinformação, detetarem interesses ocultos nas fontes de informação e distinguirem estereótipos. É parcialmente financiado pela Comissão Europeia e está integrado no programa “*Media Literacy for All*”. É aplicado através dos reguladores nacionais do audiovisual e de organismos públicos da educação. No futuro, pretende-se que seja um recurso de apoio à educação para os *media* nos países participantes.

Em 2021, a ERC prosseguiu também a sua ação como membro permanente do GILM - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 9.ª edição da iniciativa *Sete Dias com os Media*, sob o lema “Participar faz a diferença!” e na coorganização do 7.º Fórum GILM: Literacia Mediática e Desigualdades.

No contexto internacional, refira-se a participação da ERC na reunião sobre Literacia para os *Media* e a Informação, organizada pela Plataforma Europeia de Reguladores Europeus que debateu as melhores práticas de literacia e adequação às formas de discurso de ódio.

ERC publica “Guia para Fiscalização dos Serviços Audiovisuais a Pedido”

Em 2021, a ERC publicou um [“Guia para Fiscalização dos Serviços Audiovisuais a Pedido”](#), que estabelece os requisitos legais pelos quais os serviços audiovisuais a pedido se devem reger.

As orientações constantes neste documento visam esclarecer os operadores sobre as Regras existentes em termos de 1) Notificação de fornecimento de um serviço audiovisual a pedido; 2) Notificação de ‘alterações significativas’ para um serviço notificado; 3) Notificação da intenção de cessar o fornecimento de um serviço notificado; 4) Gravação dos programas por pelo menos trinta dias; 5) Dever de colaboração; 6) Conteúdos proibidos; 7) Conteúdos nocivos a menores; 8) Acessibilidades; 9) Limitações em termos de outras formas de comunicações comerciais (Patrocínio); 10) Limitações em termos de outras formas de comunicações comerciais (Colocação de Produto) e 11) Obras europeias, e o modo como a ERC as aplica.

ERC divulga orientação interpretativa da aplicabilidade do artigo 14.º da Lei da Transparência

No dia 15 de setembro, o Conselho Regulador da ERC adotou a [Deliberação ERC/2021/333 \(TRP-MEDIA\)](#) que procede à orientação interpretativa do artigo 14.º da Lei da Transparência da Propriedade dos *Media* (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho) para ultrapassar «o potencial de incerteza jurídica que uma divergência interpretativa do normativo contido no artigo [...] pode criar, sobretudo num período de significativas mudanças na composição da titularidade de vários grupos portugueses de comunicação social [...]» e contribuir para «o normal funcionamento do sensibílimo mercado da comunicação social, e do papel desta no regular funcionamento do Estado de Direito Democrático».

ERC publica pronúncia sobre proposta de Regulamento dos Serviços Digitais

Em resposta à solicitação da Presidência do Conselho de Ministros, submetida em junho de 2021, a ERC publicou a 23 de julho, através da [Deliberação ERC/2021/196 \(OUT\)](#), a sua pronúncia sobre a [proposta de Regulamento dos Serviços Digitais](#) que a Comissão Europeia apresentou em dezembro de 2020. Nela, o regulador sublinha as principais questões que identifica nesta modernização do quadro regulamentar dos conteúdos *online* e invoca a [declaração](#) que o Grupo de Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA), de que é membro, publicou em 29 de março de 2021 sobre as propostas dos Regulamentos dos Serviços Digitais e o dos Mercados Digitais.

ERC apresenta oficialmente a coleção “Regulação dos Media”

A 26 de outubro, a ERC apresentou o seu projeto editorial Coleção “Regulação dos *Media*”, que se propõe publicar diferentes edições sobre problemáticas contemporâneas do universo dos *media* que são simultaneamente questões fulcrais da regulação setorial e que têm por base estudos promovidos pela ERC e conduzidos por equipas de investigadores internas e externas.

O primeiro número, coordenado por José Luís Garcia, intitula-se “O Choque Tecno-liberal, os *Media* e o Jornalismo. Estudos críticos sobre a realidade portuguesa” e congrega uma diversidade de estudos de caso, onde se incluem o Expresso, o Observador e a Artcapital, atravessados pela interrogação comum sobre os fins do jornalismo e os impactos dos processos de comunicação postos em movimento por todos os meios tecnológicos de informação e comunicação. O segundo número, “Nós na Rede. Ambientes digitais de crianças e jovens”, analisa as respostas de crianças e jovens portugueses com idades entre os 9 e os 17 anos sobre práticas digitais, recolhidas no inquérito europeu “*EU Kids Online*”, de 2019, as quais são reveladoras de diferenças por idade e género quanto aos interesses na rede, oportunidades e riscos, competências na internet e mediação familiar.

O terceiro livro, “*Media*, Europa e Cidadãos”, aborda uma questão central: o contributo do jornalismo para a construção (ou desconstrução) de uma esfera pública europeia. Tendo como objeto de estudo a cobertura portuguesa das eleições para o Parlamento Europeu (2019), a análise incide sobre vários aspetos-chave do processo de intercomunicação entre diversos atores sociais: políticos, assessores de imprensa, jornalistas, utilizadores de redes sociais e cidadãos/eleitores. A quarta publicação, “Infoentretenimento - Possíveis Abordagens Regulatórias”, pretende abrir caminho a uma discussão aprofundada sobre o fenómeno do infoentretenimento, isto é, a pertinência das relações entre a informação e o entretenimento, que se consubstanciam na presença de conteúdos eminentemente informativos em programas de entretenimento e de conteúdos de entretenimento em programas informativos. Este fenómeno, também denominado por *infotainment*, suscita interrogações de vária ordem que necessitam de respostas seguras e articuladas por parte dos diferentes sujeitos com responsabilidades regulatórias no universo da comunicação social, sobretudo tentar perceber a que parâmetros devem obedecer a sua identificação, o seu enquadramento e o seu tratamento em espaços de representação que não são tradicionalmente os seus.

ERC anuncia obrigações que emissões televisivas têm de cumprir entre 1 de janeiro de 2022 e 31 de dezembro de 2025 para permitirem o acompanhamento por pessoas com necessidades especiais

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 10 de novembro de 2021, os novos termos do Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa, à áudio-descrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas.

O Plano Plurianual aplica-se ao período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025 e encontra-se segmentado em distintas fases temporais e obrigações, consoante os serviços de programas que integrem a oferta do serviço público de televisão ou dos operadores privados. A ERC conferiu um período de adaptação de três meses para a entrada em vigor da generalidade das obrigações, tidas como efetivas a partir de 1 de março de 2022.

ERC prossegue produção interna de Estudos e Relatórios

A ERC tem sido, ao longo dos anos, bastante ativa na produção de estudos e relatórios conduzidos pelos seus serviços e que permitem um conhecimento atual e aprofundado sobre a realidade mediática portuguesa.

Em baixo, indicam-se os títulos dos trabalhos produzidos em 2021:

- [Relatório sobre “A Diversidade Sociocultural nos Media 2018-19”;](#)
- [Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Presidenciais 2021 — Televisão”;](#)
- [Relatório sobre a “Cobertura das eleições legislativas dos Açores em 2020 pelas televisões”;](#)
- [Relatório sobre a “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2020”;](#)
- [Relatório sobre as “Implicações da Crise de COVID-19 nas Condições Económicas do Setor de Media em Portugal – 2020/1.º trimestre de 2021”;](#)
- [Estudo sobre o “Infoentretenimento — Possíveis Abordagens Regulatórias” da Coleção Regulação dos Media](#)
- [Relatório de Avaliação da Observância do princípio do Pluralismo Político;](#)
- [Relatório sobre a “Cobertura Jornalística da Violência de Género no Mediterrâneo”;](#)
- [Estudo sobre a “Análise económico-financeira do setor de Media em Portugal no ano de 2020”;](#)

ERC mantém relações com entidades estrangeiras congéneres

Em 2021, a ERC prosseguiu a realização de encontros e ações de intercâmbio e de colaboração com entidades congéneres estrangeiras.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

A atividade da ERC na área dos *media* digitais e desinformação desenrolou-se em 2021 em torno de dois eixos de atuação: a ação ao nível interno e as iniciativas de alcance internacional no âmbito da colaboração com outras entidades.

No plano nacional, destaca-se a participação no processo legislativo relativo à “**Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital**”, aprovada pela Lei n.º 27 de 2021, de 17 de maio, com entrada em vigor a 16 de julho de 2021. Depois de, no ano transato, ter produzido o seu parecer (Deliberação ERC/2020/212 (Parecer-Leg)) sobre os projetos de lei do Partido Socialista e do partido Pessoas Animais Natureza, seguiu-se a emissão de dois pareceres legislativos – Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg), sobre os Projetos de Lei n.ºs 884/XIV/2.ª (PS), 888/XIV/2.ª (CDS-PP) e 890/XIV/2.ª (IL), e Deliberação ERC/2021/221 (Parecer Leg) sobre Projeto de Lei n.º 914/XIV/2.ª (PAN) – relativos aos projetos de regulamentação e de alteração apresentados na Assembleia da República ainda antes da entrada em vigor do diploma.

Os dois pareceres recuperam algumas das reservas já manifestadas no parecer prévio à aprovação da lei, designadamente relacionadas com novas competências atribuídas à ERC e com a falta de clareza das normas e dos conceitos contidos utilizados. Da discussão dos projetos de lei no Parlamento resultou o envio dos projetos de PS e PAN para discussão na especialidade. Pouco depois, foi a vez do Presidente da República enviar ao Tribunal Constitucional um pedido de fiscalização sucessiva da constitucionalidade do artigo 6.º da lei, que ainda não foi respondido. O diploma mantém-se em vigor, mas sem efeitos práticos sobre a atividade da ERC.

A transposição da **Diretiva (UE) 2018/1808**, de 14 de novembro de 2018, para o regime jurídico português e que viria a resultar na **Lei n.º 74/2020, de 17 de novembro**, que colocou sob a alçada da ERC a **regulação das plataformas de partilha de vídeo (PPV)**. Neste domínio, destaque-se a disponibilização pela ERC de procedimentos de registo para estes serviços. Entretanto, outros desafios relacionados com a implementação do disposto no artigo 69.º-A e seguintes da LTSAP, relativos à regulação das PPV, continuam a ser respondidos pela ERC, tendo nomeadamente sido constituído um grupo de trabalho interno que visa procurar as melhores respostas, em especial relativamente a questões de jurisdição.

Recorde-se que LTSAP estipula agora um conjunto de deveres muito específicos para os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeo que incluem a proteção de menores, do público em geral e dos consumidores. Deveres esses cujo incumprimento levará à aplicação de sanções que vão da contraordenação leve à muito grave.

Os dois diplomas legais mencionados resultaram na colocação sob alçada da ERC de **um conjunto de novas competências**, alargando a sua área de atuação, inclusive na área dos *media* digitais e da desinformação.

No que respeita à atividade de regulação propriamente dita, em 2021, a ERC debateu as dificuldades que o regulador enfrenta ao ver-se obrigado a aplicar alguns diplomas legais que se encontram desajustados à realidade atual, concretamente à natureza específica dos *media* digitais e do ambiente *online*, como é o caso da Lei de Imprensa. Preocupações que foram refletidas na reunião do Conselho Consultivo da ERC, de novembro de 2021. Nesta sequência, foi formado um grupo de trabalho que deverá propor alterações à Lei de Imprensa que visem tornar o trabalho da regulação mais adaptado à realidade e, portanto, mais eficiente, evitando as armadilhas que o quadro legal ultrapassado e desarticulado proporciona.

Já no campo do **trabalho desenvolvido a nível internacional**, a ERC enquanto membro do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services*, grupo europeu de reguladores que trabalha junto da Comissão Europeia, participou nos vários grupos de trabalho cuja ação contribui para a definição de políticas para o setor dos *media* a nível europeu.

Em 2021, a linha de trabalho dedicada ao **Código de Conduta sobre Desinformação** continuou a desenvolver-se com os contributos do ERGA para a nova versão reforçada do Código que deve sair em 2022. Um dos documentos elaborados e publicados pelo ERGA foi “*ERGA position on the next instalment of the Code of Practice on Disinformation*” [Posição do ERGA sobre a próxima vigência do Código de Conduta sobre Desinformação]. Aqui, o grupo de reguladores reconhece que a primeira versão do Código foi positiva, por ter estabelecido um ponto de contacto entre os signatários do Código e os reguladores nacionais no combate ao fenómeno da desinformação. Todavia, apresentava fraquezas que já tinha sublinhado no relatório que avaliou um ano de vigência, daí congratular-se pela sua revisão. O ERGA apontou alguns pontos entendidos como problemáticos e respetivas soluções.

O Subgrupo 3, dedicado à **desinformação**, apresentou um relatório sobre a **relação entre as plataformas signatárias do Código e investigadores**: “*Improving the relationships between Code of practice signatories and researchers*”, que se foca no Pilar E – Fortalecer a comunidade de investigadores do Código. Trata-se de um documento que pretende refletir as dificuldades dos investigadores que trabalham sobre o fenómeno da desinformação nos *media* sociais no acesso a dados das plataformas, mesmo para fins de investigação, detetadas no relatório sobre a implementação do Código de 2020 perspetiva dos investigadores. O documento inclui medidas a serem adotadas pelas plataformas no sentido de darem cumprimento ao disposto no pilar E do Código.

Ainda nesta área, o ERGA produziu um conjunto de recomendações sobre o novo Código, que publicou em novembro de 2021 com o título: “*ERGA Recommendations for the New Code of Practice on Disinformation*”. Este documento baseou-se no terceiro programa de monitorização da aplicação do Código, decorrido entre setembro de 2020 e junho de 2021, tendo em vista **demonstrar como as plataformas combatiam a desinformação sobre a COVID-19**. O processo de monitorização efetuado com base nos relatórios das plataformas levou o ERGA a elencar mais um conjunto de recomendações para melhoria do Código, insistindo sempre no seu reforço, passando de instrumento de autorregulação para instrumento de correção. A revisão do Código deverá ficar concluída em 2022.

Outra área de trabalho no âmbito do ERGA em 2021 consistiu no processo de elaboração do **Regulamento dos Serviços Digitais** (Regulamento), um pacote legislativo da UE que pretende regular algumas das facetas dos serviços *online*. Um primeiro contributo do ERGA foi lançado no início de 2021, através do documento “*ERGA Statement on the European Commission’s Proposals for a ‘Digital Services Act’ (DSA) and a ‘Digital Markets Act’ (DMA)*”, onde destaca a longa experiência dos seus membros na regulação de conteúdos mediáticos no sentido de estabelecer a posição dos reguladores nacionais relativamente à aplicação do Regulamento em matéria de regulação dos conteúdos *online*.

Em finais de junho de 2021 foi publicada uma nova posição do ERGA sobre o Regulamento sob o título “*Proposals Aimed at Strengthening the Digital Services Act (DSA) With Respect to Online Content Regulation*” que reflete as posições assumidas pelos membros do grupo na reunião plenária de 01 de junho de 2021. Uma das preocupações patentes relaciona-se com a necessidade de clarificação da forma como o Regulamento iria conjugar-se com as leis setoriais existentes em cada país, sobretudo no que se refere às PPV.

Também a estrutura de supervisão prevista no Regulamento levantou questões ao ERGA, que insistiu na necessidade de dar destaque às entidades nacionais e às redes europeias já formadas, como o ERGA, no que respeita à aplicação do Regulamento na área da regulação dos conteúdos *online*, gozando da experiência que já detêm. A ERC continua integrada nos trabalhos relativos a esta temática, no decurso de 2022.

O ERGA acompanhou a aplicação das disposições da Diretiva do Audiovisual nos Estados-membros e, no que respeita às **plataformas de partilha de vídeos (PPV)**, o grupo prestou particular atenção à transposição e aplicação das disposições contidas no artigo 28b) da Diretiva que, em Portugal, com a transposição para a legislação nacional, corresponde ao artigo 69.º-A e seguintes da LTSAP. Este acompanhamento resultou na publicação do relatório “*Guidance and recommendations concerning implementation of Article 28b*”, tendo em vista apoiar os reguladores nacionais a dar cumprimento às disposições da diretiva relativas às PPV. É de referir que o relatório foi produzido numa fase precoce da transposição da diretiva por parte de alguns países, sendo que outros se encontravam ainda na fase de transposição. As entidades reguladoras nacionais debatem-se com algumas dificuldades aplicação das disposições em causa, sendo algumas das mais relevantes as relacionadas com as questões da jurisdição. A implementação destas medidas vai continuar a ser monitorizada pelo ERGA, procurando a troca de experiências entre reguladores de modo a facilitar a aplicação de soluções.

PROTEÇÃO DE MENORES NOS MEDIA

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.

Ao longo dos anos, o Departamento de Análise de *Media* (DAM) tem desenvolvido um trabalho de monitorização sistemática da informação televisiva, em que se autonomizam, pela sua importância, os conteúdos relativos a Menores, a partir da monitorização da informação diária de horário nobre dos serviços de programas televisivos generalistas.

Assim, no que respeita a presença dos menores na informação televisiva, registam-se 306 peças num universo de 3834 (8 %). As peças enquadram-se em *registos jornalísticos* diversificados, embora sejam as notícias e as reportagens aquelas onde os menores surgem de forma mais recorrente.

Nas peças com menores destacam-se os temas de *ordem interna*, seguindo-se *política internacional*, *saúde e ação social* e *política nacional*.

A identificação dos protagonistas segue a mesma tendência geral apresentada pelos temas, nomeadamente a maior representação do domínio da *ordem interna* e de atores políticos das esferas nacional e internacional.

No que respeita às fontes de informação das peças, a presença mais destacada da área *sociedade* deve-se à existência de testemunhos atribuídos a *familiares*, que se incluem nesta grande categoria. Articulando-se com os mencionados *temas* e *atores* mais presentes, são, em muitos casos, *familiares de vítimas*. Incluem-se também nesta categoria os *cidadãos comuns jovens* que surgiram, em 2021, enquadrados no processo de vacinação dirigido a esta camada populacional.

A maioria das peças assume um *enfoque geográfico nacional*. Das regiões nacionais, quando especificadas, assume maior peso a região de *Grande Lisboa* (17,3 %). No contexto internacional, a Alemanha (3,2 %) e o Reino Unido (2,9 %)

continuam a marcar presença entre os países europeus mais referidos. Regista-se também a presença do Afeganistão (2,6 %), Médio Oriente (2,9 %) e Moçambique (4,2 %).

Identificam-se dez peças (3,3 %) com a *presença de elementos violentos*, sendo que a maior expressão (2 %) se associa a *cenários de guerra e fuga*. Destas, são apenas duas aquelas em que é feita uma advertência prévia acerca da natureza sensível dos conteúdos emitidos.

O elemento suscetível de contribuir para uma abordagem *sensacionalista* mais utilizado é a *captação e edição de imagens* (29 casos), seguindo-se a *utilização de música e sons* (10 casos) e as *reconstituições* (4 casos).

Verifica-se que as peças que reportam simultaneamente a uma exploração de situações com *presença de vítimas* re-presentam um total de 19, cinco destas com *promoção/teaser*. A situação mais presente é a *exploração da vulnerabilidade psicológica, emocional e física* das vítimas (11 peças). Tal prende-se com os cenários de sofrimento que incluem contextos de acidentes e conflitos armados. A *técnica de ocultação* da identidade foi usada em apenas oito peças.

No que respeita a Análise da Programação da Rádio Pública – Antena 1, Antena 2 e Antena 3, para o ano de 2021, verifica-se que a rádio de serviço público manteve a sua missão de proximidade com o público mais jovem em matérias de apoio escolar. De assinalar também os novos conteúdos associados à “Rádio Zig Zag” para os mais pequenos. Identifica-se uma crescente presença de conteúdos de cada serviço de programas da RDP nas plataformas eletrónicas e nas redes sociais, procurando promover a interatividade e participação do público.

Das dez deliberações aprovadas em 2021 relativas a conteúdos em que esteve em causa a proteção de crianças e jovens (conteúdos televisivos passíveis de prejudicar a sua livre formação de personalidade e conteúdos em que os menores foram objeto do conteúdo), desataca-se a [Deliberação ERC/2021/391 \(CONTPROG-TV\)](#).

Nesta Deliberação, o Conselho Regulador determinou que, perante a redação conflituante dos n.os 4 e 5 do artigo 27.º da LTSAP, deve ser aplicada a disposição que se afigura mais favorável aos operadores televisivos, isto é, o n.º 4, que prevê as **6h00-22h30** como o intervalo horário em que vigora a **proibição da emissão de conteúdos suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade dos menores**. Trata-se de uma previsão que dá continuidade à proteção dos públicos mais jovens já instituída anteriormente.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2021

O plano de trabalho da ERC na área da literacia mediática (doravante também designada LM) em 2021 caracteriza-se sobretudo pela continuidade relativamente a compromissos assumidos em projetos desenvolvidos em colaboração, tanto a nível nacional como internacional. À semelhança do que aconteceu em 2020, o contexto da pandemia por Covid-19 voltou a ditar que esses projetos fossem concretizados totalmente à distância, com recurso a videoconferência.

Naquela que se pode afirmar como a vertente mais tradicional do trabalho da ERC nesta área a nível nacional, a **ERC manteve a colaboração com os parceiros do GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática**. Em condições normais, 2021 teria sido ano de mais uma edição do Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, iniciativa que o grupo decidiu adiar por considerar que beneficiaria de uma concretização em modo presencial, sobretudo com o calendário de iniciativas saturado de eventos virtuais.

A operação **7 dias com os media** chegou à sua 9.ª edição na semana de 3 a 9 de maio, com o GILM a propor para reflexão a problemática da literacia mediática e das desigualdades de acesso e participação em contexto digital. Tal como em 2020, a ERC decidiu integrar o grupo de trabalho interno mais diretamente envolvido na operacionalização desta iniciativa.

Na manhã do dia 7 de maio o Grupo promoveu, sob a forma de *webinar*, o [7º FILM Fórum Informal sobre Literacia Mediática com o título “Literacia Mediática e Desigualdades”](#). Após uma introdução da problemática na perspetiva da UNESCO, que ficou a cargo de Mirta Lourenço, representante da organização na qualidade de Chefe da Secção Educação para os *Media* e Informação e Desenvolvimento dos *Media*, e de uma contextualização da problemática realizada por Paula Lopes, Subdiretora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma, foram dinamizadas duas mesas redondas, uma sobre “Literacia mediática e transição digital” e outra sobre “Literacia mediática: percursos inclusivos para uma cidadania ativa”, ambas a partir de projetos no terreno que concorrem para a integração digital dos cidadãos. O vídeo do evento está disponível [online](#).

Ainda em 2021, o GILM deu lugar a um processo de reflexão interno, com um balanço sobre os objetivos já concretizados e os objetivos e modo de funcionamento futuros. Além de alterações ao nível da composição dos membros permanentes, o Grupo decidiu criar um conselho consultivo de especialistas e interessados na área (que teria início em 2022), com a missão de apoiar o GILM na definição dos seus planos de atividades e linhas estratégicas e possibilitar a criação de novas sinergias.

Quanto às **ações de sensibilização/consciencialização** que a ERC vem realizando no terreno, 2021 foi um ano mais tímido, o que se ficou a dever não só à maior afetação de recursos a outros projetos, como à própria alteração das atividades inicialmente calendarizadas. Com efeito, foram concretizadas, através de videoconferência, ações de consciencialização sobre a temática da desinformação e das falsas narrativas *online* junto de quatro turmas do 3.º ciclo e secundário de duas escolas integradas em programas da associação EPIS – Empresários pela inclusão Social (com a qual a ERC trabalha desde o ano letivo 2016/2017), bem como com uma escola participante no **Parlamento dos Jovens**¹, programa dinamizado pela Assembleia da República que, no ano letivo 2021/2022, elegeu a desinformação e as notícias falsas como temática central dos seus debates.

Outra continuidade do ano 2021 foi a participação na equipa do [LEME – Literacia e Educação para os Media](#), projeto que, recorde-se, resulta de uma iniciativa lançada em 2020 pela Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e Media e pela Secretaria de Estado da Educação. O LEME, agregador *online* de recursos de apoio à educação para os *media*, seria aberto ao público em setembro de 2021, no início do ano letivo, tendo posteriormente sido alvo de uma primeira avaliação por parte de professores que se voluntariaram para utilizar a plataforma. Os principais resultados dessa primeira avaliação exploratória revelam uma opinião positiva em relação ao LEME a apontam pistas para o seu desenvolvimento. Este é um projeto em desenvolvimento, que a Direção-Geral de Educação (DGE), um dos parceiros do projeto, passou a administrar, mas que continua a contar com o apoio dos restantes parceiros, bem como de quem queira submeter recursos para integrar a plataforma através do [formulário](#) nela disponível.

Ainda em colaboração com a DGE, também em 2021, a ERC foi chamada a integrar novamente o grupo de trabalho que foi convidado a contribuir para a **revisão da 1.ª edição do Referencial de Educação para os Media**, documento que desde 2014 é orientador da educação para os *media* do pré-escolar ao secundário no contexto nacional. Em março, a equipa de investigadores da Universidade do Minho responsável pela autoria da 1.ª edição e pela nova versão, apresentou um primeiro *draft*, no qual integrava parte dos contributos recebidos, que teve retorno favorável por parte da generalidade dos parceiros do grupo de trabalho. Em dezembro, seria o grupo novamente chamado a pronunciar-se sobre a proposta de versão final do documento, tendo a ERC entregado o seu contributo já em janeiro de 2022.

No contexto do trabalho internacional, destaca-se a continuação e desenvolvimento do [EduMediaTest – an evaluation and training tool](#), projeto de promoção da educação para os *media* cofinanciado pela Comissão Europeia ao abrigo do programa “*Media Literacy for all*”. Liderado pelo CAC- *Consell de l’Audiovisual de Catalunya* e, a nível científico, pela UPF - *Universitat Pompeu Fabra*. Envolveu, além de Portugal e Espanha, mais cinco países: França, Irlanda, Croácia, Eslováquia e Grécia. Recorde-se que o seu objetivo final foi o de desenvolvimento de uma ferramenta *online* gratuita que possa servir de apoio à educação para os *media* de jovens com idades entre os 14 e os 18 anos de diferentes países europeus.

¹ Consultada pela organização do Parlamento dos Jovens, a ERC teve ainda a oportunidade de contribuir para o documento “[Dicas para a exploração dos temas em debate na edição 2021/2022](#)”.

O EduMediatest foi, em 2021, o projeto de literacia mediática em que a ERC participou que mais investimento exigiu, em tempo e recursos. Apesar das alterações ao calendário previsto, graças à colaboração de 148 turmas, de 27 escolas de todo o país², que permitiram que 2756 alunos do 9.º ao 12.º ano de escolaridade testassem a primeira versão da ferramenta em Portugal, o país do consórcio que maior número de testes realizou. Em termos teóricos e conceptuais, o EduMediatest tem como referente a proposta de avaliação da competência mediática que vem sendo desenvolvida nas pesquisas de Joan Ferrés, investigador espanhol especialista em comunicação audiovisual e educação. Esse modelo é composto por seis dimensões: 1) Linguagem; 2) Tecnologia; 3) Processos de Interação; 4) Produção e Difusão; 5) Ideologia e Valores; 6) Estética. Foram precisamente 43 questões relacionadas com essas dimensões que foram testadas pelos alunos.

Em termos de conclusões, os resultados para Portugal, em grande parte, estão alinhados com os observados nos restantes países. Os alunos pontuaram em média 14,45 pontos dos 60,5 possíveis. As dimensões em avaliação da Tecnologia e da Estética são aquelas em que os alunos das escolas portuguesas apresentaram melhor *performance*, sendo as questões relacionadas com a dimensão da Linguagem as que registam piores resultados. As raparigas revelaram uma *performance* ligeiramente melhor, assim como os alunos mais velhos. Os resultados também indicam que o nível de escolaridade da mãe/encarregada de educação tende a estar fortemente correlacionado com a *performance* dos alunos, sendo que quanto maior essa escolaridade melhor o desempenho.

Por falta de tempo, ficaram por testar os recursos e materiais didáticos que a ferramenta disponibiliza para que os educadores contornem as dificuldades sentidas pelos jovens ao responder às questões. No final de 2021, a ferramenta já se encontrava disponível em dez idiomas. Neste relatório elencam-se ainda as principais recomendações para a literacia mediática identificadas pelo consórcio a partir dos resultados obtidos nos testes à ferramenta.

Ainda no contexto das colaborações de âmbito internacional, refira-se a participação da ERC **no Grupo de Ação 3 do European Regulators for Audiovisual Media Services (ERGA)**, nomeadamente na equipa de *drafters*, responsável por redigir os documentos de trabalho do grupo, nomeadamente o “*ERGA Media Literacy Report Recommendations for key principles, best practices and Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms*”, aprovado e apresentado na 16.ª Sessão Plenária do ERGA, de 2 de dezembro de 2021³. Nesse documento, o Grupo de Ação propõe um conjunto de seis princípios-chave que considera que podem ajudar a delinear e a reconhecer boas práticas de literacia mediática: 1) Transparência 2) Aspeto da colaboração multissetorial; 3) Foco no utilizador/cidadão; 4) Alcance; 5) Localização; 6) Avaliação. É enfatizado que esses princípios funcionam como um conjunto integrado, que, no seu todo, deverão contribuir para melhorar a conceção, bem com a informação a respeito das iniciativas de LM.

Tendo por referência o quadro das atribuições conferidas aos reguladores dos diferentes Estados-Membros em termos de Literacia Mediática decorrentes da transposição da Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, nomeadamente no que diz respeito ao acompanhamento das iniciativas e das estratégias de promoção da literacia mediática dos cidadãos/utilizadores conduzidas pelas Plataformas de Partilha de Vídeo (PPVs), cuja atividade passa a estar sob supervisão das entidades reguladoras, o referido relatório propõe ainda uma caixa de ferramentas para as PPVs, que, na realidade, correspondem a formas práticas de implementar os seis princípios identificados.

Ainda no campo internacional, além da colaboração com o ERGA, a ERC teve oportunidade de integrar a **EMIL - Taskforce da European Platform of Regulatory Authorities** para a área da literacia mediática e da informação. No âmbito desse grupo, foram realizados cinco encontros de trabalho *online*, nos quais foram partilhadas informações sobre os projetos/iniciativas em curso nos diferentes membros do grupo (no caso das iniciativas que envolveram a ERC, foram feitas apresentações sobre o EduMediatest e sobre o Grupo de Ação 3), foi realizado um encontro destinado a deba-

2 Agrupamento de Escolas de Arraiolos; Agrupamento de Escolas de Celorico de Basto; Agrupamento de Escolas Diogo de Macedo (Vila Nova de Gaia); Agrupamento de Escolas D. João II (Sintra); Agrupamento de Escolas do Cerco do Porto; Agrupamento de Escolas do Sabugal; Agrupamento de Escolas Emídio Garcia (Bragança); Agrupamento de Escolas Ferreira de Castro (Oliveira de Azeméis); Agrupamento de Escolas Rafael Bordalo Pinheiro (Caldas da Rainha); Colégio Valsassina (Lisboa); Escola Básica e Secundária de Albufeira; Escola Básica e Secundária de Miranda do Douro; Escola Básica e Secundária Dr. Ângelo Augusto da Silva (Funchal); Escola Secundária Antero de Quental (Ponta Delgada); Escola Secundária Camões (Lisboa); Escola Secundária D. Manuel I (Beja); Escola Secundária de Santa Comba Dão; Escola Secundária de Vila Verde; Escola Secundária Dr. Ginestal Machado (Santarém); Escola Secundária Dr. Joaquim Gomes Ferreira Alves (Vila Nova de Gaia); Escola Secundária Eça de Queirós (Lisboa); Escola Secundária Emídio Navarro (Almada); Escola Secundária Manuel da Fonseca (Santiago do Cacém); Escola Secundária Miguel Torga (Sintra); Escola Secundária Poeta Al Berto (Sines); Escola Secundária Poeta António Aleixo (Portimão); Escola Secundária Seomara da Costa Primo (Amadora). O contacto com algumas dessas escolas foi facilitado pela Rede de Bibliotecas Escolares e pela associação EPIS.

3 O documento encontra-se disponível para consulta em [ERGA-AG3-2021-Report-on-Media-Literacy.pdf \(erga-online.eu\)](https://www.erga.europa.eu/ERGA-AG3-2021-Report-on-Media-Literacy.pdf).

ter o discurso de ódio e, no quinto e último encontro, foram debatidos os termos de referência do grupo para o ano seguinte, a composição do grupo de direção, bem como o tipo de resultados a produzir.

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», realizou, em 2021, um conjunto de tarefas para dar resposta a este objetivo.

No âmbito do Barómetro da Diversidade, a ERC apresentou a 2.ª edição de “A Diversidade Sociocultural nos Media 2018-2019”, estudo que reúne 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.

Os principais resultados desta edição indicam que as presenças ou referências de *cidadãos de origem estrangeira*, *refugiados* ou das *comunidades ROM*, bem como das confissões religiosas na informação diária de horário nobre são reduzidas.

Considerando as peças com migrantes, pessoas de origem estrangeira e/ou pertencentes às comunidades ROM, a representação é tendencialmente negativa ou neutra e a participação destes cidadãos, como fonte de informação, é de 35 %. A referência à origem, cor e/ou situação documental destes cidadãos é identificada em sete de cada dez peças em que estes grupos estão presentes, sendo que a grande maioria desta informação está contextualizada. Por outro lado, em 12 % das notícias identifica-se a utilização de expressões e/ou elementos que podem contribuir para o reforço de estereótipos.

Quanto à diversidade religiosa, o *catolicismo* é dominante nos serviços noticiosos. Já as minorias religiosas estão mais presentes nos noticiários do operador de serviço público, com destaque do *islamismo* e *judaísmo*. No geral, predominam as referências ou presenças das confissões religiosas em contextos ou situações neutras. Contudo, observa-se que o *catolicismo* surge muitas vezes em contextos ou situações positivas ou neutras; já o *islamismo* surge mais representado em contextos ou situações negativas.

A diversidade de género na informação diária entre 2018 e 2019, permite afirmar que os homens estão presentes em mais de 70 % das peças, quer como atores, quer como fontes de informação.

A análise de programação apresentada nesta edição do Barómetro da Diversidade, assinala que os programas destinados à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários representam 1 % da programação total da RTP1, RTP2, SIC e TVI, sendo mais expressiva a sua presença na RTP2 com vários programas que abordam as diferentes dimensões da diversidade sociocultural.

Em 2021, no âmbito da monitorização sistemática de conteúdos informativos⁴ - em particular na análise da igualdade de tratamento e de acesso entre homens e mulheres, na informação diária nos serviços de programas da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV -, verifica-se, como tendência comum a todos os operadores, que as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a protagonistas homens (72 %), enquanto a presença de mulheres é diminuta (19 %). As fontes consultadas na construção das narrativas mediáticas seguem o mesmo padrão que os protagonistas, evidenciando-se as de sexo masculino (71 %) e secundarizando-se as do sexo feminino (28 %).

A presença de comentadores e especialistas residentes ou convidados foi, em geral, sobretudo assegurada por protagonistas do sexo masculino.

⁴ Cfr. Relatório de Regulação 2021, capítulo “Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos”.

A apresentação dos blocos informativos, com exceção da RTP2 e da SIC, foi garantida sobretudo por pivôs do sexo masculino.

Já a narração das peças, muitas vezes da responsabilidade do repórter, esteve equilibrada entre narradores femininos e masculinos em todos os serviços de programas.

Ainda em 2021, o Conselho Regulador da ERC deliberou sobre 27 procedimentos relativos à discriminação de género, orientação sexual, étnico-racial, religiosa, acessibilidades e pessoas com deficiência, tanto no âmbito de programas como na informação de diversos órgãos de comunicação social (OCS). Nesse conjunto, 15 resultaram numa decisão de arquivamento por se considerar que não estavam reunidos os elementos necessários à fundamentação das alegações de prática discriminatória observadas pelos participantes. Nas restantes, o Conselho Regulador deliberou sensibilizar ou instar o órgão de comunicação social denunciado no sentido de cuidar o tratamento mediático dado a determinados grupos sociais, evitando, nomeadamente, o reforço de estigmas e preconceitos associados a determinadas comunidades. Foram abertos dois processos de contraordenação. Um por violar o princípio da não-discriminação, exprimindo preconceitos sobre a orientação sexual do visado, contrários aos princípios constitucionalmente garantidos, e outro por insuficiência de programação acompanhada por legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva.

No ano em análise, a ERC participou em várias iniciativas promovidas por outras instituições a propósito das suas competências de salvaguarda da diversidade sociocultural, tanto em contexto nacional como internacional (exemplo: Grupo de Trabalho para a Prevenção e o Combate ao Racismo e à Discriminação; Alto Comissariado para as Migrações; Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra; Observatório Europeu do Femicídio e Rede de Reguladores do Mediterrâneo).

DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC⁵ consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados⁶ e a sua apreciação representa uma parte significativa dos processos tramitados neste regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

Sucintamente, pode dizer-se que tem direito de resposta quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa fama e tem direito de retificação quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto na Lei de Imprensa, Lei da Rádio e Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenha com a situação concreta em causa (a um jornal *online* aplicar-se-á a Lei da Imprensa, por exemplo)⁷. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na internet, só estão sujeitos à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado Português⁸.

A ter em conta na apreciação de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta é a Diretiva da ERC 2/2008 sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

⁵ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁶ Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

⁷ Com exceção do caso das rádios online, situação para as quais o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da

⁸ Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

Os recursos interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica⁹ e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em tempo útil. É por essa razão que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC, solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso, deve ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido»¹⁰.

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do Recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recursos, ou seja, «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»¹¹. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de processo de contraordenação, que cabe à ERC instruir¹².

No presente relatório procuraremos agregar o trabalho desenvolvido pela ERC em matéria de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta em 2021.

A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC EM 2021

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC o processamento e a aplicação de sanções pela prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social¹³.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções¹⁴.

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social¹⁵ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal¹⁶.

Em 2021, a ERC decidiu 28 processos de contraordenação (mais 27,3 % relativamente ao ano anterior), dos quais, aproximadamente 46,4 % — o equivalente a 13 processos —, terminaram com a aplicação de coima num montante global de 427 437,49 euros.

Além dos 13 processos em que foram aplicadas coimas, 14,3 % resultaram em admoestação (4 processos) e 39,3% dos processos foram arquivados (11 processos).

As principais infrações sancionadas estiveram relacionadas com as seguintes matérias:

- Alterações supervenientes ao registo (artigo 8.º, do DRR);
- Início de atividade pelas entidades proprietárias de publicações periódicas antes de efetuar o registo (artigo 13.º, do DRR);
- Regras a observar na divulgação ou interpretação de sondagens (artigo 7.º, da Lei das Sondagens);
- Inobservância do projeto aprovado (artigo 21.º, da LTSAP);
- Direito de resposta na imprensa (artigo 26.º, da LI) e na televisão (artigos 68.º e 69.º, da LTSAP);
- Tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda (artigo 40.º, da LTSAP);
- Inobservância das regras de colocação de produto e ajuda à produção (artigo 41.º -A, da LTSAP).

⁹ Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC.

¹⁰ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

¹¹ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

¹² Artigo 24.º, n.º 3, alínea ac) dos Estatutos da ERC.

¹³ Artigo 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

¹⁴ Artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

¹⁵ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

¹⁶ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março.

Durante o ano de 2021, a ERC procedeu à instauração de 40 novos processos de contraordenação (mais 43 % do que no ano anterior), com base em procedimentos oficiosos, relatórios dos serviços de fiscalização da ERC e informação recebida através de participações ou queixas. Na generalidade das situações está em causa o mesmo tipo de infrações verificadas nos processos decididos.

DIREITO A EXTRATOS INFORMATIVOS – ATUALIZAÇÃO DOCTRINAL E JURISPRUDENCIAL

A temática do direito a extratos informativos já constituiu objeto de referência e análise relativamente abrangente em anteriores Relatórios de Regulação da ERC¹⁷.

Trata-se de matéria em que o Conselho da Europa assumiu papel precursor através do artigo 9.º da Convenção Europeia sobre Televisão Transfronteiras¹⁸ e da adoção da Recomendação n.º R (91) 5 sobre o direito a extratos (informativos) relativos a acontecimentos de particular importância objeto de direitos exclusivos para a sua transmissão televisiva num contexto transfronteiras¹⁹.

No plano da União Europeia, esta matéria obteve acolhimento normativo formal apenas em 2007, aquando da segunda alteração introduzida à Diretiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de outubro de 1989²⁰, sendo objeto de subsequente incorporação na Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (versão codificada), em 2010²¹.

No nosso direito interno, a disciplina aplicável aos extratos informativos foi delineada pela primeira vez na Lei da Televisão de 1990²², sofrendo modificações de maior ou menor monta em diplomas posteriores²³, até à configuração que consta do artigo 33.º da atual Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante, LTSAP)²⁴.

Consabidamente, impendem sobre o regulador dos *media* responsabilidades neste particular, normativamente refletidas nos artigos 8.º, alíneas a) e j), e 24.º, n.º 3, alíneas c) e t), dos seus Estatutos²⁵, e nos artigos 33.º e 93.º da LTSAP.

Está em causa matéria cuja observância se afigura de considerável importância para o legislador nacional, atentas as consequências previstas no plano sancionatório para a violação das regras estabelecidas no artigo 33.º da LTSAP.

- Assim, a violação de condições e limites atinentes ao direito a extratos informativos (artigo 33.º, n.º 4), e a restrição, sob certas premissas, da inclusão de extratos informativos em serviços audiovisuais a pedido (artigo 33.º, n.º 5), constituem contraordenações *graves*, em abstrato puníveis com coima de montantes situados entre os 20 000 e os 150 000 euros, sendo estes limites reduzidos a metade em caso em negligência (artigo 76.º, n.º 1, alínea a), e n.º 3);
- Por sua vez, a proibição de oposição à transmissão de extratos informativos relativos a eventos realizados em território nacional (artigo 33.º, n.º 1), bem como o incumprimento do dever de disponibilização do sinal para efeitos de extratos informativos por parte de titulares de direitos exclusivos de transmissão de eventos ocorridos fora do território nacional (artigo 33.º, n.º 3), constituem contraordenações *muito graves*, em abstrato puníveis com coima de montantes situados entre os 75 000 e os 375 000 euros, sendo estes limites reduzidos a metade em caso em negligência (artigo 77.º, n.º 1, alínea a), n.º 3);

17 Cf. Relatório de Regulação 2014, volume I, pp. 64-67, e Relatório de Regulação 2017, volume I, pp. 85-90.

18 Adotada em 5 de maio de 1989, a Convenção entrou em vigor em 1 de maio de 1993 e foi objeto de revisão em 9 de setembro de 1998, através de um Protocolo de Alteração adotado pelo Comité de Ministros.

19 Adotada pelo Conselho de Ministros do Conselho da Europa em 11 de abril de 1991.

20 Cf. artigo 3.º-K e os considerandos 38 a 41 da Diretiva n.º 2007/65/CE, do Parlamento e do Conselho, de 11 de dezembro.

21 Cf. artigo 15.º e os considerandos 55 a 57 da Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de março de 2010. A matéria não sofreu quaisquer alterações na revisão operada a este instrumento normativo pela Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018.

22 Cf. artigo 16.º, n.º 2, da Lei n.º 58/90, de 7 de setembro, entretanto objeto de significativas alterações pela Lei n.º 95/97, de 23 de agosto.

23 Cf. artigo 26.º da Lei n.º 31-A/98, de 14 de julho; o artigo 29.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto; e o artigo 33.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, com a redação introduzida pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril.

24 V. nota anterior. A Lei n.º 27/2007 conheceu ainda alterações por via da Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (retificada pela Declaração de Retificação n.º 2-A/2021, de 18 de janeiro), embora o seu artigo 33.º se tenha mantido inalterado.

25 Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e publicados em anexo a esta.

- Enfim, em caso de inobservância do direito de acesso para extratos informativos a que se refere o artigo 33.º, n.º 1, da LTSAP, por parte de um serviço de programas que já tenha sido objeto de duas contraordenações da mesma gravidade, prevê o artigo 82.º, n.º 1, deste diploma legal, a possibilidade da revogação do título habilitador detido por esse mesmo serviço de programas televisivo.

Dão-se por assimilados os principais aspetos e questões versados com maior ou menor profundidade nos relatórios de regulação supracitados, designadamente os objetivos subjacentes à arquitetura do direito aos extratos informativos, os limites legais colocados ao seu exercício, as variadas dificuldades interpretativas e a assinalável carga de conflitualidade suscitadas pelo artigo 33.º da LTSAP vigente, mormente do seu n.º 4, e *grosso modo* centradas na exata determinação do seu âmbito de aplicação (material e territorial), na concreta extensão do direito em causa, e na natureza disponível ou indisponível de várias das suas disposições. Como igualmente se dá por adquirida a problemática mais especificamente abordada no relatório de regulação referente a 2017, e reportada a incidências da final do Campeonato da Europa de Futebol UEFA 2016²⁶.

A revisitação desta matéria, quatro anos volvidos, justifica-se à luz de alguns desenvolvimentos registados nos planos doutrinal e jurisprudencial e, bem assim, na conveniência em assinalar a revogação de uma Diretiva²⁷ adotada em 2014 pelo Conselho Regulador então em funções e cuja vigência ao longo de quase sete anos procurou servir de meio orientador interpretativo na matéria em referência.

DIREITO DE ACESSO DOS JORNALISTAS – PERÍODO DE 2019 A 2021

O direito de acesso dos jornalistas à informação é um direito fundamental constitucionalmente protegido, integrando o núcleo da liberdade de imprensa [artigos 37.º, n.º 1, e 38.º, n.º 2, alínea b), Constituição da República Portuguesa].

Este direito é regulado no Estatuto do Jornalista, doravante EJ (artigos 6.º, alínea b), 8.º, 9.º e 10.º) e na Lei de Imprensa, doravante LI [artigo 22.º, alínea b)], e abrange o direito de acesso a fontes oficiais de informação e o direito de acesso a locais abertos ao público para fins de cobertura informativa, extensivo aos locais que, embora não acessíveis ao público, sejam abertos à generalidade da comunicação social.

Não podem os jornalistas ser impedidos de entrar ou permanecer nos locais referidos quando a sua presença for exigida pelo exercício da respetiva atividade profissional, sem outras limitações além das decorrentes da lei (artigos 9.º e 10.º, n.º 1, do EJ).

Nos espetáculos ou outros eventos com entradas pagas em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos de acesso, poderão ser estabelecidos sistemas de credenciação de jornalistas por órgão de comunicação social, em condições de igualdade por quem controle o referido acesso (artigo 9.º, n.º 3 e 4, do EJ). Nestes casos, em que os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento (artigo 10.º, n.º 3, do EJ).

Em caso de desacordo entre os organizadores do espetáculo e os órgãos de comunicação social na efetivação dos direitos de acesso aos locais referidos, qualquer dos interessados pode requerer a intervenção prévia da ERC para arbitrar o litígio, tendo as suas deliberações natureza vinculativa e o seu não acatamento configurando crime de desobediência [artigo 10.º, n.º 4, do EJ, e artigo 39.º, n.º 1, al. a) da CRP, artigo 8.º, alíneas a) e d), e artigo 24.º, n.º 3, alínea t), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro].

²⁶ Relatório de Regulação 2017, volume I, cit.

²⁷ Diretiva 1/2014, de 21 de maio de 2014, «sobre exercício do direito a extratos informativos e a utilização de imagens sujeitas a direitos exclusivos de transmissão televisiva», entretanto revogada pela Deliberação ERC/2021/65 (OUT), de 3 de março de 2021.

Por outro lado, o regime sancionatório para a violação do direito de acesso dos jornalistas, prevê o crime de atentado à liberdade de informação, punido com pena de prisão até um ano ou com multa até 120 dias, ou, se o infrator for agente ou funcionário do Estado ou de uma pessoa coletiva pública e agir nessa qualidade, com prisão até dois anos ou com multa até 240 dias (artigo 19.º do EJ).

De notar que a apresentação de queixa à ERC após a realização do evento inviabiliza a efetivação coerciva do direito de acesso, limitando-se a intervenção do Regulador à apreciação de factos pretéritos e, sendo caso disso, à respetiva participação ao Ministério Público.

Nos relatórios de regulação de 2014, 2016 e 2018, a ERC fez um enquadramento desenvolvido e detalhado do regime do direito de acesso dos jornalistas, na vertente do acesso a fontes de informação e na vertente do acesso a locais públicos, explicitando a sua atividade regulatória nesta matéria, a que aqui se dá sequência.

No período agora considerado, a atividade regulatória da ERC desenvolveu-se nos seguintes eixos:

- Comunicado visando a garantia do direito de acesso dos jornalistas durante a pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e da declaração, e renovação, do estado de emergência em Portugal;
- Adoção de deliberação vinculativa em arbitragem de litígio, e apreciação de queixas de órgãos de comunicação social sobre violação do direito de acesso dos jornalistas.

Acresce que, em março de 2021, o Conselho Regulador da ERC tomou conhecimento, com particular preocupação, do relatório enviado pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (doravante, CCPJ), circunstanciando ameaças à liberdade de informação durante o período eleitoral, o qual foi também apresentado ao Presidente da República, ao Presidente da Assembleia da República, ao Primeiro-Ministro, à Procuradora-Geral da República, à Provedora de Justiça, à Comissão Nacional de Eleições, e ao Sindicato dos Jornalistas. Nessa ocasião, a ERC repudiou a presença de intimidações e ameaças sobre o trabalho jornalístico seja em que circunstância for, mantendo a expectativa de que as ocorrências relatadas tenham sido pontuais e sem desenvolvimentos futuros. Considerando o envio pela CCPJ à Procuradoria-Geral da República do referido Relatório, a ERC solicitou à CCPJ informação sobre eventuais decisões que a final venham a ser tomadas, designadamente, quanto às condutas ali relatadas suscetíveis de constituir ilícito criminal.



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 2021.

Televisão

A oferta de serviços de programas televisivos varia consoante a plataforma de distribuição de sinal de televisão. O acesso livre através da TDT oferece seis serviços de programas em Portugal Continental, quatro generalistas e os restantes temáticos. A oferta aumenta na televisão paga, variando entre 96 e 210 serviços de programas, conforme o operador de distribuição, estando os serviços de programas temáticos mais presentes.

O consumo de televisão diminuiu em 2021, no entanto os valores registados são superiores quando comparados com os de 2019. Este meio obteve as suas maiores audiências entre janeiro e fevereiro, ou seja, nos meses em que se aprovaram vários estados de emergências com medidas restritivas para combater a pandemia de Covid-19.

A televisão generalista domina em Portugal. O serviço de programas SIC, foi o mais visto, seguido da TVI e da RTP. Estes serviços de programas, incluindo a RTP2 representaram quase a metade da quota de audiência.

Por seu lado, os serviços de programas da televisão paga captam 35,8 % do share de audiência e o consumo de serviços de programas não auditados, em diferido e em *streaming*, entre outros, tem um crescimento contínuo desde 2017.

As competições de futebol, transmitidas pelos canais 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, sendo que cerca de três quartos são de programação generalista e os restantes são de tipo temático.

Em 2021, mais pessoas ouviram rádio e o tempo médio de escuta diária aumentou. A estação Rádio Comercial foi a mais ouvida, seguida da RFM. Ambas as estações generalistas de cobertura nacional concentraram cerca da metade da quota de audiências nos horários com mais radiouvintes.

Imprensa

Em Portugal encontram-se 1728 publicações periódicas ativas, das quais mais da metade são de âmbito nacional. Salienta-se que, nos últimos anos, o número de títulos distribuídos em suporte eletrónico ou simultaneamente em papel e eletrónico tem vindo a aumentar. O número de publicações em suporte eletrónico aproxima-se do impresso.

No mercado das publicações periódicas, os títulos de informação geral ocupam quase a metade do total.

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

Internet

Em 2021, encontram-se registados na ERC 149 serviços de programas cuja difusão é exclusiva através da internet, dos quais a grande maioria são radiofónicos.

O número de pessoas que contactaram com a internet continua a crescer.

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

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS ANOS

Para avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest com as do 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, o 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 2021.

A análise evolutiva entre 2011 e 2021 mostra tendências diferentes segundo as fontes citadas. O investimento publicitário apresentou sinais de recuperação, com aumentos consecutivos nos anos seguintes ao período de austeridade, mas as alterações sofridas no setor, produto da pandemia em 2020, afetou o mercado publicitário em todos os meios de comunicação. A imprensa foi o suporte que registou a maior queda devido à crise pandémica; já no caso da internet o impacto foi menor. No entanto, ambas as fontes estimaram um crescimento do mercado em 2021, sobretudo em televisão e internet.

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 pelo Omnicom. O mesmo acontece com o investimento em publicidade digital, setor que ocupa a segunda posição dos segmentos com maior investimento. As estimativas do 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 serviços de programas em sinal aberto – RTP1, SIC e TVI – representam a principal fatia do investimento em publicidade, contudo as receitas publicitárias nos serviços de programas por cabo têm um ritmo de crescimento maior no período analisado. A comparação dos valores entre 2019 e 2020 indica uma diminuição do investimento em ambas as tipologias de serviços de programas; já entre 2020 e 2021 observa-se um crescimento.

O investimento publicitário em rádio depois de ter crescido nos últimos anos, em 2020 registou os valores mais baixos no período analisado. Em 2021, as estimativas diferem, a Marktest aponta para um ligeiro crescimento; por seu lado, o Omnicom assinala uma redução.

Os serviços de programas radiofónicos generalistas – Rádio Comercial e RFM – são os que, anualmente, recebem a maior parte das receitas publicitárias a preços de tabela.

A crise gerada pela pandemia afetou principalmente o investimento em imprensa. Em 2020 acentuaram-se as quebras das receitas publicitárias no setor. Contudo, em 2021 as estimativas da Marktest indicam um ligeiro aumento; entretanto os dados do Omnicom mostram uma pequena redução.

As três publicações com maior investimento publicitário, calculado a preço de tabela, são o Correio da Manhã, o Jornal de Notícias e o Expresso.

Os dados do investimento publicitário em internet revelam que foi o suporte menos afetado pela pandemia e que em 2021 cresceu face ao ano anterior.

O Sapo Homepage, Record e Correio de Manhã foram os *sites* de grupos de *media* que registaram os maiores valores a preço de tabela do investimento no digital.

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.

A ERC verifica e fiscaliza 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 de 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.

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.

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 5000€».

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.

Em 2021, foram comunicadas **93 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **30 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **12 507 407,87 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **3 090 278,51 euros** a meios de **comunicação social de âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **25 %** do total investido na aquisição de espaços publicitários.

Cerca de **25 campanhas** foram realizadas através de agências de publicidade, movimentando um total de **5 350 515,25 euros**.

Em comparação com os dados de 2020, verifica-se que, em 2021, ocorreu um aumento significativo no número de campanhas, tendo sido comunicadas mais **23 campanhas**.

Quanto ao valor global registou-se um aumento de **10 475 501,69 euros**, o qual se refletiu também no investimento direcionado para os meios regionais/locais, que aumentou **2 442 803,13 euros**.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais, foram identificadas seis **campanhas** de publicidade institucional do Estado, representando um investimento neste tipo de órgãos de comunicação social de uma parcela **inferior a 25%** do valor unitário da campanha.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações resultantes do incumprimento dos deveres na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade e, por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas, das denominações dos serviços de programas de rádio e televisão, serviços audiovisuais a pedido e plataformas de partilha de vídeos.

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

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas e, 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 7/2021, de 6 de dezembro, a ERC, no decurso de 2021, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2021, encontram-se ativos 2496 registos, distribuídos do seguinte modo:

- 1728 publicações periódicas inscritas. Do universo das publicações ativas em 2021, 588 são jornais, sendo 114 de âmbito nacional e 472 de âmbito regional;

- 300 empresas jornalísticas inscritas, com maior expressão as sociedades por quotas (182) e as sociedades unipessoais (75);
- duas empresas noticiosas inscritas;
- 328 serviços de programas de rádio inscritos, distribuídos por 284 operadores;
- 22 operadores de televisão inscritos e 62 serviços de programas televisivos;
- 11 operadores de distribuição inscritos;
- 149 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet inscritos (dos quais 144 são radiofónicos e cinco televisivos).

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

No domínio das sondagens, o ano de 2021 ficou marcado pela realização de eleições presidenciais e autárquicas e pela dissolução do Parlamento e a convocação de eleições para a Assembleia da República.

Assim, face a 2020, ano marcado pela Pandemia da Covid-19, pela realização das eleições regionais dos Açores e pela marcação e pré-campanha das eleições presidenciais de 2021, verifica-se um grande aumento do número de estudos de opinião depositados, fechando-se o ano de 2021 com 183 depósitos, mais do dobro do que o verificado no ano anterior.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de dezembro de 2021, por 17 entidades, aumentando em uma o número de licenças face ao verificado no fecho de 2020.

Caracterização geral das sondagens

Foram 13 as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2021, sendo a Eurosondagem a empresa mais representativa do setor dos estudos depositados, com uma quota de 20,8 % do total de sondagens realizadas para divulgação pública. De uma forma geral, o mercado dos estudos depositados continuou, à semelhança de 2020, plural, contabilizando-se seis empresas com produção de sondagens pré-eleitorais, de âmbito nacional ou continental, com intenções de voto legislativo e presidencial.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas, sendo responsáveis pela encomenda de 89,3 % dos estudos depositados. Os órgãos de comunicação social nacionais são o tipo de cliente mais proeminente, sendo seguidos de muito perto pelos órgãos de comunicação social regionais. Individualmente, os órgãos de comunicação social mais presentes nas fichas técnicas de depósito foram o Diário de Notícias da Madeira, o jornal Viva Douro, o Correio da Manhã, o Jornal de Negócios e a CMTV.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, o grupo temático com maior relevo, em 2021, foi aquele que integra as questões sobre a intenção e o sentido de voto, destacando-se, neste grupo, o voto autárquico, presente em perto de dois terços das sondagens registadas. Segue-se, ainda neste grupo, a intenção de ir votar e o voto legislativo. Dos outros grupos temáticos, destaque para a avaliação da imagem do Presidente da República, do Primeiro-Ministro, do Governo, do Parlamento e dos líderes partidários, do grupo relativo à 'Avaliação dos órgãos constitucionais e dos atores políticos', e para as políticas de saúde, do grupo que engloba as 'Atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes'.

Características metodológicas das sondagens

Face ao ano anterior, verifica-se um aumento no número de sondagens produzidas com base no método presencial, ainda que o método não presencial continue a ser dominante, tendo sido utilizado em 140 das 183 sondagens depositadas. 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 2021.

No campo do método de seleção das amostras, voltou a verificar-se a prevalência dos métodos aleatórios. Por sua vez, no que concerne ao âmbito geográfico das amostras, observa-se que a predominância foi para as amostras conceituais, presentes em 125 das 183 sondagens depositadas.

Em 2021 foram realizadas 295 406 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, tendo sido realizadas e validadas mais 217 436 entrevistas do que em 2020.

Divulgações de sondagens

O acompanhamento regular da cobertura informativa realizado pela ERC em matéria de sondagens de opinião permitiu sinalizar para análise, em 2021, 11 725 peças noticiosas, por potencial correspondência com os critérios de seleção metodologicamente definidos. Há registo provisório, em 2021, relativo aos meses de janeiro a agosto, de 3004 divulgações de sondagens.

Os Estudos Eleitorais em 2021

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 160 das 183 sondagens depositadas em 2021 (87,4 %). O sentido de voto mais perscrutado foi o autárquico (presente em 111 sondagens), seguindo-se o voto legislativo (presente em 45 sondagens) e o voto presidencial (presente em 13 sondagens).

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 2021, foram iniciados 60 procedimentos, resultantes principalmente de 'Queixas' (20), de 'Pedidos de informação' relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (15) e de 'Pedidos de parecer sobre sondagens' (13). Do conjunto de procedimentos finalizados em 2021 (47), 37 foram desencadeados no próprio ano e dez em anos anteriores, entre 2016 e 2020.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL 2021

O ano de 2021 continuou marcado pela presença da pandemia. Embora em menor grau do que em 2020 e evidenciando uma trajetória de recuperação, reforçou a ideia de que esta veio acelerar a tendência de transição para um mercado de publicidade mais centrado no digital.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais mais significativo nos grupos Impresa e *Media Capital* e menos significativo no Grupo Cofina e RTP. Em geral, o peso da publicidade manteve-se muito semelhante ao registado em anos anteriores.

A circulação impressa paga continuou em queda, tanto em jornais como em revistas, a digital paga apresentou um comportamento errático, a crescer em ritmo duplo dígito em alguns casos e a apresentar quebras de magnitude semelhante em outros casos. O número publicações periódicas com níveis de circulação digital superiores à circulação em papel foi ainda muito incipiente.

Na área da venda de conteúdos, seja sob a forma de subscrição de canais, direitos de transmissão ou venda e produção, 2021 foi um ano misto, com contração em algumas empresas e expansão noutras. O peso desta linha de receitas continuou relativamente modesto.

Em termos de receitas geradas através de outras linhas de negócio, menos relacionadas com o *core business*, *i.e.*, para além da publicidade e venda de publicações, assinaturas ou conteúdos, podem observar-se negócios alternativos como serviços multimédia, eventos e *marketing*, entre outras prestações de serviços. No caso dos grandes grupos económicos, 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 na Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 35 %, em 2021) não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Em 2021, de acordo com as informações dessa mesma fonte, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1119 milhões e 679 mil euros. Apesar da melhoria do enquadramento macroeconómico, os ativos e os rendimentos desceram face a 2020, embora os resultados em termos agregados tenham melhorado, com os resultados das operações a crescerem e os resultados líquidos globais a voltarem para terreno positivo, depois dos prejuízos de 2020.

No geral, pode dizer-se que o setor foi rentável. Cerca de 65 % das empresas apresentaram resultados líquidos positivos e 71 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente superiores a 2020. A alavancagem do setor permaneceu elevada, com uma proporção de capitais próprios totais para o ativo total de 18,8 %, também uma melhoria face ao ano anterior. 81% das empresas manteve capitais próprios positivos.

A maioria reportou crescimento de rendimentos em 2021 (54 % das empresas), mas é nas empresas monomédia, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, onde esse crescimento menos ocorreu, designadamente entre os operadores de rádio e publicações periódicas. Entre estas, não chegaram a metade as empresas com crescimento.

Menos positivo é o resultado apurado para o número de empresas que apresentou crescimento dos resultados operacionais (EBITDA) e líquidos: apenas 47 % das empresas reportaram crescimento do EBITDA e 46 % dos resultados líquidos.

Por distritos e regiões autónomas, cabe destacar que em Évora apenas 25 % das empresas de comunicação social conseguiram fazer crescer os rendimentos. Apesar de o panorama do país ser heterogéneo, ainda existem distritos em que as empresas que apresentaram crescimento para este agregado não chegaram a metade – seis em 20, uma situação especialmente preocupante se se pensar que em 2021 se começou a sair da situação pandémica.

O setor da comunicação social continua a caracterizar-se pela existência de um grande número de pequenas empresas e pela concentração de rendimentos, ativos e resultados nas grandes empresas. Basta referir que, dos 919 milhões de euros de rendimentos do setor, 809 milhões pertenceram apenas a 14 empresas, que correspondem ao segmento de entidades com mais de dez milhões de euros em rendimentos anuais. Os prejuízos, também eles foram concentrados, mas desta feita nas menores empresas pertencentes ao segmento das que auferem rendimentos inferiores a 100 mil euros.

De novo, pode concluir-se que, entre as empresas de *media*, as menores são as mais afetadas pelas alterações estruturais com que o setor se depara.

A pandemia de COVID-19 trouxe um acréscimo de confiança nos órgãos de comunicação social em geral e nas notícias em particular, o seu fim gera um *deficit* de atenção, nada oportuno em momentos em que a informação fidedigna e de confiança é tão importante. A tendência de migração dos últimos anos da publicidade para o *online* torna crítico o desenvolvimento, por partes dos *media*, de novas fontes de receitas.

A disputa pela captação de publicidade continua a assumir novas formas, retirando recursos aos formatos tradicionais. Para além da evolução para a elaboração de conteúdos pagos, a importância dos *influencers* nas estratégias de marketing das marcas constitui mais uma alteração com que se deparam os órgãos de comunicação social. Alteração esta que, não sendo propriamente nova - desde há muito que as marcas utilizam personalidades famosas para apadrinhar os seus produtos - a mudança do canal de comunicação através do qual o fazem apresenta-se como mais um concorrente à publicidade em meios de comunicação tradicional.

As empresas estão a desenvolver estratégias alternativas. De acordo com o relatório “*Digital News Project*”²⁸, a captação de subscrições digitais deverá ser a principal fonte de receita a desenvolver em 2022, prioritariamente à publicidade nas suas várias formas. A vasta maioria das empresas pretende aumentar o investimento em *podcasts* e áudio digital.

Neste enquadramento, as empresas de *media* não só continuam a debater-se com a alteração de paradigma ao nível da distribuição e consumo de conteúdos, cada vez mais no digital, que caracterizou os últimos anos, como também veem migrar para o digital a sua, ainda, principal fonte de receitas, a publicidade. A pandemia de COVID-19 veio acentuar e acelerar estas tendências, já há muito identificadas, e o ano de 2021 foi prova disso mesmo.

TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA TITULARIDADE, GESTÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO

O presente capítulo é construído a partir das informações comunicadas ao abrigo das obrigações legais da transparência dos *media*, sobre titularidade, gestão e meios de financiamento, disponibilizadas ao público através do Portal da Transparência da ERC.

O regime jurídico da transparência visa a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

A 20 de junho de 2022 o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1463 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras de 1848 órgãos de comunicação social.

Com base nos elementos transmitidos pelos Regulados, pode afirmar-se que, em Portugal, a comunicação social é a atividade principal de 60,5 % das entidades proprietárias do setor, o que revela dispersão, mas também transversalidade e intersecção entre os diferentes setores da atividade económica. 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 dos meios de comunicação social não envolva qualquer retorno económico e até gere prejuízos. Reitera-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, continuam a autonomizar-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.

Mais de metade dos OCS registados (53,4 %) consiste em publicações periódicas em papel ou papel/*online*. Um quarto dos órgãos de comunicação social é exclusivamente digital.

Aproximadamente metade das entidades proprietárias (47 %) e dos meios de comunicação social (53 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto.

Um outro traço desta área consiste na elevada proporção de proprietários que correspondem a pessoas singulares (perto de um quinto), os quais detêm, na maioria, publicações periódicas (85 %). Os restantes 15 % detêm serviços de

28 “*Digital News Project - January 2022 - Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*” - Nic Newman

programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI). As pessoas coletivas tendem a concentrar-se na figura jurídica das sociedades comerciais, com os seus vários tipos (56,7 % dos proprietários).

Na paisagem mediática nacional prevalecem entidades de pequena dimensão, que prosseguem essencialmente a atividade de imprensa (em suporte em papel e *online*) e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

Em 2022, foi registado na Plataforma da Transparência um novo tipo de órgãos de comunicação social - os Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido (OSAP), em conformidade com a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que transpôs para a ordem jurídica interna a Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual²⁹ e alterou a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido³⁰; com o Decreto-Regulamentar dos Registos³¹; e com a Deliberação ERC/2022/99 (TRP-MEDIA) do Conselho Regulador da ERC, de 6 de abril, sobre a alteração do âmbito de aplicação da Lei da Transparência dos *Media* que se alargou para incluir os operadores de serviços audiovisuais a pedido e os serviços audiovisuais a pedido.

Outro evento a destacar é a não oposição do Conselho Regulador da ERC, em reunião de 4 de março de 2022, à aquisição pelo grupo alemão Bauer do controlo exclusivo sobre a MCR II - Média Capital Rádios, S.A., por não se ter concluído que dela resultassem perturbações indevidas ao equilíbrio do panorama radiofónico em Portugal, ou que tal operação colocasse em causa os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a, conteúdos, cuja tutela incumbe à ERC aí acautelar³².

No domínio da televisão, em 25 de maio de 2022, o Conselho Regulador, no uso das suas atribuições e competências, deliberou autorizar a atividade de televisão ao operador Paulo Feliciano Audiovisual – Sociedade Unipessoal, Lda., através do serviço de programas temático Azores TV, sediado na Região Autónoma dos Açores, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura. A 25 de maio de 2022, o Conselho Regulador deliberou autorizar o serviço de programas temático Unifé TV, também de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, operado pela Igreja Universal do Reino de Deus. Estará vocacionado para conteúdos religiosos.

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2021)

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

Tomando em consideração a diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por período horário, e as funções na programação dos três serviços de programas, conclui-se que há uma lógica de complementaridade que se encontra determinada no CCSPRT.

Foi analisado um total de 24 566h14m10s de programação, cabendo à Antena 1 um total 7940h12m, à Antena 2 de 8455h50m00s e a Antena 3 regista 8170h12m10s.

²⁹ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que procedeu à harmonização no quadro normativo europeu da oferta de serviços de comunicação social audiovisual.

³⁰ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.

³¹ Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, mais recentemente alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro.

³² Cfr. Deliberação ERC/2022/67 (CC), de 8 de março.

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, cultura e conhecimento** e **desporto**. As restantes duas categorias presentes - **entretenimento** e **institucional/religioso** - aproximam-se de 6 % da emissão total anual.

Estas macrocategorias desagregam-se em 31 géneros, sendo que 24 estão presentes na Antena 1. Destaca-se a emissão de **música de continuidade**, com praticamente um terço do tempo de emissão (30,4 %), o que corresponde a sensivelmente 2412 horas. Esta proporção resulta de aproximadamente 21 mil músicas. Os **programas de música** representam cerca de 10,5 % das horas de emissão. O segundo género mais representado são os **noticiários (12,8 %)**, com 1018 horas.

Em contraposição, a categoria de conhecimento apresenta duas subcategorias, humor e *talk show* (respetivamente 0,8 % e 2,2 %).

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

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

No que respeita a desagregação destas grandes categorias, a *música de continuidade* destaca-se ao ser a categoria com maior percentagem de duração em cinco dos seis períodos horários. As exceções são no intervalo das 10h às 11h59, em que o destaque vai para o programa *antena aberta*, e o intervalo da noite com primazia para as *transmissões desportivas* (41,1 %).

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 **encontram-se polarizados em torno de duas funções: entreter e informar**, acumulando respetivamente 48,1 % e 45,6 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam praticamente 94 % do tempo total de emissão.

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

A função *informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 28 % do tempo total da função. Este género distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem a função *informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é *ciências e humanidades* (15,4 %), seguido pelos *boletins meteorológicos* (8,9 %).

A função *entreter* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais (79 %), designadamente *música de continuidade* (63,1 %), em destaque, e programas de música (14,5 %). Inclui também as transmissões de jogos de futebol (14,9 %).

Antena 2

na **Antena 2**, mais de metade das horas de programação emitidas recai na categoria **música** (63,2 %), representando uma soma anual de mais de cinco mil e 900 horas de emissão. Esta antena apresenta os programas **culturais/conhecimento** (34,1 %) em segundo lugar somando mais de 2200 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (1,3 %) no terceiro posto, com cerca de 110 horas contabilizadas. Ambos revelam grande intervalo em relação à primeira categoria (**música**). Estes três géneros totalizam 98,6 % da programação deste serviço de programas.

A Antena 2, com a menor diversidade de gêneros dos três serviços de programas – nove de uma grelha de 31 –, tem nas três categorias do gênero **música** as mais preponderantes na emissão. Os programas de música preenchem mais de um terço (33,7 %) com 2851 horas emitidas. A transmissão de **artes e media**, em segundo lugar, atinge 28,8 % da duração total da emissão. As 1443 horas de **música de continuidade** correspondem a 17,1 %.

A **música** assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 20h-22h59 (82,9 %). Por oposição, é no período da *manhã* 2, entre as 10h e as 11h59 que os conteúdos de música têm a sua expressão mais reduzida, sendo preponderante o gênero *cultural/conhecimento* (75,4 %).

Os programas de **música de continuidade** repartem o domínio das grelhas em três dos seis períodos horários com os **programas de música**, - predominante no período noite/madrugada (23h-05h59). No período tarde 2 (17h-19h59) e noite (20h-22h59), o destaque é conferido à emissão de **espetáculos** musicais, sejam eles em direto ou em diferido.

A programação da Antena 2 tem como função por excelência **entreter**, a qual está presente em 51,2 % da duração total dos conteúdos difundidos em 2021, ultrapassando as 4300 horas. **Informar** representa 37,8 % (3193:16:00) das horas emitidas pela Antena 2, enquanto **formar** mais que duplicou a sua duração em relação ao ano anterior, apresentando cerca de 924 horas de programação (10,9 %). Saliente-se que 79,2 % do tempo garantido à *função formar* corresponde a programas de *artes e media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património.

Antena 3

a **Antena 3** emite programas pertencentes a **cinco gêneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente predominante, seguida do **entretenimento**.

Assim, em 2021, a *música* manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando cerca de oito em cada dez horas de emissão (81,9 %) e perfazendo mais de 6691 horas. A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com aproximadamente 779 horas de emissão (9,5 %). A soma da duração destes dois gêneros principais representa a quase totalidade (91,4 %) das horas emitidas por este serviço de programas.

No conjunto da programação da Antena 3, em 2021, verifica-se a presença de 15 *gêneros*, num total de 31. Destes, a **música de continuidade**, com aproximadamente 3968 horas (48,6 %) e os **programas de música**, com 2650 horas (32,4 %), destacam-se, respetivamente, no primeiro e no segundo lugares em termos de horas de emissão. O terceiro gênero mais importante, a distância assinalável, é o **talk show** (7,9 %).

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 gêneros, em qualquer período horário. O peso da música chega a ser de 94 % na *noite/madrugada* e de mais de 85 % quer no primeiro período da tarde, quer no da noite. Em contrapartida, a música apresenta menor concentração na primeira parte da manhã e na segunda da tarde (respetivamente 64,6 % e 67 %).

O *entretenimento* regista a segunda maior presença no primeiro período da manhã (06h-09h59), segundo da tarde (17h-19h59) e noite (20h-22h59). Nos blocos da manhã (10h-11h59) e *tarde 1* (12h-16h59) esta categoria é ultrapassada pelos conteúdos enquadrados no macrogênero *cultura/conhecimento*.

No bloco da noite/madrugada, as três categorias, entretenimento, cultura/conhecimento e informação, apresentam uma presença de 2 %.

A **função entreter domina** a programação da Antena 3 ultrapassando as nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, sensivelmente 7401 horas de emissão.

Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 88,5 % do tempo total da função. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro género mais expressivo na duração total desta função (8,8 %).

Os conteúdos destinados a informar representam cerca de 9,4 % do total anual da programação. Esta função surge associada a nove géneros de programas pertencentes, na sua maioria, ao macrogénero *informação* e *cultural/conhecimento*.

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 Facebook, a par da existência de número WhatsApp.

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 *video-clips*, 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 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 2021, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou cinco pedidos de modificação de projeto, dois com alteração da tipologia.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados sete pedidos de alteração do controlo do capital social, mais um do que no ano anterior.

Em 2021, não se verificaram cessões de serviços de programas de âmbito local e respetivas licenças.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 14 (catorze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet.

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS

Em 2021, a ERC efetuou dez ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local para a verificação das obrigações legais, de acordo com o plano aprovado pelo Conselho Regular, 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.

De referir que as ações de fiscalização não foram possíveis de realizar nos estúdios/sedes dos operadores, localizados em 16 (dezasseis) distritos de Portugal Continental, devido à situação pandémica existente à data.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

Os indicadores resultantes da análise de 2021, no que respeita à difusão de música portuguesa, permitem concluir que a quase generalidade dos serviços de programas radiofónicos que submetem os dados no “Portal das Rádios”, com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas 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, pelo que a análise efetuada não compreende a totalidade dos serviços licenciados a nível nacional.

Além dos serviços de programas de cobertura local ativos no portal, constituída por uma amostra mensal de 130 serviços de programas, cuja comunicação de dados por via da plataforma “Portal das Rádios” foi regular, monitorizaram-se mensalmente as quotas dos serviços também ativos, um de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

A análise dos dados dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, do operador de serviço público, constam de relatório autónomo.

Dos serviços ativos analisados no presente relatório e no que se refere aos de cobertura local, de acordo com os dados rececionados, uma proporção bastante superior a 90 % mantém o cumprimento da quota legal de difusão de música portuguesa.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa. Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passou a ser obrigatoriamente preenchida, a partir do mês de março, com a quota mínima de 30 % de música portuguesa, aplicando-se ainda nos meses de janeiro e fevereiro a quota mínima de 25 %.

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

O serviço de programas de âmbito regional M80 cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % (janeiro e fevereiro) e 30 % (março a dezembro) de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7h às 20 horas.

Do mesmo modo no que respeita à subquota de música em língua portuguesa, também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem de 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados Rádio Comercial, RR e RFM cumprem na maioria ou ultrapassam a quota de 30 % de música portuguesa, não obstante algumas oscilações, tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7h às 20 horas.

No que respeita à subquota de 60 %, constata-se que os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, assim como no período das 7h às 20 horas, registando a RR, mais uma vez, a percentagem mais elevada, superior a 90 %.

Acresce ainda a quota de música recente fixada em 35 %, que nos serviços RFM e Rádio Comercial reflete, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

Em 2021, as difusões musicais da RR revelam alguma quebra na música recente, tendo em conta os valores observados no ano anterior, que se prendem a constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo da estação, mas com evolução favorável até ao final do ano, nomeadamente em dezembro, mês em que regista uma percentagem superior a 30 %.

Foi acautelado o acompanhamento dos serviços de programas no sentido da resolução dos desvios face aos valores previstos na lei e de os sensibilizar para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Em cumprimento do n.º 3 do artigo 44.º, foi atualizada a disponibilização pública no site da ERC de obras de música portuguesa, que foram comunicadas à ERC pela SPA, AFP/Audiogest e pela Warner Music.

Encontram-se isentos do cumprimento integral das quotas de música 33 (trinta e três) serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/2008, de 29 de agosto), cuja programação musical assenta nos géneros Hip hop/Rap/Urbana; Infantil, Jazz/blues, *Dance* e Clássica.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

De acordo com a análise efetuada, a Antena 1, no que respeita à difusão de música portuguesa, 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 perto ou 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 muitas vezes superou 80 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, com cálculo de uma média anual de 89,3 %.

No que se refere à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, as percentagens mensais apuradas mostraram-se quase sempre superiores ao valor em referência, ultrapassando os 40 %.

A Antena 3, no domínio da música portuguesa, assinalou quotas 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 valores quase sempre superiores a 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7h às 20 horas.

Da mesma forma, durante o ano de 2021, a Antena 3 registou valores muito significativos de música recente, com percentagens que superam 80 %, defendendo a grande importância atribuída à divulgação de novas obras de música portuguesa.



TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2021)

Sintetizam-se neste relatório alguns dos principais resultados referentes à verificação do cumprimento dos princípios do **pluralismo** e da **diversidade** na **programação televisiva exibida em 2021** 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**, 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) **Géneros televisivos** 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 com obrigações específicas**, 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 nacional³³.

Nesta súmula dá-se conta dos resultados quanto às três primeiras dimensões de análise: géneros televisivos, funções da programação e diversidade de programação em horário nobre.

Foram identificados todos os programas que integraram as grelhas de programação e classificados quanto ao seu **macrogénero**, **género** e **função dominante**. No total dos seis serviços de programas analisados, os mesmos correspondem a 44 792h14m55s de tempo de emissão, assim repartido: **RTP1** com 7017h13m24s; **RTP2** com 8656h05m28s; **SIC** com 6386h42m47s; **TVI** com 6413h37m33s; **CMTV** com 7158h09m29s e **RTP3** com 8301h50m12s.

Em termos de número de exibições dos programas analisados, foram observados os seguintes totais: **RTP1** com 7219 programas, **RTP2** com 25 963 programas, **SIC** com 6273 programas, **TVI** com 6990 programas e **RTP3** com 13 100 programas. No caso da **CMTV** tal não foi de novo possível³⁴, uma vez que nas suas grelhas de emissão nem sempre é possível distinguir espaços de programação autónomos e claramente delimitados.

Independentemente da expressão que cada género de programas assume, seja em tempo de programação ou no número de exibições, a RTP1 exibiu programas enquadráveis em 33 géneros dos 39 que compõem a grelha de análise. A RTP2 exibiu programas de 31 géneros. Na programação da SIC foram identificados programas classificados em 23

³³ A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores, sendo o principal a *duração total* (volume anual de horas de emissão), complementado pela *frequência de exibição* (número de edições de programas) sempre que necessário para aferir obrigações quantificadas.

³⁴ Em 2021, a ERC enviou um ofício à CMTV a solicitar um esclarecimento em relação ao programa "Investigação CM", concretamente, se o mesmo deveria ser considerado um programa autónomo ou parte integrante do serviço noticioso "CM Jornal 20h", uma vez que tal nem sempre era claro. A CMTV esclareceu a ERC, comprometendo-se a demarcar com clareza o "Investigação CM" como programa autónomo da sua grelha de programas, procedimento que seria recomendável em relação aos restantes conteúdos da grelha de programas que não se encontram claramente delimitados como programas.

gêneros televisivos. Os programas apresentados pela TVI foram classificados em 25 gêneros. A programação da CMTV repartiu-se por 18 gêneros. No caso da RTP3, foram identificados, igualmente, 18 gêneros de programas.

Considerando o tempo de programação, verifica-se que no caso da RTP1 os formatos de *entretenimento* e de *informação* foram os mais representados, com parcelas bastante semelhantes (respetivamente, 35,2 % e 34,7 %). Nos casos da SIC e da TVI, os formatos de *entretenimento* foram claramente dominantes em relação aos restantes (respetivamente, 47,6 % e 45,4 %). Na RTP2, a maior parcela de tempo de programação foi ocupada pelos *infantis/juvenis* (29,4 %). Em primeiro lugar na CMTV esteve o macrogénero *informativo*, que representa mais de dois terços (67,8 %) do tempo de programação. Na RTP3, o *informativo* foi igualmente o macrogénero mais representado (82,7 %) – resultado congruente com a vocação informativa do serviço de programas temático do operador de serviço público.

Quanto às *funções* da programação exibida, foi nos dois serviços de programas generalistas do operador de serviço público que se verificou uma repartição mais equilibrada entre as duas principais, *entretener* e *informar*: na RTP1 *entretener* esteve associado a 54,5 % do volume horário e *informar* a 43,4 %; na RTP2, a primeira representou 49,6 % e a segunda 43,5 %. Importa acrescentar que a terceira função mais presente, quanto ao segundo serviço de programas de serviço público, foi *formar* (5,4 %), uma expressão que, apesar de reduzida, é a mais relevante entre os serviços de programas analisados. No caso da RTP1, as restantes funções consideradas na análise (*formar* e *promover/divulgar*) apresentaram uma representação manifestamente residual.

Os resultados da SIC e da TVI mostram uma distribuição análoga: nas suas grelhas de programação de 2021 destacou-se claramente a função *entretener*, representando cerca de sete em cada dez horas de programação (74,0 % e 74,1 % respetivamente); a função *informar*, a segunda com maior expressão, no caso da SIC representou um quarto do volume horário total (25,7 %) e na TVI apresentou valores não muito distantes (22,6 %). Também nestes dois serviços de programas, a programação que privilegiou as funções *formar* e *promover/divulgar* teve uma expressão residual.

No caso da CMTV, 87,0 % do tempo de programação está associado à função *informar* – presente não só em programas classificados no macrogénero *informativo*, mas também noutros, por exemplo, programas de informação temática *desportiva*. Este indicador reforça a conclusão de que a CMTV apresenta um perfil mais congruente com um serviço de programas temático do que com um serviço de programas generalista, caracterização que justifica a ressalva quanto à diversidade da CMTV que tem vindo a ser feita em anos sucessivos e que se renova no presente relatório.

Na RTP3, a função *informar* está associada à quase totalidade de horas da programação do canal (97,9 %), como seria relativamente expectável devido à vocação informativa deste serviço de programas.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência – o *horário nobre* (20h00-22h59) – faz parte das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Na RTP1, cuja programação neste horário se repartiu por 21 gêneros, os três primeiros gêneros concentram 75,7 % do tempo de programação, repartindo-se por *concurso/jogo*, *serviço noticioso* e *série*. A RTP2 apresentou uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório, com 26 gêneros identificados na programação neste período horário, ao longo de 2021. Os três gêneros mais presentes – *série*, *serviço noticioso* e *documentário* – representam, juntos, 59,1 % do tempo de programação neste horário.

Nos serviços de programas SIC, TVI e CMTV, e à semelhança do que tem vindo a ser realçado em anos anteriores, observaram-se resultados críticos no que diz respeito à diversidade em horário nobre. Na SIC, o *serviço noticioso* desse período horário (“Jornal da Noite”) e as *telenovelas* concentraram 80,4 % do tempo (respetivamente 48,4 % e 32 %). O terceiro género mais expressivo foi o *reality show*, que ocupou cerca de 5,8 % do tempo da programação exibida nessa faixa horária. No caso da TVI, o cenário é semelhante. Assim, o *serviço noticioso* de horário nobre (“Jornal das 8”) e as *telenovelas* ocuparam 82,2 % do tempo (o primeiro com 47,5 % e as segundas com 34,7 %). A terceira posição é, neste caso, ocupada pelas *transmissões desportivas* (6,8 %) que, ainda assim, apresentam um peso relativo muito próximo do alcançado pelos *reality shows* (6,5 %), o quarto género com mais horas transmitidas em horário nobre.

No caso da CMTV, a fraca diversidade de géneros de programas em horário nobre é ainda mais evidente: 63,8 % do tempo foi ocupado por *serviços noticiosos* (“CM Jornal 20h”), tendo os *comentários desportivos* ocupado a segunda posição, com 28,2 % do tempo (com os programas “Golos” e “Liga d’Ouro”). Juntos, esgotam 92 % do tempo de horário nobre, valor que sobe para 98,9 % se considerarmos o terceiro género com maior expressão: a reportagem, que ocupa 6,9 % do tempo (com o programa “Investigação CM”).

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 da 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 o 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 2021, a amostra contempla um total de **3855 peças** com a seguinte distribuição:

- “Telejornal”, da RTP1 - 712 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 378 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC - 813 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 856 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 1096 peças.

Os principais resultados demonstram que as **temáticas dominantes** mais frequentes são a **política nacional, saúde e ação social e desporto** no “Telejornal”, no “Jornal da Noite” e no “Jornal das 8”, ocupando cerca da metade ou mais das peças analisadas nos noticiários. Já no “Jornal 2” a **política nacional, saúde e ação social e política internacional**, encontram-se entre os três temas dominantes, abrangendo 62 % das peças do noticiário. No “CM Jornal 20H” a **ordem interna, desporto e política nacional** reúnem 62 % das peças deste *serviço noticioso*.

Em 2021, a **política nacional** volta a ter uma proporção importante, como nos anos anteriores à pandemia, ocupando a primeira posição no “Telejornal”, “Jornal 2”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”. O tema **saúde e ação social** está relacionado com a pandemia de Covid-19 e, considerando a subcategoria temática *epidemia/pandemia*, esta ocupa 6 % do tempo total analisado, ou seja, menos seis pontos percentuais do que em 2020.

Embora se verifique uma concentração dos três temas dominantes mais frequentes, o “Jornal da Noite” e o “Jornal das 8” apresentam a maior diversificação das categorias temáticas avaliadas, seguido pelo “Telejornal”. No “Jornal 2” esta diversidade é menor, aspeto relacionado com a menor duração dos blocos informativos; já no “CM Jornal 20H”, apesar de ter a maior duração média por edição, identifica-se uma menor diversidade temática, influenciada pela repetição de peças sobre assuntos da *ordem interna*.

Os temas dominantes *política nacional* e *ordem interna* apresentam diversos assuntos. Já o tema *saúde e ação social* está relacionado essencialmente com a pandemia. Por outro lado, o *desporto* caracteriza-se pelo domínio das competições de futebol do Benfica, Sporting e Porto.

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 é mencionada de forma genérica sem que seja destacada uma região particular, com exceção do “CM Jornal 20H”, 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 a *Região Autónoma da Madeira*, a *Região Autónoma dos Açores*, o *Alentejo* e o *Algarve* surgem num número residual de peças.

O número de peças com **manifestações culturais portuguesas** é reduzido nas edições analisadas. O “Jornal 2” mostra o maior número de peças deste género, mas o “Jornal das 8” e o “Jornal da Noite” apresentam peças sobre as manifestações culturais de várias regiões do país.

Duas em cada dez peças referem-se a **acontecimentos internacionais**, destacando-se os assuntos dos países do **continente europeu**, principalmente do Reino Unido, Espanha e Alemanha, bem como sobre assuntos que envolvem vários países da União Europeia ou da Europa. Salienta-se que os assuntos cobertos nos países com maior destaque são tendencialmente variados.

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, saúde e ação social, sociedade e comunicação**. Embora essas fontes sejam distribuídas, em termos do seu peso relativo, de forma diferente em cada bloco noticioso analisado, as fontes de *política nacional* são predominantes em todos os *serviços noticiosos*, registando um maior peso relativo na RTP2 e na SIC e menor na CMTV.

Ainda no que respeita a fontes, mantem-se uma forte tendência de **predominância de fontes do sexo masculino**, com um peso relativo de um mínimo de 69 % no *serviço noticioso* “Jornal das 8”, da TVI, e um máximo de 73 % no “Jornal da Noite”, da SIC. Note-se que as restantes fontes se distribuem entre o *sexo feminino*, *ambos os sexos*, ou *não aplicável*, motivo pelo qual o peso relativo do *sexo feminino* enquanto fonte de notícia se situa entre os 20 % no *serviço noticioso* de horário nobre da CMTV (que assim apresenta simultaneamente o valor mínimo de fontes do *sexo masculino*, mas também do *sexo feminino*) e do “Jornal da Noite”, da SIC, e os 22 % no “Jornal 2”, da RTP2.

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, em primeiro lugar, às áreas da *política nacional* em todos os *serviços noticiosos*. Em segundo lugar, destacam-se os protagonistas da área do *desporto*, com exceção da RTP2 que tem nesse lugar os protagonistas da *comunidade internacional*.

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 do *sexo feminino* — nacionais e estrangeiras — continuaram a estar representadas em minoria na amostra de 2021 e em todas as categorias de atores. Ainda que em minoria, são sobretudo integradas nas subcategorias de *ministros, secretários-gerais e presidentes dos partidos* (categoria *política nacional*), *representantes de organismos públicos na área da saúde* (categoria *saúde e ação social*) e *familiares ou cidadãos comuns adultos* (categoria *sociedade*).

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 *representantes de partidos políticos estrangeiros*; na *comunidade europeia*, os *representantes de Estado e de Governo dos países-membros* e, no *desporto*, os *atletas e técnicos desportivos* integrados em clubes nacionais e em europeus.

A presença de **cidadãos portadores de deficiência, de migrantes e das minorias étnicas, religiosas, linguísticas e culturais** regista um peso marginal nas peças dos *serviços noticiosos* analisados, tanto como fonte de informação como protagonistas da peça.

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE – RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

O cumprimento dos deveres de **rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis** é uma obrigação a que os serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV estão legalmente sujeitos (consultar enquadramento legal e deontológico no capítulo correspondente).

A verificação dessa obrigação parte da aplicação aos noticiários de horário nobre desses cinco canais da metodologia de análise de conteúdo que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007. É considerado um conjunto de dimensões de análise que decorrem diretamente do enquadramento legal aplicável: 1) Separação entre informação e opinião; 2) Atribuição e identificação das fontes de informação; 3) Respeito pelo princípio do contraditório; 4) Objetividade jornalística; 5) Respeito pela presunção de inocência; 6) Proteção da identidade das vítimas/pessoas em situação de vulnerabilidade.

Os resultados apurados decorrem do visionamento das **30 edições emitidas em 2021 por cada um dos serviços noticiosos (um total de 150 edições)** que serviram de base à verificação das obrigações de pluralismo e diversidade.

Em termos de resultados, importa notar que foram visionadas e analisadas:

- “Telejornal”, da RTP1 – 712 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 378 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC – 813 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 856 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 1096 peças.

O ano em análise refletiu o relevo assumido pela cobertura noticiosa da pandemia COVID-19. O seu enfoque temático passa pelas políticas de saúde e educação, bem como pelas medidas de apoio laboral e ação social, incluindo, igualmente, o tema do ensino à distância. Esta cobertura trouxe algumas particularidades refletidas nas dimensões de análise associadas ao rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis e serão sinalizadas sempre que pertinentes.

Na dimensão que avalia o rigor informativo a partir da verificação da **separação entre informação e opinião**, constatou-se como característica comum a todos os noticiários analisados que, tendencialmente, os espaços de comentário são inseridos nos alinhamentos devidamente demarcados como opinião, sendo atribuídos a personalidades que os operadores apresentam como comentadores.

Ainda na análise desta dimensão, mas considerando a vertente que verifica se os conteúdos da responsabilidade dos operadores tiveram ou não marcas de subjetividade e opinião por parte de quem os construiu, observou-se que em

98 % dos conteúdos emitidos pelos cinco noticiários não se identifica qualquer **elemento opinativo no discurso do operador** suscetível de comprometer o rigor da informação.

No que diz respeito à **atribuição e identificação das fontes de informação** sobressai, como tendência dominante, comum aos noticiários da RTP1, RTP2, SIC e TVI, que entre 83 % a 90 % das peças têm *informação atribuída* (isto é, identificaram pelo menos uma fonte de informação). No caso da CMTV isso verificou-se em 75 % das peças.

No entanto, quando analisado o **nível de atribuição da origem da informação**, constata-se que entre 34 % a 44 % dos casos essa atribuição **foi parcial**, o que significa que apenas parte das fontes de informação foram identificadas/explicitadas. Nestes casos, em 2021, à semelhança do ano anterior, a parcialidade na identificação das fontes deve-se, em grande medida, à presença de dados sem referência à sua origem. Nas edições monitorizadas, estes correspondem, em muitas situações, a números da pandemia (relativos a diferentes regiões do País e/ou do mundo) que são destacados sem se especificar a respetiva fonte.

Quanto ao respeito pelo princípio do contraditório, constatou-se o predomínio das peças que não exigiram a sua aplicação. Entre 86 % (SIC) a mais de 90 % das peças (TVI, CMTV) não implicaram a aplicação do *princípio do contraditório*, sendo que nos casos em que é exigido, tal tendeu a ser respeitado.

Considerando o respeito pela **objetividade jornalística**, nomeadamente a verificação da existência de elementos sensacionalistas, observou-se que as peças com a presença de pelo menos um elemento sensacionalista representam 2,7 %. Os blocos informativos da RTP2 registam os valores mais baixos e os da CMTV os mais altos.

As peças com elementos suscetíveis de desrespeitar a **presunção da inocência** não representam um valor elevado (0,3 %). Verifica-se, porém, que os 12 casos identificados reportam, na sua globalidade, ao “CM Jornal 20h” (CMTV).

Quanto à **proteção das vítimas**, foram contabilizadas 34 peças com *identificação de vítimas* em que se considera que a sua vulnerabilidade é explorada. Tal ocorre em todos os serviços de programas. A CMTV regista 23 peças, a TVI cinco e os restantes três serviços de programas duas.

De notar, igualmente, que a cobertura da pandemia se correlaciona com matérias de importância para a proteção das vítimas e pessoas em particular estado de vulnerabilidade (exemplo de menores e idosos) e imagens de natureza violenta (exemplo de doentes acamados e de procedimentos clínicos mais invasivos), ou seja, a necessidade de tomar em consideração o equilíbrio entre a importância de informar sobre a evolução da pandemia e, simultaneamente, a preservação da imagem e da identidade e a não exploração de situações suscetíveis de afetar públicos vulneráveis. A este propósito, o Conselho Regulador da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social aprovou um conjunto de normas orientadoras para incentivarem padrões de boas práticas por parte dos órgãos de comunicação social, sob jurisdição portuguesa, na cobertura de doenças e situações epidémicas³⁵.

São 35 as peças com **elementos violentos** que podem suscetibilizar públicos mais vulneráveis. O “Jornal 2” (RTP2) regista duas peças, o “Telejornal” (RTP1) três peças, seguindo-se o “Jornal das 8” (TVI) e o “Jornal da Noite” (SIC), ambos com cinco, e o “CM Jornal 20h” (CMTV), com o maior número, 20 peças.

As peças consideradas suscetíveis de contribuir para a discriminação de determinados grupos sociais ou comunidades compreendem **quatro** situações da CMTV. Entre estas situações destacam-se as referências à nacionalidade ou pertença étnica (três) e religião (uma) de sujeitos envolvidos em situações desviantes.

São 87 as peças que referem **vulnerabilidades e necessidades especiais**. As presenças mais significativas reportaram ao foro psicológico/mental (29 peças, cabendo 14 à CMTV).

Irá disponibilizar-se no sítio eletrónico da ERC uma versão detalhada dos resultados apresentados no presente relatório.

35 Vide “Comunicado aos profissionais da comunicação social no contexto do combate à pandemia” e “Guia de boas práticas na cobertura de doenças e situações epidémicas”.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

Em 2021, a ERC analisou de forma regular o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado nesse ano um total de 110 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP1 (39) e o menor número de casos a verificar-se na RTP2 (17).

Tal como já havia sucedido em 2020, também em 2021 o serviço RTP1 do operador público assume a liderança no número total de alterações da programação verificadas, sendo que os dois serviços do operador público, RTP1 e RTP2, continuam a manter um elevado número de casos, apesar da descida verificada, havendo ainda espaço para melhoria. No entanto, deve referir-se que esta situação fica a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo as alterações sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, especialmente no que se refere à natureza da programação transmitida em direto, como, por exemplo, competições desportivas.

O serviço RTP1, com um total de 39 ocorrências, foi seguido de perto pelo serviço SIC, que registou, em 2021, 36 ocorrências. Abaixo das duas dezenas de casos registados ficaram os serviços TVI, com 18, e RTP2, com 17. Para a TVI, o resultado alcançado em 2021 foi o melhor desde 2017 (11) e 2018 (7) e a RTP2, em todo o quinquénio, só em 2017 teve um menor número de alterações da programação (10).

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos quatro serviços regularmente analisados, verificou-se que os meses com maior incidência de ocorrências foram janeiro, maio, julho e setembro, todos com 16 ocorrências, seguidos de março (14). Por sua vez, o mês de novembro registou apenas uma ocorrência.

Não se pode, contudo, concluir por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma vez que todos tiveram os seus picos de ocorrências em meses não coincidentes, excecionando-se o mês de maio, em que a RTP1 (10) e a TVI (4) assinalaram os valores mais elevados. No entanto, também essas situações foram motivadas por eventos distintos entre si – a título de exemplo, na RTP1 estiveram em causa alterações motivadas por *transmissões desportivas* (hóquei em patins) e religiosas (Missa Solenidade da Ascensão do Senhor) e na TVI esteve em causa uma homenagem póstuma à atriz Maria João Abreu.

Importa assinalar que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, 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. Só em casos especiais, analisados casuisticamente, as situações que não se enquadram exatamente na norma de exceção podem ser relevadas pelo Conselho Regulador da ERC, designadamente pela sua inexpressividade na análise global.

No decurso de 2021, o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de apenas um processo contraordenacional relativo ao “Anúncio da programação”, quanto ao serviço de programas SIC, no que respeita ao apuramento do terceiro trimestre de 2021, o qual ainda não teve decisão.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último quinquénio (2017/-2021), 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) e 2020 (239), baixando novamente em 2021, para um total de 110 situações, com uma

diferença de menos 129 casos de alteração da programação registados neste último ano em face do ano imediatamente anterior.

Ressalva-se que, em 2017, os máximos totais de situações irregulares mostraram uma consistência com dois acontecimentos de relevo a nível nacional (morte do Dr. Mário Soares e os “incêndios de Pedrógão Grande”); e, em 2020, a grande maioria das situações irregulares esteve esmagadoramente relacionada com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações.

Contrariamente, nos anos de 2018, 2019 e 2021 não foi possível apurar um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas.

Para além dos quatro serviços generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, durante 2021 foram ainda analisados, por amostragem aleatória, os serviços de âmbito nacional SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV 5, A Bola e 11, todos temáticos de desporto, os serviços SIC Radical e SIC Caras, temáticos de *entretenimento*, o serviço SIC Mulher, temático de assuntos relacionados com o universo “mulher”, e o serviço Casa e Cozinha, temático de *entretenimento/lifestyle*. À exceção dos serviços SPORT TV3 e SPORT TV 5, que são de acesso condicionado, todos os restantes serviços são de acesso não condicionado com assinatura.

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”.

Note-se que, de entre as situações analisadas, algumas puderam enquadrar-se na norma de exceção do n.º 3 do art.º 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – situações quase todas inerentes a programação desportiva em direto – e as que não se puderam enquadrar foram relevadas, atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespectadores e por motivos de economia processual.

Em 2021, não foi aberto qualquer processo contraordenacional quanto à matéria do “anúncio da programação” nos serviços temáticos analisados: SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV 5, A Bola, 11, SIC Radical, SIC Caras, SIC Mulher e Casa e Cozinha.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda, nos seus serviços de programas, encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Em 2021, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade por amostra, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram ainda verificadas as emissões dos serviços de programas temáticos A Bola TV, 11, Casa e Cozinha, SIC Caras, SIC Mulher, SIC Radical, Sport TV+, Sport TV3 e Sport TV5.

Estes serviços foram também objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º-A e seguintes da LTSAP.

No que respeita ao cumprimento das normas contidas na LTSAP, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, não se verificaram situações de incumprimento, à exceção da SIC nos 3.º e 4.º trimestres.

O tempo de mensagens que preenche os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI, é, na maior parte, ocupado com autopromoções.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das figuras do patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados para o estrito cumprimento das normas constantes da LTSAP.

Em 2021, foram medidos os níveis de volume de som de cinco serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado flutuações significativas dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e 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 sob jurisdição do Estado Português.

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 (LEG), a RTP1 não atingiu o mínimo de horas previsto no Plano Plurianual em oito das doze semanas analisadas em 2021.

Por sua vez, a RTP2 excedeu a meta de programação acompanhada por esta acessibilidade em todas as semanas analisadas.

No que respeita à Língua Gestual Portuguesa (LGP), cumpre destacar que o serviço RTP1 excedeu largamente o mínimo previsto em todas as semanas da amostra, ultrapassando, na semana 50, mais de 56 horas de programação acompanhadas por LGP. A RTP2 cumpriu o previsto na globalidade, com exceção das semanas 27 e 32/ 3.º trimestre, onde os conteúdos emitidos, enquadráveis nos géneros do Plano Plurianual e a interpretação de um *serviço noticioso* noturno, não foram suficientes para atingir o cômputo de horas previsto no Plano. Tal foi motivado por alterações da grelha de programação, com a suspensão de programas que integram os géneros contabilizados nesta acessibilidade, pelo que se considerou ser aplicável o previsto no ponto 13.8 das Regras complementares do Plano Plurianual.

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

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP 3, cumpriu, na globalidade, o Plano Plurianual no que concerne a acessibilidade de Língua Gestual Portuguesa nas semanas analisadas, salvo na semana 27, que apresentou um desvio pouco significativo que foi relevado.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito regional, RTP Madeira e RTP Açores, cumpriram o Plano Plurianual na globalidade das semanas analisadas, cumprindo salientar, todavia, que em algumas semanas não foi possível obter a informação sobre esta acessibilidade nos serviços de programas em questão por motivos técnicos.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, SIC e TVI, em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a SIC cumpriu globalmente o volume de horas previsto nas semanas analisadas, com exceção das semanas 24 e 37, tendo as ocorrências sido relevadas. A primeira em razão de se tratar de um desvio pouco significativo e a segunda por insuficiente programação enqua-

drável nas obrigações do Plano Plurianual, em razão da emissão de um evento em direto, pelo que se observou o princípio da liberdade de programação.

O serviço de programas TVI não registou o volume de horas necessário de programação acompanhada por esta acessibilidade, nas semanas 1, 6, 12, 37, 41 e 50, situações que foram relevadas, tendo em conta que se observou, entre outros, um elevado volume de horas de emissão em direto, pelo que não foram disponibilizados conteúdos programáticos que permitissem ao operador cumprir o mínimo de 18 horas de legendagem exigido pelo Plano Plurianual.

No que respeita à Língua Gestual Portuguesa (LGP), os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional cumpriram, globalmente, o volume mínimo obrigatório de horas emitidas de programas acompanhados por esta acessibilidade.

Relativamente à audiodescrição, ambos os serviços de programas cumpriram o estipulado no Plano Plurianual, sendo de destacar que a TVI emitiu cerca de 64 horas de programação acompanhada de audiodescrição, ultrapassando largamente o valor de referência (12 horas).

Quanto aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, Porto Canal, CMTV, SIC Notícias e TVI24/CNN Portugal (a TVI24 passou a ter a designação de CNN Portugal a 22 de novembro de 2021), a obrigatoriedade de três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa foi cumprida. De destacar que a CNN e o Porto Canal emitiram mais de 93 e 95 horas, respetivamente, de emissão de programação acompanhada por LGP.

De assinalar, também, o cumprimento generalizado das “Regras Complementares” do Plano Plurianual, no período em que decorreram as eleições Presidenciais 2021 (24 de janeiro), bem como as eleições Autárquicas (26 de setembro), de onde apenas ressalta a abertura de um processo contraordenacional, concernente ao serviço de programas Porto Canal, motivado por falta de acompanhamento de interpretação por meio de língua gestual portuguesa dos debates no âmbito das eleições autárquicas.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei da Televisão foi alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que entrou em vigor a 17 de fevereiro de 2021, não tendo sido introduzidas alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe ‘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 2021, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2019. Contudo, o operador de serviço público, no serviço de programas RTP2, não garante, pelo quinto ano consecutivo, as quotas de programas em língua portuguesa, nem de obras criativas, tendo sido proposta a abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., ao abrigo do disposto nos n.ºs 1 a 3 dos artigos 44.º e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no incumprimento

das percentagens dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas originariamente em língua portuguesa - Deliberação ERC/2022/56 (PROG-TV), de 16 de fevereiro.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas de temática infantil-juvenil, à exceção do Canal Panda. A percentagem de programas originariamente em língua portuguesa continua a descer em todos os serviços de programas do operador SPORT TV, o que reflete as alterações de programação e nomeadamente a aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Mais se retrata que os serviços de programas cuja temática é cinema e séries têm vindo a apresentar quotas bastante aquém do expectável, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte-americana.

Relativamente às obras criativas, registam-se descidas na generalidade dos serviços do operador RTP, à exceção da RTP2, sendo nos serviços de programas de desporto e informação, pelas características da temática, residual ou inexistente.

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 2021, dos 46 serviços de programas avaliados, 35 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 21 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+, Localvisão TV, Sporting TV e Kuriakos TV, o que se deve, em grande medida, a serem canais de produção própria.

Relativamente à quota de 5 % a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, tendo a SIC apresentado o percentual mais elevado, ou seja, mais de metade da totalidade de produção independente recente.

Ao longo dos últimos cinco anos a incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares não tem sofrido inflexões de relevo, sendo gradativa. Não obstante, denota-se um crescente declínio na integração de produção independente recente nos serviços de programas.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que todos os operadores de serviços audiovisuais a pedido integraram, em catálogo, uma percentagem superior a 30 % e lhes garantiram uma posição proeminente, recorrendo a mecanismos ao nível dos menus e da comunicação com os clientes.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

O ano de 2021 promoveu alterações no mercado audiovisual, as quais foram mais visíveis no mercado de conteúdos não lineares. Fruto da alteração da Lei da Televisão, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, e consequente obrigatoriedade de registo dos serviços audiovisuais a pedido, assistiu-se a alterações fundamentais no consumo e consequentes análises daí decorrentes.

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.

Contudo, as estratégias dos serviços de televisão lineares, em 2021, ficaram também condicionadas pela continuidade de restrições da Covid-19, com repercussões na repetição de conteúdos e um forte pendor de conteúdos informativos e programas de estúdio nas linhas editoriais dos serviços de programas generalistas.

De facto, a pandemia influiu na programação dos canais generalistas em sinal aberto que exibiram linhas de programação uniformes, sendo certo que o segundo serviço de programas do operador público continua a orientar a sua produção para conteúdos no género *cultural/conhecimento* e com uma acentuada dimensão de produção europeia.

Assim, pretende-se dar uma abrangência sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Traça-se ainda uma retrospectiva das produções que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos *infantis/juvenis* (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2021.

Integram as análises constantes neste relatório os programas de natureza criativa, cuja produção deriva diretamente da atividade do setor industrial do audiovisual, com reflexos na sua cadeia de valor.

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.

VOLUME I

Atividade Regulatória



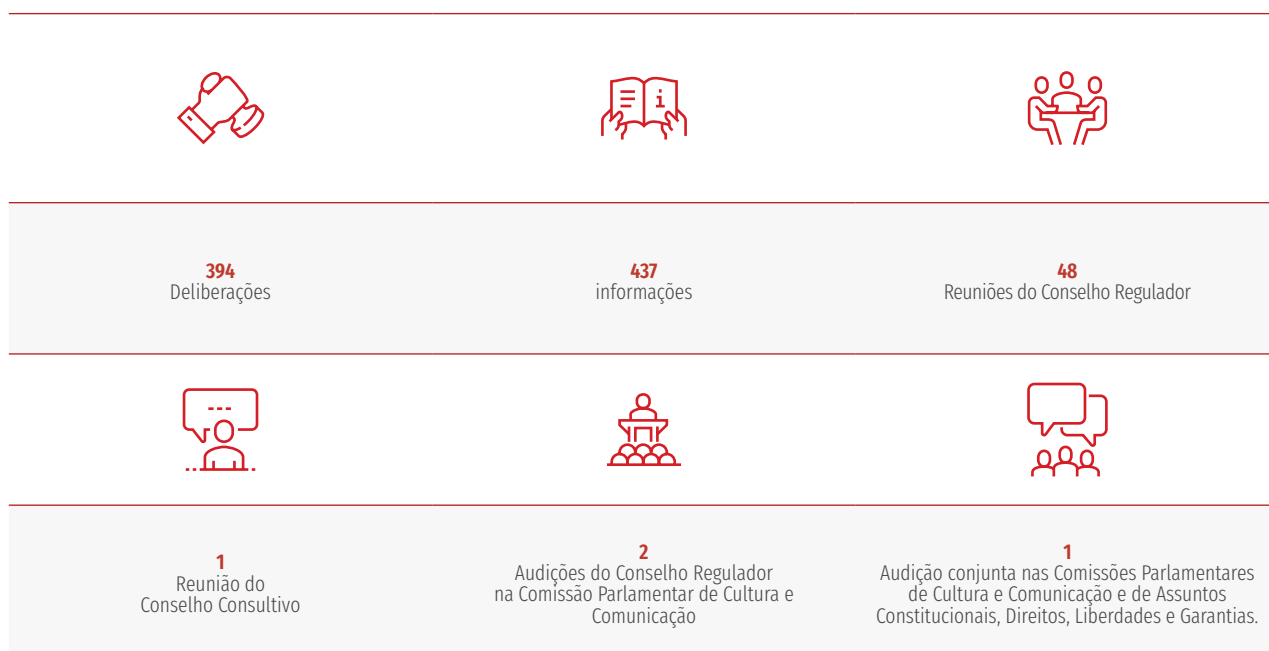
A ERC EM 2021 NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

1. VISÃO GLOBAL

Em 2021, os serviços da Entidade Reguladora para a Comunicação Social registaram 8519 entradas, entre participações, comunicações, convites e pedidos de informação ou de esclarecimento, submetidas por cidadãos e instituições. Na sequência destas entradas e por iniciativa do próprio regulador foram abertos na ERC 1226 processos.

No ano em análise, o Conselho Regulador da ERC reuniu por 48 ocasiões. Nessa sede, aprovou 394 deliberações e 437 informações relativas a procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

Em baixo, sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2021:



E ainda:



8
Publicações

- Relatório de Regulação 2020;
- Relatório de Atividades e Contas 2020;
- Relatório de avaliação da “Observância do Princípio do Pluralismo Político na RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores, RTP Madeira, SIC, TVI e CMTV em 2020”;
- Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Presidenciais 2021 – Televisão”;
- Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Regionais dos Açores 2020”;
- Relatório “A Diversidade Sociocultural nos *Media* 2018-19”;
- Relatório “Implicações da Crise de COVID-19 nas Condições Económicas do Setor de *Media* em Portugal – 2020/1.º trimestre de 2021”;
- “Guia para Fiscalização dos Serviços Audiovisuais a Pedido”.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

1. VISÃO GLOBAL

No exercício de 2021, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 394 deliberações. Destas, 23 correspondem a deliberações em que se procede à notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador, seguindo-se, numa etapa posterior, uma deliberação que dará como fechada a apreciação do caso.

Da atividade total deliberada pelo Conselho Regulador, 31,98 % visou em exclusivo os operadores televisivos e resultou, em 48 situações, da apreciação de queixas e participações sobre questões de conteúdos jornalísticos e programáticos, como análise do cumprimento do rigor informativo e dos limites à liberdade de programação nos programas de entretenimento.

No meio televisão, destaca-se também a pronúncia a respeito da concessão de novas autorizações para o exercício da atividade de televisão e a avaliação intercalar aos serviços de programas já autorizados, como os generalistas, de âmbito internacional, e acesso não condicionado com assinatura, SIC Internacional, TVI África e TVI Internacional sobre os períodos de 2015/2016 a 2020/2021.

Em 2021, refira-se também a pronúncia a respeito de infrações às regras de difusão de obras audiovisuais e ao direito a extratos informativos/utilização de imagens com direitos exclusivos. Nesse ano, foram também publicados os novos termos do Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, para o período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025. Bem como as deliberações referentes às segundas renovações das licenças dos primeiros operadores televisivos privados portugueses, de acesso não condicionado livre com cobertura de âmbito nacional, (SIC e TVI), referentes ao período de 2017 a 2021.

Na representação gráfica dos suportes dos meios de comunicação visados na totalidade das deliberações aprovadas pela ERC segue-se na prevalência a categoria “Diversos”, que contempla decisões sobre casos que envolvem diferentes OCS que se apresentam em formatos distintos, decisões sobre sociedades comerciais e outras entidades com atividade de comunicação social ou sobre sondagens publicadas em vários suportes.

As deliberações que visam exclusivamente os meios imprensa, internet e rádio representam o terceiro, quarto e quinto lugares nas tomadas de posição do regulador.

Em 2021, o Conselho Regulador aprovou ainda 437 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

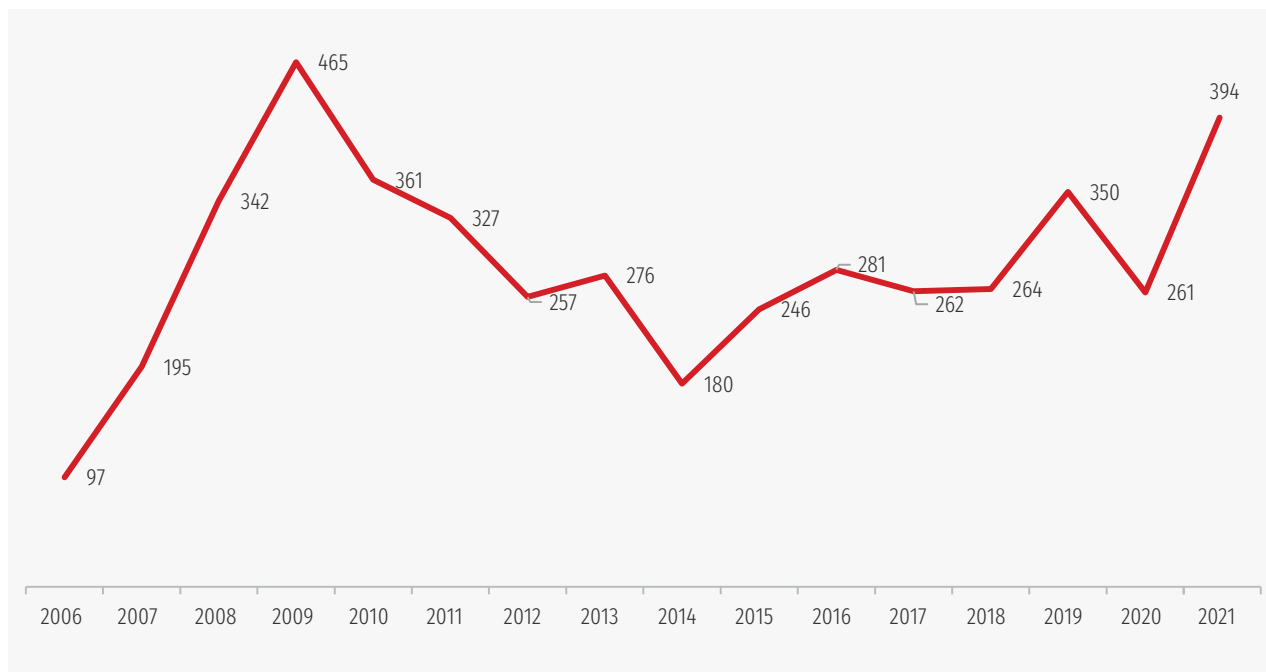
Desde 2006, a ERC emitiu 4558 deliberações. Estas são tomadas por maioria, exigindo-se, em qualquer caso, o voto favorável de três dos cinco membros que compõem o órgão responsável por definir e implementar a atividade regulatória da Entidade.

O Conselho reúne ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou solicitação de dois dos restantes membros.

Em 2021, o colégio de Conselheiros da ERC cumpriu quatro anos em funções e realizou 48 reuniões, em formato presencial e por via remota, em cumprimento das determinações da Direção-Geral da Saúde.

A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

FIG.1 – EVOLUÇÃO DAS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR (2006 A 2021)



Fonte: Gabinete do Conselho Regulador ERC

As decisões proferidas pela ERC podem assumir a forma de Deliberação, de um esclarecimento sob a forma de informação ou com a comunicação da decisão de arquivamento às partes, não tendo, nestes dois últimos casos, qualquer publicitação pública.

As deliberações da ERC constituem, assim, o único documento que a ERC divulga com detalhes dos casos que analisa e sentido das decisões que toma. Estas são publicadas na íntegra, no sítio eletrónico da ERC, em cumprimento do que se encontra determinado nos seus Estatutos, após as partes terem sido devidamente notificadas por correio, protocolo ou *e-mail*.

As deliberações assumem-se como a marca da regulação da ERC. Estas encontram-se classificadas segundo as seguintes categorias temáticas de intervenção: Autorizações, Conteúdos jornalísticos e rigor informativo, Conteúdos programáticos, Direito de resposta e de retificação, Direitos dos jornalistas, Licenças, Obrigações de programação, Outros, Pareceres, Pluralismo, Publicidade, Registo dos órgãos de Comunicação Social e Sondagens e Transparência dos *Media*.

As deliberações produzidas pela ERC resultam da apreciação de participações submetidas por cidadãos/instituições ou da abertura de processos de averiguações desencadeada por iniciativa do próprio regulador, por considerar determinados comportamentos suscetíveis de configurarem uma violação de direitos, liberdades e garantias ou de quaisquer normas legais ou regulamentares aplicáveis às atividades de comunicação social. Em 2021, a ERC pronunciou-se, sob a forma de deliberação, em 394 situações, correspondendo 371 deliberações ao encerramento formal de casos apreciados.

FIG. 2 – AGREGADO DE TODAS AS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR EM 2021

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Diversos	Total
Autorizações	0	15	32	0	2	49
Conteúdos	23	4	48	37	10	122
Proc. Contraordenacionais	10	2	14	1	1	28
Direito de Resposta	23	1	7	10	0	41
Direito dos Jornalistas	0	0	0	0	4	4
Licenças	0	0	2	0	0	2
Obrigações de Programação	0	0	3	0	0	3
Pareceres	0	15	0	0	9	24
Pluralismo	4	3	8	1	2	18
Registos	5	1	0	5	3	14
Publicidade	3	0	0	4	1	8
Sondagens	2	0	1	0	6	9
Transparência	0	0	0	0	43	43
Outros	5	0	11	7	6	29
Total	75	41	126	65	87	394

Fonte: Gabinete do Conselho Regulador ERC

A Televisão foi o tipo de órgão de comunicação social (OCS) mais visado, de forma isolada, nas deliberações, com uma proporção de 31,98 % (126 deliberações), seguida pela Imprensa, com 19,04 % (75 deliberações), da Internet, com 16,5 % (65 deliberações) e da Rádio com 10,41 % (41 deliberações). As deliberações que incidiram sobre vários meios de comunicação em suportes distintos, sobre sociedades comerciais e outras entidades com atividade de comunicação social ou sobre sondagens publicadas em vários suportes, surgem englobadas no tipo Diversos e representam 22,08 % do total (87 deliberações), em 2021.

A falta de rigor e de rejeição do sensacionalismo predominam nas deliberações que respondem a participações sobre o tratamento de conteúdos jornalísticos e rigor informativo. O maior número (99) de participações foi motivado pelo

acompanhamento jornalístico do acidente de viação que vitimou Sara Carreira, de 19 anos, cantora e filha do popular cantor Tony Carreira, em dezembro de 2020, e deu origem à Deliberação ERC/2021/64 (CONTPROG) dirigida à CMTV e respetivos canais digitais.

A Deliberação ERC/2021/25 (CONTJOR-TV) responde ao segundo maior conjunto de participações (oito) sobre conteúdos jornalísticos recebidas na ERC, em 2021, e apreciou uma reportagem transmitida pela CMTV, em 11 de maio de 2020, no “CM Jornal 13h” em que foi acompanhada a chegada dos suspeitos de um flicídio de uma menina de nove anos ao tribunal de Leiria, em direto, durante o qual o jornalista questionou os que assistiam sobre a oportunidade de justiça popular nestes casos e cujas respostas foram exibidas.

Outro conjunto de deliberações sobre conteúdos jornalísticos mais frequentes corresponde às que apreciam a exibição de agressões físicas e alegadas representações discriminatórias das comunidades cigana e brasileira imigrante em Portugal por serem associadas a crimes nos órgãos de comunicação social.

Finalmente, um conjunto menor aponta a falta de debates e de presença das propostas dos candidatos à presidência do Benfica e suspeitas sobre a IURD — Igreja Universal do Reino de Deus acerca de um alegado esquema de adoções ilegais de crianças num lar da instituição. Os programas “Sexta às 9”, transmitido pela RTP1, e “Ana Leal”, pela TVI, são os mais denunciados por queixas e participações por faltas de rigor informativo na transmissão de denúncias sobre dirigentes políticos, de rejeição do sensacionalismo e por acusações descontextualizadas.

Refira-se que, das 25 deliberações sobre a representação da pandemia de COVID-19 pela comunicação social, os números de infetados e práticas negacionistas, a maioria publicada em edições eletrónicas, três são sobre direitos de resposta/retificação.

FIG.3 - DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2021 COM REFERÊNCIA À PANDEMIA

Nº da deliberação	Assunto
ERC/2021/42 (CONTJOR-NET)	Participação contra a Rádio Renascença a propósito da publicação, na sua edição <i>online</i> , de uma peça intitulada “‘Coronacéticos’ agitam debate. Das ‘ideias perigosas baseadas no medo’ ao ‘excesso de informação’”
ERC/2021/96 (DR-TV)	Recurso da Universidade de Aveiro por alegada denegação ilegítima, por parte da Direção de Informação do serviço de programas SIC Notícias, de um direito de resposta e de retificação
ERC/2021/93 (DR-I)	Recurso do PS de Tábua contra o jornal O Tabuense – “Pandemia grassa no aparelho do PS/Tábua”, edição de 01/01/2021
ERC/2021/144 (CONTJOR-TV)	Participações contra RTP1, SIC, TVI - rigor informativo, sensacionalismo
ERC/2021/131 (CONTJOR-TV)	Participação contra a TVI - “Jornal da Uma”/“Jornal das 8” - falta de rigor informativo pela utilização de imagens de manequim de treino médico
ERC/2021/123 (CONTJOR-NET)	Participação relativa ao Jornal de Notícias por falta de rigor informativo – edição <i>online</i> de 18 de novembro 2020
ERC/2021/154 (CONTJOR-I)	Várias participações contra o Jornal de Negócios, propriedade da Cofina SGPS, S.A., por violação do dever de não discriminação no artigo de opinião com o título “A Ministra é mesmo autista”, publicado na sua edição de 26 de janeiro de 2021
ERC/2021/151 (CONTJOR-NET)	Participação de Miguel Ruben Marques Menezes contra a publicação periódica digital Polígrafo, a propósito da peça intitulada “Há ‘cada vez mais estudos’ que ‘provam que o SARS-CoV-2 não é um vírus novo?’”, publicada no dia 12 de agosto de 2020
ERC/2021/172 (CONTPROG-TV)	Participação contra a edição de 22 de novembro de 2020 do programa “Isto é gozar com quem trabalha”, transmitido pela SIC
ERC/2021/179 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 05 de fevereiro de 2021 do “Primeiro Jornal”, da SIC, a propósito de uma peça jornalística sobre as regras em vigor durante o estado de emergência

Nº da deliberação	Assunto
ERC/2021/187 (CONTJOR)	Participação contra a SIC Notícias e o jornal Público - edições de dia 07 e 08 de abril de 2021 - Surtos nos Concelhos mais pequenos - Concelho de Moura
ERC/2021/193 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 20 de janeiro de 2021 do “Jornal das 8”, da TVI, a propósito da contagem de casos de infeção por Covid-19
ERC/2021/222 (CONTJOR-NET)	Participação contra a Sábado relativa à peça “Acampamento cigano recusa fazer testes à Covid-19 em Moura” publicada <i>online</i> a 19 de abril de 2020
ERC/2021/254 (CONTJOR-NET)	Participação contra a edição eletrónica de 07 de julho de 2021 da revista Visão, a propósito do artigo de opinião intitulado “Os penduras”
ERC/2021/270 (DR-NET)	Recurso contra o jornal Observador por alegada denegação ilegítima de um denominado direito de resposta e retificação de Rui Miguel Duarte Lima
ERC/2021/273 (Parecer)	RCM n.º 38-B/2020 – Medida excecional e temporária de aquisição de publicidade institucional do Estado no âmbito da pandemia da COVID-19
ERC/2021/272 (CONTJOR-NET)	Participação contra a publicação <i>Portugal Resident</i> por falha de rigor informativo
ERC/2021/305 (CONTJOR-TV)	Participações contra as edições de 08 de outubro de 2020 do “Jornal da Tarde”, da RTP1, do “Primeiro Jornal”, da SIC, e do “Jornal das 8”, da TVI, a propósito de peças jornalísticas sobre a divulgação dos números de contágio por Covid-19
ERC/2021/321 (CONTJOR-TV)	Participação apresentada pela Associação de Turismo de Sintra contra a TVI, relativa a uma peça jornalística sobre a covid-19 exibida em 14 de junho de 2020 no “Jornal da Uma”
ERC/2021/342 (CONTJOR-I)	Participação relativa à identificação de pessoa falecida, na edição de dia 24 de janeiro de 2021 do jornal Correio da Manhã
ERC/2021/358 (CONTJOR-NET)	Reapreciação da participação contra a Sábado relativa à peça “Acampamento cigano recusa fazer testes à Covid-19 em Moura” publicada <i>online</i> em 19 de abril de 2020, conforme decisão da Deliberação ERC/2021/290 (CONTJOR-NET), de 29 de setembro de 2021
ERC/2021/372 (CONTJOR-NET)	Participação contra a edição de 12 de setembro de 2021 da publicação periódica Observador, a propósito da peça jornalística intitulada “Ferro Rodrigues insultado por dezenas de manifestantes negacionistas”
ERC/2021/373 (CONTJOR-NET)	Participação contra a edição de 21 de setembro de 2021 da publicação periódica Observador, a propósito da peça jornalística intitulada “Ordem dos Médicos abre processo disciplinar contra Fernando Nobre”
ERC/2021/383 (CONTJOR-I)	Participação contra a edição impressa de 23 de setembro de 2021 da revista Visão, a propósito da capa intitulada “Por dentro das milícias negacionistas e antissistema”
ERC/2021/380 (DJ)	Queixa de Miguel Garcia, jornalista da publicação Diário do Distrito, contra a Associação da Festa das Vindimas de Palmela, por denegação do direito de acesso

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Em matéria de decisões do Conselho Regulador que aprovaram relatórios autónomos destaca-se a Deliberação ERC/2021/297 (PLU-TV) na qual foi aprovado o “Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP3 –, e dos operadores privados – SIC, TVI e CMTV –, na programação emitida durante 2020”.

As deliberações sobre conteúdos programáticos, em 2021, resultam de um menor número de participações. Só dois programas, ambos da TVI, são visados por mais do que uma denúncia: o *reality show* “O amor acontece”, por apreciações negativas acerca de pessoas veganas pelo psicólogo e comentador Quintino Aires, resultando na Deliberação ERC/2021/327 (CONTPROG-TV), e a edição de 19 de dezembro de 2020 do programa “Noite de Cristina”, pela simulação da cena do nascimento de Jesus com a presença de animais em estúdio, na Deliberação ERC/2021/209 (CONTPROG-TV).

A Deliberação ERC/2021/346 (CONTPROG-TV) responde a uma comunicação anónima ao serviço SOS – Criança do Instituto de Apoio à Criança motivado pela transmissão de um episódio da telenovela “Amar Depois de Amar”, em que a TVI transmitiu, durante o horário protegido da noite, uma cena do suicídio de um jovem. Esta deliberação dá origem

a um procedimento contraordenacional decidido pelo Conselho Regulador por suscetibilidade de influir, de modo negativo no público especialmente vulnerável àquele tipo de conteúdos e na formação da personalidade de crianças e adolescentes.

Em 2021, as deliberações referentes a Obrigações de Programação correspondem à apreciação das regras de anúncio da programação na SIC generalista durante o terceiro trimestre (Deliberação ERC/2021/343 (PROG-TV)), do tempo reservado à inserção de publicidade no serviço de programas Fuel TV (Deliberação ERC/2021/126 (PROG-TV)) e do procedimento oficioso por iniciativa da ERC em que apreciou uma falha na emissão da RTP1 durante o programa “Depois Vai-se a Ver e Nada” (Deliberação ERC/2021/228 (PROG-TV)).

Em 2021, há um conjunto de deliberações que renovaram as autorizações dos serviços de programas: os generalistas internacionais por assinatura, SIC Internacional (Deliberação 2021/88 (AUT-TV)), TVI África (Deliberação 2021/137 (AUT-TV)) e TVI Internacional (Deliberação 2021/164 (AUT-TV)), e, dos nacionais, o generalista Porto Canal (Deliberação 2021/314 (AUT-TV)) e, entre os temáticos, o informativo SIC Notícias (Deliberação 2021/159 (AUT-TV)) e TVI Reality (Deliberação 2021/122 (AUT-TV)). Também alcançaram apreciações favoráveis nas suas avaliações intercalares os temáticos de cobertura nacional; os desportivos SPORT TV2 (Deliberação 2021/41 (AUT-TV)) e SPORT TV4 (Deliberação 2021/37 (AUT-TV)) e o de entretenimento por assinatura Canal NOS (Deliberação 2021/309 (AUT-TV)).

Acrescem-se as deliberações que viabilizaram as alterações de domínio (indireto) da TVI e dos operadores de rádio do Grupo Media Capital que foram a ERC/2021/155 (AUT) e a ERC/2021/167 (AUT), respetivamente.

Os serviços de programas sobre os quais a ERC iniciou as avaliações intercalares foram a Kuriakos TV, de vocação religiosa e acesso não condicionado com assinatura (Deliberação 2021/293 (AUT-TV)), e os de entretenimento Canal Q (Deliberação 2021/106 (AUT-TV)) e SIC Radical (Deliberação 2021/334 (AUT-TV)), e o desportivo Sport TV+, cujas validações devem ficar concluídas em 2022.

A ERC autorizou quatro novos serviços de programas televisivos: um generalista, de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado CMTV Internacional, do operador generalista CMTV (Deliberação 2021/146 (AUT-TV)); e três de cobertura nacional: um temático de desporto, de acesso condicionado SPORT TV6 (Deliberação 2021/165 (AUT-TV)), um temático infantil Panda Kids (Deliberação 2021/168 (AUT-TV)) e um temático de entretenimento, de acesso não condicionado, com assinatura, denominado ZAP VIVA Internacional, vocacionado para o público angolano residente em Portugal (Deliberação 2021/34 (AUT-TV)).

As alterações de denominação e projeto de serviços de programas televisivos autorizadas em 2021 foram os da TVI24 para CNN Portugal, através da Deliberação 2021/267 (AUT-TV), da SPORT TV 5, pela Deliberação 2021-382 (AUT-TV), e da Biggs, pela Deliberação 2021/375 (AUT-TV). Foi revogada a autorização da MTV Portugal, serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura, na sequência da opção do grupo Viacom CBS de substituir a emissão local por uma transmissão global para 24 países, pela Deliberação 2021/216 (AUT-TV).

No meio rádio, a ERC autorizou sete alterações de domínio, uma indireta, aprovada para os operadores do Grupo Media Capital (Deliberação 2021/167 (AUT)), e os restantes para: Rede Regional de Radiodifusão (Deliberação 2021/6 (AUT-R)), Moviface e Rádio Pal (Deliberação 2021/26 (AUT-R)), Rádio Lezíria (Deliberação 2021/27 (AUT-R)), Antena Minho Braga (Deliberação 2021/33 (AUT-R)), Rádio Regional de Arouca (Deliberação 2021/119 (AUT-R)), Foz do Mondego (Deliberação 2021/181 (AUT-R)) e Publicelos (Deliberação 2021/381 (AUT-R)).

Foram ainda aprovadas modificações dos projetos de três serviços de programas. A da Rádio SIM — Alentejo, que implicou a extinção da parceria com o projeto SIM, da Rádio Renascença, por ter sido mantida a tipologia de generalista e alterada a denominação para Rádio Esperança (Deliberação 162 (AUT-R)). Duas modificações de

projetos associaram a antiga Fi-FM à Rádio Observador, a partir da alteração da tipologia para temática informativa (Deliberação 2021/55 (AUT-R)) e da Radar, para temática musical (Deliberação 2021/130 (AUT-R)).

Refira-se também que a ERC analisa regularmente participações e queixas que são inicialmente apresentadas junto de outras instituições, mas cuja competência para apreciar cabe a esta Entidade. As instituições que mais frequentemente encaminham participações e queixas para a ERC são a Comissão Nacional de Eleições (CNE), a Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial (CICDR) e a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD).

Para além destas situações, em 2021, a ERC rececionou também da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) alguns pedidos feitos por operadores radiofónicos relativos à transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto e a atribuição/alteração do nome do canal de serviços de programas de rádio.

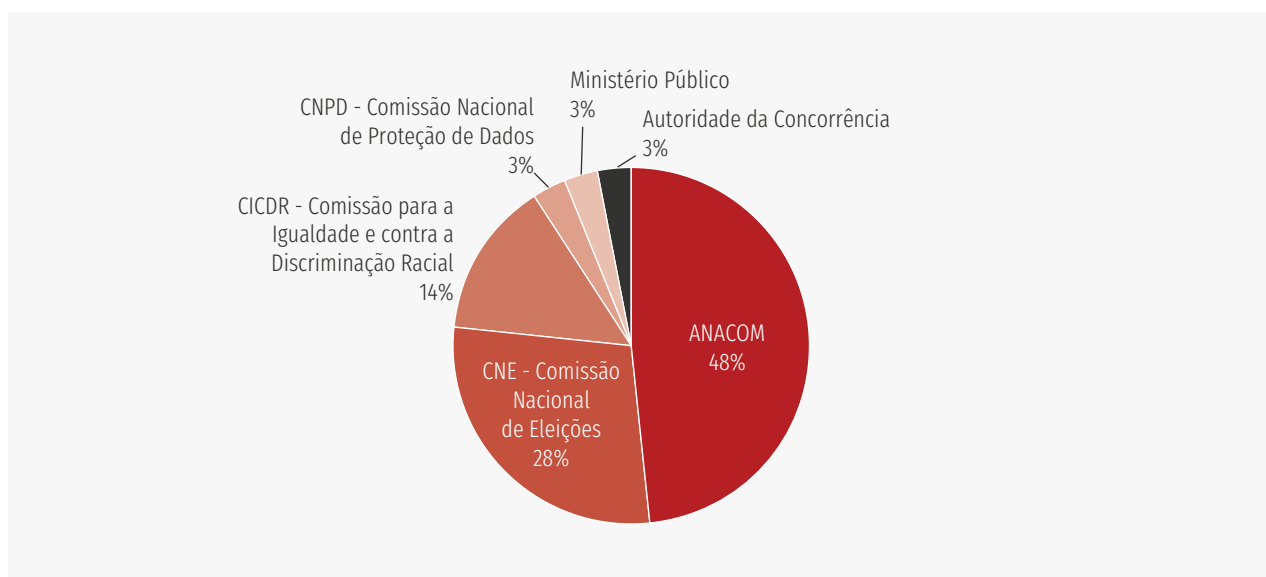
De todas as deliberações aprovadas pela ERC em 2021, 7,3 % dizem respeito a situações remetidas por outras instituições. As solicitações da ANACOM representam quase metade destas situações, refletindo-se na produção de 14 deliberações.

FIG. 4 - NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2021, CUJO PEDIDO/PARTICIPAÇÃO/QUEIXA FOI REMETIDO POR OUTRA INSTITUIÇÃO

Instituição que encaminhou o pedido	N.º de deliberações
ANACOM	14
CNE - Comissão Nacional de Eleições	8
CICDR - Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial	4
CNPD - Comissão Nacional de Proteção de Dados	1
Ministério Público	1
Autoridade da Concorrência	1
Total	29

Fonte: Repositório Institucional da ERC

FIG. 5 - DISTRIBUIÇÃO, EM PORCENTAGEM, DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR INSTITUIÇÃO QUE REMETEU O PEDIDO/PARTICIPAÇÃO/QUEIXA



N=29 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

PARECERES

O Conselho Regulador respondeu a 24 pedidos de parecer, dos quais destacamos aqueles sobre os projetos de lei acerca da “Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital”: os n.ºs 884/XIV/2.ª (PS — Partido Socialista), 888/XIV/2.ª (CDS-PP — Partido Popular) e 890/XIV/2.ª (IL — Iniciativa Liberal), e o n.º 914/XIV/2.ª, do PAN — Partido Pessoas, Animais, Natureza, que é uma alteração à Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que aprovou a Carta, e também sobre as propostas de lei relativas aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital, a n.º 114/XIV/3.ª (GOV), que transpõe a Diretiva (UE) 2019/790, e a que estabelece normas sobre o exercício desses direitos, ao alterar as Diretivas 96/9/CE e 2001/29/CE e a n.º 113/XIV/3.ª (GOV), que transpõe a Diretiva (UE) 2019/789, ambas do Parlamento Europeu e do Conselho e de 17 de abril de 2019.

Estes pareceres apreciaram iniciativas legislativas na esfera de atribuições do regulador da comunicação social que obrigatoriamente lhe são submetidas pela Assembleia da República e pelo Governo.

Entre as matérias mais estruturantes para o setor da comunicação social em 2021, a ERC emitiu a Deliberação ERC/2021/234 (Parecer Legislativo) correspondente ao projeto do Decreto Regulamentar 1115-XXII-2021 para alteração do Decreto Regulamentar n.º 8/99, que estabelece os procedimentos para o registo dos órgãos de comunicação social, operadores e fornecedores e a Deliberação ERC/2021/20 (CC), parecer sobre a operação de concentração relativa à aquisição do controlo exclusivo da sociedade Grupo Media Capital, SGPS, S.A. pela Pluris Investments, S.A., de não oposição, por concluir não pôr em causa os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, tutela que incumbe a este regulador acautelar.

Ainda que esta tenha sido viabilizada em janeiro de 2021, a Deliberação ERC/2021/74 (OUT) também apreciou um processo contraordenacional, de outubro de 2020, contra as sociedades gestoras de participações sociais Vertix e Pluris, por «fortes indícios da ocorrência de uma alteração não autorizada de domínio sobre os operadores de rádio e de televisão a operar sob licença, que compõe o universo do Grupo Media Capital, sem a necessária autorização da ERC, ao arripio do disposto nos artigos 4.º, n.º 6, da Lei da Rádio e 4.º-B, n.º 4, da Lei da Televisão.»

Entre maio e junho de 2021, a ERC autorizou as alterações de domínio (indireto) do operador de televisão TVI – Televisão Independente, S.A. e dos operadores de rádio titulares de licença detidos pelo Grupo Media Capital, através das Deliberações ERC/2021/155 (AUT) e ERC/2021/167 (AUT), respetivamente.

Através da Deliberação ERC/2021/273 (Parecer), a ERC pronunciou-se no sentido de manter o método de comunicação das campanhas de publicidade institucional do Estado lançadas durante a pandemia de COVID-19, que permite a fiscalização das proporções dos montantes atribuídos aos órgãos locais e regionais.

O regulador deu parecer favorável às nomeações de Nuno Simas e de Maria de Deus Rodrigues para diretores-adjuntos de informação da Agência Lusa, e de Nuno Galopim para diretor de programas da Antena 1, RDP África e RDP Internacional pelas Deliberações ERC/2021/169 (Parecer) e ERC/2021/269 (Parecer-R).

Em novembro, a ERC pronunciou-se sobre o Projeto de despacho relativo à lista de eventos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público para 2022, submetido pela Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e *Media*, e sobre o qual assinalou que «no seguimento da tendência verificada em anos anteriores, a totalidade dos eventos constantes da proposta tem carácter desportivo, entre os quais assume manifesta proeminência a modalidade futebolística». A ERC considerou que os eventos elencados reuniam genericamente os requisitos exigíveis para a sua adoção e publicação, nos termos e para os efeitos da legislação aplicável.

CONTRAORDENAÇÕES

Em 2021, foram 28 as decisões tomadas por parte da ERC, no que respeita a processos contraordenacionais abertos contra empresas detentoras de meios de comunicação social.

Em 13 dos 28 processos instaurados, foi deliberada a condenação ao pagamento de coimas com valores entre 997 euros e 75 mil euros. Num desses 13 processos, a coima foi suspensa e condicionada ao depósito de uma caução durante seis meses.

Dos processos em que foram instauradas efetivamente coimas, seis foram dirigidas a operadores de serviços de programas televisivos, três a editoras proprietárias de órgãos de imprensa e três a instituições que realizaram ou publicaram sondagens ou inquéritos de opinião. Nos serviços de programas televisivos, as coimas resultam de processos por incumprimento dos direitos de resposta/retificação, por violações aos limites à liberdade de programação, um deles sobre uma notícia de um telejornal, e patrocínio de programas. Às editoras de imprensa foram aplicadas coimas por falta de identificação de publicidade e incumprimento da publicação de um direito de resposta. Os deveres das sondagens a que foram aplicadas coimas são a falta de credenciação e a omissão de elementos da ficha técnica.

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.

Em 2021, o valor global das coimas efetivamente cobrado foi de 104 215,01 euros. Refira-se que neste total surgem incluídas, no entanto, valores de coimas decididos em processos de anos anteriores.

Enumeramos as 13 deliberações em que foram decididas a aplicação de coimas: Deliberação ERC/2021/22 (DR-TV-PC), Deliberação ERC/2021/46 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2021/49 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2021/95 (CONTJOR-PC), Deliberação ERC/2021/125 (DR-TV-PC), Deliberação ERC/2021/136 (PUB-I-PC), Deliberação ERC/2021/141 (SOND-I-PC), Deliberação ERC/2021/147 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2021/191 (SOND-I-PC), Deliberação ERC/2021/277 (DR-I-PC), Deliberação ERC/2021/344 (CONTJOR-TV-PC), Deliberação ERC/2021/336 (DR-TV-PC) e Deliberação ERC/2021/376 (SOND-I-PC).

Nos restantes 15 processos contraordenacionais em que a ERC não instaurou coimas, a opção foi a aplicação de penas de admoestação (em quatro) e o arquivamento (em 11). Seis desses arquivamentos deveram-se ao facto de na Lei se ter extinto a responsabilidade contraordenacional das práticas em causa, quatro por decisão de arquivamento e uma por prescrição do processo.

DELIBERAÇÕES POR TIPOS DE SUPORTE

As queixas e participações que a ERC analisou sobre o meio Televisão concentram a percentagem maior da sua atividade deliberatória.

Num segundo patamar em número de deliberações estão as deliberações sobre matérias publicadas em OCS com formatos distintos (Diversos) e que contemplem pelo menos dois suportes, como a imprensa e órgãos radiofónicos ou televisivos, ou os registos impresso e a edição eletrónica de um jornal, ou conteúdos divulgados por uma agência de notícias, publicações exclusivamente eletrónicas e um serviço de programas de rádio, como verificado na Deliberação ERC/2021/318 (OUT). Também nesta categoria surgem inscritas as pronúncias da ERC sobre plataformas digitais (Deliberação ERC/2021/196 OUT - Pedido de pronúncia sobre proposta de Regulamento dos Serviços Digitais da Comissão Europeia) e ainda os comentários à Consulta ao mercado pela Autoridade da Concorrência sobre os Ecossistemas Digitais, *Big Data* e Algoritmos (Deliberação ERC/2021/368 (OUT)).

As deliberações exclusivamente sobre Imprensa analisadas pela ERC abrangem as versões em papel e eletrónicas de jornais e revistas e, no ano em análise, relacionam-se sobretudo com deliberações por falta de rigor informativo, violação do direito ao bom-nome e reputação (estas a partir de algumas queixas de empresas de comunicação social sobre a representação dada por órgãos concorrentes), tratamento sensacionalista, utilização de imagens de menores



e incumprimento do direito ao contraditório por ausência de consulta de fontes de informação. A recusa em publicar direitos de resposta e de retificação constitui a segunda categoria por que órgãos de imprensa são participados à ERC. A discriminação (étnica e de género), a falta de tratamento equitativo das candidaturas políticas, às eleições legislativas de 2019 e autárquicas de 2021 e o incumprimento das obrigações legais da transparência da propriedade são também três valores de regulação apreciados sobre órgãos ou editoras de Imprensa.

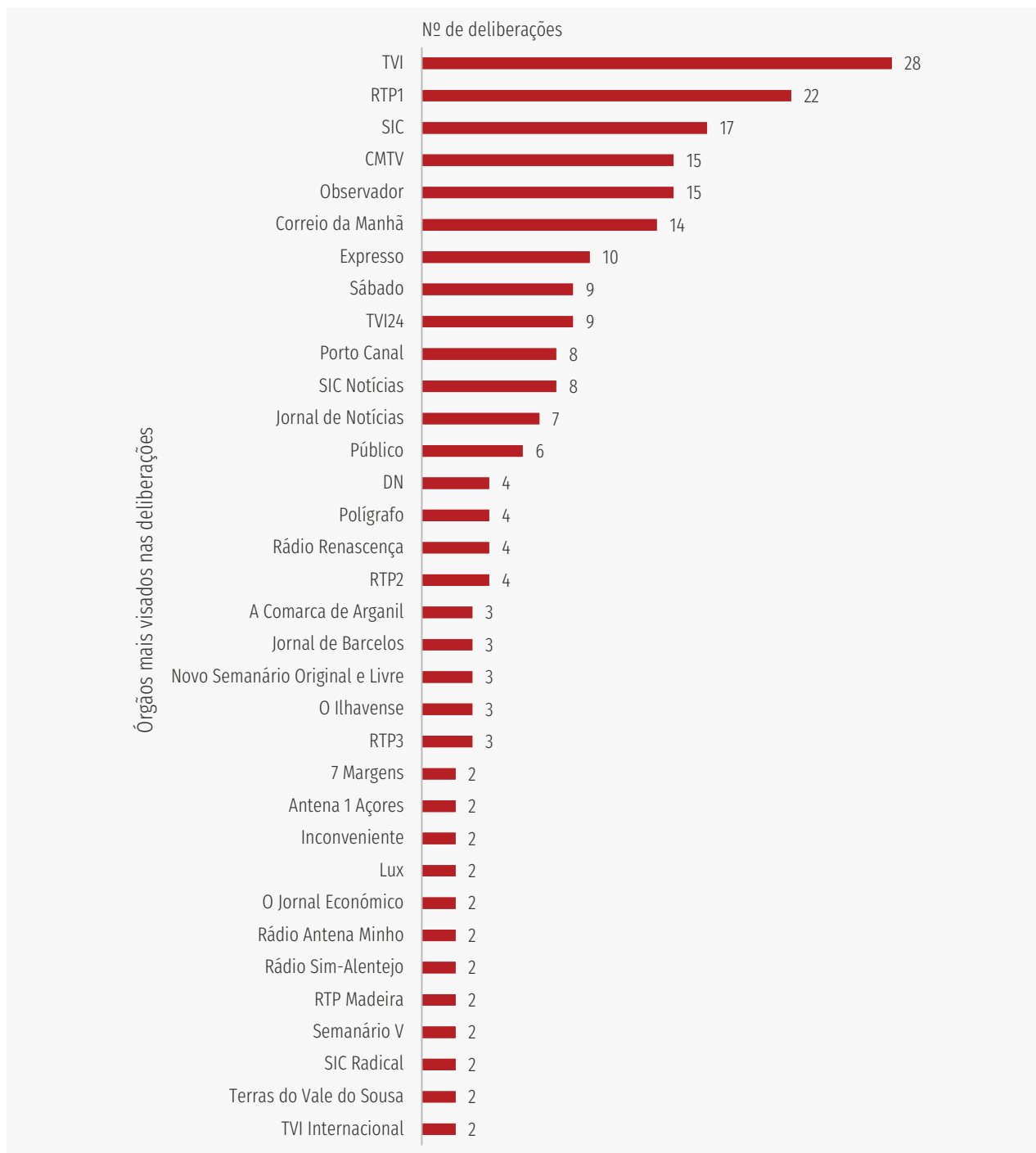
As deliberações resultantes de conteúdos emitidos pela Internet concentram-se em denúncias por falta de rigor informativo e desrespeito dos direitos à imagem, ao bom-nome e reputação. Menos frequentes são as participações por discriminação étnica da comunidade cigana e contra comentários inscritos pelos leitores nas edições eletrónicas de órgãos de comunicação social, na perspetiva de os editores terem responsabilidade editorial.

DELIBERAÇÕES POR ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL VISADOS

A maioria dos OCS visados nas 371 deliberações da ERC, que encerram formalmente a apreciação de casos, são publicações periódicas e serviços de programas televisivos. Na análise apresentada no presente capítulo, optou-se por discriminar aqueles que têm uma ocorrência igual ou superior a duas deliberações.

Em 2021, o órgão de comunicação social mais visado nestas deliberações foi a TVI, com 28 deliberações, seguido da RTP1 (22), SIC (17), CMTV (15), Observador (15) e Correio da Manhã (14). Na Figura 6 surgem nomeados, por ordem decrescente de ocorrência, todos os meios visados em pelo menos duas deliberações. Note-se que numa mesma deliberação podem ser visados um ou mais meios distintos.

FIG. 6 - DISTRIBUIÇÃO DO TOTAL DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL MAIS VISADOS



Nota: Neste gráfico foram considerados apenas os órgãos de comunicação social visados em duas ou mais deliberações.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

a) Programas de televisão e artigos de imprensa mais visados

Tendo em conta o total das deliberações finais aprovadas pela ERC, em 2021, considerou-se relevante identificar quais os programas de televisão e os artigos impressos que foram alvo de análise tendo como referência duas ou mais deliberações. A Figura 7 apresenta os nomes desses programas e os títulos dos artigos de jornais por ordem decrescente do seu número de ocorrências. Consta-se que os programas de televisão foram os mais visados nas deliberações em 2021. O “Jornal das 8”, da TVI, foi analisado em 13 deliberações e o programa “Sexta às 9”, da RTP 1, em 11 delas.

FIG. 7 - PROGRAMAS DE TELEVISÃO/ARTIGOS DE JORNAIS MAIS VISADOS NAS DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021

Nome do programa de televisão / Título do artigo de jornal	N.º de deliberações
"Jornal das 8" (TVI)	13
"Sexta às 9" (RTP 1)	11
"Primeiro Jornal" (SIC)	8
"Jornal da Uma" (TVI)	5
"Jornal da Tarde" (SIC)	3
"Pacheco de Amorim, o 'velho amigo e admirador' de Salazar" (Sábado)	3
"Quinta dos Ingleses. 60 anos depois, a urbanização do último pinhal na frente costeira de Cascais está pronta para avançar" (Expresso)	3
"Acampamento cigano recusa fazer testes à Covid-19 em Moura" (Sábado)	3
"CM Jornal" (CMTV)	2
"Liga D'Ouro" (CMTV)	2
"Você na TV" (TVI)	2
"A Tarde é Sua" (TVI)	2
"Ó Rosas: crimes há muitos!..." (Inconveniente)	2
"Pela verdade e próximo do Chega" (Visão)	2

Fonte: Repositório Institucional da ERC

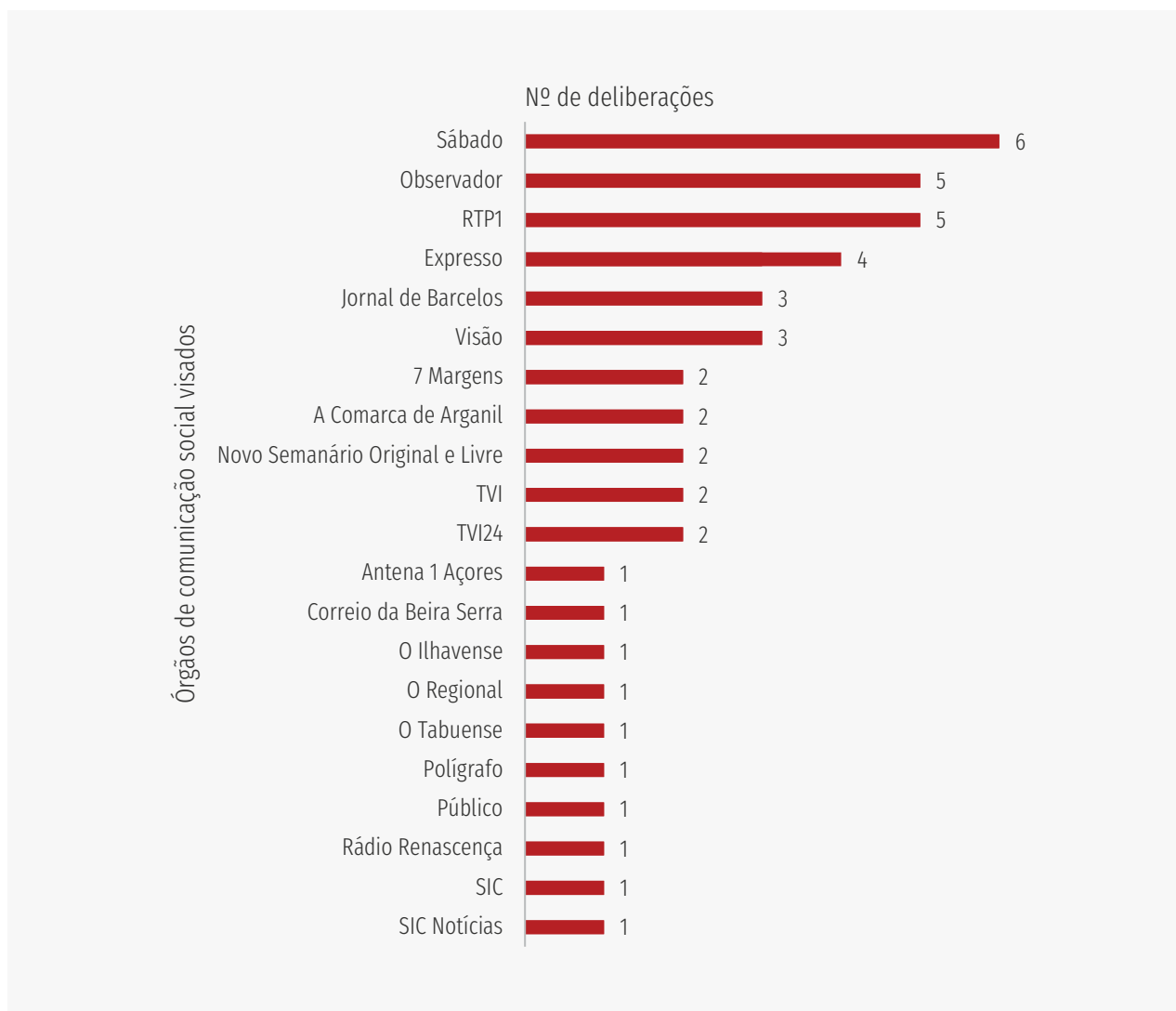


b) Órgãos de comunicação social visados na categoria Direito de resposta e de retificação

A categoria do Direito de resposta e de retificação tem um peso significativo em termos de deliberações aprovadas em 2021, somando um total de 44 pronúncias, entre deliberações de apreciação de recursos por denegação deste exercício (41) e deliberações decorrentes de instauração de processos de contraordenação (3) sobre esta temática.

Dos órgãos visados nesta categoria, destacam-se a revista Sábado - com seis deliberações - e o jornal Observador e a RTP1, ambos visados em cinco deliberações. Na Figura 8 podem ser identificados os restantes órgãos visados, todos com três ou menos deliberações.

FIG. 8 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS EM 2021, NA CATEGORIA DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO, POR ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL VISADO

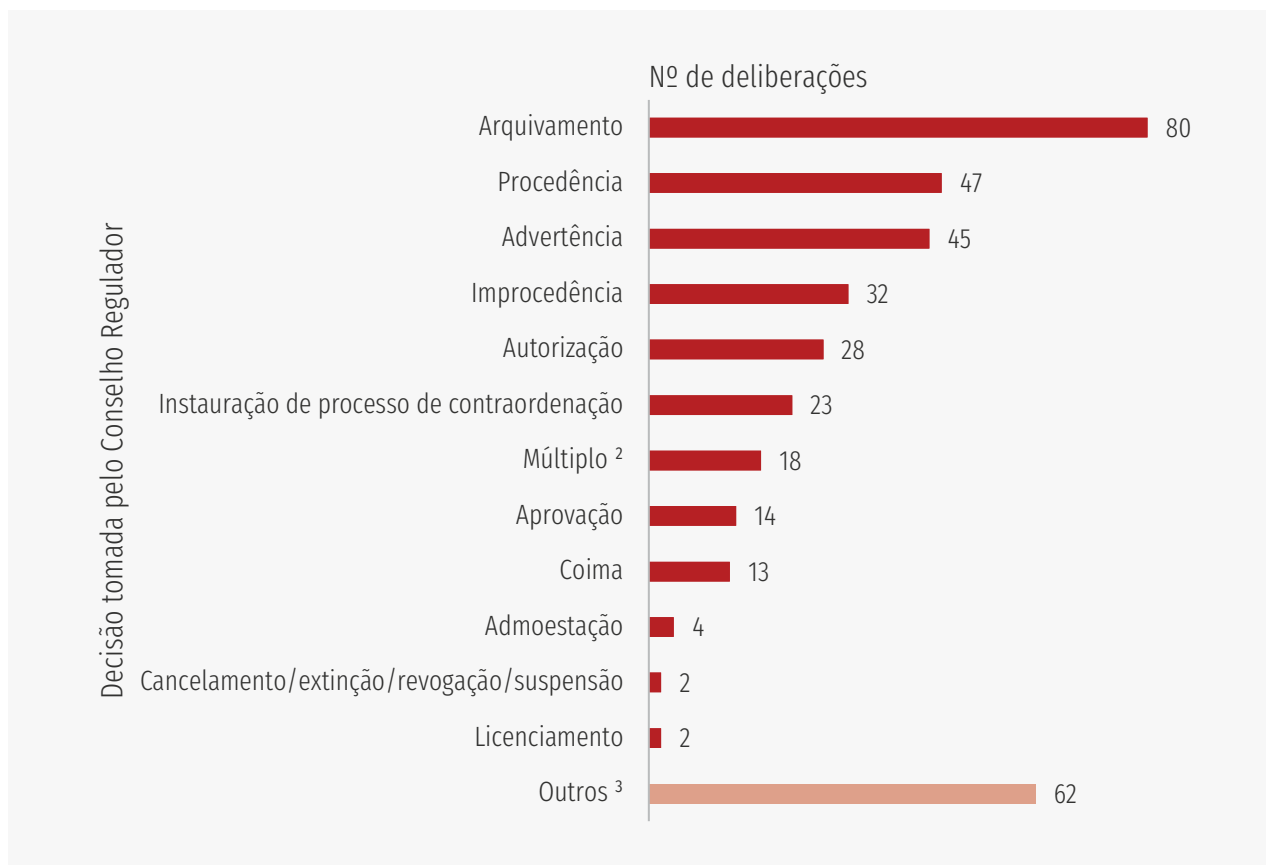


Fonte: Repositório Institucional da ERC

DELIBERAÇÕES POR TIPOLOGIA DE DECISÃO

Recorde-se que, em 2021, o Conselho Regulador da ERC aprovou 371 deliberações que encerram formalmente a apreciação de casos. Na maioria destas deliberações (80) o desfecho foi o arquivamento, enquanto em 47 deliberações foi dada procedência à queixa/participação apresentada junto da ERC e 45 culminaram em advertência para o meio visado. Na Figura 9 podem-se verificar as decisões tomadas pelo Conselho Regulador, em 2021, tendo em conta a tipologia da decisão por ordem decrescente da sua ocorrência.

FIG. 9- DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



² Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.

³ Em "Outros" são considerados os pareceres legislativos, os pareceres solicitados pela Autoridade da Concorrência e pela ANACOM, os processos administrativos da Unidade da Transparência dos *media* e todas as outras decisões que não se enquadram nas outras tipologias de decisão indicadas.

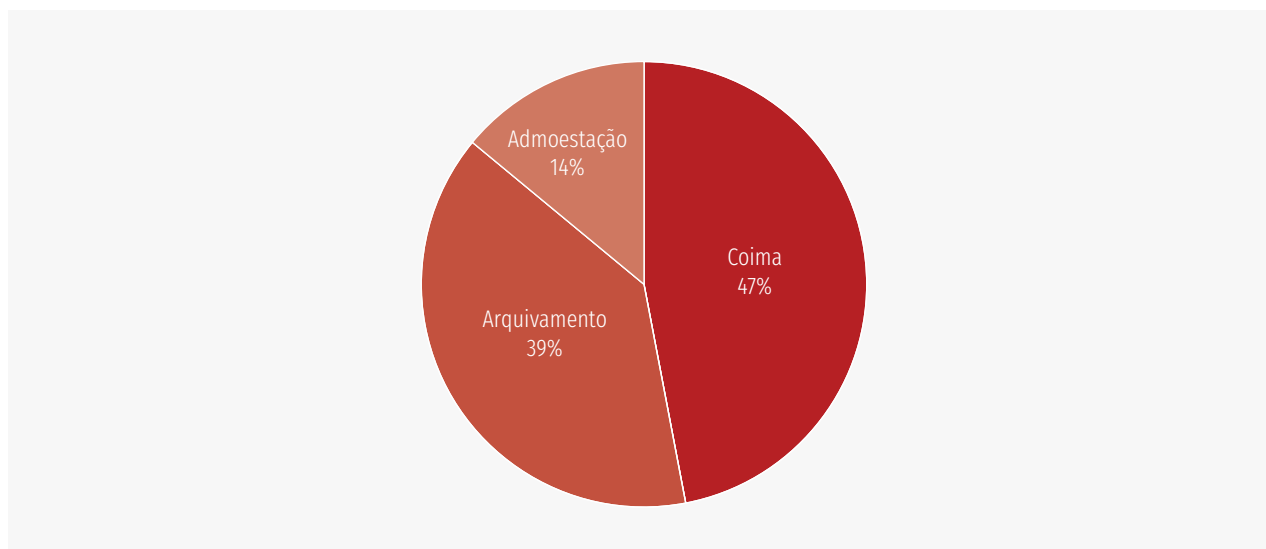
N= 371 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

A fim de dar conhecimento a outras instituições do sentido das decisões tomadas, em 2021, a ERC remeteu seis deliberações para a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, cinco para o Ministério Público e uma para a Comissão Nacional de Eleições.

No que concerne aos processos de contraordenação, e tal como enunciado no ponto anterior "Contraordenações", as tipologias de decisão aplicadas foram as coimas (em 13 situações), as admoestações (em quatro situações) e o arquivamento em 11 casos. De notar que em quase metade destas deliberações - 47% - prevaleceu como decisão a aplicação de uma coima ao arguido.

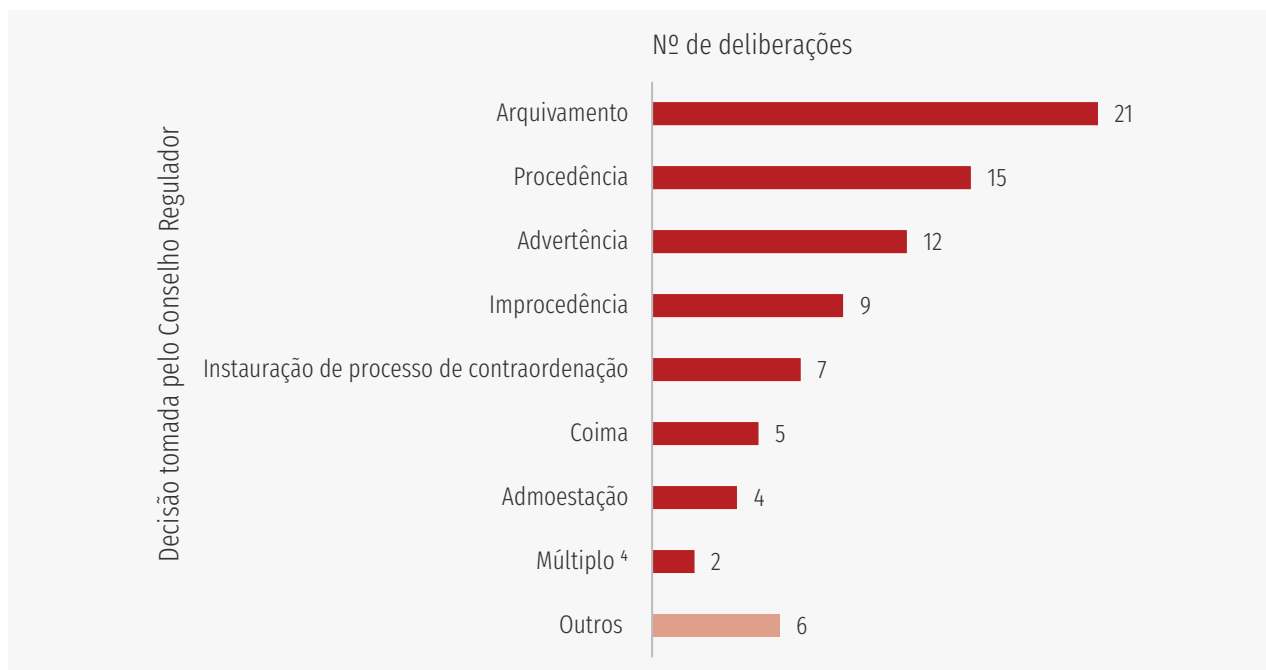
FIG.10 - DISTRIBUIÇÃO, EM PORCENTAGEM, DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, NO ÂMBITO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO



Fonte: Repositório Institucional da ERC

Na análise à prevalência das decisões por tipo de suporte do meio de comunicação social nas 371 deliberações tidas como finais, observa-se que 81 deliberações em que o meio – ou um dos meios – visado foi a imprensa, a decisão que mais prevaleceu foi o arquivamento (em 21 deliberações), seguido da procedência (em 15) e da advertência (em 12), conforme se pode constatar na Figura 11.

FIG. 11 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A IMPRENSA

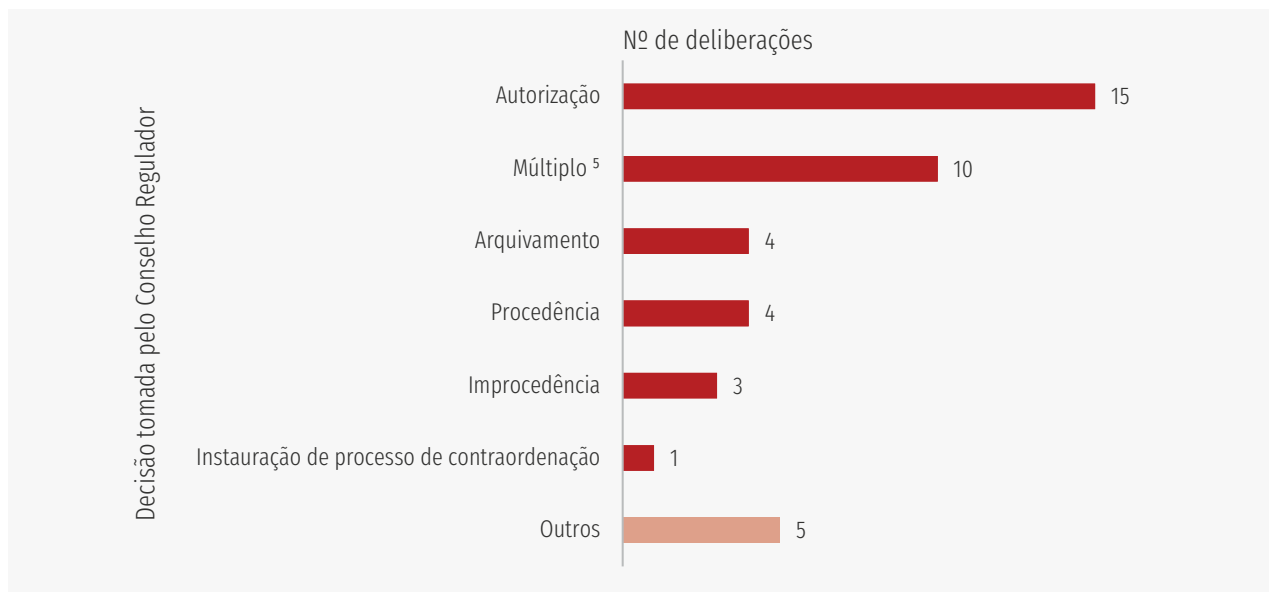


⁴ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Nas 42 deliberações em que a rádio foi o meio de comunicação ou um dos meios visado, a decisão que prevaleceu foi a autorização, presente em 15 deliberações. Em seguida, verifica-se a prevalência do “múltiplo” pelo facto de em diversas deliberações cujo meio visado é a rádio se decidir relativamente a dois ou mais pedidos realizados pelos operadores de rádio.

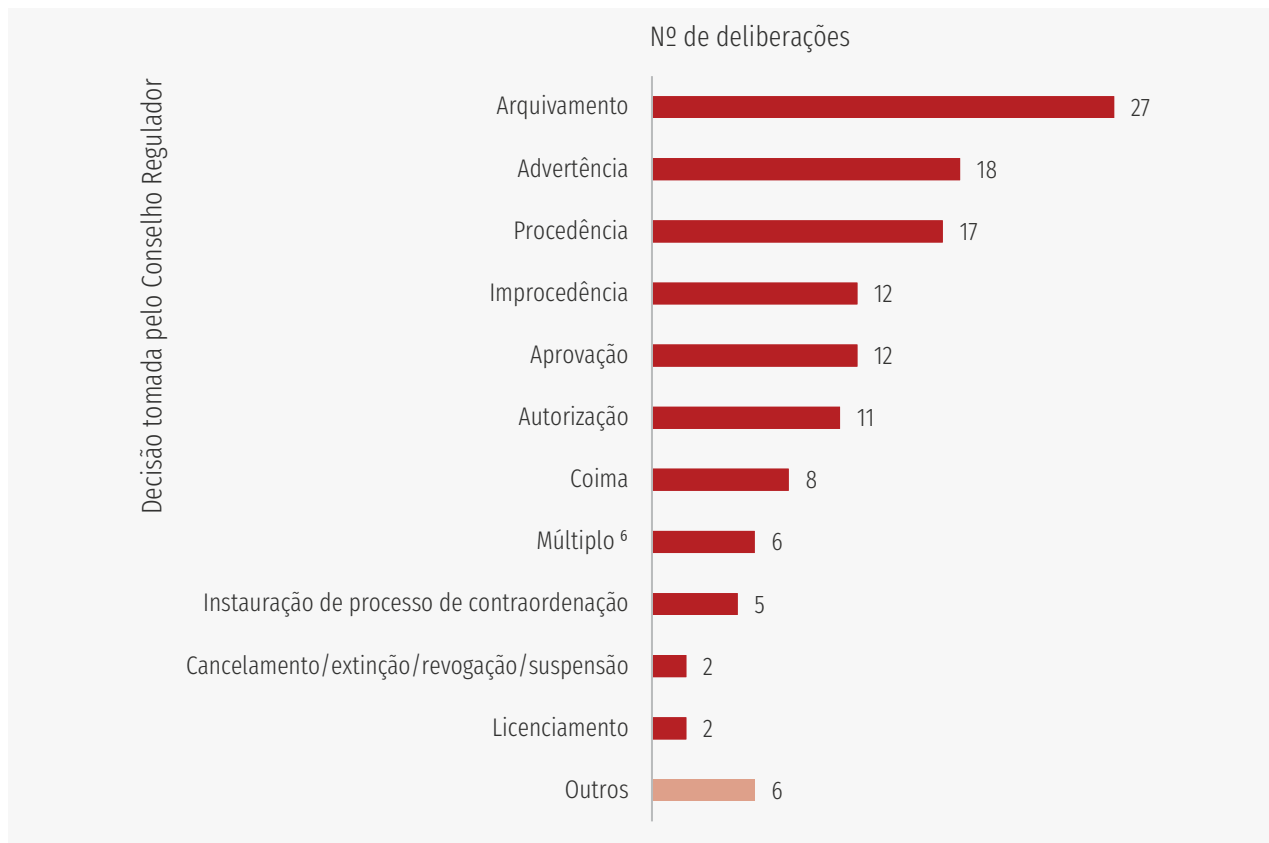
FIG. 12 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A RÁDIO



⁵ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

Das 126 deliberações cujo meio de comunicação social ou um dos meios visado foi a televisão, 27 terminaram em arquivamento, 18 em advertência e 17 em procedência.

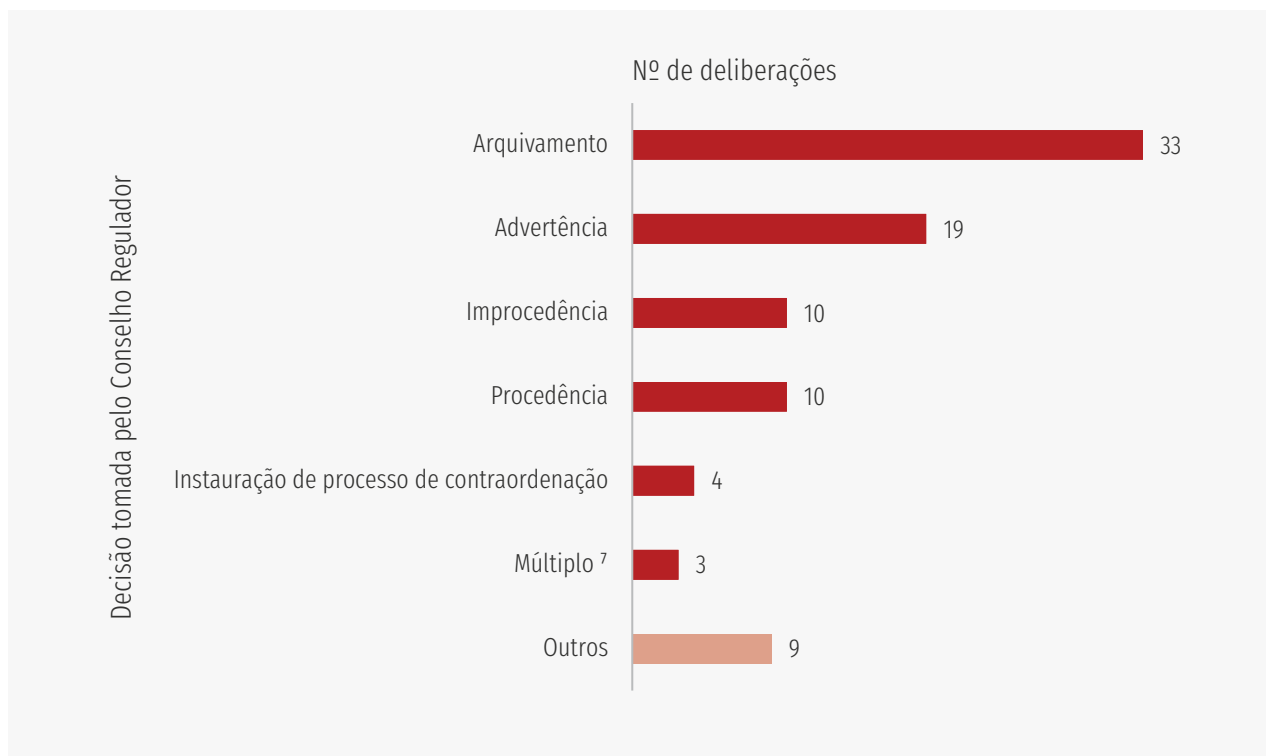
FIG. 13 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A TELEVISÃO



⁶ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

No que concerne à internet, das 88 deliberações aprovadas em 2021 cujo visado pertence a este meio, foi decidido o arquivamento em 33 delas, sendo a advertência a decisão mais tomada logo a seguir, em 19 deliberações.

FIG. 14 - NÚMERO DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2021, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A INTERNET



⁷ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.

Fonte: Repositório Institucional da ERC

DELIBERAÇÕES ACOMPANHADAS COM DECLARAÇÃO DE VOTO

Em 2021, identificaram-se quatro deliberações com declarações de voto de membros do Conselho Regulador. Uma delas contém duas declarações de voto e em cada uma das restantes existe somente uma declaração de voto.

FIG. 15 - DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2021 COM DECLARAÇÕES DE VOTO ASSOCIADAS

Nº da deliberação	Assunto	N.º de declarações de voto associadas
ERC/2021/32 (CONTJOR-I)	Queixa apresentada pela Pluris Investments, S.A., contra o jornal Correio da Manhã e o seu diretor, a propósito de duas peças jornalísticas publicadas na edição impressa de 28 de setembro deste periódico, e que alegadamente integram uma estratégia da Cofina Media, S.A.	1
ERC/2021/35 (CONTJOR-NET)	Queixa do Bloco de Esquerda contra o Notícias Viriato por falta de rigor informativo e violação do direito ao bom nome e reputação na notícia com o título "Ana Gomes, Marisa Matias e João Ferreira: os candidatos presidenciais 'aliados de confiança' de George Soros", publicada na edição de 25 de setembro de 2020	2
ERC/2021/74 (OUT)	Aquisição de participações – Grupo Media Capital, SGPS, S.A. – Alteração de domínio – Incumprimento do disposto nos artigos 4.º-B, n.º 6 da Lei da Televisão e 4.º, n.º 6 da Lei da Rádio	1
ERC/2021/95 (CONTJOR-PC)	Processo Contraordenacional N.º 500.30.01/2018/1 em que é arguida a Cofina Media, S.A., titular do serviço de programas Correio da Manhã TV (CMTV)	1

Recordamos que as decisões adotadas pelo Conselho Regulador da ERC (Deliberações, Diretivas, Recomendações, Regulamentos) estão publicadas no sítio eletrónico da Entidade, em cumprimento do número 6 do artigo 65.º (Publicidade) dos seus Estatutos.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2021

1. VISÃO GLOBAL

Na sua intervenção regulatória, a ERC procura obedecer a princípios de razoabilidade, transparência, clareza, consistência, proporcionalidade e proximidade.

Entre as atribuições que estatutariamente se encontram sob a alçada da ERC, consta o assegurar o respeito pelos direitos e deveres constitucional e legalmente consagrados, como a liberdade de imprensa, o direito à informação, a independência face aos poderes político e económico e o confronto das diversas correntes de opinião, através da monitorização do cumprimento das normas aplicáveis aos órgãos de comunicação social e conteúdos difundidos e promoção do regular e eficaz funcionamento do mercado em que se inserem.

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

Em baixo, enumeram-se as principais ações que a ERC conduziu no decurso de 2021, em matéria de regulação e supervisão:

ERC relembra as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião

Considerando a aproximação da Eleição para Presidente da República, a 24 de janeiro de 2021, a ERC emitiu um comunicado no qual salientou a importância do papel dos órgãos de comunicação social na sustentação do sistema democrático e na formação da opinião pública em períodos eleitorais, sublinhando alguns aspetos do tratamento das sondagens e inquéritos de opinião, tal como se encontram atualmente definidos na Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho) e em normas técnicas de referência fixadas pela ERC, salvaguardando a autonomia editorial dos órgãos de comunicação social e o respeito pelos critérios jornalísticos.

O regulador recordou nessa ocasião que a legislação em vigor é aplicável à generalidade dos órgãos de comunicação social, independentemente do suporte, e abrange todas as sondagens e inquéritos de opinião cujas matérias se encontram previstas pelo artigo 1.º da Lei das Sondagens, sejam ou não produzidas para divulgação pública.

ERC recorda alternativas que proprietários de publicações periódicas dispõem para evitar cancelamento do registo

Tendo presente o impacto que as medidas de combate ao Covid-19 estavam a ter no setor dos *media*, a ERC emitiu, a 4 de fevereiro de 2021, uma comunicação no seu sítio eletrónico e redes sociais a recordar aos proprietários de publicações periódicas que podem optar pela suspensão da edição (para ambos os suportes – papel ou *online*), pela alteração de suporte para *online* (para quem edita em papel) e alteração da periodicidade (caso não consigam respeitar a registada), evitando assim o cancelamento do registo na ERC.

A ERC recordou que estas medidas se encontram previstas no Decreto Regulamentar dos Registos (art.º 8.º e 21.º). Quando estiverem ultrapassados os constrangimentos, os proprietários poderão requerer novamente a alteração de suporte ou de periodicidade e, se aplicável, o levantamento da suspensão da edição junto da Unidade dos Registos da ERC.

ERC condena, sob a forma de comunicados, situações passíveis de configurarem limitações à liberdade de imprensa e aos direitos dos jornalistas

Tendo tomado conhecimento, através da comunicação social, de comunicado do Sindicato dos Jornalistas e de declarações da Ordem dos Advogados, que um Magistrado do Ministério Público, sem estar munido de qualquer mandado judicial, determinou à Polícia de Segurança Pública (PSP) o seguimento/vigilância de jornalistas, a ERC emitiu, no dia 13 de janeiro, um comunicado a manifestar que essa ação *prima facie*, indicia ostensivo olvidar de direitos fundamentais de jornalistas elencados no artigo 6.º do Estatuto do Jornalista (Lei n.º 91/99, de 13 de Janeiro) e artigo 22.º da Lei de Imprensa e assinala a gravidade da conduta descrita, esperando que a hierarquia do Ministério Público tome medidas para no futuro impedir quaisquer limitações à liberdade de imprensa e aos direitos dos jornalistas.

Mais tarde, no dia 28 de abril, o Conselho Regulador declarou ter tomado conhecimento, com particular preocupação, dos acontecimentos que se seguiram ao desafio de futebol realizado entre o Moreirense FC e o FC Porto, no dia 26 de abril de 2021, em que se encontrava em exercício de funções um profissional de comunicação social, que se viu impedido de realizar o seu trabalho em condições de segurança profissional e pessoal, situação suscetível de condicionar a liberdade de informação.

No comunicado que produziu, a ERC repudia categoricamente o clima de intimidação e violência a que os profissionais da comunicação social possam estar sujeitos no exercício da sua atividade, apelando à intervenção pronta e firme das autoridades policiais, desportivas e judiciais, para que se evite, no futuro, a repetição destas situações.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

A Literacia Mediática, tal como expresso na [Diretiva \(UE\) 2018/1808](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, refere-se às competências, aos conhecimentos e à compreensão que permitem aos cidadãos aceder e utilizar os meios de comunicação social de forma crítica, eficaz e segura. Recorde-se que em 2020, por força da transposição desta Diretiva para a legislação nacional, a Literacia Mediática passou a integrar, de forma explícita na Lei, as competências da ERC.

De notar que a ERC integra esta área de trabalho nos seus Planos de Atividade praticamente desde o início, consubstanciando-se no acompanhamento e desenvolvimento de projetos, sobretudo a nível nacional, mas também internacional.

Em 2021, destacam-se como iniciativas conduzidas pela ERC a continuidade de ações de sensibilização/consciencialização para a promoção de melhores níveis de literacia mediática sobretudo em contexto escolar (mas não só) com o propósito de fomentar o diálogo, o debate e o pensamento livre e crítico em torno de temas que são centrais à atividade de regulação, aos *media*, e à vida dos cidadãos, e também a colaboração no [projeto LEME – Literacia e Educação Mediática em Linha](#) que consiste numa iniciativa promovida pelo então Secretário de Estado Adjunto e da Educação, João Costa, e pelo então Secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e *Media*, Nuno Artur Silva. Refira-se que a ERC faz parte do Grupo de Trabalho multidisciplinar responsável pelo sítio LEME, de acesso livre, e que consiste num novo agregador de vários tipos de recursos de literacia mediática (áudios, imagens, jogos, planos de atividades, vídeos), como ferramenta facilitadora do trabalho de educadores e professores, do ensino pré-escolar ao ensino secundário, para explorar aprendizagens relacionadas com os *media*.

O ano 2021 fica também marcado pelo envolvimento da ERC no arranque da implementação, em Portugal, do Projeto europeu [EDUMEDIATEST: Media Literacy: interactive training and evaluation](#). A ERC começou a implementar, por via remota, a ferramenta digital em que se baseia o Projeto EduMediaTest — Uma ferramenta interativa para avaliação e treino, com a participação de cerca de 120 alunos de quatro turmas do 10.º e 11.º anos do Agrupamento de Escolas D. João II, em Sintra, e de duas turmas do 9.º e 10.º anos do Agrupamento de Escolas de Santa Comba Dão. Este teste foi integrado no período regular de aulas e foi feito com o acompanhamento dos professores e de duas técnicas da ERC.

O EDUMEDIATEST visa avaliar os graus de literacia mediática de alunos dos 14 aos 18 anos, em sete países europeus, e reconhecer a sua capacidade de se expressarem de modo compreensível, identificarem desinformação, detetarem interesses ocultos nas fontes de informação e distinguirem estereótipos. É parcialmente financiado pela Comissão Europeia e está integrado no programa “*Media Literacy for All*”. É aplicado através dos reguladores nacionais do audiovisual e de organismos públicos da educação. No futuro, pretende-se que seja um recurso de apoio à educação para os *media* nos países participantes.

O contacto com três das escolas foi facilitado pela RBE — Rede de Bibliotecas Escolares, parceira da ERC há vários anos no GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática.

A ERC é a parceira nacional do projeto EDUMEDIATEST, que tem como coordenador o Conselho do Audiovisual da Catalunha (regulador catalão) e cuja parte metodológica e teorização foi elaborada por uma equipa científica da Universidade Pompeu Fabra, de Barcelona. O Projeto inclui parceiros de mais cinco países: o Conselho Superior do Audiovisual, da França, a Agência para os *Media* Eletrónicos da República, da Croácia, a Conselho de Transmissão e Retransmissão da República Eslovaca, os centros de apoio à educação Dublin West, da Irlanda, e o Centro Nacional dos *Media* Audiovisuais e Comunicação, da Grécia.

Em 2021, a ERC prosseguiu também a sua ação como membro permanente do [GILM](#) - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 9.ª edição da iniciativa Sete Dias com os *Media*, sob o lema “Participar faz a diferença!” e na coorganização do 7.º Fórum GILM: Literacia Mediática e Desigualdades.

No contexto internacional, refira-se a participação da ERC em uma reunião sobre Literacia para os *Media* e a Informação organizada pela Plataforma Europeia de Reguladores Europeus que debateu as melhores práticas de literacia e adequação às formas de discurso de ódio. Destaque para o contradiscurso, a pedagogia acerca do contexto das plataformas eletrónicas e desenvolvimento de mecanismos de proteção e resistência.

ERC publica “Guia para Fiscalização dos Serviços Audiovisuais a Pedido”

Em 2021, a ERC publicou um [“Guia para Fiscalização dos Serviços Audiovisuais a Pedido”](#), que estabelece os requisitos legais pelos quais os serviços audiovisuais a pedido se devem reger.

As orientações constantes neste documento visam esclarecer os operadores sobre as Regras existentes em termos de 1) Notificação de fornecimento de um serviço audiovisual a pedido; 2) Notificação de ‘alterações significativas’ para um serviço notificado; 3) Notificação da intenção de cessar o fornecimento de um serviço notificado; 4) Gravação dos programas por pelo menos trinta dias; 5) Dever de colaboração; 6) Conteúdos proibidos; 7) Conteúdos nocivos a menores; 8) Acessibilidades; 9) Limitações em termos de outras formas de comunicações comerciais (Patrocínio); 10) Limitações em termos de outras formas de comunicações comerciais (Colocação de Produto) e 11) Obras europeias, e o modo como a ERC as aplica.

ERC divulga orientação interpretativa da aplicabilidade do artigo 14.º da Lei da Transparência

No dia 15 de setembro, o Conselho Regulador da ERC adotou a [Deliberação ERC/2021/333 \(TRP-MEDIA\)](#) que procede à orientação interpretativa do artigo 14.º da Lei da Transparência da Propriedade dos *Media* (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho) para ultrapassar «o potencial de incerteza jurídica que uma divergência interpretativa do normativo contido no artigo [...] pode criar, sobretudo num período de significativas mudanças na composição da titularidade de vários grupos portugueses de comunicação social [...]» e contribuir para «o normal funcionamento do sensível mercado da comunicação social, e do papel desta no regular funcionamento do Estado de Direito Democrático».

ERC publica pronúncia sobre proposta de Regulamento dos Serviços Digitais

Em resposta à solicitação da Presidência do Conselho de Ministros, submetida em junho de 2021, a ERC publicou a 23 de julho, através da [Deliberação ERC/2021/196 \(OUT\)](#), a sua pronúncia sobre a [proposta de Regulamento dos Serviços Digitais](#) que a Comissão Europeia apresentou em dezembro de 2020. Nela, o regulador sublinha as principais questões que identifica nesta modernização do quadro regulamentar dos conteúdos *online*:

- a definição do objeto do Regulamento, em harmonia com uma clarificação das normas da [Diretiva revista dos Serviços de Media Audiovisuais](#) (2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro), já transposta em Portugal em particular as obrigações dos prestadores de serviços digitais, que devem ser complementadas pelo Regulamento.

Em concreto, pelo que estabelece para a moderação dos conteúdos pelos prestadores de serviços, as responsabilidades das plataformas de partilha de vídeo que hospedem conteúdos ilegais e prejudiciais claramente identificados (incitamento ao ódio ou violência, terrorismo) para proteção de públicos menores e em geral. Em suma, a ERC indica que é questionável se todos os intervenientes *online* ficam sujeitos às regras consagradas no Regulamento:

- em paralelo, a importância de clarificação dos serviços excluídos da aplicação do Regulamento, mas englobadas no âmbito da Diretiva. A ERC sublinha que o foco do regulador incide sobre as políticas de moderação de conteúdos adotadas pelos prestadores de serviços e não sobre as pessoas que os carregam para as plataformas;
- em relação às muito grandes plataformas digitais, a necessidade de critérios objetivos para determinação de quais são as abrangidas, dado o risco de migração de conteúdos suscetíveis de prejudicar direitos fundamentais para plataformas mais pequenas e apelativas pelo menor escrutínio a que estão sujeitas;
- a diferença entre a Diretiva e o Regulamento nos critérios secundários para determinar a jurisdição (o Estado-membro em que está a sede do prestador de serviços ou o território de distribuição?);
- a necessidade de determinação das entidades nacionais e europeias responsáveis pela aplicação do Regulamento, com eventuais impactos na eficácia das normas da Diretiva e para acautelar a independência do regulador da comunicação social.

Por fim, a ERC invoca na sua pronúncia a [declaração](#) que o Grupo de Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA), de que é membro, publicou em 29 de março de 2021 sobre as propostas dos Regulamentos dos Serviços Digitais e o dos Mercados Digitais. Em relação ao primeiro, a ERC destaca os alertas sobre a necessidade de clarificação dos operadores de conteúdos *online* e dos intervenientes a que se aplicarão (motores de busca, de mensagens privadas e por utilizadores em direto), a eventual falta de harmonia entre o Regulamento e a Diretiva revista e outros instrumentos jurídicos europeus e nacionais, as dificuldades de operacionalização pelas várias entidades envolvidas, e uma desejável garantia de coerência, à escala da União Europeia, de todas as orientações de regulação.

ERC apresenta oficialmente a coleção “Regulação dos Media”

A 26 de outubro, a ERC apresentou o seu projeto editorial Coleção “Regulação dos Media”, que se propõe publicar, até 2022, diferentes edições sobre problemáticas contemporâneas do universo dos *media* que são simultaneamente questões fulcrais da regulação setorial e que têm por base estudos promovidos pela ERC e conduzidos por equipas de investigadores internas e externas.

A [apresentação](#) decorreu no Auditório da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa e foi orientada pelo coordenador da Coleção e Vice-Presidente da Entidade, Mário Mesquita. Na mesa estiveram presentes, como moderadora Carla Martins, coordenadora da Unidade de Transparência dos Media, e também os responsáveis pelos quatro primeiros números à data já publicados: a coordenadora do n.º 1, Teresa Duarte Martinho (com José Luís Garcia), e os coordenadores Cristina Ponte (n.º 2), Isabel Simões-Ferreira (n.º 3), João Pedro Figueiredo e Vanda Calado (n.º 4).

O primeiro número coordenado por José Luís Garcia, intitula-se “O Choque Tecno-liberal, os Media e o Jornalismo. Estudos críticos sobre a realidade portuguesa” e congrega uma diversidade de estudos de caso, onde se incluem o Expresso, o Observador e a Artcapital, atravessados pela interrogação comum sobre os fins do jornalismo e os impactos dos processos de comunicação postos em movimento por todos os meios tecnológicos de informação e comunicação. O segundo número, “Nós na Rede. Ambientes digitais de crianças e jovens”, analisa as respostas de crianças e jovens portugueses com idades entre os 9 e os 17 anos sobre práticas digitais, recolhidas no inquérito europeu “EU Kids Online”, de 2019, as quais são reveladoras de diferenças por idade e género quanto aos interesses na rede, oportunidades e riscos, competências na internet e mediação familiar.

O terceiro livro, “Media, Europa e Cidadãos”, aborda uma questão central: o contributo do jornalismo para a construção (ou desconstrução) de uma esfera pública europeia. Tendo como objeto de estudo a cobertura portuguesa das eleições para o Parlamento Europeu (2019), a análise incide sobre vários aspetos-chave do processo de intercomunicação entre diversos atores sociais: políticos, assessores de imprensa, jornalistas, utilizadores de redes sociais e cidadãos/eleitores. A quarta publicação, “Infoentretenimento - Possíveis Abordagens Regulatórias”, pretende abrir caminho a uma discussão aprofundada sobre o fenómeno do infoentretenimento, isto é, a pertinência das relações entre a informação e o entretenimento, que se consubstanciam na presença de conteúdos eminentemente informativos em programas de entretenimento e de conteúdos de entretenimento em programas informativos. Este fenómeno, também denominado por infotainment, suscita interrogações de várias ordens que necessitam de respostas seguras e articuladas por parte dos diferentes sujeitos com responsabilidades regulatórias no universo da comunicação social, sobretudo tentar perceber a que parâmetros devem obedecer a sua identificação, o seu enquadramento e o seu tratamento em espaços de representação que não são tradicionalmente os seus.

No âmbito da Coleção “Regulação dos Media”, a ERC prevê editar ainda obras que percorram temas como a desinformação, o discurso de ódio, o comentário nos *media*, a rádio em Portugal, a literacia mediática e a mediatização da saúde.

ERC anuncia obrigações que emissões televisivas têm de cumprir entre 1 de janeiro de 2022 e 31 de dezembro de 2025 para permitirem o acompanhamento por pessoas com necessidades especiais

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 10 de novembro de 2021, os novos termos do Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa, à áudio-descrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas.

O Plano Plurianual aplica-se ao período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025 e encontra-se segmentado em distintas fases temporais e obrigações, consoante os serviços de programas que integrem a oferta do serviço público de televisão ou dos operadores privados. A ERC confere um período de adaptação de três meses para a entrada em vigor da generalidade das obrigações, tidas como efetivas a partir de 1 de março de 2022.

O Conselho Regulador da ERC sublinha, na deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), em que procede à adoção do citado Plano, que «para que toda a comunidade se possa informar e participar ativamente na sociedade, os serviços de comunicação audiovisual, lineares e a pedido, deverão garantir acessibilidade a pessoas com deficiência visual e auditiva, bem como a pessoas que vão perdendo a acuidade destes sentidos, quer por alterações da condição física adquiridas, quer pela idade».

O órgão regulador recomenda ainda aos operadores de televisão que prossigam esforços tendentes à adoção de novas técnicas suscetíveis de garantir a acessibilidade, particularmente aquelas que são proporcionadas pelos avanços tecnológicos e pelo aproveitamento da capacidade das plataformas digitais, tendo em conta a necessidade de satisfazer o aumento progressivo das exigências quanto a esta matéria.

Nesse documento, a ERC informa também que irá proceder à divulgação periódica dos resultados da execução do presente Plano Plurianual no seu sítio eletrónico e que irá comunicá-los ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social para que assegure o envio do Relatório à Comissão Europeia.

A ERC refere ainda que, a todo o momento, poderá rever o conjunto das obrigações fixadas no presente Plano Plurianual, ponderando a evolução das condições técnicas e de mercado verificadas durante o seu período de validade.

ERC prossegue produção interna de Estudos e Relatórios

A ERC tem sido, ao longo dos anos, bastante ativa na produção de estudos e relatórios conduzidos pelos seus serviços e que permitem um conhecimento atual e aprofundado sobre a realidade mediática portuguesa.

Em baixo, indicam-se os títulos dos trabalhos produzidos em 2021, as temáticas e os principais dados obtidos:

a) [Relatório sobre “A Diversidade Sociocultural nos Media 2018-19”](#)

Este documento resulta da análise dos telejornais de horário nobre (“Telejornal”, da RTP1, “Jornal 2”, da RTP2, “Jornal da Noite”, da SIC, “Jornal das 8”, da TVI e “CM Jornal 20H”, da CMTV) e dos programas destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários nas grelhas da RTP1, RTP2, SIC e TVI, naquele biénio. A diversidade é analisada através de indicadores sobre a etnia/origem/migrações e religiões, na informação e na programação; género masculino e feminino na informação, e pessoas portadoras de deficiência na programação.

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» (alínea a) do artigo 7.º dos Estatutos da ERC; Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro) tem por obrigação a monitorização sistemática da diversidade e do pluralismo na informação e programação.

Das 312 horas de telejornais de horário nobre analisados, o regulador identificou 11 horas de referências ou presenças de cidadãos de origem estrangeira e de refugiados ou membros da comunidade cigana, por ordem decrescente, sobretudo localizados em Portugal e em contextos negativos (de vitimização, criminalização e crise migratória nas fronteiras). Esta situação verifica-se mais no “CM Jornal 20H”, da CMTV, e no “Jornal2”, da RTP2. As situações positivas e neutras (sucesso e integração) estão mais presentes nos blocos da SIC e TVI.

O relatório mostra ainda que, quando aqueles cidadãos são fontes de informação, surgem sobretudo como vítimas, num terço das peças, mais no “Jornal da Noite”, da SIC, e no “Telejornal”, da RTP1, e menos no “CM Jornal 20H”, da CMTV. Os cidadãos com origem estrangeira e da comunidade cigana aparecem nas *vox pop* e em resposta a questões acerca de assuntos nacionais e internacionais, nomeadamente no bloco da SIC e no “Jornal das 8”, da TVI.

Em cada dez peças, sete mencionam a nacionalidade, origem, cor e/ou situação documental de cidadãos, mas em mais de 70 % dessas sete peças a referência é pertinente para a compreensão do acontecimento. O relatório indica, porém, que «o “CM Jornal 20H” é o noticiário onde estas referências surgem com mais frequência e sem a devida contextualização» e que neste telejornal e no da RTP2 há divulgação de estereótipos sobre essas pessoas. O “Jornal das 8”, da TVI, e o “Telejornal”, da RTP1, são os que menos recorrem a expressões ou a associações promotoras dessas imagens negativas.

A diversidade religiosa é analisada através de dez horas de peças. A ERC conclui que o catolicismo preenche 71 % das referências/presenças, sobretudo no território nacional e num contexto de celebrações, positivo ou neutro. O islamismo corresponde a 11 % das peças, seguido pelo cristianismo (7 %) e o judaísmo (4 %). As minorias religiosas correspondem a 1 %.

As religiões são enquadradas no internacional (51 %), com destaque nos alinhamentos da RTP2 e nos da TVI, e menos frequentes nos da CMTV. A religião islâmica surge mais nos telejornais da RTP1, SIC e RTP2 e a judaica nos do Serviço Público e, na sua maioria, através de conflitos/guerras/atentados e terrorismo. Na informação de horário nobre, predomina a cobertura do catolicismo, sobretudo na CMTV. A TVI mostrou indiretamente a Igreja Universal do Reino de Deus, através de reportagens sobre uma alegada rede de adoções ilegais de crianças. No plano nacional, o cristianismo, o islamismo e o judaísmo surgem menos e em contextos negativos.

O equilíbrio da representação de homens e mulheres (diversidade de género) pelos telejornais de horário nobre é apreciado em 312 horas das 7271 peças transmitidas. Os resultados indicam que os homens predominam como protagonistas, fontes de informação e comentadores/especialistas, entre 70 % e 80 % cada uma destas variáveis.

Os protagonistas do sexo masculino são sobretudo políticos, nacionais e estrangeiros, futebolistas e adeptos, líderes religiosos e membros de igrejas e confissões religiosas, numa proporção muito semelhante em todos os telejornais. As mulheres são as figuras principais de peças enquanto vítimas de crimes e acidentes e arguidas de casos de justiça, a par de secretárias-gerais e presidentes de partidos portugueses e europeus, sobretudo nos blocos da RTP2, TVI e CMTV.

As fontes de informação do sexo masculino são sobretudo responsáveis pelas áreas da saúde e ação social, agentes de segurança e bombeiros, e decisores da economia e negócios, mais na RTP2 e menos na TVI. As fontes femininas surgem como *vox pop*, vítimas, testemunhas e moradoras no local dos acontecimentos, familiares, figuras públicas/celebridades e crianças, e ainda utentes de serviços de saúde e ação social, público da cultura, consumidoras e emigrantes/descendentes, sobretudo na CMTV e menos na RTP2.

Os comentadores e/ou especialistas são na sua maioria homens, mas o relatório assinala que no “Jornal” e no “CM Jornal 20H”, mesmo mantendo o predomínio de interpretações masculinas, há mais presenças femininas. No “Jornal das 8”, da TVI, e no “CM Jornal 20H” há rubricas de opinião assinadas por homens e por mulheres, ou alternados em cada semana. Os temas mais frequentes são política nacional, europeia e internacional, ordem interna e sistema judicial, por ambos os sexos, e desporto, por comentadores e/ou especialistas homens.

Do total de 56 mil horas de programação analisadas, a ERC identifica 730 horas dedicadas à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários nas dimensões etnia/origem, religião e pessoas portadoras de deficiência, ou 1 % dos programas dos quatro serviços generalistas emissores em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Em cada um, a ERC avalia a evolução do número de programas e a respetiva duração. A CMTV não emite estes programas e não tem esta obrigação específica, ao contrário dos outros generalistas, emissores em sinal aberto.

A RTP2 destaca-se com mais programas (9) para grupos minoritários, inclusão das pessoas com deficiência, promoção da diversidade religiosa e sociocultural e atualidade em África e de maior duração (4 %), enquanto os outros canais contribuem com quatro programas, dedicados às comunidades de imigrantes e grupos étnicos, que correspondem a 1 % do tempo global daqueles temas. Das 730 horas, a RTP2 emite 598 horas (82 %), ainda que, desde 2017, tenha diminuído o número de programas. A SIC e a TVI atribuem-lhes um programa e 30 horas anuais cada, correspondentes a 8 % e 7 %. A RTP1 emite 2 % da duração destes programas, sobre pessoas portadoras de deficiência, e que já são da grelha da RTP2.

No fim do relatório podem ser conhecidas também as iniciativas internacionais e nacionais desta área em que a ERC participou naquele período.

b) Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Presidenciais 2021 — Televisão”

Este documento analisa a cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2021 pelos blocos informativos das 20/21 horas dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV, respetivamente, “Telejornal”, “Jornal 2”, “Jornal da Noite”, “Jornal Nacional” e “CM Jornal 20h” no período da campanha eleitoral: 10 de janeiro a 22 de janeiro de 2021 (excluindo o dia de reflexão e o dia do próprio ato eleitoral – 24 de janeiro).

O objetivo da análise é a identificação das presenças das candidaturas às presidenciais, caracterizar a atenção destes blocos noticiosos a cada candidato e o reconhecimento de eventuais desequilíbrios no seu acesso ao espaço mediático.

Além do registo das presenças, a ERC considerou também o enfoque temático com que estes órgãos de comunicação social cobriram a campanha eleitoral. Em janeiro de 2021, o contexto era o da pandemia de COVID-19, com impacto na sua abordagem pelos candidatos.

Em baixo, enumeram-se os principais dados, agrupados por operador, que a ERC extraiu das 455 peças analisadas.

Na RTP1:

- São contabilizadas 93 peças com a presença de candidaturas às eleições presidenciais, que representam 22 % do tempo total dos noticiários analisados;
- Estas são maioritariamente peças de géneros informativos (97,8 %), sendo raros os comentários ou outras peças de opinião (2,2 %);
- A maioria dos diretos, 8,6 % do total de peças, resulta da cobertura das ações de encerramento da campanha dos candidatos e de uma peça do local do debate com os sete candidatos, em 12 de janeiro de 2021;
- Verifica-se a presença/referência de todos os candidatos à Presidência da República, com destaque para Marcelo Rebelo de Sousa e André Ventura;
- As candidaturas com maior número de presenças são também as que são mais vezes criticadas sem hipótese de contraporem a sua posição na mesma peça, e, portanto, sem voz, situação mais frequente em número de peças para o recandidato Marcelo Rebelo de Sousa. Apesar desta característica, a generalidade dos candidatos tende a ser representada com voz, isto é, a sua mensagem é veiculada, tanto em discurso direto como indireto. Tiago Mayan e Vitorino Silva são os únicos que surgem exclusivamente através de quem fala ou de quem se fala, com ou sem voz, e sempre sem críticas;
- Os candidatos à Presidência da República são quase sempre os protagonistas das peças. É residual o número das peças em que é realçado o porta-voz da campanha;

- As duas candidatas do sexo feminino, Ana Gomes e Marisa Matias, são referidas em menos de um terço das peças;
- O tema mais abordado na campanha eleitoral é a cobertura do posicionamento dos candidatos em relação à ação do Governo e do Presidente da República durante o estado de emergência. Um segundo grupo engloba as ações de campanha, presenciais e por via digital, sem tema específico e vocacionadas para o apelo ao voto. Os modelos de campanha e as apreciações do desempenho de cada candidato, as suas ações e declarações, agregam o terceiro patamar de número de peças e, o quarto, as manifestações de apoio ou reprovação, estas a partir dos incidentes nos congressos e arruadas do candidato André Ventura. Em quinto lugar, a abordagem do “Telejornal” das propostas dos candidatos destacam os direitos laborais e apoios sociais durante a pandemia e a luta contra a corrupção.

Na RTP2:

- São analisadas 79 peças com a presença de candidaturas às eleições presidenciais, que representam cerca de 20 % do tempo total dos noticiários analisados;
- Estas são maioritariamente peças de géneros informativos (96,8 %), sendo raros os comentários ou peças de análise (3,2 %);
- A cobertura da campanha para as presidenciais nunca foi feita com recurso ao direto;
- Verifica-se a presença /referência aos sete candidatos à Presidência da República, com destaque para Marcelo Rebelo de Sousa, André Ventura e Ana Gomes;
- À exceção das candidaturas de Vitorino Silva e de Tiago Mayan, as restantes são alvo de críticas sem hipótese de resposta na mesma peça, situação que afeta um maior número de peças sobre a recandidatura de Marcelo Rebelo de Sousa;
- Os candidatos tendem a ser representados com voz, em discurso direto como indireto, exceto Marcelo Rebelo de Sousa, referido sem voz em maior número de peças;
- Os candidatos à Presidência da República são os protagonistas da totalidade das peças;
- As duas candidatas do sexo feminino, Ana Gomes e Marisa Matias, são referidas em menos de um terço das peças;
- As peças do “Jornal 2” centram-se na descrição das ações de campanha através das visitas dos candidatos, sem enfoque em propostas, o apelo ao voto e debate do modelo de campanha. Num segundo grupo, o “Jornal 2” salienta os posicionamentos dos candidatos/apreciação acerca das opções do Governo durante a pandemia, apreciações mútuas entre candidatos e críticas ao Presidente da República. O eventual adiamento das eleições e as medidas de proteção definidas pela Direção-Geral da Saúde no dia da votação, incidentes durante a campanha de André Ventura, as propostas para o Serviço Nacional de Saúde, os direitos laborais e apoios sociais, a luta contra a corrupção, o sistema político e a democracia compõem o último grupo de temas.

Na SIC:

- Verifica-se a transmissão de 117 peças com a presença de candidaturas às eleições presidenciais, que representam cerca de 25 % do tempo total dos noticiários analisados;
- São quase sempre peças informativas (57,3 % notícias, reportagens e *vox-pop*), 41 % incluídas na rubrica “Polígrafo”, e há uma percentagem residual de comentários (1,7 %);
- A cobertura da campanha para as presidenciais foi feita sem recurso a diretos;
- Há uma amplitude acentuada entre a candidatura mais referida (52 presenças/referências), a de André Ventura e a menos referida, a de Vitorino Silva (12 presenças/referências), ainda que seja garantida a presença das sete;
- As candidaturas mais presentes são também as que mais vezes são criticadas sem contraporem a sua posição na mesma peça, situação mais frequente em relação ao recandidato Marcelo Rebelo de Sousa e que não se verifica nos candidatos João Ferreira e Tiago Mayan Gonçalves;
- Os candidatos tendem a ser representados com voz, em discurso direto ou indireto, mas André Ventura, Marcelo Rebelo de Sousa e Vitorino Silva são representados sem voz num maior número de peças;

- Os candidatos à Presidência da República são quase sempre os protagonistas das peças e, num número residual delas, é realçado o porta-voz ou o assessor da campanha;
- As duas candidatas do sexo feminino, Ana Gomes e Marisa Matias, são referidas em menos de um terço das peças;
- O tema mais abordado na campanha eleitoral é o da desinformação, promovida pelo número de peças da rubrica “Polígrafo”. Num segundo grupo, estão peças centradas em apreciações sobre o desempenho dos candidatos e manifestações de apoio por notáveis dos partidos. Em terceiro lugar, são salientadas as ações de campanha a partir das visitas dos candidatos, sem propostas concretas e para apelo ao voto, o debate acerca do modelo de campanha e as críticas a Marcelo Rebelo de Sousa. Nas peças sobre propostas destacam-se aquelas acerca do Serviço Nacional de Saúde, os direitos e apoios sociais e as posições sobre a ação do Governo no contexto da pandemia. A possibilidade de adiamento das eleições, a proteção da saúde pública no dia da votação e a necessidade de investimento das forças de segurança e proteção civil são os temas menos frequentes nos alinhamentos deste bloco da SIC.

Na TVI:

- Há 98 peças com a presença de candidaturas às eleições presidenciais, que representam cerca de 27 % do tempo total dos noticiários analisados;
- Estas são maioritariamente peças informativas (78,6 %), além de 19,4 % integradas em rubricas e um por cento de entrevistas e de comentários;
- Os 13,3 % de diretos são para os encerramentos de campanha de todos os candidatos;
- Verifica-se a presença /referência dos sete candidatos à Presidência da República, com destaque para Marcelo Rebelo de Sousa e André Ventura;
- As candidaturas com mais presenças são também as mais vezes são criticadas sem hipótese de contraporem a sua posição na mesma peça, à exceção de Tiago Mayan Gonçalves e Vitorino Silva. Quase todos os candidatos são representados com voz, tanto em discurso direto como indireto, mas o recandidato à Presidência da República é representado sem voz em mais de metade das peças;
- Os candidatos são quase sempre os protagonistas das peças. É residual o número daquelas em que é realçado o secretário-geral do partido apoiante das candidaturas, casos das de João Ferreira, Marisa Matias e Tiago Mayan;
- As duas candidatas do sexo feminino, Ana Gomes e Marisa Matias, são referidas em menos de um terço das peças;
- O tema mais abordado na campanha eleitoral pelo “Jornal das 8” é o posicionamento dos candidatos acerca da ação do Governo no contexto da pandemia e, na mesma proporção, os perfis dos candidatos a partir de perguntas aos próprios na rubrica “Respostas Imperfeitas”. A descrição de ações de campanha, através das visitas dos candidatos, sem foco num assunto ou em propostas concretas, para apelo ao voto, compõe um segundo grupo de temas. O terceiro grupo centra-se na cobertura das manifestações e os incidentes nos congressos e arruadas do candidato André Ventura, os posicionamentos sobre o desempenho do Presidente da República e as apreciações mútuas das candidaturas e declarações de apoio a candidaturas. Os temas presentes em menor proporção no alinhamento do “Jornal das 8” são o Serviço Nacional de Saúde, direitos e apoios sociais, e os direitos laborais (combate à precariedade).

Na CMTV:

- São identificadas 68 peças com a presença de candidaturas às eleições presidenciais, que representam 18 % do tempo total dos noticiários analisados;
- Estas são maioritariamente peças informativas, destacando-se a existência de entrevistas (8,8 %) e comentários (5,9 %) neste bloco;
- A cobertura da campanha para as presidenciais nunca foi feita com recurso ao direto;
- Verifica-se a presença/referência dos sete candidatos à Presidência da República, com destaque para Marcelo Rebelo de Sousa e, um pouco menos, para André Ventura;

- A totalidade das candidaturas é criticada, sem contraporem a sua posição na mesma peça, situação mais frequente em relação a André Ventura;
- A maioria das candidaturas é representada com voz, tanto em discurso direto como indireto, à exceção de André Ventura, Marcelo Rebelo de Sousa e Ana Gomes, representados sem voz num maior número de peças;
- Os candidatos à Presidência da República são sempre os protagonistas das peças;
- As duas candidatas do sexo feminino, Ana Gomes e Marisa Matias, são referidas em um quarto das peças;
- O tema mais abordado na cobertura da campanha eleitoral pelo “CM Jornal 20H” é o posicionamento dos candidatos tanto sobre a ação do Governo durante a pandemia como a do Presidente da República, esta prolongada na discussão do processo eleitoral e da possibilidade de adiamento das eleições. As apreciações dos desempenhos dos candidatos e descrição das ações de campanha (excessos e críticas mútuas) são o quarto grupo de temas mais frequentes. Os direitos laborais, as reações dos candidatos às suspeitas de vigilância de jornalistas por uma procuradora do Departamento de Investigação e Ação Penal, perfis dos candidatos, o debate sobre o Serviço Nacional de Saúde e a proposta de apoios a empresas e cuidadores informais esgotam os temas.

c) [Relatório sobre a “Cobertura das eleições legislativas dos Açores em 2020 pelas televisões”](#)

Este documento descreve a cobertura jornalística referente às eleições para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores em 25 de outubro de 2020, nos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas televisivos generalistas de âmbito nacional; a RTP1 (“Telejornal”), RTP2 (“Jornal 2”), SIC (“Jornal da Noite”), TVI (“Jornal Nacional”) e CMTV (“CM Jornal 20h”) e, de âmbito regional; a RTP Açores (“Telejornal dos Açores”) durante a pré-campanha (22 de agosto a 10 de outubro) e a campanha eleitoral (11 de outubro a 23 de outubro). É também analisada a presença dos partidos/candidaturas em programas autónomos de entrevista, debate e comentário político emitidos pela RTP Açores, RTP1, RTP2, RTP3, SIC, TVI e CMTV, e pelos temáticos de informação SIC Notícias e TVI24, em ambos os períodos.

O acompanhamento da cobertura das eleições legislativas regionais teve por objetivo a identificação das presenças dos partidos políticos candidatos a estas eleições, bem como dos seus representantes (candidatos e outros). A partir da identificação das presenças destas formações é caracterizada a atenção que as televisões atribuem a cada lista ao ato eleitoral, identificando eventuais situações de desequilíbrio no acesso dos candidatos/candidaturas.

A análise da ERC contabiliza 154 peças com presença de candidaturas às eleições regionais dos Açores transmitidas por cinco blocos de informação diária das televisões generalistas de âmbito nacional e 128 peças pelos noticiários da televisão regional. Nos telejornais do horário nobre da CMTV não foram identificadas peças.

A partir de listagens enviadas ao regulador pela RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores, SIC, SIC Notícias, e CMTV, com exceção da TVI e da TVI24, a ERC identificou 11 programas autónomos de entrevista e 24 de debate. Só houve programas autónomos de debate e entrevista com representantes daquelas candidaturas transmitidos pela RTP Açores e RTP3.

A ERC constata que os blocos informativos das quatro televisões generalistas nacionais (“Telejornal”, “Jornal 2”, “Jornal da Noite”, “Jornal Nacional” e “CM Jornal 20h”), que transmitiram peças sobre as eleições legislativas açorianas, dedicaram entre um e cinco por cento dos alinhamentos ao acontecimento, sobretudo através do género notícia, e reportagens e entrevistas apenas na TVI, com transmissões em direto só pela RTP1 e TVI.

O protagonismo da maioria das peças é dado às candidaturas de partidos já com assento na Assembleia Legislativa da Região, pelo menos desde 2016. As exceções são o Chega, Iniciativa Liberal e o Partido das Pessoas, dos Animais e da Natureza (PAN). As formações políticas são quase sempre representadas sem críticas e com voz. Já no caso das candidaturas do PPD/PSD e do PS surgem associadas a argumentos contrários, na maioria das peças com voz; na RTP1, SIC (o PS com voz num terço e o PSD em metade) e TVI.

A RTP Açores atribui mais de metade dos seus alinhamentos à cobertura das eleições legislativas na Região, através de notícias e de reportagens, e sem diretos. Há a presença residual de entrevistas e de análise política. Predominam também as candidaturas protagonizadas por deputados da ARA. De entre as candidaturas sem assento parlamentar

representadas nas peças salientam-se as presenças do PAN, Chega, seguidos pelo Iniciativa Liberal, Aliança e Livre. O PS é o principal destinatário de críticas desses partidos e, em quase metade das peças em que é referido, é o único partido sem voz nessas peças. As candidaturas com assento parlamentar são representadas maioritariamente com voz, mas, à exceção do PPM, são criticados sem oportunidade de resposta na mesma peça.

Os blocos de horário nobre das televisões generalistas nacionais dão destaque aos cabeças de lista das candidaturas com assento parlamentar e a alguns dirigentes nacionais (nos casos do CDS/PP, do Chega e do IL) e aos presidentes regionais, sobretudo do PPD/PSD e do PS. A RTP Açores deu prioridade aos presidentes regionais dos partidos candidatos.

A ERC observa também a ausência ou a presença residual (RTP1 e RTP Açores) de candidatas mulheres nas peças com representante personificado.

A análise das peças leva a ERC a concluir pela falta de diversidade dos temas, concentrados em ações de campanha eleitoral, na divulgação de resultados de sondagens e na autonomia regional. Há uma minoria de peças com enfoque temático simultaneamente regional e nacional.

No bloco noticioso de horário nobre da RTP Açores, o tema regional mais abordado é o do desempenho dos partidos/candidaturas; em segundo lugar, a apresentação de tópicos dos programas eleitorais das candidaturas; e, em terceiro, a avaliação do desempenho do Governo Regional dos Açores, com destaque para as políticas de agricultura e pescas e de transportes.

Num décimo das 128 peças analisadas, os temas são de enfoque nacional, sobretudo acerca do apoio de notáveis dos partidos às candidaturas, do desempenho dos partidos nacionais e do impacto da política orçamental da República na Região. Também o desempenho do Governo da República surge como tema da campanha para as eleições regionais.

Em relação aos programas autónomos, a RTP Açores é o único serviço de programas que transmite entrevistas com presença de quase todos os partidos políticos com candidaturas às legislativas nos Açores. Cada representante de candidatura foi entrevistado uma vez, com exceção dos do Livre e do Partido da Terra (MPT).

A RTP Açores e a RTP3 foram os únicos a emitir debates, sobretudo através das presenças do PSD, seguindo-se o PS, BE e CDS-PP e a CDU e o Partido Popular Monárquico (PPM) e, num debate, do IL, PAN, Aliança e Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses (PCTP/MRPP). Verifica-se a ausência de representantes do Livre e do MPT nestes debates.

No total, a RTP Açores transmitiu 24 debates com os líderes/representantes dos vários partidos (Açores, globais e Ilhas), dos quais 22 com emissão em exclusivo e dois em simultâneo com a RTP3. A RTP Açores transmitiu 15 debates com os líderes/representantes das candidaturas às eleições regionais, 13 deles emitidos em exclusivo e dois em simultâneo com a RTP3, e nove debates com os líderes/representantes por ilhas (um por Ilha/ciclo eleitoral). A RTP Açores emitiu ainda nove debates com os líderes/representantes por Ilhas (um por ilha/ciclo eleitoral).

d) Relatório sobre a “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2020”

Este documento reúne informação sobre o modo como os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional cumpriram as obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), referentes à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

Segundo os dados apurados em 2020, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2019. Contudo, é de assinalar que a ERC verificou que o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., no serviço de programas RTP2, não garantiu, pelo quarto ano consecutivo, as quotas de programas em língua portuguesa, nem de obras criativas, tendo a ERC deliberado ([Deliberação ERC/2021/30 \(OUT-TV\)](#)) a abertura de processo contraordenacional contra este operador de serviço público.

Nos serviços de programas temáticos da SIC, a ERC também observou descidas de produção originariamente em língua portuguesa, sendo as mais relevantes na SIC Mulher e na SIC K, aquém da quota mínima. 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, à exceção do Biggs, que subiu o percentual, ainda assim ficando aquém da quota prevista.

A análise da ERC constata também que os serviços de programas cuja temática são o cinema e as séries continuam a revelar percentuais residuais e sem grandes oscilações face a 2019. Assinala-se ainda que o serviço de programas generalista CMTV, com 32,28 %, ultrapassou a quota mínima de obras criativas em língua portuguesa, o que acontece pela primeira vez desde o início da atividade.

Em 2020, dos 47 serviços de programas avaliados, constata-se que 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.

O mesmo se aplica nas obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10 %, não é alcançada em 21 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

A ERC observa ainda 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.

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 (60 %).

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, a ERC conclui que a incorporação de produção europeia e de produção independente recente nos serviços de programas lineares não tem sofrido inflexões de relevo, sendo gradativa. Não obstante, denota-se um crescente declínio na integração de produção independente recente nos serviços de programas.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, a ERC realça que apenas a NOWO e a NOS integraram em catálogo uma percentagem superior a 30 %.

Em 2020, a ERC refere ainda ter observado que as estratégias dos serviços de televisão lineares ficaram também limitadas pelos condicionalismos inerentes à produção, com repercussões na repetição de conteúdos e um forte pendor de conteúdos informativos nas linhas editoriais dos serviços de programas generalistas. Na leitura do regulador, a pandemia influenciou na programação dos canais generalistas em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI) que exibiram linhas de programação de perfis uniformes, continuando o segundo serviço de programas do operador público a orientar a sua produção para conteúdos no género culturais/conhecimento e com uma acentuada dimensão de produção europeia.

No total dos quatro serviços generalistas, verificou-se a exibição de 11 312 horas de produção independente. O volume de produções de origem nacional, no conjunto destes serviços de programas, representou uma percentagem maioritária do total de programas exibidos nos referidos serviços (64,5 %). Assinala-se que o volume de horas de produção nacional independente desceu face a 2019, com exceção da RTP2. O género mais representativo, no conjunto dos quatro serviços generalistas, é o entretenimento, com 4523 horas, seguido pela ficção, com 1240 horas, programas culturais, com 586 horas, e infantis/juvenis, com 88 horas.

e) [Relatório sobre as “Implicações da Crise de COVID-19 nas Condições Económicas do Setor de *Media* em Portugal – 2020/1.º trimestre de 2021”](#)

Este documento analisa o impacto económico da pandemia, a partir das respostas a um questionário que dirigiu, entre 26 de maio e 28 de junho, a um conjunto de entidades representativas do setor registadas na Plataforma Digital da Transparência (pessoas coletivas com contabilidade organizada que identificam a comunicação social como atividade principal) e a prestadores de televisão por subscrição.

Refira-se que este documento constitui um *follow up* do relatório [“Avaliação do impacto da pandemia de Covid-19 sobre o setor da comunicação social em Portugal”](#), publicado pela ERC em junho de 2020.

Dos dados do inquérito realizado conclui-se que, apesar de a pandemia de COVID-19 ter afetado todos os órgãos de comunicação social portugueses, o seu impacto tem sido desigual, lesando principalmente a imprensa nacional e regional e local, bem como as rádios regionais e locais. Em contrapartida, os operadores privados de TV, fornecedores de *video-on-demand*, plataformas de partilha de vídeo, distribuidores de serviços de televisão por subscrição e operadores privados de rádio de âmbito nacional mantiveram-se mais protegidos.

Nas respostas remetidas à ERC é reportada a ausência de políticas públicas dirigidas às áreas mais frágeis do setor e a necessidade de maior adequação à realidade dos órgãos de comunicação social regional e local. São também solicitados mais apoios através de benefícios fiscais e incentivos ao investimento e capitalização das empresas, como a criação de fundos direcionados e linhas de crédito bonificadas.

Um total de 14 % dos respondentes mencionou ter encerrado órgãos de comunicação social, sobretudo canais televisivos e publicações impressas, ainda que a maior parte com a expectativa de retomar a publicação. 32,2 % das entidades afirmou não ter recorrido a qualquer medida de apoio, sendo as mais utilizadas as de proteção ao emprego (14,8 %) e os subsídios diretos (11,0 %). Quase um terço beneficiou de apoios em publicidade de plataformas privadas multinacionais como a Google ou a Netflix.

Em termos de *performance* económico-financeira, observa-se que 58 % dos inquiridos registaram contração do volume de negócios em 2020, 30 % mantiveram o mesmo nível de 2019 e 12 % apresentaram expansão. Entre os que não apresentaram alterações no volume de negócios encontram-se o operador público de televisão, alguns operadores privados de TV (30 %) e a maioria dos fornecedores de VoD, distribuidores e outros fornecedores de serviços audiovisuais. Cerca de 42 % dos operadores privados de rádio nacional e 34 % dos operadores de rádio regional e local também mantiveram o seu volume de negócios em 2020. Por outro lado, 71 % da imprensa nacional e 65 % da imprensa regional e local apresentaram contração do volume de negócios.

No primeiro trimestre de 2021 a situação parece ter melhorado, com cerca de 16 % dos respondentes a mencionar estabilidade no volume de negócios, quando comparado com o mesmo período de 2020. O número de respondentes a indicar expansão aumentou para 32 %, e os que reportaram contração diminuíram para 52 %.

No que respeita à contração das receitas de publicidade, constata-se que foi sentida por mais de 60 % dos órgãos de comunicação social, em 2020, e que no 1.º trimestre de 2021, afetava 52 % dos meios.

Os dados comunicados à ERC revelam ainda que para cerca de 70 % dos respondentes a pandemia não originou a oferta de novos serviços no mercado. A aposta foi direcionada para otimização da estrutura de custos e reforço do teletrabalho ou reorganização de equipas. Porém, foram também relevantes as respostas focadas no aumento do foco em conteúdos *online* ou o reforço da capacidade de distribuição digital em vários canais. Inquestionavelmente, a pandemia veio acelerar modelos de negócio centrados em subscrições e no digital.

f) Estudo sobre o “Infoentretenimento — Possíveis Abordagens Regulatórias” da Coleção Regulação dos Media

Este documento resulta de um estudo conduzido pela ERC sobre a questão do infoentretenimento e que antecipa a atuação regulatória da Entidade. Esta obra, que constitui o quarto volume da Coleção “Regulação dos Media”, apresenta, na primeira parte, uma síntese das deliberações publicadas pela ERC acerca destes conteúdos televisivos, durante o período de 2007 a 2019, uma análise da oferta na programação e das suas audiências. Os programas informativos analisados incluem telejornais diários e outros conteúdos jornalísticos, e os de entretenimento; os *talk shows*, com as suas rubricas de comentário, crónicas, mas também, notícias, reportagens e entrevistas.

Na segunda parte são publicados vários artigos de especialistas consultados pela ERC e a sua leitura do infoentretenimento em Portugal. Os coordenadores do estudo, o vogal do Conselho Regulador, João Pedro Figueiredo, e a técnica de análise de *media*, Vanda Calado, identificam potencialidades e constrangimentos para a democracia e para a regulação da fluidez entre a informação e o entretenimento.

Nos noticiários e programas informativos, a ERC identifica o infoentretenimento não apenas nas notícias ligeiras e nas «rubricas humorísticas, de viagem e lazer, sátiras», mas também noutras peças em que são incorporados elementos típicos dos conteúdos ficcionais e de *reality shows*: «dramatização, conflito, *fait-divers*, sensacionalismo, personalização e descontextualização», autopromoção, a «vedetização de jornalistas (...)», a emocionalização narrativa e subjetivação opinativa, bem como a indistinção entre os factos de acordo com a sua relevância».

Nos programas de entretenimento, o regulador e os especialistas sublinham a hibridização com o registo e o tom informativos, em peças mais simples e apelativas que as dos telejornais, para chegar a mais pessoas, o tratamento dos apresentadores como celebridades, de temas ligeiros e entrevistas a figuras públicas, casos e histórias de interesse humano, as rubricas de conselhos médicos, a abordagem do crime e de processos judiciais também através de comentários.

A questão principal a que a ERC procura dar resposta é a de como regular conteúdos de entretenimento, não sujeitos às obrigações legais do jornalismo e aos deveres deontológicos dos seus profissionais a que a informação está condicionada, já que os programas de entretenimento estão sob as direções de programas. Além disso, alguns dos seus apresentadores, comentadores ou pessoas impropriamente apresentadas como jornalistas não têm carteira profissional nem obedecem às regras do ofício, situações que têm sido remetidas ao organismo competente pela ERC.

A ERC realça que a maior parte das deliberações sobre infoentretenimento parte de participações em que foram telespectadores a denunciar conteúdos, sobretudo os apresentados como informativos e transmitidos durante *talk shows*.

Regista ainda que os operadores televisivos estão obrigados, pelo artigo 34.º da Lei da Televisão, a uma ética de antena para assegurar «o respeito pela dignidade da pessoa, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes». No que à informação diz respeito, a ERC recorda que a autonomia editorial garantida pela lei aos operadores pelas liberdades de expressão e de informação tem contraposta um elenco de obrigações e que «não é, contudo, ilimitada, quer em si mesma considerada, quer no plano do seu confronto com outros valores, direitos e interesses juridicamente protegidos».

Em relação às audiências, a ERC está sobretudo preocupada com a população idosa, feminina, inativa e económica e socialmente desfavorecida — a maioria do público da televisão generalista, sobretudo de *talk shows* — para quem são a principal fonte de informação, dado o efeito do menor contacto com noticiários televisivos. O regulador considera a possibilidade de promover uma proteção legal como a garantida aos públicos menores.

A ERC antevê a necessidade de um «eventual balanço da regulamentação dos valores associados a uma informação de qualidade, em particular o rigor».

g) Relatório de Avaliação da Observância do princípio do Pluralismo Político

Este documento analisa o princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos generalistas do serviço público RTP1 e RTP2, no temático informativo RTP3, e nos também generalistas privados (SIC, TVI e CMTV) na informação diária e não-diária emitida entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2020. Nesse ano houve eleições para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores, em outubro, e antecipavam-se as eleições para a Presidência da República, em janeiro de 2021.

Este Relatório visa verificar a existência de uma equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social, em cumprimento da garantia prevista nos artigos 7.º, alínea a) e 8.º, alínea e) dos Estatutos da ERC. Foi adotado pelo Conselho Regulador da ERC, em reunião no dia 20 de outubro de 2020, e enviado à Assembleia da República e aos serviços de programas analisados para sensibilizá-los acerca dos resultados apurados.

Em relação ao pluralismo nos blocos informativos diários de horário nobre, transmitidos a partir das 20 e das 21 horas, a ERC delibera sensibilizar a RTP1, RTP2, RTP3, TVI e SIC para que «seja dada maior e equilibrada visibilidade às visões políticas dos partidos cuja representação parlamentar é reduzida». A CMTV é indicada pela ERC como apresentando «um relativo equilíbrio entre as várias forças político-partidárias representadas na Assembleia da República».

A ERC recomenda ainda a todos estes serviços de programas analisados uma «maior e equilibrada visibilidade, nos alinhamentos, dos órgãos das representações regionais dos partidos nos Açores e na Madeira, uma vez que se observa que estes têm uma presença residual, assim como os representantes da República e Assembleias Legislativas».

Apesar de reconhecer o esforço de quase todos os serviços generalistas no diversificar das fontes de informação — sendo que em mais de metade das peças analisadas são consultadas múltiplas áreas ou contextos sociais de fontes sobre o tema da peça —, a ERC alerta a RTP2 e a CMTV para o facto de apenas apresentarem fontes de uma determinada origem, com destaque, nos seus blocos de horário nobre, para representantes da política nacional e da saúde e ação social. E sensibiliza-os «para a relevância da diversificação das fontes no sentido da promoção de uma informação plural».

A ERC conclui também que os partidos extraparlamentares estão ausentes dos alinhamentos de horário nobre dos blocos do serviço público; da RTP1, RTP2 e RTP3 e têm uma presença muito residual nos blocos da SIC, TVI e CMTV. No sentido de os operadores diversificarem as presenças políticas, a ERC sublinha que é importante assegurar a cobertura das atividades e propostas dos partidos extraparlamentares, quando existam, dando-lhes voz, também fora dos períodos de campanha eleitoral.

A análise dos noticiários de horário nobre incide sobre uma amostra de 1223 peças jornalísticas. Destas, 260 foram emitidas no “Telejornal”, da RTP1, 144 no “Jornal 2”, da RTP2, 301 no “Jornal da Noite”, da SIC, 271 no “Jornal das 8”, da TVI, e 247 no “CM Jornal 20h”, da CMTV. O critério de seleção é a referência a pelo menos uma das formações políticas: Governos da República ou das Regiões Autónomas, partidos políticos, autarquias, Presidência da República, entre outros representantes de cargos eleitos e elegíveis.

Os resultados da análise da ERC à informação não diária (comentários, debates, entrevistas e *magazines* informativos) levam o regulador a «assinalar o esforço do operador público em manter uma presença consistente, nas suas grelhas de programas, de espaços autónomos de entrevista, debate e opinião», e o facto de a SIC, a TVI e a CMTV continuarem a não transmitir programas autónomos regulares de entrevista e debate, e apenas sem entrevistas nem opinião fora dos blocos informativos diários da CMTV.

Nos serviços de programas do operador público, a ERC distingue a RTP3 por ser o canal que garantiu maior número de presenças de atores políticos, através da transmissão de debates entre candidatos às eleições para a Assembleia Regional dos Açores, incluindo partidos sem representação parlamentar. O regulador assinala que a RTP1 só emitiu um programa de debate em 2020; “Prós e Contras” substituído pelo “É ou Não É?”, que a RTP2 voltou a ter debates nas grelhas, e sobretudo sobre assuntos europeus. A RTP1 e a RTP3 emitiram edições especiais diárias durante o estado de

emergência resultante da pandemia de COVID-19, e a ERC assinala a oportunidade de contarem com intervenções de atores políticos.

Entre os aspetos negativos, a RTP é alertada sobre a total ausência das duas deputadas não inscritas (Cristina Rodrigues e Joacine Katar Moreira), «em particular no programa “Parlamento”, cujo enfoque é o trabalho dos deputados à Assembleia da República», para a escassez da presença de representantes de partidos extraparlamentares e acerca da necessidade de reforço da «diversidade de visões políticas minoritárias no debate político».

h) Relatório sobre a “Cobertura Jornalística da Violência de Género no Mediterrâneo”

Este documento analisa dois serviços de programas televisivos generalistas; um público, a RTP1, e um privado, a TVI, através dos seus blocos noticiosos das 13 horas; “Jornal da Tarde” e “Jornal da Uma” e do horário nobre (20/21 horas); “Telejornal” e “Jornal das 8”, respetivamente.

A escolha dos serviços de programas, um operador público e um privado, é comum à dos reguladores participantes no “[Estudo da Rede de Reguladores do Audiovisual Mediterrâneo \(RIRM\)](#)”, que agrega os resultados dos congéneres de Espanha, da Andaluzia e da Catalunha, e da Croácia, França, Grécia, Marrocos e Sérvia. A iniciativa foi do Grupo de Trabalho de Género e *Media* da plataforma de reguladores para reunir estatísticas sobre a cobertura destes acontecimentos e dirigir recomendações aos operadores televisivos generalistas. Em Portugal, a ERC dirigiu-as já aos operadores televisivos RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

A ERC concluiu que o discurso jornalístico relata as agressões físicas e psicológicas enquadráveis sob violência de género sobretudo pelo enquadramento da violência doméstica e contra as mulheres, sendo raras as peças com outros ângulos. Apesar de as recomendações dos reguladores serem já uma prática generalizada na região, a ERC destaca uma das conclusões do estudo internacional que se mantém nesta área: «a cobertura mediática é contaminada pelo sensacionalismo ou descontextualizada.»

O estudo implicou a análise de conteúdo de um universo de 99 peças sobre crimes, agressões ou homicídios de mulheres, mas também sobre políticas públicas, campanhas de sensibilização e mecanismos de informação às vítimas. As peças foram recolhidas das emissões daqueles dois blocos entre março e maio de 2018, num total de 80 horas.

Os dados mostram que os blocos da RTP1 transmitiram maior número de peças sobre violência contra mulheres e que a sua duração nos da TVI foi ligeiramente superior. O destaque no alinhamento nas peças da TVI foi sobretudo para temas como a discriminação de género e o assédio sexual e, na RTP, para manifestações sobre direitos das mulheres, nacionais e internacionais. A maioria das peças foi transmitida depois das três primeiras do bloco.

A repartição dos temas pela duração revela que os temas mais frequentes foram o assédio sexual tratado a partir das ações do movimento de denúncia #MeToo, com origem nos Estados Unidos da América, e a desigualdade salarial entre homens e mulheres, nos dois serviços de programas. A TVI deu mais tempo dos seus blocos noticiosos à crónica judicial, sobretudo através da cobertura das sentenças para os casos de violência doméstica e de agressões, seguida de programas de ação e sensibilização social. Já a RTP1 deu mais tempo a estes últimos, à veiculação de estatísticas e estudos, às propostas de políticos, diversificando ainda pelos temas exploração sexual, agressões e, por fim, a crónica judicial.

As duas primeiras recomendações da ERC, que resultam dos primeiros dados, e enquadradas pelo estudo do RIRM, são a de que informar sobre a violência de género deve equivaler a tratar estes temas como «de interesse público e de direitos humanos» e que este «não é apenas um problema das mulheres, mas da sociedade em geral.»

A consulta prioritária de fontes de informação deu prioridade a testemunhas, vizinhos, amigos e familiares, seguidos de especialistas, vítimas e agressores, nos blocos da TVI, e de especialistas, vítimas e agressores, nos da RTP1. Em ambos os operadores, as fontes de sexo feminino tiveram mais tempo de palavra do que as do sexo masculino, sobretudo na TVI. Neste âmbito, a recomendação da ERC é a de que as notícias «diversifiquem as fontes de informação e entrevistem especialistas».

De entre as fragilidades apontadas por serem contrárias às recomendações destaca-se o desrespeito pela privacidade da vítima e agressor, através da divulgação de imagens e/ou detalhes da vida pessoal; a presença de elementos de drama ou sensacionalismo, por exemplo, descrições extremadas ou em que a imagem foca sinais físicos de violência ou vulnerabilidade e estabelecimento de uma relação de causa-efeito entre a violência e a origem social dos envolvidos. As três situações estão mais presentes nos blocos da TVI.

A contextualização dos crimes e o sensibilizar da opinião pública, também recomendadas pela ERC, são garantidas em pouco menos de um terço das peças. Nas da TVI através das consequências legais para os agressores e, nas da RTP1, de estatísticas nacionais e internacionais.

Por fim, a ERC sublinha a importância de os *media* veicularem contactos de serviços de prevenção e apoio à vítima e que os órgãos de comunicação social e os jornalistas «monitorem e/ou atualizem os seus códigos de ética e formação [...]».

i) Estudo sobre a “Análise económico-financeira do setor de Media em Portugal no ano de 2020”

Este documento incidiu sobre a informação reportada pelos regulados, no âmbito da Lei nº 78/2015, de 29 de julho e em informação financeira detalhada recolhida junto de um universo representativo das empresas reguladas, revela que 2020 foi um ano profundamente marcado pela pandemia de COVID-19, que se traduziu em taxas homólogas de contração da atividade económica nunca vistas em contextos de paz, e veio acelerar a tendência de transição para um mercado mais centrado no digital.

A análise setorial conduzida pela ERC indica que a publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso muito semelhante ao registado no passado, mas com decréscimos relevantes em termos absolutos. Na área da venda de conteúdos, 2020 foi um ano de contração, dadas as restrições de mobilidade e a ausência de grandes eventos desportivos ou culturais. As plataformas *Over the Top* (OTT) beneficiaram da crescente procura de conteúdos pelas pessoas confinadas em casa.

De acordo com os dados da Plataforma da Transparência dos *Media* da ERC, os rendimentos totais do setor de comunicação social contraíram-se 6,9 %, acima do valor registado em 2019. Apenas 37 % das empresas apresentaram crescimento dos rendimentos operacionais, abaixo dos 52 % do ano anterior.

Cerca de 63 % das empresas obtiveram resultados líquidos positivos, uma percentagem inferior aos anos anteriores, e 69 % resultados positivos das operações, estável na comparação temporal. A alavancagem do setor permaneceu elevada, com a proporção de capitais próprios totais para o ativo total de 16,7 %, uma deterioração significativa face a 2019. 82,5 % das empresas apresentaram capitais próprios positivos.

A ERC constata também que 2020 foi um ano desafiador para todas as empresas de *media*, mas que afetou claramente mais as empresas de menor dimensão, de rádio tradicional e publicações periódicas. As empresas multimédia, proprietárias de órgãos de comunicação social de vários tipos, mostraram-se mais sólidas e rentáveis do que as empresas monomédia, proprietárias de órgãos de comunicação social de apenas um tipo. Exceção para os monomédia operadores de rádio por internet, que se situaram entre os mais favorecidos.

Os segmentos com exposição a operações de internet, visíveis isoladamente no segmento monomédia ou integrados em empresas multimédia, apresentaram maiores níveis de rentabilidade do que os restantes, o que sugere que a combinação de serviços de internet com outros segmentos de comunicação social pode ser positiva.

Ao observar um grupo selecionado de empresas por critérios de dimensão e posição de liderança no setor, a ERC verificou que as maiores margens se registaram entre os operadores de telecomunicações e distribuição de serviço de televisão por subscrição (STVS) e alguns operadores de televisão, entidades de segmentos mais intensivos em capital e com menos intervenientes.

Neste grupo também se verificou que, apesar do ritmo de quebra de receitas mais acentuado do que em 2019, a proporção de empresas com resultados das operações positivos foi semelhante, o que sugere alguma capacidade de adaptação a circunstâncias adversas, especialmente por entidades com posições de liderança e mais estabelecidas no mercado.

A 31 de dezembro de 2020 estavam declaradas como ativas na Base de Registos da ERC 1716 publicações periódicas, 305 empresas jornalísticas, 284 operadores de radiodifusão, 129 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, 11 operadores de distribuição de televisão (STVS) e duas empresas noticiosas.

ERC mantém relações com entidades estrangeiras congêneres

Em 2021, a ERC prosseguiu a realização de encontros e ações de intercâmbio e de colaboração com entidades congêneres estrangeiras.

Nesse quadro, a ERC desenvolveu um programa de formação aos técnicos da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC), de Cabo Verde, que decorreu durante quatro dias, por teleconferência.

A iniciativa resulta de uma solicitação da ARC no contexto da natureza cooperativa fixada pelos Estatutos da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Oficial Portuguesa (PER) para intercâmbio e desenvolvimento de boas práticas entre os membros.

A formação teve carácter especializado e o objetivo de capacitar os técnicos da ARC depois do reforço das suas competências de regulação e supervisão dos *media*, em dezembro de 2020, através da alteração dos seus estatutos. Esta ação vem na continuidade da formação que a ERC tem dado aos colegas cabo-verdianos e que decorre, em particular, pelas semelhanças de enquadramento jurídico nos dois países.

Da ERC estiveram envolvidos coordenadores e técnicos dos departamentos de Análise de *Media* e do de Supervisão e da Unidade da Transparência dos *Media*. A formação incluiu, no primeiro dia, um resumo do plano de trabalho, e a partilha de objetivos e expectativas dos formandos e, no segundo, o enquadramento jurídico e a prática de supervisão sobre como são atribuídas as licenças e autorizações para operadores de rádio e de televisão e acerca da aplicação do princípio da não concentração da titularidade e da transparência da propriedade dos operadores em Portugal.

No terceiro dia, a formação centrou-se na exposição dos critérios de avaliação do cumprimento das obrigações de rigor e isenção nos blocos informativos e de pluralismo e diversidade dos serviços de programas, ambos televisivos. O quarto dia correspondeu à apresentação do trabalho realizado na área da Literacia para os *Media*, seguido de outra sobre os critérios de avaliação do cumprimento das obrigações de pluralismo e diversidade dos serviços de programas de rádio e para a fiscalização da conformidade do investimento publicitário do Estado por referência ao princípio da imparcialidade.

No quadro dos reguladores de países e territórios de Língua Portuguesa, refira-se ainda que a ERC integrou a assembleia plenária dos membros da Plataforma de Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa — PER que decorreu por videoconferência, e que definiu como prioridades para os próximos meses a conclusão de um inquérito sobre igualdade de género, a constituição de grupos de trabalho conjuntos, a dinamização de ações de formação transversais e a concretização de um relatório de diagnóstico relativo à capacidade dos reguladores de salvaguardarem o dever de pluralismo no atual contexto multiplataforma.

Relembramos que a ERC é a instituição que, em 2021, detinha a presidência desta Plataforma e que assegura desde o início da criação da Plataforma, o seu secretariado permanente, garantindo a distribuição dos documentos necessários à preparação das reuniões, assim como a atualização e alojamento do sítio eletrónico.

A nível europeu, merece referência o facto de a ERC ter assumido a coordenação do Grupo de Ação sobre os efeitos económicos da crise provocada pela COVID-19 (AG2) do Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA).

Refira-se que o ERGA é um grupo de reguladores independentes europeus que visa aconselhar e ajudar a Comissão Europeia nos seus trabalhos, a fim de assegurar uma aplicação coerente da Diretiva de Serviços Audiovisuais, ou em quaisquer outras questões relacionadas com os serviços de comunicação audiovisuais sob a competência da Comissão. Visa também facilitar a cooperação entre os organismos reguladores da União Europeia, tal como previsto na diretiva e permitir uma troca de experiências e boas práticas.

Em 2021, o plano de trabalhos do Grupo de Ação 2 compreendeu a aplicação de um questionário aos meios de comunicação social de cada Estado-membro, sobre medidas de apoio à economia e empresas, nível de cumprimento de obrigações regulatórias e desempenho financeiro em 2020 e primeiro trimestre de 2021, tendo em vista a atualização do conhecimento sobre os efeitos da situação pandémica no setor e emissão de recomendações para a Comissão Europeia acerca de medidas e políticas pertinentes de adoção.

Recorde-se que a ERC, em 2020, imediatamente após a declaração do primeiro estado de emergência, tinha conduzido um inquérito ao setor para avaliar o impacto imediato da pandemia, que gerou o [“Relatório de Avaliação do Impacto da pandemia de Covid-19 sobre o setor da comunicação social em Portugal”](#). Pelo que o questionário lançado, no quadro do ERGA em 2021, também vai permitir atualizar e aprofundar as conclusões constantes desta publicação.

Em 2021, assinala-se também a presença da ERC na 15.ª reunião plenária do Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual na qual estiveram representados os 27 Estados-membros e que analisou matérias como o futuro Regulamento dos Serviços Digitais, o Plano de Ação para a Democracia Europeia e a resposta à desinformação. Entre as principais afirmações resultantes deste encontro sobressai a de que a regulamentação dos órgãos de comunicação social europeus deve respeitar as necessidades dos contextos nacionais e também funcionar além-fronteiras. No quadro das participações da ERC, no âmbito deste Grupo, refira-se ainda a participação na 16.ª reunião plenária em que se aprovou por unanimidade a transição da presidência alemã do *Die Medienanstalten* (DM) para o regulador belga francófono, *Conseil supérieur de l’audiovisuel* (CSA).

A nível internacional, refira-se ainda que a ERC esteve também representada nas 53.ª e 54.ª reuniões plenárias da Plataforma Europeia de Reguladores Europeus (EPRA) que percorreram matérias como o discurso do ódio, a possibilidade de supervisão das plataformas digitais com recurso à inteligência artificial, e a necessidade de cooperação entre entidades reguladoras nacionais e com a União Europeia para uma ação eficaz sobre as plataformas digitais.

Por fim, refira-se que a ERC também esteve presente na 21.ª Assembleia Geral da Rede de Reguladores do Mediterrâneo, que decorreu em Dubrovnik, na Croácia, sob a organização do regulador *Agency for Electronic Media* (AEM). Em discussão, pelos 19 membros presentes, estiveram as principais tendências nos órgãos de comunicação públicos; a Lei dos Serviços Digitais e o papel dos reguladores na regulamentação das plataformas de conteúdos em linha; os efeitos da pandemia nos serviços de comunicação social audiovisual; a imigração e o racismo.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

A linha de trabalho dedicada aos *media* digitais existe na ERC desde 2014 e tem vindo a acompanhar a rápida evolução registada ao nível da regulação dos conteúdos *online* que tem ocupado as instâncias europeias e nacionais.

No plano nacional, a ERC esteve, em 2021, fortemente envolvida no processo legislativo que decorreu da aprovação da “**Carta Portuguesa dos Direitos Fundamentais na Era Digital**”, em vigor desde 16 de julho de 2021. Neste domínio, a ERC foi chamada a pronunciar-se sobre três projetos de lei para alteração (propostos pelo PAN, pelo CDS-PP e pela IL) e um projeto de lei que visava a regulamentação (proposto pelo PS) do artigo 6.º do diploma, que consagra o **direito de proteção contra a desinformação**.

Nos dois pareceres emitidos sobre o assunto (Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg) e Deliberação ERC/2021/221 (Parecer Leg)), a ERC teve oportunidade de reiterar as dúvidas relativamente a diversos aspetos já manifestadas antes da aprovação da lei e às quais os projetos de alteração não vieram responder. Veja-se o caso das **competências atribuídas à ERC** no domínio da regulação da desinformação. Mas mantiveram-se ainda as reservas quanto à **ausência de conceptualização e estabilização de alguns conceitos** passíveis de gerar

incertezas na aplicação da lei. O mesmo sucedeu com os receios apontados quanto à salvaguarda de direitos fundamentais como o da liberdade de expressão face a algumas **normas consideradas pouco claras** e que permitem uma margem interpretativa que dificulta a aplicação das próprias disposições da lei. Ainda antes de serem operadas quaisquer alterações no diploma, o Presidente da República solicitou ao Tribunal Constitucional a fiscalização sucessiva do artigo 6.º da lei, aguardando-se pronúncia daquele órgão. Isto sem que a lei tenha perdido força ou tenha visto suspensa a aplicação de qualquer das suas disposições.

Ao nível do trabalho de regulação levado a efeito em 2021, destaca-se, nesta área dos *media* digitais, a reflexão interna em torno da inadequação da legislação obsoleta do setor da comunicação social, especialmente em relação ao ambiente digital, em que a lei que se tem vindo a aplicar a conteúdos publicados num *website*, por exemplo, é a Lei de Imprensa, um diploma que data de uma época pré-generalização do uso de Internet, causando diversas perturbações que se estendem desde o trabalho de regulação mais clássico até ao combate à proliferação de desinformação.

Ao nível europeu, a orientação para a regulação da Internet é evidente e ganhou preponderância crescente desde que, em 2018, a preocupação com o fenómeno da **desinformação** se tornou central na agenda da Comissão Europeia. Em 2021, a preparação do “Regulamento dos Serviços Digitais” (*Digital Services Act*) ocupou a ERC ao nível do trabalho desenvolvido no âmbito do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* [Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de *Media* Audiovisuais], colocando a UE no caminho da correção das plataformas digitais. O grupo de reguladores que a ERC integra emitiu dois documentos sobre as disposições do Regulamento que se encontra em fase final de elaboração. Estes trabalhos prolongam-se em 2022.

Quanto às iniciativas destinadas a fazer face ao fenómeno da desinformação, a revisão do “**Código de Conduta sobre Desinformação**” teve também o contributo da ERC através do ERGA que apresentou a sua posição sobre o Código preconizando uma abordagem mais próxima da correção para as plataformas signatárias, abandonando-se o modelo de autorregulação que vigorou desde o início da sua aplicação. Este reforço do Código vai no mesmo sentido preconizado pelo “Regulamento dos Serviços Digitais” e integra a visão defendida no “Plano de Ação da Democracia Europeia”. A Assembleia de Signatários deverá apresentar uma nova proposta de Código em 2022.

No âmbito dos conteúdos audiovisuais, transposta a **Diretiva (UE) 2018/1808**, de 14 de novembro de 2018, sobre a regulação dos serviços de comunicação audiovisual para a legislação nacional, nomeadamente para a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, a ERC passou a dispor de um conjunto de novas competências, sendo as mais relevantes, no que respeita ao objeto do presente capítulo, as que se referem à **regulação das plataformas de partilha de vídeos (PPV)**. Os fornecedores de serviços que permitem a partilha de conteúdos de vídeo gerados por utilizadores passam a estar sob regulação, sendo-lhes imposto um conjunto alargado de deveres que levam em consideração a proteção das crianças e jovens, do público em geral e dos consumidores.

Neste domínio, a ERC formou, a nível interno, um grupo de trabalho que estudou os desafios mais relevantes colocados neste campo, designadamente aqueles relacionados com as questões da jurisdição sobre serviços transfronteiriços ou que operam a partir de outro Estado-membro. Ao nível do ERGA, a regulação das PPV foi acompanhada pelos reguladores através da realização de um questionário que permitiu refletir a prática e os desafios que os reguladores nacionais têm enfrentado para aplicar a regulação das PPV. Este trabalho terá continuidade ao longo de 2022.

2. NOVAS COMPETÊNCIAS DA ERC NA ÁREA DOS *MEDIA* DIGITAIS

2.1 CARTA PORTUGUESA DE DIREITOS HUMANOS NA ERA DIGITAL

A “**Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital**” (doravante Carta) resulta da aprovação da [Lei n.º 27/2021](#), de 17 de maio e consistiu no corolário de um processo legislativo que havia já sido iniciado no final de 2018, quando o Presidente da Assembleia da República solicitou à ERC uma reflexão sobre o contexto da desinformação, donde resultou o documento “[Desinformação: Contexto Europeu e Nacional](#)”, que abriu o debate sobre a matéria que viria a seguir-se.

A propósito deste estudo preliminar, assinala-se que o mesmo foi alvo de uma atualização ao longo de 2021, tendo em vista a sua publicação, que deverá ocorrer em 2022, integrada na coleção de livros que a ERC vem publicando sob a chancela da editora Almedina.

A ERC participou neste processo através da emissão de parecer constante na [Deliberação ERC/2020/212 \(Parecer Leg\)](#)¹ sobre os dois projetos de lei do Partido Socialista e outro do partido PAN – Pessoas, Animais, Natureza que serviram de base à Carta. O diploma entrou em vigor a 16 de julho de 2021.

Destinada a promover os direitos dos cidadãos nacionais em ambiente digital, a Carta veio acompanhar a tendência internacional, e especialmente ao nível da UE, de uma crescente orientação das entidades públicas e de outros setores da sociedade para defender que o ambiente digital da Internet coloca desafios que apelam a algum tipo de regulação.

O reconhecimento de direitos, por um lado, e, por outro, o estabelecimento de parâmetros de funcionamento para o ambiente digital que assegurem que os cidadãos encontrem proteção contra práticas que de alguma forma os prejudicam têm em si uma bondade que não se questiona. A criação de instrumentos e a implementação de práticas com o escopo de proteger a sociedade de efeitos nefastos de campanhas de distorção da opinião pública tem ocorrido em vários países, que têm adotado medidas para garantir que algum tipo de regulação é exercido sobre os aspetos tidos por problemáticos no mundo digital, depois de a UE ter colocado na agenda o combate ao muito complexo fenómeno da desinformação.

Sintetizam-se genericamente as reservas manifestadas pela ERC no referido parecer (Deliberação ERC/2020/212 (Parecer Leg)) e que foram mais bem explanadas no Relatório de Regulação precedente, relativo a 2020.

No documento, a ERC identificou um conjunto de problemas idênticos em ambos os projetos de lei. Alguns deles configuravam questões de fundo que poderiam comprometer os objetivos do diploma. Foram, assim, detalhadas reservas do regulador quanto às seguintes questões:

- ausência de **definição clara do âmbito de aplicação** do diploma;
- **natureza do diploma não é clara**, colocando dificuldades na sua aplicação;
- utilização de **conceitos indeterminados** que causam incerteza jurídica;
- possível **lesão da liberdade de expressão** e outros direitos;

¹ Cf. [Relatório de Regulação 2020](#)

- falta de **clareza das normas**;
- atribuição de **novas competências**, designadamente, à **ERC**, em desarmonia com os seus Estatutos;
- remissão para documentos ou deliberações de outras instituições, nacionais ou internacionais, ou atos de outra natureza, não legislativos, com vista à interpretação ou mesmo integração nas normas constantes do projeto de lei.

Saliente-se que este parecer cobriu os projetos de lei na íntegra, não se cingindo às disposições que viriam a constituir o artigo 6.º da lei.

O processo legislativo prosseguiu até à aprovação e promulgação do diploma pelo Presidente da República. Entretanto, após a publicação da Carta, gerou-se intenso debate público, tendo sido colocada a tónica nas provisões do **artigo 6.º sobre o direito de proteção face à desinformação**. De tal modo o assunto ganhou relevo que, ainda antes da entrada em vigor do diploma, foram apresentados na Assembleia da República três projetos de alteração e um projeto de regulamentação do artigo visado, a saber: projeto de regulamentação do n.º 6 do artigo 6.º por parte do PS (Projeto de Lei n.º 884/XIV/2.ª), projeto de alteração do artigo 6.º do PAN (Projeto de Lei n.º 914/XIV/2.ª) e projetos de alteração pelo CDS (Projeto de Lei N.º 888/XIV-2.ª) e pela IL (Projeto de Lei n.º 890/XIV/2.ª) para revogação do artigo 6.º.

Sobre estes teve a ERC oportunidade de emitir dois pareceres, através da Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg) e da Deliberação ERC/2021/221 (Parecer Leg), nas quais tomou posição acerca das propostas que iriam ser posteriormente discutidas no Parlamento.

A [Deliberação ERC/2021/208 \(Parecer Leg\)](#), de 14 de julho analisou, sob a perspetiva da regulação os Projetos de Lei n.ºs 884/XIV/2.ª (PS), 888/XIV/2.ª (CDS-PP) e 890/XIV/2.ª (IL).

A proposta do Partido Socialista veio acrescentar algumas preocupações àquelas que haviam já sido manifestadas no parecer prévio à aprovação da lei. Analisadas as propostas de alteração, a ERC concluiu que, «quanto ao projeto de lei n.º 884/XIV/2.ª (PS) – *Desenvolve o regime do artigo 6.º da Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital, assegurando o apoio às entidades privadas que exerçam atividades de verificação de factos e de atribuição de selos de qualidade* –, são várias as perplexidades suscitadas quanto ao **âmbito, objeto e finalidades** do Projeto de Lei, considerando-se que a viabilidade de afetação de apoios do Estado a entidades como as visadas no documento carece de **maturação dos objetivos pretendidos, densificação de conceitos, clarificação das realidades visadas e melhor coordenação entre os instrumentos legais aplicáveis**. Razões pelas quais, melhor desenvolvidas supra, não pode a ERC deixar de opor fortes reservas ao Projeto de Lei n.º 884/XIV/2.ª» (cf. pág. 11) [sublinhados nossos].

Adicionalmente, não deixou a ERC de reiterar algumas das reservas que tinha já explanado Deliberação ERC/2020/212 (Parecer Leg) a respeito das iniciativas legislativas que conduziram à aprovação da lei, uma vez que estas não foram consideradas na redação do diploma, tendo-se mantido as disposições que então geraram perplexidades.

Embora não seja esse o objeto da proposta de regulamentação do PS, reiterou-se, desta feita, a questão do **alargamento das competências regulatórias em desarmonia com o estabelecido nos Estatutos da ERC**. Em concreto, o disposto no **artigo 6.º, n.º 5** tem necessariamente de ser conjugado com o estatuído no artigo 6.º dos Estatutos da ERC, no que respeita às entidades sujeitas a sua supervisão e intervenção. Reitera-se, pois, que «considerando o valor reforçado da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, apenas a sua alteração viabilizaria a intervenção deste regulador junto de entidades que não se encontram sujeitas à sua supervisão». Assim sendo, embora a Carta esteja atualmente em vigor, a atuação da ERC no quadro do definido no artigo 6.º não parece ter aplicabilidade, pois «não poderá a ERC intervir sem violar o princípio da legalidade a que está vinculada e das competências que lhe estão cometidas».

A este propósito, sublinhe-se o que vem explanado na nota técnica da Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias da Assembleia da República, relativa à proposta de regulamentação da Carta pelo PS, na qual se refere de forma explícita que a intervenção da ERC em matéria de desinformação **só poderá concretizar-se com a alteração dos Estatutos**²: «só nessa sede se definirá que tipo de intervenção será autorizada ao regulador em relação

² Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 08 de novembro

a publicações digitais que no quadro em vigor não estão sob sua alçada». O que quer dizer que, apesar de a norma estar em vigor, a ERC continuará a cingir a sua atuação aos regulados identificados no artigo 6.º dos seus Estatutos.

Mereceu ainda reparo por parte da ERC o facto de o n.º 5 do artigo 6.º da Carta **condicionar aparentemente a intervenção da ERC a situações de queixa**, em que os particulares teriam necessariamente de ser titulares de um direito disponível para que se pudesse prosseguir nos termos do regime proposto. «Ora, a atuação da ERC não depende só de queixas (na aceção dos artigos 55.º e seguintes dos Estatutos da ERC). Efetivamente, quando esteja em causa um valor ou matéria que afeta todos aqueles que estão expostos à atividade de comunicação social e por conseguinte dizem respeito a direitos ou interesses que estão fora da disponibilidade das partes – os designados procedimentos de participação» a ERC também pode intervir (cf. pág. 4).

Quanto às propostas de revogação do artigo 6.º, apresentadas pelo CDS-PP e pela IL, a ERC ressaltou que, «atentas todas as reservas suscitadas pela ERC na Deliberação ERC/2020/212 (Parecer Leg), de 21 de outubro de 2020, bem como tudo quanto explanado a respeito do Projeto de Lei n.º 884/XIV/2.ª (PS), ora apresentado, entende-se nada haver a acrescentar quanto às propostas dos Grupos Parlamentares do CDS-PP e da IL». Isto é, o regulador não se opôs à eliminação do artigo 6.º. Sobre estes últimos, a ERC nada acrescentou, uma vez que ambos propunham a revogação pura e simples do artigo 6.º da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio (cf. pág. 11).

Uma vez que não foram elaborados argumentos em relação às propostas de CDS-PP e IL, a tabela que se segue sistematiza a proposta de regulamentação do artigo 6.º apresentada pelo PS e respetivo parecer da ERC.

Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg) Parecer da ERC sobre a regulamentação do artigo 6.º da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”	
Projeto de Lei n.º 884/XIV/2.ª – PS	Apreciação da ERC
Artigo 1.º (Objeto)	
A presente lei densifica o disposto no n.º 6 do artigo 6.º da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”, explicitando os termos em que pode ocorrer apoio do Estado às entidades referidas nesse preceito	-
Artigo 2.º (Verificação de Factos)	
<p>1 - As estruturas dedicadas à verificação de factos, criadas por entidades de comunicação social registadas na Entidade Reguladora da Comunicação Social, podem receber apoio do Estado, desde que ocorra exercício efetivo, a título exclusivo ou predominante, de atividades dirigidas à prossecução dos fins que justificaram a sua criação e a mesma obedeça ao Código de Princípios de redes Internacionais de Verificação de Factos.</p> <p>2 - O Estado não pode interferir na atividade das entidades referidas no número anterior, designadamente na definição da sua organização interna, metodologias de verificação e formas de publicitação dos resultados do trabalho realizado.</p> <p>3 - Obsta à atribuição de apoio o facto de a estrutura referida no número 1 ter sido instituída ou de nela participarem, isolada ou conjuntamente, pessoas coletivas públicas ou pessoa que exerça uma função pública, ou de estas exercerem sobre aquela, isolada ou conjuntamente, influência dominante.</p>	<p>No n.º 1, prevê-se um princípio de especialidade para estruturas dedicadas à verificação de factos, mas alicerçado na obediência a um documento que não é legalmente vinculativo e cuja subscrição é voluntária. De entre muitas questões que tal opção suscita, resalta a de saber se o incumprimento do “Código de Princípios de redes internacionais de verificação de factos” contempla algum tipo de sanção; se o cumprimento ou incumprimento é fiscalizado; quais as autoridades nacionais responsáveis pela fiscalização, etc. Esta opção legislativa suscita evidentes reservas.</p> <p>A atribuição de apoios do Estado a estruturas dedicadas à verificação de factos criadas por entidades de comunicação social registadas na ERC afigura-se redutora, para não dizer questionável.</p> <p>Existem verificadores de factos estabelecidos internacionalmente, de Organizações Não-Governamentais e outras entidades que não fazem parte do ecossistema mediático. Estas “estruturas de verificação de factos” não recaem no âmbito subjetivo do regulador da comunicação social.</p> <p>Por conseguinte, a opção legislativa refletida neste Projeto de Lei consagra uma discriminação relativamente a potenciais estruturas independentes que se tem por infundada.</p>
Artigo 3.º (Requisitos da concessão de apoio)	
Só pode ser concedido apoio às entidades referidas no artigo anterior quando:	
a) As entidades se encontrem regularmente constituídas, regendo-se por estatutos elaborados em conformidade com a lei;	
b) Exerçam atividade efetiva há pelo menos três anos;	
c) Disponham de pessoal, infraestruturas, instalações e equipamentos, próprios, contratados ou voluntários, necessários para assegurar a prossecução dos seus fins e para as atividades que se propõem realizar;	
d) Tenham uma página na Internet, acessível de forma irrestrita, onde sejam disponibilizados os estudos e documentos produzidos, a ficha técnica dos editores e colaboradores e os textos atualizados dos estatutos e dos regulamentos internos	

Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg) | Parecer da ERC sobre a regulamentação do artigo 6.º da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”

Projeto de Lei n.º 884/XIV/2.ª – PS	Apreciação da ERC
<p>Artigo 4.º (Selos de qualidade)</p> <p>1 - O Estado incentiva a atribuição de selos de qualidade por entidades criadas por pessoas coletivas de utilidade pública do setor cultural que se dediquem de forma exclusiva ou predominante à aplicação do disposto no n.º 6 do artigo 6.º da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio.</p> <p>2 - Gozam ainda do regime previsto na presente lei as seguintes entidades:</p> <p>a) Associação Portuguesa de Imprensa;</p> <p>b) Associação de Imprensa de Inspiração Cristã;</p> <p>c) Plataforma de <i>Media</i> Privados;</p> <p>d) A Associação Portuguesa de Radiodifusão;</p> <p>e) A Associação de Rádios de Inspiração Cristã;</p> <p>f) Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social;</p> <p>g) Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial.</p> <p>3 - A atribuição de um selo de qualidade a um sítio informativo na Internet de verificação de factos representa o reconhecimento da qualidade do serviço prestado.</p> <p>4 - As regras da atribuição, de forma oficiosa ou mediante candidatura dos interessados, de selos de qualidade são definidas pelos órgãos competentes da entidade concedente, que as publicita no seu sítio na Internet.</p>	<p>- n.º 1 do artigo 4.º: A finalidade dos selos não se encontra devidamente concretizada, não sendo perceptível qual o serviço que se pretende reconhecer</p> <p>- a referência a entidades de utilidade pública do setor cultural parece indiciar que os serviços em causa extravasam o âmbito dos visados no artigo 6.º da Carta.</p> <p>- n.º 2 do artigo 4.º: É recomendável redação mais precisa, que clarifique o regime que se pretende assegurar às entidades identificadas, nomeadamente, e se for essa a intenção, concretizando a sua habilitação para a emissão dos “selos de qualidade”.</p> <p>- n.º 3 do artigo 4.º do Projeto de Lei reforça dúvidas, pois parece pretender criar uma categoria autónoma para “sítios informativos na Internet de verificação de factos”, cujo selo de qualidade é um “reconhecimento da qualidade do serviço prestado”. Não resulta claro o fundamento específico desta consagração, nem como são identificados ou identificáveis esses “sítios informativos” e quem os identifica ou qualifica.</p> <p>Existe alguma imprecisão quanto à atividade prosseguida pelas entidades ali visadas, as quais supostamente terão de dedicar-se «de forma exclusiva ou predominante à aplicação do disposto no n.º 6 do artigo 6.º da Carta.»</p>
<p>Artigo 5.º (Modalidades de apoio)</p> <p>As entidades referidas no artigo anterior gozam das modalidades de apoio previstas na lei-quadro das pessoas coletivas de utilidade pública, quando tenham obtido tal estatuto.</p>	<p>Deste artigo parece resultar que às entidades que atribuem “selos de qualidade” que tenham estatuto de pessoa coletiva de utilidade pública, são atribuíveis os apoios previstos na lei-quadro das pessoas coletivas de utilidade pública. Ora, se tais apoios resultam de outra lei, dependendo da atribuição do estatuto, não se vislumbra o fundamento para a previsão deste artigo, não sendo clara a intenção do legislador.</p>

A ERC foi chamada a emitir um segundo parecer, desta feita, relativo à **proposta pelo PAN** de alteração do artigo 6.º da Carta através do **Projeto de Lei n.º 914/XIV/2.ª**, o que fez através a [Deliberação ERC/2021/221 \(Parecer Leg\)](#), de 04 de agosto. O projeto visa alterar especificamente o artigo 6.º, propondo a alteração dos números 1, 3 e 6 e uma reordenação dos alguns números.

A conclusão retirada no parecer foi a seguinte:

«entende-se subsistirem fortes reservas ao Projeto ora apresentado, por tudo o explanado nas Deliberações ERC/2020/212 (Parecer Leg), de 21 de outubro, e ERC/2021/208, de 14 de julho de 2021, para as quais se remete e que são parte integrante da presente proposta, mas ainda porque também quanto ao Projeto de Lei em análise se conclui pela necessidade de maturação de objetivos e conceitos, clarificação das normas e melhor coordenação entre os instrumentos legais aplicáveis».

As alterações propostas no projeto de lei do PAN, no que concerne, em particular, ao **âmbito subjetivo de intervenção à ERC**, mereceram as mesmas **reservas** que tinham já sido objeto de pronúncia nas Deliberações ERC/2020/212 (Parecer Leg), de 21 de outubro de 2020, e ERC/2021/208 (Parecer Leg), de 14 de julho de 2021.

Outras questões foram ainda levantadas relativamente às modificações elencadas pelo PAN no seu projeto de lei. Uma das que se mantêm é a **imprecisão dos conceitos** passível de gerar **incerteza jurídica** na aplicação das normas. Veja-se que, no mesmo artigo, o PAN refere-se, em números diferentes, à «**narrativa** comprovadamente falsa ou enganadora» (atual n.º 2 do artigo 6.º) e não à «**informação** comprovadamente falsa ou enganadora» (n.º 4 do artigo 6.º do Projeto) [destaque nosso].

O PAN vem elencar no n.º 4 do artigo 6.º do seu projeto um conjunto de **critérios** para a identificação de «**informação comprovadamente falsa ou enganadora**». Todavia, a delimitação desses critérios afigura-se **confusa e pouco precisa**. Segundo o entendimento da ERC, «a optar-se pela delimitação por via legal do conceito de desinformação, s.m.o., não deverá ficar dependente de uma redação pouco clara e fundada em tecnologias eletrónicas potencialmente datadas e que ao determinar umas, deixa de fora outras formas de difusão de desinformação» (pág. 6).

Além do mais, os **critérios** propostos afiguram-se, pela sua imprecisão, datação e difícil conjugação de conceitos, como sendo **suscetíveis de pôr em causa** o imprescindível equilíbrio e respeito pelos **diferentes direitos e princípios fundamentais**: pela liberdade de expressão, pelo pluralismo, pela diversidade e pela fiabilidade da informação.

No projeto do PAN é ainda alterado o n.º 6 do artigo 6.º, **eliminando** a possibilidade de concessão de apoios do Estado à **criação de estruturas de verificação de factos** e o incentivo à **atribuição de selos de qualidade**. Esta alteração, tendo em conta o anteriormente exposto nos pareceres que precederam, não merece referências adicionais.

Em contraponto o projeto de lei inclui agora a promoção, pelo Estado, de **ações de formação e sensibilização dos órgãos de comunicação social** «com o intuito de promover o cumprimento dos padrões de autorregulação para combater a desinformação vertidos no Código de Prática sobre Desinformação da União Europeia». Entende-se, porém, que a **redação do preceito não é clara**, a começar pela designação do referido código, cuja denominação correta é Código de Conduta Sobre Desinformação³, um instrumento de autorregulação adotado em 2018 por diversas plataformas da Internet. Este Código não se dirige à atividade dos órgãos de comunicação social, nem estes são seus subscritores. Consequentemente, não resulta claro se se pretende promover a autorregulação dos órgãos de comunicação social no combate à desinformação, se se pretende que, com as necessárias adaptações, dado o Código de Conduta ser, em primeira linha, dirigido a plataformas da Internet, que os órgãos de comunicação social adotem algumas das medidas previstas no Código, ou se se pretende que os órgãos de comunicação social promovam a autorregulação atendendo aos padrões nele definidos (pág. 7).

A tabela que se segue sistematiza as alterações à lei elaboradas pelo PAN e o correspondente parecer da ERC.

Deliberação ERC/2021/221 (Parecer Leg) | Parecer da ERC sobre a alteração do artigo 6.º da Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital

Projeto de Lei n.º 914/XIV/2.ª – PAN

Apreciação da ERC

Artigo 1.º - Objeto

A presente lei procede à primeira alteração da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que aprova a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital.

Artigo 2.º - Alteração à Lei n.º 27/2021, de 17 de maio

É alterado o artigo 6.º da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, o qual passa a ter a seguinte redação:

“Artigo 6.º

Direito à proteção contra a desinformação

1 - O Estado fica vinculado a adotar todas as diligências necessárias para assegurar a aplicação do Plano Europeu de Luta contra a Desinformação e garantir a proteção dos cidadãos contra aqueles que produzam ou difundam narrativa considerada desinformação, assegurando a todos o direito de reunião, manifestação, associação e participação em ambiente digital e através dele, designadamente para fins políticos, sociais e culturais, bem como de usar meios de comunicação digitais para a organização e divulgação de ações cívicas ou a sua realização no ciberespaço.

2 - (anterior n.º 5).

(Todos têm o direito de apresentar e ver apreciadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social queixas contra as entidades que pratiquem os atos previstos no presente artigo, sendo aplicáveis os meios de ação referidos no artigo 21.º e o disposto na [Lei n.º 53/2005](#), de 8 de novembro, relativamente aos procedimentos de queixa e deliberação e ao regime sancionatório).

3- (anterior n.º 2)

(Considera-se desinformação toda a narrativa comprovadamente falsa ou enganadora criada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que seja suscetível de causar um prejuízo público, nomeadamente ameaça aos processos políticos democráticos, aos processos de elaboração de políticas públicas e a bens públicos).

4- Para efeitos do número anterior consideram-se informação comprovadamente falsa ou enganadora, designadamente:

- a) a informação fabricada ou imprecisa;
- c) a utilização de contas automáticas para *astroturfing*;
- d) a utilização de redes de seguidores fictícios;
- e) as práticas para inundar as caixas de correio eletrónico e o *trolling* organizado;
- f) as comunicações dirigidas por algoritmo de perfilamento não autorizado.

5 - (anterior n.º 4)

(Não estão abrangidos pelo disposto no presente artigo os meros erros na comunicação de informações, bem como as sátiras ou paródias).

6 - O Estado fica vinculado a promover ações de formação e sensibilização aos órgãos de comunicação social com o intuito de promover o cumprimento dos padrões de autorregulação para combater a desinformação vertidos no “Código de Prática sobre Desinformação da União Europeia.”

São reiteradas as **reservas** já manifestadas quanto à **atribuição de competências à ERC** que não estão explícitas nos seus Estatutos.

- **n.º 1:** a alteração deste promove, tão-somente, a reiteração de direitos constitucionalmente já salvaguardados: direitos à reunião, manifestação e associação (artigo 45.º e 46.º da CRP), à liberdade de expressão (artigo 37.º da CRP) e à participação na vida pública (artigo 48.º da CRP). A sua consagração nesta sede é **redundante**. O seu exercício em “ambiente digital” ou “no ciberespaço decorria já necessariamente da aplicação dos princípios constitucionais.

A **eliminação da menção à “reprodução”** de desinformação entende-se que a mesma pouco ou nada contribui para qualquer valia da norma.

Este **n.º 1 replica o disposto no atual artigo 7.º, n.º 1**, da Carta e que apenas se poderá entender como tendo sido um lapso.

- **novo n.º 4** refere “informação comprovadamente falsa ou enganadora” reportando ao “número anterior”. Ora, no **atual n.º 3**, a terminologia usada é “*narrativa comprovadamente falsa ou enganadora*”. A utilização de diferentes conceitos ao longo do mesmo diploma gera incerteza jurídica, não sendo claro se os conceitos apontados se referem a uma única e à mesma realidade.

Os **critérios** propostos no **n.º 4**, não sendo cumulativos, **misturam a avaliação do conteúdo** com os **meios utilizados para a transmissão da informação**.

A delimitação por via legal do conceito de desinformação não deverá ficar dependente de uma redação pouco clara e fundada em tecnologias eletrónicas potencialmente datadas.

Os **critérios são imprecisos, datados e de difícil conjugação de conceitos**, podendo pôr em causa o respeito e equilíbrio entre os diferentes direitos e princípios fundamentais, como a **liberdade de expressão**, o **pluralismo**, a **diversidade e a fiabilidade da informação**.

- **n.º 6:** a eliminação da possibilidade de concessão de apoios do Estado à criação de estruturas de verificação de factos e o incentivo à atribuição de selos de qualidade não merece objeção da ERC.

A redação proposta para este **n.º 6** não é clara já que determina a promoção pelo Estado de ações de formação e sensibilização dos órgãos de comunicação social sobre o Código de Conduta sobre Desinformação. Não é claro o que se pretende, visto o Código não ser dirigido aos OCS: pretende promover a autorregulação dos órgãos de comunicação social no combate à desinformação? Pretende que os OCS adotem algumas das medidas propostas no Código? Pretende que os OCS promovam a autorregulação atendendo aos padrões definidos no Código?

As **normas carecem de clareza**, que é o garante da compreensão do conteúdo e alcance do estatuído e, assim, da segurança e certeza jurídica necessárias à sua correta aplicação.

³ O “Código de Conduta sobre Desinformação” [Code of Practice on Disinformation], acordado em outubro de 2018, foi alvo de acompanhamento pela Comissão Europeia da implantação das orientações nele contidas por parte de alguns dos seus signatários. Atualmente está em curso o processo de fortalecimento das medidas do código no sentido de aproximá-lo de um instrumento de correção, em vez de ser apenas de autorregulação, conforme acontece até à data. Consultar em <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

Os projetos de lei que visavam a regulamentação e alteração da Carta foram discutidos a 20 de julho de 2021 na Assembleia da República, escassos dias após a entrada em vigor do diploma. Do debate resultou o chumbo dos projetos de lei do CDS e da IL. Os projetos do PS e do PAN, por sua vez, baixaram à respetiva Comissão para discussão na especialidade.

Posteriormente, a 29 de julho, o Presidente da República solicitou ao **Tribunal Constitucional** a **fiscalização sucessiva do artigo 6.º**, apontando em concreto: «- as normas constantes dos n.ºs 1 a 4 do artigo 6.º, na parte em que definem o conceito de desinformação; - as normas constantes do n.º 5 do artigo 6.º, na parte em que atribui à Entidade Reguladora para a Comunicação Social competências relativamente aos procedimentos de queixa e deliberação e ao regime sancionatório nesta matéria; - normas constantes do n.º 6 do artigo 6.º».

Esta iniciativa veio juntar-se ao pedido de averiguação da constitucionalidade da lei, designadamente das normas contidas no artigo 6.º, entregue na Procuradoria-Geral da República pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista.

Apesar de todas as iniciativas em torno do artigo 6.º da Carta, é de salientar que, até declaração em contrário, o referido preceito mantém a sua força jurídica e **não há suspensão da aplicação, eficácia ou vigência da norma**.

Admite-se que a discussão na especialidade dos projetos de lei de PS e PAN só venha a ocorrer após pronúncia do Tribunal Constitucional sobre a inconstitucionalidade do artigo 6.º, o que ainda não se concretizou.

Em paralelo com a elaboração dos pareceres já mencionados, foi constituído um grupo de trabalho interno que trabalhou sobre as questões levantadas pelo Conselho Regulador relacionadas com a sistematização das novas competências e respetiva operacionalização que a entrada em vigor da Carta traria à ERC. Os trabalhos deste grupo foram, entretanto, suspensos, após a emissão de um primeiro parecer.

2.2 AS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEO

A **Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro** entrou em vigor a 17 de fevereiro de 2021, tendo trazido uma atualização da [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido](#)⁴. No âmbito da regulação dos *media online*, a nova lei, na decorrência da transposição da [Diretiva \(UE\) 2018/1808](#), de 14 de novembro de 2018, trouxe para a alçada da ERC as **plataformas de partilha de vídeo – PPV**, que até então estavam arredadas do campo da regulação em Portugal.

Com a entrada em vigor da lei e ciente de que as novas competências cometidas à ERC em matéria de PPV representam um novo campo até aí inexplorado pela regulação, foi deliberado constituir um **Grupo de trabalho interno** com a missão de preparar a ERC para corresponder às disposições legais e examinar questões operacionais daí decorrentes.

Esse grupo tem como objetivo identificar e operacionalizar os critérios a ter em conta para a elaboração da lista de fornecedores de plataformas de partilhas de vídeos, de operadores de serviços audiovisuais a pedido e de operadores de televisão, que procedam à sua oferta sob jurisdição do Estado português e o seu trabalho será desenvolvido durante o ano de 2022.

Recorde-se de forma sucinta o que a lei define como PPV para efeitos de aplicação do que nela é disposto sobre estes serviços. O artigo 2.º, n.º 3 da LTSAP especifica que se considera PPV o serviço em que o fornecimento de programas e vídeos gerados pelos utilizadores é **uma funcionalidade essencial** do serviço de redes sociais **se o conteúdo audiovisual não for meramente acessório** em relação às atividades desse serviço de redes sociais ou se **não constituir uma parte menor** dessas atividades. Por conta desta definição, o n.º 4 do mesmo **artigo investe a ERC da competência de verificar o preenchimento destes parâmetros**.

⁴ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na versão mais recente dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro

A definição de **vídeos gerados pelos utilizadores**, enquanto conteúdos difundidos pelas PPV, encontra-se concretizada no artigo 2.º, n.º 1, alínea bb) como um conjunto de imagens em movimento, com ou sem som, que cumulativamente:

- constitui um elemento autónomo, independentemente da sua duração;
- é criado por um ou mais utilizadores;
- é carregado para uma plataforma de partilha de vídeos pelo utilizador que o criou ou por outros utilizadores.

A entrada em vigor da transposição da diretiva europeia introduziu também alterações em matéria de **jurisdição**. O alargamento às PPV (e não só) implicou algumas modificações no que respeita à jurisdição sobre serviços de comunicação audiovisual distribuídos através da Internet. O artigo 3.º dispõe no n.º 2, alínea b) que estão sujeitos à presente lei os **serviços de plataformas de partilha de vídeos** disponibilizados por fornecedores de plataformas de partilha de vídeos que procedam à sua oferta **sob jurisdição do Estado Português**. O apuramento da jurisdição terá que passar pela verificação dos critérios contidos no artigo 28.º - A da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual.

A lei incumbe também a ERC de **disponibilizar listas atualizadas** dos **fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos** que estão **sob jurisdição do Estado português**. Para tal, cabe-lhe **organizar um registo dos operadores de fornecimento de plataformas de partilha de vídeos**, com vista à publicitação da sua propriedade, da sua organização, do seu funcionamento e das suas obrigações, assim como à proteção da sua designação (artigo 19.º, nº 1).

Por seu lado, os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, estão obrigados (artigo 19.º, n.º 3) a comunicar à ERC os elementos necessários para efeitos de registo, bem como a proceder à sua atualização, nos termos definidos em decreto regulamentar.

Através das listas públicas dos fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos pretende-se permitir um acesso fácil, direto e permanente a:

- a) Os respetivos nomes ou denominações sociais;
- b) A designação de cada serviço e os nomes dos diretores ou responsáveis por cada um deles, quando aplicável;
- c) O endereço geográfico em que se encontram estabelecidos;
- d) Os seus meios de contacto, designadamente telefónicos, postais e eletrónicos, incluindo o sítio na Internet;
- e) A identificação do Estado-membro com jurisdição sobre o operador;
- f) A referência à jurisdição a que estão sujeitos e as autoridades reguladoras competentes e ou de supervisão competentes, bem como os respetivos contactos.

No sentido de dar cumprimento a estas incumbências, a ERC disponibiliza atualmente no Balcão Virtual um [formulário](#) para registo de PPV. Desde a entrada em vigor das alterações à LTSAP, foram efetuados dois registos de plataformas pertencentes ao mesmo fornecedor, concretizados já em 2022: *MEO Kanal* e *Sapo Vídeos*, propriedade da MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.

Por efeitos da nova lei, a ERC passa a poder realizar **auditorias para fiscalização e controlo dos elementos fornecidos pelos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos**, tal como acontece com os operadores de televisão e de distribuição e de serviços audiovisuais a pedido (n.º 5 do artigo 19.º). No entanto, até à data, a ERC não realizou qualquer fiscalização ao abrigo desta disposição.

Com a introdução das PPV na LTSAP foram definidas algumas normas aplicáveis a estes serviços, designadamente que tenham em conta a **proteção dos utilizadores** relativamente aos conteúdos partilhados através dessas plataformas. Estas disposições encontram-se elencadas sob um novo capítulo na lei – **CAPÍTULO VI-A – Plataformas de partilha de vídeo**.

Conforme se viu, a transposição da Diretiva comunitária **veio colocar sob alçada regulatória serviços que até então não cabiam nas competências do regulador da comunicação social, como é o caso das PPV**. A lei introduz mesmo um

regime sancionatório para estes fornecedores de conteúdos audiovisuais que prevê contraordenações dos diversos graus de gravidade, sempre que denotem a inobservância de medidas que impeçam a circulação de conteúdos violadores dos direitos humanos, a proteção dos públicos, sejam eles menores, seja o restante público, a transparência das comunicações comerciais e a salvaguarda de um conjunto de princípios relativos a comportamentos de risco (tabaco, álcool) ou à saúde e ambiente, por exemplo. Mas também concerne às obrigações destes operadores na relação com o regulador da comunicação social, como o dever de comunicar os elementos de registo, a jurisdição a que se encontram sujeitos, entre outros.

A ERC tem vindo a colaborar com o ERGA nos trabalhos de acompanhamento da entrada em vigor das disposições da diretiva (cf. ponto 4.3 deste capítulo), focados sobretudo na aplicação do disposto no artigo 28b, grosso modo correspondente aos artigos deste novo capítulo VI-A da LTSAP.

Em matéria de **proteção dos utilizadores relativamente aos conteúdos audiovisuais**, o **artigo 69.º-A** vem impor aos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos as **medidas adequadas para proteger, quer os mais jovens, quer o público em geral de alguns tipos de conteúdos**. Assim, **as PPV têm o dever de proteger crianças e jovens** relativamente a vídeos gerados pelos utilizadores e a **comunicações comerciais audiovisuais** suscetíveis de prejudicar o seu desenvolvimento integral, físico, mental ou emocional [artigo 69.º-A, alínea a)]. Quanto ao público em geral, as PPV devem cuidar que vídeos gerados pelos utilizadores e comunicações comerciais audiovisuais **não contenham incitamentos à violência ou ao ódio** contra grupos de pessoas ou membros desses grupos com base num dos motivos referidos no n.º 2 do artigo 27.º⁵. Devem ainda proteger o público em geral de conteúdos cuja divulgação consista numa atividade que constitua infração penal, designadamente, incitamento público à **prática de infrações** terroristas, infrações relativas à **pornografia infantil** e infrações de caráter **racista e xenófobo**.

A lei vem também estipular algumas normas quanto à **proteção dos consumidores (artigo 69.º-B)**, exigindo que os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos assegurem que as **comunicações comerciais audiovisuais** por si comercializadas, vendidas ou organizadas são facilmente reconhecíveis como tal e que estas comunicações não incentivem comportamentos que coloquem em causa a saúde, a segurança e a proteção do meio ambiente, não digam respeito a tabaco e similares, nem se dirijam a crianças quando dizem respeito a bebidas alcoólicas ou incentivem comportamentos que levem ao seu consumo imoderado, não respeitem a medicamentos ou a tratamentos médicos sujeitos a receita. A **proteção de crianças e jovens** também se encontra prevista neste número, nomeadamente estipulando que as comunicações em causa não sejam suscetíveis de causar prejuízos físicos, mentais ou morais às crianças e jovens, em particular, que não incentivem a compra de bens e serviços com base na credulidade e in-experiência destas faixas etárias, que não levem a tentar persuadir pais ou outras pessoas a adquirir determinados produtos, ou que mostrem crianças ou jovens em situações injustificadas de perigo.

No **artigo 69.º-C** são elencadas um conjunto de situações que exigem a **adoção de funcionalidades obrigatórias por parte das PPV** destinadas aos utilizadores que carregam vídeos e também aos utilizadores que são recetores desses vídeos, como, por exemplo:

- ter funcionalidades que permitam aos utilizadores que carregam vídeos declarar se os mesmos contêm comunicações comerciais audiovisuais;
- criar e utilizar mecanismos transparentes e de fácil utilização que permitam ao público das PPV comunicar, sinalizar, ou classificar certos conteúdos;
- criar e gerir **sistemas de verificação da idade** dos utilizadores para a proteção das crianças e jovens em relação aos conteúdos suscetíveis de prejudicar o seu desenvolvimento físico, mental ou moral;
- disponibilizar sistemas de controlo parental;
- criar e gerir procedimentos transparentes, de fácil utilização e eficazes para o tratamento e a resolução das reclamações apresentadas pelo público;
- aplicar medidas e instrumentos eficazes em matéria de literacia mediática e sensibilizar os utilizadores para essas medidas e instrumentos.

⁵ Lei n.º 74/2020, de 19 de Novembro, artigo 27.º, n.º 2 - «Os serviços de comunicação social audiovisual não podem, através dos elementos de programação:

a) Incitar à violência ou ao ódio contra grupos de pessoas ou membros desses grupos em razão do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, deficiência, idade, orientação sexual ou nacionalidade;

b) Incitar publicamente à prática de infrações terroristas previstas e punidas na Lei n.º 52/2003, de 22 de agosto».

Caberá à **ERC**, nos termos do artigo **69.º-D**, **avaliar a adequação e eficácia das soluções adotadas** pelos fornecedores de plataformas de partilha de vídeo para cumprimento destas obrigações.

Outra das missões de que a ERC é investida é a de **incentivar a adoção de mecanismos de correção e autorregulação junto das PPV** tendo em vista a proteção de crianças e jovens e a adoção de funcionalidades que permitam dar cumprimento àquela proteção, bem como à proteção dos consumidores (artigos 69.º-A e 69.º-C).

A resolução de litígios no âmbito da atividade das plataformas de partilha de vídeos é também prevista neste capítulo da LTSAP, tendo em vista a proteção de direitos fundamentais dos intervenientes (artigo 69.º-F). Assim **as PPV devem disponibilizar mecanismos de resolução alternativa de litígios** aos utilizadores que partilham vídeos, bem como ao seu público, seja pela publicação dos regulamentos aplicáveis no portal da plataforma na Internet, seja pela adesão a um centro de arbitragem de conflitos por parte da PPV. A arbitragem de conflitos não deverá comportar quaisquer custos para os utilizadores, salvo em caso de utilização de má-fé.

As PPV passaram também a integrar o regime sancionatório da LTSAP, estando previstas sanções dos diversos graus de gravidade: contraordenações leves, graves e muito graves. **Contraordenações leves** (artigo 75.º):

- inobservância do disposto no **artigo 3º**, que impõe aos fornecedores de PPV informar a ERC dos factos que sejam relevantes para a determinação da **jurisdição** a que se encontram sujeitos e respetivas alterações;
- incumpram as obrigações de identificação estipuladas no artigo **4.º-A**;
- Falha na não comunicação à ERC dos elementos necessários para registo e atualizações que venham a sofrer, conforme o **19.º, n.º 3**.

Contraordenações graves (artigo 76.º):

Incumprimento das obrigações estipuladas pelo artigo **69.ºB, alíneas d) a j)**, referentes às comunicações comerciais, audiovisuais por si comercializadas, vendidas ou organizadas que lesem alguns valores como:

- «d) Incentivem comportamentos prejudiciais à saúde ou à segurança;
- e) Incentivem comportamentos gravemente prejudiciais à proteção do ambiente;
- f) Digam respeito a cigarros e a outros produtos do tabaco, bem como a cigarros eletrónicos e a recargas;
- g) Tenham como público-alvo específico as crianças e jovens, quando respeitem a bebidas alcoólicas;
- h) Incentivem o consumo imoderado de bebidas alcoólicas;
- i) Digam respeito a medicamentos e a tratamentos médicos apenas disponíveis mediante receita médica;
- j) Sejam suscetíveis de causar prejuízos físicos, mentais ou morais às crianças e jovens, designadamente:
 - i. Incentivando-os diretamente a comprar ou a alugar produtos ou serviços aproveitando-se da sua inexperiência ou da sua credulidade;
 - ii. Incentivando-os diretamente a persuadirem os pais ou outras pessoas a adquirirem produtos ou serviços;
 - iii. Aproveitando-se da confiança especial que as crianças e jovens depositam nos pais, nos professores ou noutras pessoas; e
 - iv. Mostrando, sem motivo justificado, crianças e jovens em situações perigosas.»

Contraordenações muito graves (artigo 77.º):

- incumprimento na adoção de **medidas adequadas para proteger crianças e jovens e o público em geral** (artigo 69.º- A, alíneas a) a c));
- falha na adoção de medidas focadas na proteção dos consumidores (artigo 69.º- B, n.º 2);
- permitirem que comunicações comerciais audiovisuais contidas nos vídeos que disponibilizam violem os limites dispostos nos n.ºs 1, 2, 5 e 6 do artigo 27.º,
- que representem **publicidade oculta ou dissimulada** ou que utilizem técnicas **subliminares** (artigo 69.º- B, n.º 1 a) a c).

- incumprimento do dever de informar claramente o público caso os programas ou os vídeos gerados pelos utilizadores contenham **comunicações comerciais audiovisuais**, nos termos do artigo 69.º- B, n.º 3.
- a inobservância de adoção das funcionalidades obrigatórias definidas no artigo 69.º- C.

A ERC encontra-se a trabalhar no desenvolvimento de ferramentas que permitam fiscalizar a adequação das medidas adotadas pelas PPV para dar cumprimento às obrigações que lhes são impostas por estas disposições, no sentido de corresponder ao disposto no artigo 69.ºD da LTSAP.

Paralelamente, o trabalho conjunto levado a efeito no seio das atividades do ERGA em termos de acompanhamento de implementação da Diretiva (UE) 2018/1808, de 14 de novembro passa também pelas medidas aplicadas às PPV (cf. ponto 4.3).

3. ATIVIDADES DE REGULAÇÃO NO ÂMBITO DA DESINFORMAÇÃO

3.1 DESAFIOS DA REGULAÇÃO EM MEIO DIGITAL – OS WEBSITES NA ERA DA DESINFORMAÇÃO

A atividade regulatória da ERC tem vindo a enfrentar diversos desafios no que toca ao ambiente digital *online*, encontrando-se diretamente afetada pela **desatualização e desarmonia do enquadramento legal da atividade de comunicação social**, num quadro de mutação veloz impulsionada em boa parte pelo progresso tecnológico. Esta inadequação dos instrumentos ao alcance da ERC, sobretudo no que respeita à regulação de *websites* que possam ser colocados sob alçada regulatória na forma de publicações periódicas eletrónicas, tem-se mostrado um enorme entrave ao exercício eficaz e proporcional da regulação. O olhar do regulador sobre novas realidades e novos atores, com novas formas de organização, modelos de negócio adaptados à desmaterialização e ao baixo custo do meio de difusão, entre outras características, vem colocando a ERC ante paradoxos que não consegue, pela sua natureza, atribuições e competências, sanar.

Neste quadro, os esforços do regulador para que o dispositivo legal seja adaptado à realidade atual, de modo a permitir uma regulação capaz de garantir os direitos de informar, de se informar e de ser informado, bem como a liberdade de expressão, o pluralismo, a transparência, entre outros, não têm logrado ser bem-sucedidos junto do legislador.

Já se comprovou que submeter realidades novas e em constante mutação, com objetivos muito diversos dos que se reconheciam a OCS e outras realidades similares, a um enquadramento legal totalmente desfasado da atualidade, por ter sido concebido numa época em que não se perspetivava sequer a generalização do uso da Internet, além das dificuldades que apresenta, é um exercício que surte resultados indesejáveis para o campo já frágil da comunicação social. Os conceitos evoluíram, mas o quadro legal reflete ainda normas elaboradas para serem aplicadas a conceitos cristalizados numa dada realidade. O que acontece é um desfasamento entre as normas e o seu objeto, porque este já não ocorre na mesma realidade.

Fenómenos como a generalização da utilização das redes sociais e das aplicações de mensagens instantâneas, assim como de outras plataformas digitais, o recurso a algoritmos por parte destas para servir conteúdos direcionados aos utilizadores, a possibilidade de os utilizadores difundirem conteúdos para públicos-alvo específicos através do patrocínio de publicações, a profissionalização da difusão de conteúdos com intuito manipulatório, fabricação de *websites* que confundem o público ao fazerem-se passar por OCS, mas cujos objetivos se encontram longe dos que orientam a atividade de comunicação social, entre muitas outras questões, colocam desafios que a UE vem tentando responder ao nível coletivo, mas que necessitam de abordagens nacionais dos Estados-membros para se concretizarem.

Ao nível da ERC, tem vindo a merecer atenção o efeito perverso que a conjugação de uma [Lei de Imprensa](#) obsoleta com o Decreto Regulamentar dos Registos vem surtindo quando toca à regulação de “publicações periódicas eletrónicas”. Este assunto também foi ponderado no seio do órgão consultivo da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, que contou com a participação da ERC, que formulou uma proposta de alteração legislativa da Lei de Imprensa com vista a sanar as diversas incongruências que resultam do facto de se encontrar ultrapassada. A desconexão existente entre as diversas leis setoriais (audiovisual, rádio e imprensa) leva a que estejam em vigor diplomas que causam um grande desfasamento na adequação das normas que se reflete ao nível das exigências requeridas a projetos de comunicação social distribuídos na Internet consoante estes se posicionem como fornecedores de conteúdos audiovisuais (*webtvs*), áudio (*webrádios*) ou imprensa (*websites* - publicações periódicas eletrónicas).

Estes trabalhos surgem na sequência do que fora já defendido pela ERC quando da audição parlamentar⁶ de 03 de março de 2020, onde os representantes máximos do regulador sublinharam então a inadequação do **quadro legal em vigor relativamente às realidades de natureza digital**. A falta de sedimentação de conceitos como “órgão de comunicação social” ou “desinformação” foi apontada como problemática para a regulação. A ERC vê-se obrigada a aplicar a **Lei de Imprensa a *websites***, o que não se coaduna às realidades existentes atualmente, o mesmo acontecendo com as **classificações de publicações** em uso. O Conselho Regulador teve oportunidade de salientar também a urgência da revisão do conceito de “órgão de comunicação social”, conforme vem desde há anos sendo apontado pela ERC.

Neste âmbito de atuação, a ERC tem-se debatido com a análise de participações de cidadãos relativas a *websites* que, aparentando-se com órgãos de comunicação social jornalísticos, não reúnem características para serem considerados enquanto tal. O que se revela pernicioso na existência destes espaços *online* é o facto de os cidadãos os identificarem como OCS e olharem para as publicações que fazem como informação fidedigna, quando na verdade os seus objetivos estão longe da prestação de um serviço que leve aos cidadãos informação rigorosa, fundada no interesse público, concebida sob padrões de deontológicos e legais destinados a garantir esse rigor e tendo em vista responder ao direito de informar e de ser informado, contribuindo para o funcionamento da sociedade democrática.

Nestes casos, se a ERC não pode, por um lado, ter uma atuação direta sobre os *websites* que apenas se encontram enquadrados pela liberdade de expressão (ainda que, quando detetados indícios de atuação contrária à lei, possa remeter o caso ao Ministério Público), também não deixa de verificar que estes *websites* podem, efetivamente criar a ilusão nos leitores de que difundem informação fiável, quando na verdade perseguem objetivos bem diversos de dar cumprimento ao direito de informar, sejam eles a **monetização de conteúdos**, sejam a **difusão de mensagens falsas ou enganadoras** que visam influenciar a opinião pública. Não é raro verificar que estes espaços se apoiam em poderosos meios de difusão em redes sociais, como páginas ou grupos com centenas de milhares de seguidores.

E neste ponto, é fulcral que a ERC, na sua atuação, consiga instrumentos que lhe permitam considerar o potencial dano que pode ser causado à sociedade e também, em particular, ao campo dos *media*. O poder de amplificação destas redes sociais é gigantesco, mas esta amplificação em si mesma não é simétrica ou igual para todos os utilizadores. Acresce ainda que o algoritmo destas redes está concebido para torná-las aprazíveis para quem as utiliza – dá ao utilizador aquilo que ele gosta, sugere mais do mesmo, reforça os gostos, amplifica os semelhantes e esconde os que divergem para levar a que despenda o máximo tempo possível ligado. E mais ainda, permitem que dentro de determinadas condições haja utilizadores com a possibilidade de fazer com que os seus conteúdos atinjam muitos mais, sejam sugeridos, sejam apontados a determinados perfis mais suscetíveis de acolhê-los, mediante pagamento à

⁶ <http://www.canal.parlamento.pt/?cid=4406&title=audicao-do-conselho-regulador-da-entidade-reguladora-para-a-comunicaca>

plataforma (publicações patrocinadas), ou através da manipulação do serviço (contas falsas, bots, etc.). O seu funcionamento permite a existência de perfis falsos, perfis automatizados, estratégias fraudulentas de valorizar os conteúdos no algoritmo, não importando que tipo de conteúdos são.

Com este quadro em mente, a atuação da ERC face a esta realidade complexa que interliga todas estas vertentes, exige a maior cautela quando se trata de olhar para *websites*. Subsumi-los ao conceito de imprensa pode ser uma forma de implusão da mesma.

A título de exemplo, veja-se que em 2021 a ERC foi chamada a responder⁷ a vários casos de *websites* sobre os quais os cidadãos entenderam ser alvo de participação que exigiram análise dos seus conteúdos. Trata-se de realidades que, concluindo-se não se subsumirem à categoria de órgãos de comunicação social jornalísticos, constroem nas pessoas a convicção de sê-lo, daí apresentarem reclamação à ERC. A vontade de credibilização destes espaços face aos utilizadores evidencia-se no esforço de adotarem designações características de publicações jornalísticas (Diário Luso, por exemplo) e organização de conteúdos em separadores que, alguns deles, remetem também para a organização típica de um jornal.

Quanto às participações, por vezes estão em causa direitos de personalidade como a imagem, ou então condutas que indiciam usurpação de funções, ou falsificação de elementos apresentados em fichas técnicas fictícias.

A análise expandida não raras vezes conclui que este tipo de *websites* é acedido pelos participantes a partir de páginas de redes sociais, com especial incidência para o Facebook, onde os seus conteúdos são difundidos através de páginas com muitos milhares de seguidores. As características que evidenciam remetem para um trabalho voltado para a **monetização dos conteúdos**, através do **click-baiting** que se apoia na divulgação de estórias de mortes comovedoras, de situações insólitas, de pormenores da vida de celebridades, doenças, manipulação e descontextualização de notícias ou imagens verídicas para provar um certo ponto de vista, entre outros assuntos e estratégias que apelam à curiosidade e aos sentimentos dos utilizadores, levando-os a seguir a ligação para saber mais e sendo assim conduzidos a estes *websites* de estórias fabricadas que faturam ao clique, por cada anúncio mostrado a cada um dos visitantes.

A capacidade de difusão que estes *websites* alcançam através de estratégias que exploram as potencialidades das redes sociais torna-os tóxicos para os utilizadores, concorrendo diretamente com a informação fidedigna e desviando-lhes a atenção de fontes credíveis. Aguarda-se que as alterações introduzidas à Lei de Imprensa, em concomitância com outros instrumentos de regulação adotados ao nível da UE possam ajudar a tornar mais escurreita a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos de natureza diversa.

Tendo em conta, ainda, que a Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital estipula o direito de proteção face à desinformação e incumbe a ERC de atuar face às participações dos cidadãos, certo é que, perante queixas sobre um *website* que não seja enquadrado como órgão de comunicação social, a ERC, em observância dos seus Estatutos, declara-se incompetente para se pronunciar. E ainda que tivesse ensejo de fazê-lo, há que referir que a própria Carta, além de conceitos e normas pouco claros geradores de insegurança jurídica, não estabelece qualquer regime de sancionatório. Perante indícios de prática de crime, os casos são remetidos ao Ministério Público.

3.2 REUNIÃO DO CONSELHO CONSULTIVO DA ERC

A [reunião do Conselho Consultivo da ERC](#)⁸ de 26 de outubro de 2021 foi ocasião para os membros debaterem questões relacionadas com os desafios da era digital em termos de regulação. A aprovação da **Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital** foi um dos pontos em análise, designadamente, a participação da ERC no processo legislativo que envolveu a conceção da lei e as posteriores propostas de alteração e regulamentação (cf. ponto 2.1 acima).

⁷ Cf. a título de exemplo as Deliberações: Deliberação ERC/2021/229 (OUT-NET); Deliberação ERC/2021/356 (OUT-NET).

⁸ O Conselho Consultivo é o órgão de consulta e de participação na definição das linhas gerais de atuação da ERC, constituído por representantes de entidades públicas e privadas titulares de interesses relevantes no âmbito da comunicação social em Portugal. Reúne ordinariamente duas vezes por ano ou extraordinariamente por iniciativa do mesmo ou a pedido de um terço dos seus membros.

Este não foi, contudo, o único tema abordado no âmbito da regulação da comunicação social *online*. Neste campo, destaca-se as intervenções do presidente do Sindicato dos Jornalistas, Luís Filipe Simões e do membro do Plenário da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), Jacinto Godinho, que, na qualidade de convidados, levantaram a questão do registo de publicações periódicas, especialmente aquelas que suscitam dúvidas sobre a natureza jornalística dos seus conteúdos. Jacinto Godinho apontou a pretensão de «movimentos políticos radicais» de exercerem o seu direito de expressão ao abrigo de direitos consagrados aos jornalistas, como o acesso às fontes de informação e ao sigilo, dando conta da opção da CCPJ de recusar a acreditação de responsáveis por publicações em que não identifica matéria jornalística nem direções de informação autónomas das áreas comerciais. Referiu-se ainda ao avanço de conteúdos patrocinados nessas publicações.

Sobre estas questões, os membros do Conselho Regulador da ERC tiveram oportunidade de informar que a criação de publicações periódicas é livre sendo que a ERC as regista ao abrigo da Lei de Imprensa. Defenderam ainda que abranger as publicações cujo conteúdo jornalístico é dúbio sob o registo na ERC é uma forma de regular a sua atividade.

Defenderam ainda que a liberdade de expressão está consagrada a todos os cidadãos, mas não pode ser confundida com os direitos garantidos aos jornalistas no sentido da identidade própria da profissão e em paralelo aos seus deveres legais. Assinalou ainda que a CCPJ tem a competência para emissão de títulos para a atividade jornalística, entre eles o de equiparado a jornalista para os diretores de informação, pelo artigo 15.º do Estatuto do Jornalista, sem carecer de classificação prévia do órgão pela ERC.

Sobre a questão da classificação de publicações, o representante da direção da Auto-Regulação Publicitária (AP), questionou o Conselho Regulador sobre o funcionamento da Comissão de Classificação de Publicações Periódicas como instrumento de correção a par da distinção existente na Lei de Imprensa entre empresas jornalísticas ou editoriais. Da parte da ERC defendeu-se que, em caso de desacordo daquela Comissão sobre como classificar uma publicação, a ERC tem competência legal não só para o registo como para a classificação de publicações. Neste sentido, defendeu que qualquer intervenção da comissão, sendo desejável, tem de revestir uma natureza meramente consultiva, mas não pode ser excessivamente burocrática, nem necessária para cada uma das classificações.

Não deixou o Conselho Regulador de sublinhar que todas as questões levantadas alimentam a necessidade de revisão legislativa, que é urgente fazer, anunciando que a ERC procura chegar a um consenso para apresentar uma proposta legislativa para alteração da Lei de Imprensa.



4. ATIVIDADES DE COLABORAÇÃO INTERNACIONAL

A ERC integra há vários o **ERGA – Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Média Audiovisuais**⁹ e, nessa medida, tem-se envolvido nas ações desenvolvidas por este grupo de reguladores europeus que acompanha e presta assessoria à Comissão Europeia na área da regulação dos *media*. A ERC integra vários dos grupos de trabalho temáticos que funcionam no seio do ERGA e que correspondem aos temas definidos como prioritários para cada ano de trabalho.

Em 2021, estiveram em funcionamento os grupos de trabalho: [Subgrupo 1](#) – Implementação consistente e aplicação do novo quadro criado pela Diretiva do Audiovisual; [Subgrupo 2](#) – Conclusão do quadro regulatório da UE relevante para os *media* e [Subgrupo 3](#) – Desinformação. A par destes grupos de trabalho, funcionaram também três grupos de ação, um deles liderado pela ERC – [Grupo de Ação 2](#), que trabalhou os efeitos económicos da crise de COVID-19 sobre o setor dos *media*, originando um relatório decorrente de um inquérito aplicado aos reguladores tendo em vista apurar as medidas de mitigação adotadas ao nível nacional para minorar a crise económica gerada nos *media* decorrente da ação de combate à COVID-19: “[Economic impact of the COVID-19 crisis on the media and audiovisual sectors 2021](#)”. A ERC teve ainda participação relevante no [Grupo de Ação 3](#) – Literacia Mediática, que será tratada no capítulo correspondente. O [Grupo de Ação 1](#) foi dedicado às questões relacionadas com a cooperação transfronteiriça ao nível da regulação dos *media*, trabalhando sobre um Memorando de Entendimento entre os reguladores.

Através da ação destes grupos de trabalho, o ERGA tem vindo a participar, junto da Comissão Europeia, na definição de políticas para o setor dos *media*, tendo ganho especial relevo a área da desinformação, a regulação dos serviços digitais, quer pelo ângulo da implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual no que respeita à regulação das PPV, quer da regulação dos serviços digitais pela via do Regulamento dos Serviços Digitais (DSA na sigla inglesa). Junta-se a este conjunto os trabalhos preparatórios ao futuro Instrumento (legislativo ou não) Europeu da Liberdade dos *Media* (EMFA - European Media Freedom Act). O Plano de Ação da Democracia Europeia é um documento charneira que convoca instrumentos e medidas preconizados nestas diferentes áreas, pelo que é um documento que orienta a ação do ERGA no apoio à Comissão Europeia em matéria de *media*.

4.1 O REFORÇO DO CÓDIGO DE CONDUTA SOBRE DESINFORMAÇÃO

Nos anos mais recentes, o ERGA tem colocado a **desinformação em lugar destacado nas atividades do grupo**, com especial incidência a partir da aprovação do Código de Conduta contra a Desinformação¹⁰ (doravante Código), no final de 2018, e que se prolongou com o acompanhamento periódico da sua implementação em 2019 e 2020, ano em que foi efetuado o primeiro balanço da aplicação pelas grandes plataformas das medidas preconizadas.

Esse relatório, recorde-se, publicado em maio de 2020, **sobre a aplicação do Código** intitulou-se “[ERGA Report on disinformation: Assessment of the implementation of the Code of Practice](#)”. Neste documento, o grupo de reguladores conclui que o Código lançou a base para um diálogo estruturado e teve um **impacto positivo na luta contra a desinformação online**, apesar de apresentar algumas fragilidades que o grupo entendia deverem ser colmatadas de modo a atingir os resultados pretendidos.

⁹ <https://erga-online.eu>

¹⁰ Consultar versão em Português aqui: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinfo>

No âmbito desta avaliação, **a maioria dos reguladores nacionais reportou a sua falta de competências específicas no domínio da monitorização das plataformas online**, a par da escassez de recursos para concretizarem a tarefa. Estes foram também desafios enfrentados pela ERC. Embora colaborando com o ERGA nesta avaliação, convém recordar que não decorrem dos estatutos da ERC quaisquer competências na área das plataformas da internet pelo que a sua ação não passou de uma mera observação. Ainda assim, os contributos reunidos revestiram-se de importância também para o reconhecimento de que **as novas tecnologias da comunicação colocam sérios desafios à regulação e monitorização clássicas do setor audiovisual** que apenas podem ser respondidos através de abordagens avançadas e de metodologias inovadoras.

Desta avaliação resultou a conclusão sobre a **necessidade de proceder a algumas alterações ao Código** que foram consideradas pela Comissão Europeia. Este organismo viria a publicar um ano depois um documento com orientações para o reforço do Código de Conduta “*Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation*” [Orientações sobre o Reforço do Código de Conduta sobre Desinformação], publicação feita alguns dias depois de o ERGA ter adotado uma posição comum sobre a revisão do Código: “[ERGA position on the next instalment of the Code of Practice on Disinformation](#)” [Posição do ERGA sobre a próxima vigência do Código de Conduta sobre Desinformação].

O ERGA reconhece, neste documento, que a primeira versão do Código teve como resultado positivo o facto de ter estabelecido um ponto de contacto entre os signatários do Código e os reguladores nacionais no combate ao fenómeno da desinformação. Mas apesar dos aspetos positivos, o Código apresentava, no entender do ERGA, fraquezas assinaláveis que o ERGA sublinhou no relatório que avaliou um ano de vigência daquele instrumento e, por essa razão, congratulou-se pela sua revisão. Num exercício de coordenar as disposições do Código com o Plano de Ação da Democracia Europeia e o Regulamento dos Serviços Digitais, o ERGA apontou alguns pontos entendidos como problemáticos e respetivas soluções.

No ponto **1. Transparência na implementação do Código**, o ERGA vê como problemático o facto de os relatórios periódicos das plataformas sobre a implementação das medidas do Código não serem sujeitos a verificação independente e não apresentarem dados desagregados por Estado-membro.

Para solucionar este problema, o ERGA vê como ponto essencial a transparência na forma como os signatários implementam o Código, pelo que deveriam existir mecanismos de verificação independentes para auditarem os dados fornecidos pelas plataformas. Considerando que este tipo de mecanismo está a ser ponderado para o Regulamento dos Serviços Digitais (*DSA – Digital Services Act*), o ERGA entende que o Código de Conduta seria um primeiro teste à sua aplicação.

Para a concretização deste ponto, o ERGA entende dever colaborar com o EDMO – Observatório Europeu dos *Media* Digitais no sentido de encontrar mecanismos que tornem o combate à desinformação mais eficiente, sobretudo através do estabelecimento de indicadores de desempenho (*KPI*) para cada um dos pilares do Código.

Paralelamente, o ERGA tem vindo a incentivar as plataformas signatárias do Código e a Comissão Europeia a adotar esses indicadores, adaptados ao tipo de serviço que fornecem e aplicados à realidade de cada país.

Por fim, neste ponto, o ERGA salienta que é necessário conceber regras para que as autoridades competentes – os reguladores – possam levar a cabo algum tipo de monitorização ao nível nacional do cumprimento do Código pelas plataformas.

No ponto **2. Âmbito do Código** o ERGA salienta que é vital que o Código seja aplicável nos Estados do Espaço Económico Europeu, o que não acontece neste momento.

No caso do ponto **3. Uniformização de Conteúdos e de Estrutura**, o ERGA alerta para o facto de as plataformas utilizarem definições diversas para certos conceitos, o que indicia que a implementação do Código esteja a ser avaliada por critérios diversos, consoante a plataforma. Sugere, assim, que sejam os legisladores nacionais ou Europeus a estabelecer os conceitos em vez das plataformas.

Por fim, o ERGA aponta o ponto **4. Corregulação** como melhoria para o Código. A natureza de autorregulação que teve na sua primeira versão poderia ser substituída por uma orientação no sentido da corregulação de maneira a tornar o combate à desinformação mais eficiente. Esta proposta aproxima o Código das abordagens do Plano de Ação da Democracia Europeia e do Regulamento dos Serviços Digitais, que antevem uma abordagem corregulatória da desinformação.

No primeiro plenário do ERGA de 2021, ocorrido a 01 de junho, os membros tiveram o primeiro contacto com o que poderia vir a ser o instrumento Europeu da Liberdade dos *Media* que visa introduzir regras de reforço da liberdade e independência dos *media* na UE.

Nesta ocasião, o Subgrupo 3, dedicado à desinformação, apresentou um relatório sobre a relação entre as plataformas signatárias do Código e investigadores: *“Improving the relationships between Code of practice signatories and researchers (ERGA Report)”* que se foca na perspetiva dos investigadores que trabalham sobre o fenómeno da desinformação nos *media* sociais. Com a pretensão de saber mais sobre as dificuldades dos investigadores no acesso a dados das plataformas, mesmo para fins de investigação, detetadas no relatório sobre a implementação do Código de 2020, designadamente o Pilar E – Fortalecer a comunidade de investigadores, o subgrupo criou uma linha de trabalho que reportou as suas conclusões no documento referido.

Tendo-se debruçado sobre a problemática, ouvindo investigadores e analisando as plataformas (Facebook, agora Meta, e Twitter), o ERGA conclui que, para cumprirem efetivamente o Pilar E do Código, as plataformas devem estabelecer um ecossistema de investigação que envolva os seguintes pontos:

1. acesso às interfaces de programação (APIs) para fins de investigação, ou a disponibilização de uma ferramenta que permita aos investigadores acederem a dados brutos, acesso livre a arquivos de anúncios;
2. identificação dos requisitos de acesso aos dados sem penalizar os investigadores jovens e independentes (ONGs), mesmo que não estejam integrados em universidades;
3. instituir cooperação sistemática entre diversos atores interessados, envolvendo por exemplo o EDMO, representantes da comunidade de investigadores e entidades reguladoras independentes trabalhando em dados e APIs em conjunto com as plataformas *online* encarregues de tratar de tópicos específicos na realização de investigações sobre as plataformas e na resolução de problemas que possam surgir entre plataformas e investigadores;

O envolvimento dos reguladores nesta cooperação é fulcral por terem experiência e conhecimento no que respeita a dados necessários para avaliar e compreender o impacto de políticas ao nível nacional. Tendo em vista pôr em prática estas medidas, o acesso aos dados deve ser um dos pontos integrantes do Código de Conduta sobre Desinformação 2.0 mencionado no Plano de Ação da Democracia Europeia. Alguns dos indicadores de desempenho relativos a este assunto deveriam começar a ser utilizados nas ações de monitorização levadas a efeito pelo ERGA e outros atores.

Considerando que o acesso aos dados é um ponto muito relevante para que os reguladores nacionais possam responsabilizar as plataformas, deveriam ser encontrados mecanismos de acesso a dados para os atores do setor público que precisem deles para as suas atividades de monitorização e supervisão.

Em suma, o Pilar E, no novo Código 2.0 deveria incluir indicadores de desempenho (KPIs) específicos quantitativos e qualitativos que respeitassem ao território da UE e aos Estados-membros.

Por fim, em outubro de 2021, o ERGA produziu um conjunto de recomendações sobre o novo Código que publicou em novembro de 2021 com o título: “ERGA Recommendations for the New Code of Practice on Disinformation”. Este documento baseou-se no terceiro programa de monitorização da aplicação do Código¹¹ levado a efeito pela Comissão Europeia. Neste caso, decorre da comunicação conjunta *“Tackling COVID-19 disinformation – Getting the Facts right”*, de junho de 2020. Aí ficou definido que seis plataformas signatárias do Código deveriam fornecer relatórios mensais

¹¹ O primeiro momento de monitorização teve por objeto as Eleições Europeias de 2019, o segundo teve por objetivo fazer o balanço do primeiro ano em que vigorou do Código de Conduta.

entre setembro de 2020 e junho de 2021, tendo em vista **demonstrar como as plataformas combatiam a desinformação sobre a COVID-19.**

Por razões diversas, sobretudo relacionadas com a escassez de recursos humanos e financeiros, apenas alguns dos reguladores nacionais membros do ERGA participaram neste trabalho. Assim, os países envolvidos foram Croácia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Itália, Irlanda, Letónia e Eslováquia. Ou seja, **a ERC não esteve envolvida neste processo.** Ainda assim, refira-se as conclusões retiradas deste processo de monitorização que levou às recomendações a integrar no novo Código, uma vez que este implicará todos os Estados-membros. O documento foi apresentado num *workshop* do ERGA, em outubro de 2021, onde se reuniram plataformas signatárias, a Comissão Europeia, o EDMO, investigadores, académicos e verificadores de factos, além do ERGA. Um documento preliminar foi também apresentado à equipa que se encontrava a redigir o novo Código, tendo as recomendações nele contidas sido vistas como um contributo importante.

O processo de monitorização efetuado com base nos relatórios das plataformas levou o ERGA a retirar oito conclusões para as quais elencou um conjunto de recomendações:

Conclusão 1: Dados insuficientes – Os dados fornecidos pelas plataformas sobre a sua ação para combater a difusão de desinformação sobre COVID-19 mostraram falta de detalhe e de consistência. Embora apontassem medidas tomadas, faltaram dados sobre a sua eficiência, o que dificulta a monitorização das medidas e a responsabilização.

Recomendação 1 – Melhorar a disponibilização de dados ao nível de cada país que incluam exemplos de conteúdos que demonstrem o reforço das políticas e informação sobre o impacto das atividades.

Conclusão 2: Falta uma estrutura uniforme aos relatórios das plataformas – A falta de uma estrutura consistente entre os relatórios das várias plataformas torna a tarefa de monitorização quase impossível.

Recomendação 2 – Acordar uma estrutura de relatório mais uniforme.

Recomendação 3 – Estabelecer uma base de dados disponível e atualizada ao nível nacional de fontes credíveis e com autoridade como parte do centro de transparência definido pela Comissão Europeia.

Conclusão 4 – Necessidade de uma definição clara sobre os tipos e formas de conteúdos que são alvo da ação de combate à desinformação.

Recomendação 4 – O Código deveria especificar claramente sobre que tipos de conteúdos agem os signatários. Atendendo ao enorme leque de diferentes formas de conteúdo prejudicial que contribuem para a difusão de desinformação, o Código deveria especificar um conjunto alargado e claro de definições de conteúdo relevante.

Conclusão 5 – Não se encontra disponível um repositório de toda a informação relevante sobre políticas e atividades tomadas contra a desinformação ou informação enganadora

Recomendação 5 – As plataformas devem organizar num repositório todas as políticas relevantes no seio do centro de transparência, o qual centraliza toda a informação relevante relativa a todos os signatários.

Conclusão 6 – O Código não contém compromissos suficientes relativamente ao reporte do uso de sistemas automatizados no combate à desinformação.

Recomendação 6 – O fornecimento de dados relativos ao uso e ao desempenho de sistemas automatizados deveria ser um compromisso explícito no Código.

Conclusão 7 – O acesso a dados por reguladores nacionais e investigadores independentes que apoiam a Comissão e o ERGA nas atividades de monitorização é condição essencial para um quadro de monitorização eficiente.

Recomendação 7 – O acesso a dados sobre desinformação por investigadores independentes deveria estar assegurado no Código.

Recomendação 8 – A grelha de monitorização deve incluir procedimentos uniformes para verificação da implementação de ações nos Estados-membros. O reforço do Código deve ter uma grelha de monitorização permanente que permaneça aberta a modificações futuras.

Recomendação 9 – O processo de monitorização deve prever a cooperação entre as plataformas signatárias e as autoridades. Deveria ser considerada uma cooperação mais estrita entre autoridades e plataformas, bem como entre as plataformas entre si, sobretudo em períodos críticos para a difusão de desinformação, como as campanhas eleitorais e referendos, em cada Estado-membro.

Recomendação 10 – Deveria ser reforçado o compromisso dos signatários para indicar e financiar um auditor independente a quem reportem as suas ações que visam o cumprimento dos compromissos do Código. Embora esteja prevista na primeira versão do Código, a existência de uma entidade terceira que faça a avaliação dos relatórios anuais das plataformas sobre a implementação do Código, tal não foi ainda colocado em prática. O novo Código deveria corrigir esta falha de transparência do processo de monitorização do Código que deve tornar-se ainda mais fiável.

A propósito da revisão do Código que se encontra em processo na assembleia de signatários, a Comissão Europeia abriu um período para manifestação de interesse por parte de atores relevantes que pretendessem juntar-se ao Código de Conduta, em particular serviços *online* que difundem conteúdo como *media* sociais, serviços de pesquisa, aplicações de mensagens privadas, do setor da publicidade e outros que possam ser utilizados para a monetização de desinformação. Esta abertura a manifestação de interesse abriu também a possibilidade de atores cuja atividade contraria a difusão de desinformação a partir dos seus instrumentos, desenvolvimento técnico, trabalho filantrópico ou conhecimento especializado específico poderem também tornar-se signatários do Código. Este período decorreu entre 09 de julho e 15 de novembro de 2021. A revisão do Código estendeu-se para 2022, tendo sido incluídos 16 novos signatários.

4.2 O CONTRIBUTO DO ERGA PARA O REGULAMENTO DOS SERVIÇOS DIGITAIS

O DSA – *Digital Services Act*, ou **Regulamento dos Serviços Digitais** (doravante Regulamento) é um pacote legislativo da UE que pretende regular algumas das facetas dos serviços *online*. Como tal, vai refletir-se sobre a área dos *media*. Uma das suas vertentes consiste na aplicação de códigos de conduta a algumas áreas de atividade. Neste sentido, o Código de Conduta sobre Desinformação vem já integrar-se nesta estratégia mais abrangente de regulação de serviços fornecidos através da Internet. Este Regulamento vem reforçar as regras da UE para as plataformas digitais, serviços e produtos, reforçando o mercado único dos serviços digitais e deverá fornecer maior clareza legal para todos os negócios, independentemente da sua dimensão. No escopo deste pacote legislativo por parte da Comissão Europeia encontra-se a proteção dos cidadãos europeus e dos seus direitos, não negligenciando a liberdade de expressão.

Para a Comissão Europeia, o Regulamento, além de rever e propor novas regras que apurem o mercado interno digital, visa em especial as plataformas *online*, como as redes sociais ou os mercados *online* (*marketplaces*), disponíveis na UE a partir de qualquer parte do mundo. Pretende estabelecer um conjunto comum de responsabilidades mais apertadas e claras:

- assegurar a segurança dos utilizadores em relação a bens, conteúdos ou serviços ilegais
- proteger os direitos fundamentais dos utilizadores *online*

As medidas devem também permitir maior transparência e uma melhor supervisão regulamentar das plataformas em linha.

Um primeiro contributo do ERGA, enquanto entidade que reúne os reguladores europeus do audiovisual, foi lançado no início de 2021, depois de a Comissão Europeia ter apresentado, em dezembro de 2020, as suas propostas relativas a dois regulamentos, o Regulamento dos Serviços Digitais e o Regulamento dos Mercados Digitais.

Neste documento ([ERGA Statement on the European Commission's Proposals for a 'Digital Services Act' \(DSA\) and a 'Digital Markets Act' \(DMA\)](#)), o ERGA teve a oportunidade de salientar que, dada a longa experiência dos seus membros na regulação de conteúdos mediáticos, entende ter um papel em apoiar a reflexão da Comissão Europeia sobre as implicações que as alterações na maneira como o conteúdo *online*, independentemente da sua forma, é colocado ao dispor dos cidadãos europeus no contexto do mercado único.

A abordagem do ERGA funda-se na ideia fundamental de que **os princípios em que se baseia a regulação dos media** – incluindo a independência dos reguladores nacionais – **são aplicáveis ao ambiente online**. O grupo de reguladores manifestou ainda a forte convicção de que, considerando o papel crucial da regulação do conteúdo *online* na promoção e fortalecimento de valores fundamentais europeus, como a liberdade de expressão, diversidade cultural e dignidade humana, essa regulação necessita de regras especialmente concebidas para fazer face a desafios específicos. Sublinhou ainda a larga experiência e conhecimento dos reguladores nacionais na implementação de legislação de regulação de conteúdos, sobretudo no que toca ao **equilíbrio entre valores democráticos** importantes e os **direitos fundamentais dos cidadãos**.

Sobre a proposta da Comissão Europeia, o ERGA dividiu a sua posição em três níveis: os aspetos positivos, os aspetos que necessitariam de clarificação ou de ser melhorados e os pontos que representam potenciais riscos para a regulação de conteúdos.

Aspetos positivos:

- **Abordagem sistémica à regulação das plataformas online**, o que condiz com o objetivo de responsabilizar mais as plataformas dado o papel que desempenham relativamente ao conteúdo que acolhem e a que dão acesso;
- **Obrigações de diligência** a que as plataformas estarão obrigadas e a possibilidade de os reguladores poderem estabelecer sanções coadunam-se à abordagem sistémica.
- O **âmbito extraterritorial das medidas** previstas para todos os serviços intermediários fornecidos na UE, independentemente da sua origem. Tal implica que as plataformas que operem tenham como requisitos para operar no mercado único europeu a implementação de medidas adequadas a proteger os cidadãos europeus.
- **Manter o princípio do país de origem** no espaço europeu é visto como positivo na medida em que permite evitar a fragmentação legislativa na Europa e proporcionar segurança jurídica aos serviços digitais, embora se reconheça que o bom funcionamento deste princípio esteja dependente da boa cooperação entre as entidades dos diversos países.

Aspetos a clarificar ou melhorar:

- Deveria considerar-se **incluir uma lista** em que estão claramente enumerados os **tipos de serviços a que se dirige o Regulamento**. A proposta da Comissão refere-se genericamente ao termo “plataformas *online*”, mas sem fazer referência ao enorme espectro de serviços e atividades que pode ser integrado nesse conceito. Essa indefinição poderá prejudicar a regulação.
- A atribuição de **responsabilidades às plataformas** deve ser **flexível e ajustável ao tipo de serviços que prestam** (motores de busca, plataformas de partilha de conteúdos, plataformas de vendas, etc.), já que estes podem ser de natureza muito diversa implicando riscos específicos mediante as funcionalidades que disponibilizam e que podem mudar ao longo do tempo.
- É importante **estabelecer claramente que todos os aspetos de política de moderação de uma plataforma de conteúdos online são sujeitos a supervisão independente** por parte de uma entidade reguladora, na medida em que estes serviços aplicam os termos e condições a todos os conteúdos.

- O ERGA mostra **reservas relativamente à segmentação das plataformas** para efeitos de aplicação de medidas **apenas tendo em conta o seu alcance** e defende que o risco potencial também deve ser avaliado. Na perspetiva da regulação de conteúdos, a experiência tem mostrado que **algumas plataformas emergentes** (por norma mais pequenas) podem representar **sérios riscos** em termos de dignidade humana e de proteção de menores.
- O ERGA defende que **a avaliação do risco, as medidas de mitigação do risco e as auditorias** deveriam ser sujeitas a verificação independente por parte das entidades reguladoras.
- Considerando a sensibilidade dos assuntos em questão, o ERGA entende que o Regulamento deveria assegurar que as **entidades reguladoras** encarregues de verificar a aplicação das regras pelas plataformas de conteúdos *online* **sejam providas de todos os poderes necessários** em relação a todos os serviços.
- Nos países em que as entidades reguladoras têm algum tipo de competências para atuar em relação a certo tipo de conteúdo ilegal, ou de fornecer informação sobre um ou mais recetores específicos do conteúdo, o **Regulamento deveria ter em conta estas especificidades da regulação de conteúdo e deveria ser garantida maior certeza jurídica** de forma a tornar mais eficazes os procedimentos estabelecidos no Regulamento.

Riscos:

- A **interligação entre o Regulamento e outros instrumentos como a Diretiva do Audiovisual** coloca várias questões que merecem clarificação. Veja-se que os dois instrumentos se sobrepõem em termos de PPV, por exemplo, causando incerteza jurídica.
- O ERGA tem dúvidas acerca do **sistema de governança proposto pelo Regulamento**, designadamente por estabelecer um Coordenador de Serviços Digitais por Estado-membro, que pode gerar custos acrescidos para as entidades reguladoras, além de criar mais uma camada no processo que é considerada desnecessária.
- É necessária **maior clareza na divisão de competências** entre as entidades reguladoras independentes existentes e as redes europeias, incluindo o ERGA.
- As estruturas destinadas a fazer a regulação do conteúdo *online* propostas pelo Regulamento **não asseguram independência da regulação, funcionalidade e eficácia**.
- Em termos de **jurisdição**, o ERGA teme que os mecanismos de cooperação entre países propostos no Regulamento atribuam aos Coordenadores de Serviços Digitais dos Estados-membros que não o de origem dos conteúdos capacidade limitada para prevenir e/ou agir sobre a identificação de uma suspeita de infração do Regulamento que afete os cidadãos do seu país.
- ERGA defende que o **Regulamento deveria aproveitar as estruturas já existentes** nas áreas que visa regular, como o ERGA no caso da regulação de conteúdos, uma vez que conhece as especificidades do setor.
- Neste sentido, deveriam ser reformuladas as tarefas, competências, composição e governança do **Conselho dos Serviços Digitais** no sentido de integrar as redes de cooperação já existentes em cada setor, como o ERGA, no caso dos conteúdos.

Um dos documentos mais relevantes sobre a posição do ERGA relativamente ao Regulamento dos Serviços Digitais foi publicado em finais de junho de 2021 sob o título *“Proposals Aimed at Strengthening the Digital Services Act (DSA) With Respect to Online Content Regulation”*. Este reflete as posições assumidas pelos membros na reunião plenária de 01 de junho de 2021.

Neste primeiro plenário de 2021, os membros do ERGA discutiram uma tomada de posição conjunta sobre o Regulamento dos Serviços Digitais que deveria partir da primeira abordagem assumida em março no âmbito da consulta pública da Comissão Europeia e cujas linhas mais relevantes se expôs acima.

Na nova tomada de posição, o ERGA salientaria o seu acordo relativamente aos objetivos gerais do Regulamento, mas deveria insistir na clarificação da forma como o Regulamento iria conjugar-se com as leis setoriais existentes em cada país, sobretudo no que se refere às PPV, já inseridas nas legislações nacionais na decorrência da transposição da Diretiva do Audiovisual. No caso de Portugal, conforme se viu, estas plataformas passaram a integrar as disposições da LTSAP.

A estrutura de supervisão prevista no Regulamento foi também tema discutido neste plenário, colocando-se a tónica no facto de essa estrutura de governança dever tomar em consideração as estruturas de supervisão já existentes nos Estados-membros e, em paralelo, as redes de reguladores de cada setor deveriam ser fortalecidas. O ERGA considera que o funcionamento do grupo, que é de cooperação baseada na confiança, poderá servir de modelo para uma verdadeira cooperação intersectorial na Europa no que diz respeito à regulação dos *media* no futuro. Assim, a expectativa é de poder participar na evolução das diferentes iniciativas legislativas e, deste modo, contribuir para o sucesso das estruturas de supervisão dos *media* digitais.

No sobredito “*Proposals Aimed at Strengthening the Digital Services Act (DSA) With Respect to Online Content Regulation*”, pretende-se dar pistas para a resolução dos problemas identificados no documento anterior. Para o ERGA, é importante que, no que respeita à **regulação do conteúdo online**, o Regulamento siga mais de perto os seguintes princípios:

- **As regras do Regulamento dirigidas à regulação dos conteúdos online deveriam, por norma, prevalecer sobre as regras das empresas privadas.** A certeza jurídica sobre a articulação do regulamento com todas as normas nacionais e europeias pré-existentes deve ser garantida.
- **O Regulamento deve preservar o Mercado Único Digital** e, ao mesmo tempo, **assegurar a todos os Estados-membros o direito de garantir a melhor proteção aos seus cidadãos.**
- **A aplicação das regras que concernem à regulação de conteúdo online deve ser supervisionada pelas entidades reguladoras independentes.** A independência dos reguladores relativamente à esfera pública e à privada continuará a ser a pedra de toque da regulação de conteúdos *online*.
- **A estrutura de supervisão da aplicação das regras deve garantir que as infrações às regras relativas ao conteúdo online devem ser resolvidas de forma adaptada e eficiente.** Dada a velocidade e o impacto dos danos que podem ser causados por alguns tipos de conteúdo prejudicial, o ERGA defende que qualquer que seja o sistema de governança, este deve facilitar, e não dificultar uma atuação eficiente e ajustada por parte das entidades reguladoras em relação às plataformas, sobretudo as de muito grande dimensão.

Partindo destes princípios, as propostas apresentadas pelo ERGA têm por objetivo:

- Clarificar e adaptar as regras do Regulamento às necessidades específicas da regulação de conteúdos *online*.
- Otimizar e garantir a interação entre o Regulamento e a Diretiva do Audiovisual, minorando os riscos na fase de implementação.
- Criar uma estrutura de supervisão da aplicação do Regulamento para a regulação sistemática do conteúdo *online*, quer ao nível europeu, quer nacional.
- Apoiar a cooperação entre entidades reguladoras na regulação do conteúdo *online* e dar-lhes poderes adequados a todas elas, tendo por base a força da rede criada pelo grupo do setor.

Estes princípios traduziram-se em **propostas agrupadas em torno de quatro eixos**:

O **primeiro conjunto** de contributos para o Regulamento explora vias de **clarificação e de adaptação das regras às necessidades específicas da regulação de conteúdos online**, quer em relação aos serviços visados pelo Regulamento, quer às entidades reguladoras. Neste sentido, o ERGA propõe um conjunto de pontos que visam proteger e consolidar os valores fundamentais da UE em relação aos conteúdos *online*, com destaque para a proteção das audiências e da liberdade de expressão, através de:

- Assegurar que as regras relevantes do Regulamento são aplicáveis de forma adequada a diferentes tipos de atores que deveriam estar sujeitos a regulação de conteúdo *online*, incluindo os grandes motores de busca e os serviços de *live-streaming*.
- Adequar melhor as regras à natureza destes serviços e ao nível de risco que as suas atividades representam para os cidadãos da UE e, se necessário, reforçar as regras aplicáveis àqueles cujas atividades representam maior nível de risco.

- Dar poderes às entidades reguladoras nacionais no que respeita aos serviços de conteúdos *online* numa abordagem de verdadeira correção e garantindo-lhes instrumentos adequados para responder às suas obrigações, sobretudo em termos de acesso à informação e a dados.

O **segundo conjunto** de medidas propostas pelo ERGA relaciona-se com as formas de **assegurar e otimizar a interação entre o Regulamento e a Diretiva do Audiovisual**. Considerando as dificuldades que podem decorrer da aplicação conjunta dos dois instrumentos (ao nível da jurisdição, no modo como as regras combinam e ao nível da aplicação), o ERGA recomenda que, ao nível nacional, a mesma entidade reguladora que implementa e dá cumprimento à regulação das PPV seja também responsável pela aplicação das regras do Regulamento que dizem respeito a atividades/ serviços de conteúdos *online*.

O **terceiro conjunto de propostas** visa uma **estrutura para a aplicação eficiente** das disposições do Regulamento que visam a moderação sistémica do conteúdo *online*.

Ao nível europeu, o ERGA advoga que os mecanismos transfronteiriços existentes em setores específicos entre autoridades setoriais deveriam permanecer, sendo o ERGA designado **responsável pelas matérias relativas à regulação do conteúdo online**, redirecionando o Conselho dos Serviços Digitais para a governança estratégica do Regulamento.

A nível nacional, o ERGA propõe que o Regulamento deveria recair primeiramente nas entidades reguladoras, com um Coordenador dos Serviços Digitais nacional, cuja missão estaria focada num conjunto de funções de coordenação transversais, essencialmente administrativas. Deveria ficar claro que este coordenador não teria um papel hierárquico ou de supervisão sobre os reguladores envolvidos na aplicação operacional do Regulamento.

Por último, o **quarto conjunto de medidas** avançado pelo ERGA explora formas de apoiar a **cooperação transfronteiriça entre entidades reguladoras** encarregues da regulação de conteúdos *online*, apoiando-se na sua mais-valia coletiva de rede de parceiros setorial.

A este nível o ERGA propõe o **fortalecimento da eficácia do princípio do país de origem** através da garantia às entidades reguladoras implicadas nas atividades de um dado *player* de formas apropriadas de estarem envolvidas e contribuir para a supervisão eficiente dessas atividades. O fortalecimento do ERGA deve passar por alguns princípios fundamentais que tornem o grupo mais adequado para lidar com as novas tarefas que se propõe assumir decorrentes do Regulamento.

O ERGA encontra-se comprometido com a resposta a dar aos crescentes desafios trazidos pela moderação dos conteúdos *online* com foco e respeito pelos valores fundamentais da UE. O grupo espera estar envolvido em discussões construtivas com a Comissão Europeia e legisladores e apoiar na formulação de propostas mais detalhadas ou adequadas.

O ERGA conclui que a proposta de Regulamento apresentada pela Comissão consiste numa resposta necessária e adequada aos crescentes desafios colocados pela moderação de conteúdos *online* que podem diretamente afetar os direitos pessoais e a vida privada dos cidadãos europeus, assim como o funcionamento da democracia.

As propostas do ERGA, baseadas nas experiências dos reguladores que o compõem na regulação dos *media* e na sua análise de impacto acerca das disposições do Regulamento, pretendem contribuir para robustecer o texto do Regulamento e torná-lo mais adequado a lidar com desafios específicos da regulação do conteúdo *online*, no respeito dos valores fundamentais.

Após a emissão das medidas preconizadas pelo ERGA, o grupo manifestou manter-se aberto a continuar a reflexão no sentido de contribuir para os trabalhos sobre o Regulamento e para apoiar na formulação de propostas mais direcionadas ou detalhadas, se necessário.

Refira-se a este propósito que o ERGA emitiu um novo documento sobre o Regulamento dos Serviços Digitais já em 2022 – *“Digital Services Act (DSA) – ERGA priorities for the trilogue negotiations”* – que condensa os pontos que o grupo entende poderem ainda ser melhorados no Regulamento.

4.3 ACOMPANHAMENTO DA IMPLEMENTAÇÃO DA REGULAÇÃO DAS PPV

O ERGA, através do Subgrupo 1, acompanhou a aplicação das disposições da Diretiva do Audiovisual¹² nos Estados-membros. No que respeita às plataformas de partilha de vídeos (PPV), o grupo prestou particular atenção à transposição e colocação em prática das disposições contidas no artigo 28b) da Diretiva que, em Portugal, com a transposição para a legislação nacional, corresponde ao artigo 69.º-A e seguintes da LTSAP. Este acompanhamento resultou na publicação do relatório *“Guidance and recommendations concerning implementation of Article 28b”*, tendo em vista apoiar os reguladores nacionais a dar cumprimento às disposições da diretiva relativas às PPV. É de referir que o relatório foi produzido numa fase precoce da transposição da diretiva por parte de alguns países, sendo que outros se encontravam ainda na fase de transposição. Portanto, a regulação destes atores não tinha começado ou permanecia numa fase muito embrionária.

Uma das conclusões gerais retiradas no relatório foi a de que a **regulação de plataformas** sob o Artigo 28b da Diretiva, ou seja, os artigos 69.º-A e seguintes da LTSAP, **não é direta**, embora, à partida, o texto do artigo 28b seja bastante simples. Só que uma análise mais profunda levanta um conjunto de questões práticas que os reguladores terão que considerar ao regular as PPV, particularmente ao avaliar a adequação das medidas que adotam para corresponder às disposições legais.

Outro dos aspetos que foi possível concluir a partir dos trabalhos que levaram à produção do relatório foi o **benefício que pode resultar da cooperação entre os vários reguladores nacionais que regulam as PPV**. Este trabalho conjunto será provavelmente benéfico tanto no nível, por exemplo, do desenvolvimento de processos para regular os PPV, como ao nível prático, por exemplo, avaliar como as PPV com audiências pan-europeias cumprem as regras nacionais que transpõem as medidas do artigo 28b). As entidades reguladoras poderiam pensar sobre como aprofundar a reflexão sobre os benefícios da cooperação estruturada ao nível da regulação das PPV.

Uma outra conclusão que emergiu deste relatório foi a de que **os papéis que os reguladores desempenham podem variar em diferentes jurisdições**. Na tradição do direito civil (de que é exemplo a Irlanda), é expectável que o regulador desempenhe um forte papel de aplicação das disposições da Diretiva. Já na abordagem da lei geral, como a alemã, considerando a responsabilidade de elaborar regras para os serviços que é atribuída ao regulador e devido aos requisitos processuais aplicáveis em investigações e ações de fiscalização, os reguladores tendem, desde logo, a focar-se em minimizar a probabilidade de não conformidade por parte dos serviços. Neste sentido, considera-se que a abordagem apresentada pelos Países Baixos pode ser mais eficiente, uma vez que assenta principalmente em autorregulação e corregulação, afastando o regulador das atividades das PPV. Salienta-se ainda que uma abordagem flexível pode ser a mais adequada para qualquer jurisdição, especialmente naquelas em que as preocupações com PPV incumpridoras são diminutas.

Em última análise, para o ERGA, o artigo 28b possui a flexibilidade necessária para permitir a cada Estado-Membro regular as plataformas da forma que melhor se adequa às suas tradições legal e cultural. Já o Regulamento dos Serviços Digitais codifica extensivamente as obrigações dos serviços e os processos ao nível legislativo, colocando as entidades com poderes para atuar como coordenadores de serviços digitais mais próximas do papel de executor das medidas.

Como nota final sobre o relatório fica a chamada de atenção para o facto de alguns reguladores poderem não se rever nas reflexões nele efetuadas, mas tal poderá dever-se também à forma como a diretiva foi transposta para

¹² Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE.

as legislações nacionais. À medida que os reguladores que fazem parte do ERGA forem ganhando experiência na regulação das PPV poder-se-á verificar se estarão ajustadas.

O acompanhamento da implementação do artigo 28b pelo ERGA continuará a fazer-se e dará lugar a um novo documento em 2022, partindo da evolução da aplicação das novas regras já transpostas e da experiência dos reguladores entretanto adquirida.

ANTEVISÃO DAS ATIVIDADES DO ERGA PARA 2022

Para o ano de 2022, o ERGA apresenta três subgrupos de trabalho, à semelhança do ano anterior, mas reduz o número de grupos de ação de três para apenas um. Assim, funcionarão as seguintes áreas de trabalho:

- [Subgrupo 1](#) – Implementação consistente e aplicação da Diretiva do Audiovisual;
- [Subgrupo 2](#) – Conclusão do quadro regulamentar da UE relevante para a área dos *media*;
- [Subgrupo 3](#) – Combater a desinformação e fortalecer a democracia em ambiente digital;
- [Grupo de Ação](#) – Implementação do Memorando de Entendimento.

Os subgrupos agirão em continuidade com o que vinha sendo feito em 2021, sendo que o subgrupo 3 estava apenas dedicado à desinformação e em 2022 alarga o âmbito de ação, passando a incluir também as diversas vertentes relacionadas com o Plano de Ação da Democracia Europeia. Uma nova linha de ação neste campo prender-se-á com o apoio que o ERGA pretende dar à Comissão na preparação do futuro instrumento Europeu da Liberdade dos *Media*. No que respeita ao Grupo de Ação, continuará a trabalhar as questões da jurisdição tendo por base o Memorando de Entendimento que deverá ajudar a resolver de forma mais fluida e eficiente casos transfronteiriços.

PROTEÇÃO DE MENORES NOS *MEDIA*

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 resulta dos 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** que vem sendo seguido na presente linha de trabalho é o que 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. Trata-se de um documento que se encontra em vias de atualização, tendo em vista acomodar as alterações introduzidas em 2021 à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido¹ (LTSAP) e que resultaram da transposição da Diretiva (UE) 2018/1808. Ainda assim, na aceção da mencionada Deliberação e que se encontra ainda em vigor, o conceito abrange todos os “menores de idade” (desde crianças a adolescentes).

¹ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.

Ao longo dos anos o Departamento de Análise de *Media* tem desenvolvido um **trabalho de monitorização sistemática** que resulta em análises que pretendem contribuir para responder à obrigação estatutária acima referida. Até 2019, alguns resultados dessas análises foram integrados no capítulo do Relatório de Regulação Anual relativo à análise da obrigação do rigor, informação e proteção de públicos vulneráveis, a partir da monitorização da informação diária de horário nobre serviços de programas televisivos generalistas. A partir dessa data, procedeu-se à sua autonomização no presente capítulo.

Em paralelo com esta vertente, analisa questões relacionadas com a proteção dos públicos mais jovens no âmbito de **procedimentos de queixa/participação**, de acordo com o estatuído nas leis setoriais da comunicação social.

Note-se que a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que alterou a LTSAP e transpôs a Diretiva 2018/1808, **reforça a proteção de menores**, nomeadamente no que respeita a conteúdos audiovisuais potencialmente nocivos. Com entrada em vigor a 17 de fevereiro de 2021, algumas das alterações introduzidas **adensam a proteção de menores**, quer **relativamente aos conteúdos audiovisuais que já estavam sob alçada da LTSAP, quer pela introdução de novas áreas** de regulação, com o **alargamento da regulação às plataformas de partilha de vídeos** (PPV), às quais são impostas restrições em termos de proteção de menores.

A ERC deliberou, em 2021, sobre uma dezena de procedimentos relativos a questões de proteção de menores envolvendo diversos órgãos de comunicação social, que na sua maioria resultaram em decisões de arquivamento.

2. CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA

A ERC, a título exploratório, inclui na análise sistemática que produz anualmente um indicador acerca da *presença/referência a menores* (na imagem e na narrativa verbal/escrita) nos noticiários de horário nobre de cinco serviços de programas generalistas: RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

A partir deste indicador, o presente ponto deste capítulo sistematiza os principais resultados obtidos a partir da amostra de 2021, correspondente a um total global de 150 edições.

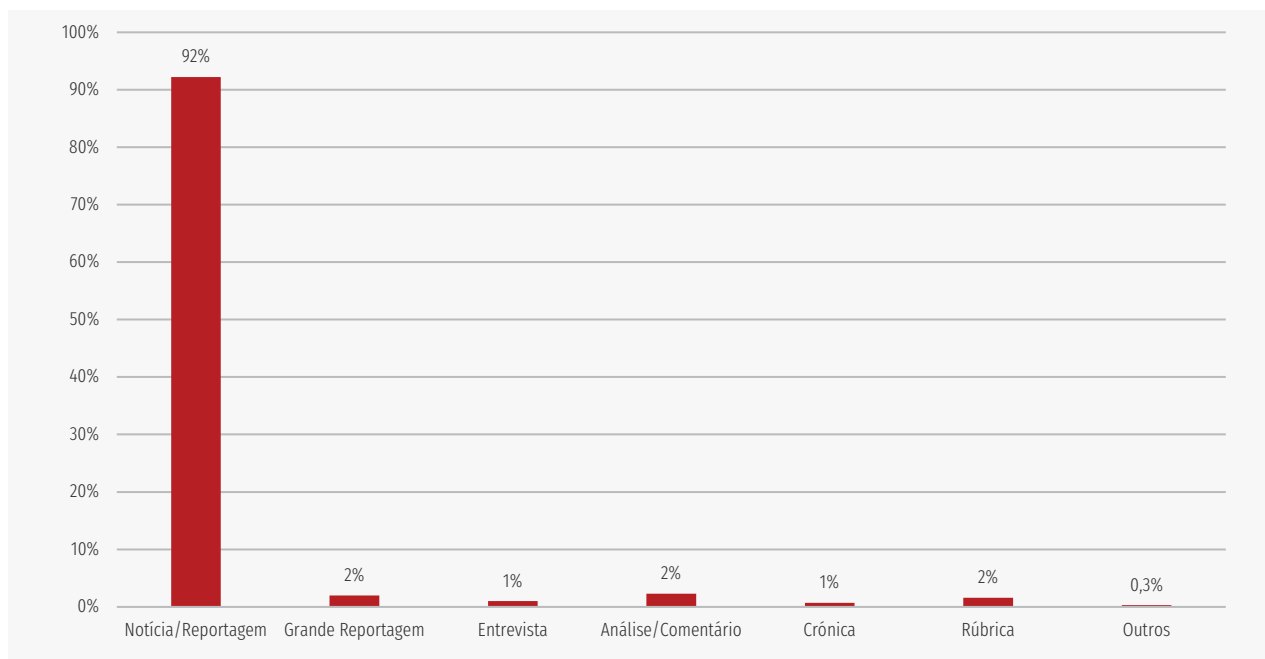
Verifica-se que, em 2021, a *presença de menores* na amostra analisada representa aproximadamente 8 %, ou seja, essa presença foi identificada em 306 peças de um total de 3834.

Considerando exclusivamente esse universo de 306 peças, a *presença de menores* superioriza-se no “CM Jornal 20H”, da CMTV (39,5 %), seguindo-se o “Jornal das 8”, da TVI (20,3 %), o “Jornal da Noite”, da SIC (17 %), o “Telejornal”, da RTP1 (16,3 %) e, por último, o “Jornal 2”, da RTP2 (6,9 %).

As *crianças* (tomando como indicativa a fronteira dos 12 anos) são as que aparecem/são referidas em maior número de peças (199 peças/65 %). A presença conjunta de crianças com *jovens e adolescentes* representa 12,4 % das peças analisadas e a presença individualizada dos *jovens e adolescentes* 22,5 %.

As peças enquadram-se em vários *registos jornalísticos* diversificados com destaque do género informativo.

FIG. 1 REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS COM PRESENÇA/REFERÊNCIA A MENORES



Aquelas que assumem um registo de *comentário/análise* dão um destaque complementar a assuntos presentes nas peças informativas do bloco informativo. Entre os comentários com *presença de menores* em 2021, surgem destacados, como na generalidade da agenda mediática, assuntos relacionados com a pandemia. A título de exemplo, uma peça relacionada com o facto de uma criança não ter utilizado máscara na escola e, com maior presença, a análise do decorrer do processo de vacinação às camadas populacionais mais jovens. A maior presença, relativamente ao ano anterior, do grupo *jovens e adolescentes* no âmbito das *referências a menores* situa-se neste plano.

Entre outros assuntos que motivaram peças de tipo comentário estão o processo de retirada do Afeganistão, a situação de agravamento da situação humanitária em Moçambique e, tal como em 2020, os desenvolvimentos no caso de investigação ao desaparecimento da criança britânica “Maddie McCann”.

Os conteúdos que tiveram *promoções/teasers* representam 25 % (78 peças). Tal permite constatar que os menores surgem associados a peças que mereceram um relativo destaque. A este respeito, refira-se que foram contabilizadas 14 peças com dois teasers, quatro com três, três com quatro e uma com cinco chamadas promocionais.

Em termos de análise das temáticas mais recorrentes nas peças com menores, destacam-se *ordem interna, política internacional e saúde e ação social*.

FIG. 2 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA/REFERÊNCIA A MENORES

Tema dominante	N	%
Ordem interna	82	26,8
Política internacional	49	16,0
Saúde e ação social	44	14,4
Política nacional	34	11,1
Educação	23	7,5
Sistema judicial	18	5,9
Sociedade	17	5,6
População	10	3,3

Tema dominante	N	%
Economia, finanças e negócios	6	2,0
Desporto	6	2,0
Ambiente	5	1,6
Cultura	4	1,3
Política europeia	2	0,7
Ciência e tecnologia	2	0,7
Comunicação	2	0,7
Crença e religião	1	0,3
Urbanismo	1	0,3
Total	306	100%

Conforme as tendências verificadas em anos anteriores, verifica-se que os assuntos abordados nas edições de 2021 denotam o peso mais significativo de questões associadas à grande categoria *ordem interna*. Segue-se *política internacional, saúde e ação social e política nacional*.

Os assuntos incluídos nas peças que destacam a área temática mais presente abarcam casos paradigmáticos, no contexto de *atividades policiais*, como a já mencionada investigação acerca do desaparecimento de “Maddie McCann”, o caso de “Cleo Smith” e “Noah”. Entre outros assuntos estão diversos acidentes rodoviários, casos de violência doméstica, catástrofes naturais como o sismo no Haiti e o furacão Grace, o aumento da violência noturna num contexto pós-covid, bem como a violência escolar.

Considerando a presença desagregada por subtemas, as *atividades policiais* e os *acidentes e catástrofes* representam, ambos, 6,9 %, a *violência de natureza sexual e abusos sexuais contra menores* um total de 4,2 %, os *homicídios/tentativas de homicídio e violência doméstica* ambos com 1,6 %

O tema *política internacional* reflete a presença das subcategorias *conflitos armados* (8,8 %) e *atentados e terrorismo* (3,3 %). Neste contexto, destacam-se as peças sobre a situação de crise humanitária em Cabo Delgado, Moçambique, e os conflitos Israel/Palestina.

No tema *saúde e ação social* destaca-se a presença do subtema *funcionamento do sistema de saúde* (8,8 %), no qual se colocou o plano da vacinação aos jovens, surtos e confinamento associados à pandemia, incluindo em contexto escolar afetando menores.

O tema *política nacional* reflete também a presença da questão da covid abarcando assuntos como o encerramento escolar e o envolvimento das autoridades governamentais no desenrolar do ensino à distância e da vacinação. Estão assim mais representados os assuntos relativos às *políticas para a saúde* (2,9 %) e *educação* (3,6 %). A representatividade do tema *educação* não deixou de refletir questões semelhantes embora sem o destaque sobre as políticas setoriais, mas antes sobre as escolas com o *ensino pré-escolar, básico e secundário* a representar 7,5 %.

O *sistema judicial* dá a representação de 5,9 % a *casos de justiça*, incluindo no âmbito dos casos de “Valentina” e “Rosa Grilo”.

No que respeita o domínio *sociedade*, este apresenta-se em peças de natureza diversificada que englobam, entre outros, assuntos relacionados com os subtemas *lazer e diversão* (1,6 %), *casos insólitos* e *histórias de vida* (ambos 1 %).

A temática da *população* prendeu-se com questões de emigração, mas em especial com os *movimentos migratórios de refugiados* (1,6 %).

A identificação dos protagonistas nas peças com *referência a menores* segue a mesma tendência geral apresentada pelos *temas*, nomeadamente a maior representação do domínio da *ordem interna* e de *atores* políticos das esferas nacional e internacional. De realçar que os *atores* da área *política nacional*, que surgem nas referidas peças a dar conta das diretrizes de confinamento em contexto da pandemia, assumem maior expressão do que a *política nacional* enquanto área temática.

FIG. 3 – ÁREAS DE PERTENÇA DOS PROTAGONISTAS DAS PEÇAS COM PRESENÇA/REFERÊNCIA A MENORES

Tema dominante	N	%
Ordem interna	55	19,0
Política nacional	53	18,3
Sociedade	45	15,6
Comunidade internacional	25	8,7
Saúde e ação social	22	7,6
Sistema judicial	20	6,9
Educação	15	5,2
População	11	3,8
Desporto	10	3,5
Crença e religião	8	2,8
Economia, finanças e negócios	7	2,4
Cultura	6	2,1
Comunidade europeia	5	1,7
Defesa	3	1,0
Comunicação	2	0,7
Ciência e tecnologia	1	0,3
Ambiente	1	0,3
Total	289	100%

Nota: Excluídas 17 peças sem atores identificáveis

Tendo em conta a tipologia de atores seguida, incluem-se protagonistas que se dispersam por várias categorias, destacando-se as *vítimas* (8,7 %), *cidadãos comuns crianças* (5,9 %), *suspeitos de crimes e atos ilícitos* (5,2 %), *representantes de Estado e Governos estrangeiros* (4,5 %), *representantes de organismos públicos na área da saúde* (4,5 %), *familiares*, que se incluem, tal como os *cidadãos comuns*, na categoria *sociedade* (4,5 %), e *Ministros* (4,2 %).

No que respeita as fontes de informação das peças, a presença mais destacada da área *sociedade* deve-se à presença de testemunhos atribuídos a *familiares*, que se incluem nesta grande categoria. Articulado-se com os mencionados *temas* e *atores* mais presentes, são, em muitos casos, *familiares* de *vítimas*. Incluem-se também nesta categoria os *cidadãos comuns jovens* que, como mencionado, surgiram mais representados entre as *referências a menores*, bem como enquanto *fonte de informação*.

Recorde-se que as crianças tendem a estar mais presentes enquanto aqueles sobre quem versa a peça, mas não necessariamente enquanto *fonte de informação*. Tal, tendo em conta o contexto de *casos de justiça*, *atividades policiais*, entre outros, situa-se em coerência com as diretrizes que se prendem com a proteção dos menores. Saliente-se o

princípio de que o «jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, menores, sejam fontes, sejam testemunhas de factos noticiosos, sejam *vítimas* ou autores de atos que a lei qualifica como crime.»²

A presença de jovens enquanto *fonte de informação* reflete-se na sua maior idade a par do contexto particular da vacinação covid. Estes jovens surgiram a ser vacinados, acompanhados dos seus progenitores, e dando conta da sua experiência.

FIG. 4 – ÁREAS DE FONTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA/REFERÊNCIA A MENORES

Tema dominante	N	%
Sociedade	98	16,3
Política nacional	71	11,8
Ordem interna	71	11,8
Saúde e ação social	65	10,8
Educação	57	9,5
Comunidade internacional	47	7,8
Comunicação	43	7,2
Economia, finanças e negócios	19	3,2
Sistema judicial	17	2,8
Comunidade europeia	15	2,5
Desporto	14	2,3
População	14	2,3
Cultura	10	1,7
Crença e religião	10	1,7
Ciência e tecnologia	10	1,7
Defesa	9	1,5
Relações laborais	2	0,3
Ambiente	2	0,3
Fonte confidencial	1	0,2
Informação não atribuída	26	4,3
Total	601	100%

Nota: Variável múltipla. Resultados sobre o total de casos.

No contexto da *política nacional*, *ordem interna* e *saúde e ação social*, destacam-se os organismos públicos, incluindo as forças de segurança e proteção civil, associados à saúde, bem como representantes do Governo.

No que respeita o domínio geográfico implicado nos temas referidos, a maioria das peças abarca o território *nacional*, nomeadamente 58,8 % (29,7 % enfoque regional e 29,1 % nacional sem especificação de uma região em particular). As peças com *enfoque internacional* representam 23,5 % e as que combinam a dimensão nacional com a internacional representam, 17,6 %.

Das regiões nacionais, quando especificadas, assume maior peso a região de *Grande Lisboa* (17,3 %).

² <https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/>

No contexto internacional, a Alemanha (3,2 %) e o Reino Unido (2,9 %) continuam a marcar presença entre os países europeus mais referidos, refletindo o caso de “Maddie”. Porém, de referir também, no contexto dos temas mencionados - conflitos Israel/Palestina; retirada do Afeganistão; crise humanitária em Cabo Delgado - as presenças do Afeganistão (2,6 %), Médio Oriente (2,9 %) e Moçambique (4,2 %).

A presença de referências a *crença/religião* é identificada em 38 peças, dizendo 12 respeito ao *cristianismo católico* e 14 a grupos de natureza extremista (desta forma referidos nas peças).

Considerando a construção jornalística, constata-se que o elemento suscetível de contribuir para uma abordagem *sensacionalista*, visando a exploração de emoções, que é mais utilizado é a *captação e edição de imagens* (29 casos), seguindo-se a *utilização de música e sons* (dez casos) e as *reconstituições* (quatro casos). A CMTV é o serviço de programas em que estes elementos estão mais presentes.

FIG. 4 - PRESENÇA DE ELEMENTOS SENSACIONALISTAS EM PEÇAS COM MENORES

	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Captação/edição de imagens	4	3	5	3	14
Música/sons	-	-	5	2	3
Reconstituições	-	-	-	-	4
Total	4	3	10	5	21

Nota: Variável de resposta múltipla. Total de peças com presença de elementos sensacionalistas: “Telejornal” (RTP1) = 4; “Jornal 2” (RTP2) = 3; “Jornal da Noite” (SIC) = 10; “Jornal das 8” (TVI) = 5; “CM Jornal 20H” (CMTV) = 21.

Verifica-se que 1/3 das peças com estes elementos são destacadas no alinhamento do bloco informativo, nesses casos aliando-se *sensacionalismo* a promoção desse conteúdo noticioso, o que agrava a sua presença.

Refira-se que o dever de garantir o rigor e a isenção da informação implica a garantia do *princípio do respeito pela presunção de inocência*. Identificam-se duas peças, no “CM Jornal 20H”, da CMTV, em que tal princípio é colocado em questão, designadamente em dois casos que incidem sobre *violência doméstica* que consideram o alegado autor dos crimes, antes de julgado, o autor dos mesmos. Num destes é exibida a fotografia do suspeito em prisão preventiva, o que não tem particular relevo informativo. Estas peças não colocam em causa o desrespeito do *princípio pela presunção de inocência de menores* enquanto autores de atos puníveis por lei, mas sim de indivíduos que se associam à sua esfera familiar.

A análise identificou as peças que exploram a *presença de elementos violentos*. Na amostra global das 3834 peças analisadas, esta presença é inferior a 1 % (35 peças). No universo mais restrito das peças com *referência a menores* (306 peças), as dez peças identificadas representam 3,3 %, sendo que a maior expressão (2 %) se associa a *cenários de guerra e fuga*.

Destas, são apenas duas aquelas em que é feita uma advertência prévia acerca da natureza sensível dos conteúdos emitidos. Na linha do verificado em análise anteriores, saliente-se que esta forma de aviso prévio constitui um instrumento de salvaguarda dos menores enquanto público vulnerável.

Um outro domínio que carece de particular atenção é a *presença de menores*, quer direta, quer indiretamente, em *situação de vítimas*. Verifica-se que as peças com *presença de menores* que reportam simultaneamente a uma exploração de situações com *presença de vítimas* representam um total de 19 peças (6,2 %), cinco destas com promoção no alinhamento. No total da amostra, o total das 34 peças identificadas representa 0,9 %.

A situação mais presente é a exploração da *vulnerabilidade psicológica, emocional e física das vítimas* (11 peças). Tal prende-se com os cenários de sofrimento que incluem contextos de acidentes e *conflitos armados*. Seguem-se as

vítimas menores de 16 anos de atos que a lei qualifica como crime (quatro peças) e, com a mesma representação de duas peças, as vítimas de crimes sexuais e as referências a mortos/cadáveres.

Note-se que entre os casos suscetíveis de recaírem sobre uma *exploração das situações de vulnerabilidade*, a partir da identificação das vítimas, não há uma tendência para a utilização de *técnicas de ocultação*. Estas não foram aplicadas em 11 das 19 peças identificadas. Das oito peças em que tal foi feito, quatro revelaram uma proteção *ineficaz* da identidade das vítimas, o que incluí casos que apresentam outros elementos nas peças, para além da imagem oculta, que permitem identificar as vítimas (exemplo, local de residência).

A técnica mais utilizada é a *distorção da imagem* (cinco peças). Os menores são alvo de *técnicas de ocultação* também em situações em que as suas imagens têm um valor ilustrativo, como em ambiente escolar e lazer, quando as peças se debruçam, a título de exemplo, sobre temas de *educação* ou turismo.

3. 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.

A análise mais recente, relativa à Análise da Programação da Rádio Pública – Antena 1, Antena 2, Antena 3, para o ano de 2021, demonstra alguma retoma de normalidade, com o fim das especificidades associadas ao contexto de pandemia, que em 2020 se refletiram na programação. Neste sentido, passaram a ser realizadas emissões de provas desportivas e concertos e outros eventos públicos.

Simultaneamente, a rádio de serviço público manteve a sua missão de proximidade com o público mais jovem em matérias de apoio escolar. A título de exemplo, saliente-se o “Bloco de Notas” («para responder às necessidades dos alunos de 11.º e 12.º Anos», <https://www.rtp.pt/play/p7328/e620815/bloco-de-notas>). Recorde-se que é a Antena 3 aquela que se assume como dirigida explicitamente ao público mais jovem, destacando músicas e eventos dirigidos a este escalão etário. De assinalar também os novos conteúdos associados à “Rádio Zig Zag” para os mais pequenos.

Identifica-se uma crescente presença de conteúdos de cada serviço de programas da RDP nas plataformas eletrónicas e nas redes sociais, procurando promover a interatividade e participação do público. A concessão do serviço público específica: «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).

4. DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR SOBRE PROTEÇÃO DE MENORES

4.1 PROTEÇÃO DE MENORES NA LEI DA TELEVISÃO REVISTA

A transposição da [Diretiva \(UE\) 2018/1808](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018 para a ordem jurídica interna levou à aprovação da [Lei n.º 74/2020](#), de 19 de novembro, alterando a LTSAP. As alterações entraram em vigor a **17 de fevereiro de 2021**, o que significa que as mesmas passaram a refletir-se sobre os conteúdos emitidos pelos serviços de programas televisivos a partir dessa data.

De entre as modificações operadas, e no que respeita à proteção de menores, saliente-se as introduzidas no **artigo 27.º, sobre os limites à liberdade de programação**.

O **n.º 1**, que continua a remeter para o cumprimento de princípios constitucionalmente consagrados, introduz agora de forma expressa «os direitos específicos dos jovens e das crianças». O **n.º 3** mantém a proibição de emissão de conteúdos televisivos que possam «prejudicar, manifesta séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e jovens» (especificando agora que se deve incluir nessa proibição o prejuízo da «sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar, designadamente os que contenham pornografia e conteúdos de violência gratuita»).

A lei vem introduzir também um alargamento do **horário protegido**, uma vez que o novo n.º 5 do artigo 27.º modifica o intervalo horário em que vigora a **proibição da emissão de conteúdos suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade dos menores**, fixando-o entre **6h00 e as 24h00**, mantendo a obrigação de serem acompanhados de identificativo visual apropriado. Assim, face a esta norma, a emissão deste tipo de conteúdos é empurrada para depois das 24h00.

Relativamente a este ponto, a lei veio colocar um desafio prático em termos de regulação, uma vez que, em paralelo com este novo n.º 5, foi mantido o n.º 4 da versão anterior da lei, que estabelecia como **horário protegido o intervalo 6h00-22h30**. Perante a necessidade de aplicação destas normas, que conflituam sobre o horário a observar pelos operadores para os conteúdos suscetíveis de prejudicar o desenvolvimento dos menores, a ERC assumiu a opção de aplicação da disposição menos penalizadora, isto é, o n.º 4 (**6h00-22h30**), em detrimento do n.º 5 (6h00-24h00).

Esta opção consta da [Deliberação ERC/2021/391 \(CONTPROG-TV\)](#), na qual o Conselho Regulador determinou o seguinte:

«Relativamente às limitações que decorrem do horário de transmissão de conteúdos com essa natureza [suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade de crianças e jovens], é de referir que da recente revisão da LTSAP resultou uma sobreposição de dois horários de proteção distintos. (...) Realça-se a importância de se esclarecer o sentido da norma em referência, para mais, quando a violação de tais disposições legais é sancionável como contraordenação (artigos 76.º e 77.º da LTSAP). (...)

«Subsistindo dois regimes legais diferentes para a proteção do mesmo bem jurídico numa mesma situação — a formação da personalidade das crianças e adolescentes perante a atividade televisiva —, deve adotar-se aquele que, mantendo essa proteção, constitui a restrição menor à liberdade de programação do operador pois na verdade tais limitações legais constituem restrições a direitos, liberdades e garantias fundamentais, estando sujeitas ao regime do n.º 2 do artigo 18.º da Constituição. Ou seja, as leis restritivas desta categoria de direitos fundamentais devem estar sujeitas, elas próprias, a uma interpretação restritiva, de modo a assegurar que a limitação é exigível, adequada e se reduz ao estritamente necessário para proteger o bem jurídico em causa.

Neste sentido, realça-se que a previsão do n.º 4 do artigo 27.º (que estabelece o horário das 22h30m) se afigura mais favorável aos operadores televisivos. Trata-se de previsão que dá continuidade à proteção dos públicos mais jovens, já instituída anteriormente».

Acerca desta sobreposição dos n.ºs 4 e 5 do artigo 27.º da LTSAP, o Conselho Regulador teve já oportunidade de alertar o legislador sobre a necessidade de ser operada uma retificação, o que não veio ainda a acontecer, pelo que a atuação da ERC neste âmbito mantém o definido na deliberação mencionada.

A orientação da revisão da LTSAP, no sentido de adotar um regime mais protetor dos menores, reflete-se ainda no **n.º 6 do artigo 27.º**, relativo aos conteúdos que caem sob o n.º 4 (ou n.º 5), quando emitidos **em serviços audiovisuais a pedido**. Assim, estes serviços estão obrigados a introduzir uma dupla proteção sobre os conteúdos suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens: «a **apresentação permanente de um identificador visual** e a **adoção de funcionalidades técnicas** que permitam a quem esteja atribuído o exercício das responsabilidades parentais, se assim o entenderem, vedar o acesso das crianças e jovens a tais conteúdos».

Ainda em matéria de proteção dos mais novos relativamente aos conteúdos televisivos, a versão atualizada do artigo 27.º mantém a incumbência da ERC de **estabelecer os critérios para o cumprimento dos limites à liberdade de programação**. O n.º 11 estatui: «A ERC define e publicita os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 a 6, os quais devem ser objetivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades prosseguidas».

Os trabalhos conducentes a dar cumprimento a esta disposição foram lançados, mas ainda não foram concluídos. Até lá, a ERC mantém como referência a [Deliberação ERC/2016/249 \(OUT-TV\)](#), de 22 de novembro, a qual, ao abrigo da anterior versão do artigo 27.º, define os «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».

Em sentido semelhante, o **n.º 7 do artigo 27.º** vem também incentivar o regulador a esboçar a **revisão do acordo de autorregulação para a classificação etária dos programas**, alargando-o agora aos **operadores de serviços audiovisuais a pedido**. Dispõe o referido artigo: «A ERC incentiva a elaboração pelos operadores de televisão e pelos operadores de serviços audiovisuais a pedido de um sistema comum de classificação dos programas dos serviços de comunicação social audiovisual que preveja um conjunto de sinais identificadores dos diferentes escalões etários, em função dos conteúdos apresentados, e que respeite, na exibição de obras cinematográficas e de videogramas, a classificação da comissão de classificação de espetáculos».

Também o **n.º 2 do artigo 34.º**, que estipula as obrigações gerais dos operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas de cobertura nacional, foi modificado demonstrando preocupação em aprofundar a proteção de crianças e jovens, mas também de outros públicos vulneráveis. **Na alínea i) é definida a obrigação de respeitar a especial vulnerabilidade dos diversos tipos de público, designadamente em matéria de comunicações comerciais audiovisuais.**



4.2 DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR SOBRE PROTEÇÃO DE MENORES

No âmbito das competências de regulação do Conselho Regulador, designadamente as previstas nos artigos 7.º, 8.º e 24.º dos Estatutos da ERC, foram emitidas, ao longo de 2021, dez deliberações relativas a conteúdos em que esteve em causa a proteção de crianças e jovens (conteúdos passíveis de prejudicar a sua livre formação de personalidade e conteúdos em que os menores foram objeto do conteúdo).

Deste total, seis deliberações implicaram a intervenção regulatória relacionada com proteção de menores estipulada na LTSAP e outras quatro relacionaram-se com conteúdos de imprensa, quer em papel, quer em meio eletrónico. Em relação ao meio televisivo, três destas deliberações foram dirigidas ao serviço de programas TVI, outras três visaram serviços de programas pertencentes ao operador SIC - uma à SIC, uma à SIC Notícias, uma à SIC Radical. Destas, cinco resultaram em **arquivamento** e uma na instauração de um **procedimento contraordenacional**, por violação no disposto no n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP.

Além destas, foram emitidas outras três deliberações relativas a órgãos de imprensa – o Gaiense, Correio da Manhã e Observador – e uma envolveu dois órgãos de comunicação social do mesmo proprietário: Correio da Manhã e *website* da CMTV. Uma destas deliberações consistiu numa sensibilização do órgão de comunicação social, outra num arquivamento com chamada de atenção, e duas deliberações concluíram pelo arquivamento.

O teor das participações e as respetivas decisões são sistematizados no quadro abaixo:

Meio	Denunciado	Deliberação	Conteúdo visado	Fundamentação	Decisão
Televisão	SIC	Deliberação ERC/2021/13 (CONTPROG-TV)	Programa “Não há crise!” “Não há crise!” é um programa de apanhados. O <i>sketch</i> em causa foi emitido às 19h10 e passa-se numa banca designada “ <i>Sexy shop</i> ”. Exposição de vários objetos de uso sexual. Um casal de idosos manuseia os vários objetos e questiona a pessoa que ficou a tomar conta da banca sobre a sua utilização. <i>Sketch</i> mudo, sonorizado apenas com música e com risos e gargalhadas. Classificação etária 12AP	Artigo 27.º, n.ºs 3 e 4, LTSAP Classificação etária 12AP do Acordo de autorregulação para a classificação da programação televisiva. No plano da sexualidade, convencionou-se que nos conteúdos do escalo 12AP podem ocorrer alusões «implícitas a atividade sexual», ainda que discretas, e «contendo apenas representação daquilo que em geral se pressupõe que os adolescentes não desconheçam totalmente.» Aquele conteúdo televisivo, por si só, não revela características suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade de crianças e adolescentes, tendo em conta a total descontextualização com que os objetos são usados. Considera-se que o <i>sketch</i> não ultrapassa os limites à liberdade de programação definidos nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da LTSAP.	Arquivamento

Meio	Denunciado	Deliberação	Conteúdo visado	Fundamentação	Decisão
Televisão	TVI	Deliberação ERC/2021/209 (CONTPROG-TV)	Programa “Noite de Cristina” É representado o tema do Natal, com a simulação de uma festa de <i>baby shower</i> de Jesus. Classificação etária 12AP	Classificação etária 12AP Registo humorístico, parodiando a véspera do nascimento de Jesus, com vários apontamentos da atualidade. Enquadrada a excecionalidade associada aos conteúdos de natureza humorística , à qual se acrescenta o facto de o programa ser acompanhado de sinlética apropriada (12AP) , não existem indícios de que os conteúdos exibidos possam colidir com o núcleo essencial de direitos fundamentais que justifique a limitação da sua liberdade de expressão e artística. Entende-se que, embora o tecido social seja composto por diferentes sensibilidades, não se evidencia malícia ou o intuito de ofensa a referências e celebrações religiosas, não consubstanciando, pois, uma violação da ética de antena.	Arquivamento
Televisão	TVI	Deliberação ERC/2021/199 (CONTJOR-TV)	“Jornal das 8” A edição de 28 de novembro de 2020 do noticiário “Jornal das 8” incluiu um segmento com reportagens e uma entrevista em estúdio a Cristina Ferreira, autora de um livro sobre o <i>bullying</i> nas redes sociais, cujo título é “Pra cima de puta”. A participação questiona a utilização da palavra “puta” num noticiário transmitido em horário nobre.	Artigo 27.º, n.º 8, LTSAP O tema do livro de Cristina Ferreira e o trabalho jornalístico desenvolvido pela TVI a esse respeito – na entrevista e na reportagem – são de inquestionável interesse público nas sociedades atuais. A TVI cuidou de alertar para a natureza polémica do título do livro. Por outro lado, o título do livro nunca é verbalizado, apenas é passível de se identificar através das imagens da sua capa, opção editorial que se pode entender como acauteladora perante públicos sensíveis. O serviço de programas TVI respeitou os critérios plasmados no n.º 8 do artigo 27.º, através de várias sinalizações prévias sobre o teor do título do livro.	Arquivamento
Televisão	TVI	Deliberação ERC/2021/346 (CONTPROG-TV)	Telenovela da TVI, “Amar Depois de Amar” A telenovela “Amar Depois de Amar” foi emitida no período horário habitualmente reservado a este tipo de conteúdos, após o serviço noticioso. Sinlética etária 12AP. Tentativa de suicídio de um jovem que se encontrava injustamente detido devido a um crime que não cometeu. Suicídio de um jovem por enforcamento. É mostrada a preparação que faz de toda a situação até ao momento de colocar o laço previamente elaborado em volta do pescoço. Depois, é mostrado o instante em que o corpo é encontrado pelo pai, sem vida, vendo-se os pés em suspenso, por alguns segundos, e de seguida o progenitor a abraçar o corpo. Nunca se vê na imagem o cadáver acima dos ombros. Identificou-se uma outra situação de suicídio consumado: uma mulher ingere fármacos e álcool para acabar com a própria vida, o que acaba por acontecer.	Artigo 27.º, n. 4 No caso do suicídio tentado, embora seja retratada uma tentativa de suicídio, esta aparece enquadrada na narrativa de forma a desvalorizar esse fator. No segundo caso, o suicídio é retratado como um suicídio por amor, o que acrescenta carga emocional à situação. O suicídio cai no âmbito dos comportamentos imitáveis. Os comportamentos facilmente imitáveis pelos menores, que possam pôr em causa a sua integridade física ou moral, devem apenas ser exibidos na faixa horária entre as 22h30m e as 06h. Segundo a OMS alguns subgrupos da população (por exemplo jovens e pessoas que sofram de depressão) podem ser especialmente vulneráveis ao efeito de imitação de comportamentos suicidas, bem como as pessoas que já tiveram comportamentos suicidários. Considera-se, pois, que a TVI descurou a relevância e elevada sensibilidade da temática do suicídio , exibindo por diversas vezes na mesma telenovela comportamentos autodestrutivos conducentes à própria morte, desconsiderando as consequências que tais conteúdos podem ter sobre grupos particularmente vulneráveis, designadamente, crianças e adolescentes.	Instauração de procedimento contraordenacional , por inobservância do disposto no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Meio	Denunciado	Deliberação	Conteúdo visado	Fundamentação	Decisão
Televisão	SIC Radical	Deliberação ERC/2021/391 (CONTPROG-TV)	<p>Programa “Naked Attraction”</p> <p>Concurso «de encontros amorosos», em que um/a participante seleciona dois concorrentes entre outros seis, com um <i>twist</i>: os seis participantes estão nus dos pés à cabeça. Tanto o corpo como as faces irão ser revelados, em etapas, dos pés à cabeça.</p> <p>O programa é habitualmente emitido às sextas-feiras, a partir das 23 horas e repetido aos sábados, em horário tardio, após as 24 horas.</p> <p>A edição de “Naked Attraction”, que suscitou a participação do telespectador, foi emitido cerca das 23 horas e contém cenas de nudez.</p>	<p>Artigo 27.º, n.ºs 4 e 5, LTSAP</p> <p>A exibição de cenas de nudez pode ser condicionada por restrições horárias, caso se verifique que tal exibição é suscetível de comprometer o desenvolvimento dos menores, nos termos do disposto no artigo 27.º da LTSAP.</p> <p>A recente revisão da LTSAP resultou uma sobreposição de dois horários de proteção distintos – cfr. Artigo 27.º, n. 4 e 5. A violação de tais disposições legais é sancionável como contraordenação (artigos 76.º e 77.º da LTSAP).</p> <p>Realça-se que a previsão do n.º 4 do artigo 27.º (que estabelece o horário das 22h30m) se afigura mais favorável aos operadores televisivos. Trata-se de previsão que dá continuidade à proteção dos públicos mais jovens, já instituída anteriormente.</p> <p>Posto isto, atento o disposto no artigo 9.º do Código Civil sobre a interpretação da lei - realçando-se a coexistência de duas proibições relacionadas com a restrição horária de programas com determinadas características, puníveis como contraordenações, de gravidade e coimas diferenciadas –, considera-se que deverá prevalecer a restrição horária menos gravosa, prevista no n.º 4 do artigo 27.º da LTV e já vigente antes da aprovação da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.</p>	Arquivamento
Televisão	SIC Notícias	Deliberação ERC/2021/359 (CONTPROG-TV)	<p>Serviço noticioso “Edição da Noite”</p> <p>Peça com duração de 2 minutos e 7 segundos.</p> <p>Depois da introdução feita pela pivô, intervém a voz <i>off</i>: «O professor que se tornou conhecido por causa dos seus vídeos está suspenso por 90 dias. Foi essa a punição por ter promovido as suas publicações na internet na primeira aula de economia de uma turma do 12.º ano...»</p> <p>Em simultâneo são mostrados excertos dos vídeos em questão, onde se vê um homem, de rosto ocultado através de pixelização, dentro de uma banheira a simular tomar banho e a dançar e, depois, a limpar-se com uma toalha; a fazer a sua higiene íntima no bidé; em pé, de frente para um espelho, vestindo apenas umas cuecas; e sentado numa sanita.</p>	<p>Artigo 27.º, n.º 8, LTSAP</p> <p>A escolha dos temas a noticiar, desde que verificada a sua observância com os deveres de rigor informativo, insere-se na esfera da liberdade editorial dos órgãos de comunicação social, só podendo ceder em casos em que esse direito comprometa outros direitos fundamentais.</p> <p>O contexto em que as imagens são exibidas é um fator relevante para avaliar a sua adequação.</p> <p>As imagens em causa são desprovidas de qualquer elemento erótico, pornográfico ou sexual, não se observando indícios de que tal possa comprometer o livre desenvolvimento da personalidade de crianças e jovens.</p>	Arquivamento
Imprensa	O Gaiense	Deliberação ERC/2021/393 (OUT-I)	<p>Publicações de aniversário de crianças na página de Facebook</p> <p>O Gaiense é denunciado por violação do direito à imagem e do direito à privacidade em diversas publicações na página de Facebook do jornal em que estavam retratados menores.</p> <p>Faz um uso abusivo da imagem de menores, por vezes em situações que deixam muitas dúvidas quanto à verdadeira intenção subjacente à publicação.</p>	<p>Lei de Imprensa</p> <p>Apesar do consentimento dos pais e da opção editorial do jornal, não pode ser ignorado o facto de que a publicação das fotografias de menores, identificados pelo nome, idade e, em alguns casos, pela freguesia onde residem, é suscetível de colocar em causa a sua segurança no ciberespaço, situação essa a que o jornal não deve ser alheio nem pode ignorar.</p> <p>As responsabilidades do jornal que, enquanto órgão de comunicação social, potencialmente chegará, mesmo através das suas contas nas redes sociais, a um público significativo, determinam uma ponderação sobre a efetiva necessidade de afixar numa página de Facebook fotografias, nomes, idades e residência dos menores.</p>	Recomendar ao jornal O Gaiense a necessidade de se abster de publicar fotografias de menores , com indicação da residência, de forma a salvaguardar a proteção dos seus dados pessoais e segurança no ciberespaço

Meio	Denunciado	Deliberação	Conteúdo visado	Fundamentação	Decisão
Imprensa	Correio da Manhã, edição <i>online</i>	ERC/2021/237 (CONTIJOR-NET)	«Menina de 11 anos dá à luz e torna-se a mãe mais jovem do Reino Unido» Em resultado de uma notícia publicada 28 de junho de 2021, o jornal Correio da Manhã reporta a um caso de violência sexual contra uma criança encobrendo um crime, ao se referir à gravidez de uma criança de 10 anos como sendo um mero recorde do Guinness.	Lei de Imprensa Trata-se de um caso, ao momento, sob a investigação dos serviços sociais não se conhecendo as circunstâncias da gravidez da criança referida, que se tornou a mãe mais jovem do Reino Unido. Esta informação reveste-se, de igual modo, da constatação de que a família está em choque. A informação reporta a uma fonte identificada.	Arquivamento
Imprensa	Observador	ERC/2021/349 (CONTIJOR-I)	“Centenas de pessoas participaram na marcha de orgulho gay no Porto” Publicação no dia 3 de julho de 2021 de uma fotografia de uma criança que ilustra a notícia. O jornal decidiu utilizar a foto de uma criança para uma notícia associada ao movimento gay.	Estaria em causa uma alegada violação de direitos de personalidade, no âmbito da possível colisão entre a liberdade de imprensa e o direito à imagem de uma criança. Competia averiguar se os termos concretos em que o direito à liberdade de informação foi exercido pôs em causa o direito à imagem da criança, procedendo para o efeito à ponderação dos interesses em conflito e à sua concordância prática. Não tendo havido queixa que revelasse ausência de consentimento parental para a captação e divulgação da imagem e não se retirando da fotografia em causa qualquer virtualidade estigmatizante ou prejuízo para a menor, o processo deve ser arquivado.	Arquivamento
Imprensa	Correio da Manhã; CMTV (<i>website</i>)	ERC/2021/387 (CONTIJOR)	“Dia da saia em escola para ‘incentivar a tolerância’ gera revolta em pais de alunos” Divulgação de fotografia de menor na peça intitulada, no jornal Correio da Manhã (CM) e no <i>website</i> Correio da Manhã TV (CMTV). Alega-se que a peça inclui a imagem (fotografia) de menor que teria sido divulgada sem autorização prévia.	Está em causa a análise do respeito pelos direitos de personalidade de menor, relacionados com a proteção do seu direito à imagem. A notícia apresenta interesse informativo. A reprodução da fotografia do menor, ainda que não tenha sido precedida de uma autorização expressa, pode ter enquadramento na possibilidade conferida pelo n.º 2 do artigo 79.º do Código Civil, que permite a divulgação de imagens que se relacionem com assuntos de interesse público É ainda necessário acrescentar que a imagem em referência não é suscetível de colocar em causa o disposto no n.º 3 do mesmo artigo (ou seja, não estão em causa imagens que impliquem um «prejuízo para a honra, reputação ou simples decore da pessoa retratada»).	Arquivamento, alertando, atento o seu potencial nocivo, para que não haja um seguidismo acrítico em relação a tudo o que é publicado nas redes sociais.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2021

1. VISÃO GLOBAL

Continuidade é talvez a melhor palavra para resumir e caracterizar brevemente o trabalho da ERC na área da Literacia Mediática em 2021, ano que, inevitavelmente, volta a ficar marcado por condicionalismos decorrentes do contexto pandémico vivido à escala mundial, que acabariam por ditar a concretização dos diferentes projetos com as equipas à distância, com as reuniões virtuais como a única forma de contacto visual e interação.

A **nível nacional**, a continuidade que descreve o plano de trabalho é verificável sobretudo na já tradicional **colaboração nos projetos desenvolvidos no âmbito do GILM** (Grupo Informal sobre Literacia Mediática), de que a ERC é membro permanente e fundador. Nesse caso, sobressai a participação na organização da 9.ª edição da operação nacional **7 dias com os Media**, que decorreu, uma vez mais, na semana entre 3 e 9 de maio. Marcada por uma reflexão imposta pela pandemia de Covid-19, como pano de fundo, essa edição colocou a tônica numa problemática que o Grupo elegeu como prioritária, a literacia mediática (doravante também designada LM) e a questão das múltiplas desigualdades que apareceram ou se pronunciaram mais nesse contexto, nomeadamente as desigualdades de acesso (à Internet) e as desigualdades da relação com os ambientes digitais. Para promover e contribuir para o debate sobre essa temática, o GILM realizou o seu **7.º FILM (Fórum Informal sobre Literacia Mediática)**, intitulado precisamente “Literacia Mediática e Desigualdades”, um *webinar* dinamizado durante a semana da operação que colocou em evidência projetos e protagonistas que pretendem contribuir para contornar diferentes desigualdades e desequilíbrios em relação à literacia mediática e digital (relacionados com diferenças de género, de condição social, de condição física e psicológica, de idade).

No contexto de colaboração com o GILM, e em representação deste Grupo (juntamente com mais três membros: a Direção-Geral de Educação, a Rede de Bibliotecas Escolares e a Secretaria-geral da Presidência do Conselho de Ministros), a ERC continuou a sua colaboração no desenvolvimento do **LEME – Literacia e Educação para os Media Em linha**, um agregador *online* de diferentes tipos de recursos (atividades, vídeos, imagens, jogos) organizados e apresentados de modo a facilmente servirem de apoio à educação nesta área em diferentes contextos. Com as bases lançadas em 2020, ao abrigo de uma iniciativa conjunta da Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e *Media* e da Secretaria de Estado da Educação, a plataforma teve o lançamento público da sua primeira versão a 8 de setembro de 2021, no início do ano letivo 2021/2022, tendo sido testada/avaliada através de um questionário e com base em grupos de foco compostos por professores de escolas de diferentes zonas do País e de diferentes níveis de ensino, que se voluntariaram para essa primeira avaliação.

No segundo semestre de 2021, o GILM deu início a um período de reflexão sobre a sua atividade e modo de funcionamento, que ficou marcado por uma posterior alteração na sua composição, bem como, a par do habitual delinear do plano de trabalho para 2022, pela necessidade de elaboração de um plano estratégico e a definição de um conselho consultivo de peritos para acompanhamento dessa estratégia. O arranque do trabalho desse grupo de especialistas ficou previsto para 2022.

As **ações de consciencialização/sensibilização** que a ERC vem desenvolvendo no terreno há vários anos também tiveram expressão e uma certa continuidade em 2021, embora tímida face a anos anteriores, o que se ficou a dever a restrições decorrentes da pandemia de Covid-19 que acabaram por alterar o cronograma inicialmente previsto, mas também, como se verá adiante, à afetação dos recursos a projetos no contexto internacional. Em 2021, essas ações privilegiaram o tema da **“Desinformação e narrativas falsas online”**, à semelhança do que já acontecera em 2020. Em concreto abrangeram turmas de duas escolas inseridas no programa “Mediadores para o Sucesso Escolar” da EPIS (Associação Empresários pela Inclusão Social, com a qual a ERC manteve um protocolo entre 2016 e 2020), bem como, no final do ano, uma escola participante no programa “Parlamento dos Jovens”, uma iniciativa da Assembleia da República, que no ano letivo 2021/2022 elegeu a desinformação como temática central.

A atividade colaborativa nacional passou ainda pela continuação da participação no grupo de consulta da **Revisão do Referencial de Educação para os Media**, documento cuja primeira edição data de 2014, e que tem servido de referência, a nível nacional, à educação para os *media*¹. Neste caso, em março foi realizada uma reunião para debate da versão *draft* da nova edição apresentada pela equipa autoral, bem como, em dezembro, a Direção-Geral de Educação, na qualidade de coordenadora deste grupo de trabalho, solicitou os últimos contributos à versão final proposta, que deverá ser apresentada em 2022 e que, na sua forma e organização, se aproxima dos restantes nove referenciais².

No **plano internacional**, a continuidade é constatável na participação da ERC no **EduMediatest**, projeto digital de avaliação e treino de competências de literacia mediática para jovens com idades entre os 14 e os 18 anos, cofinanciado pela Comissão Europeia ao abrigo do programa *“Media Literacy for All”*. Recorde-se que este projeto foi desenvolvido com as equipas completamente à distância, sendo que envolveu um consórcio que, além da ERC, integrou mais quatro reguladores da comunicação social (o catalão, o francês, o croata e o eslovaco), uma equipa de investigadores da Universidade Pompeu Fabra de Barcelona, e duas entidades públicas (Webwise, da Irlanda, e Ekome, da Grécia). Em termos de tempo e recursos, o EduMediatest foi o projeto desta área que mais investimento concentrou ao longo de 2021.

É também no plano internacional que surge aquela que é talvez a novidade ao nível das colaborações concretizadas nesse ano: a participação no **Grupo de Ação 3 sobre Literacia Mediática (2021) do ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services)**. Essa participação objetivou-se através da integração da ERC na equipa de *drafters* (redatores) do **“ERGA Media Literacy Report Recommendations for key principles, best practices and a Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms”**, relatório que sintetiza a atividade desse grupo de trabalho. Entre os seus objetivos estiveram a identificação de princípios-chave para a literacia mediática, o exemplificar desses princípios a partir de iniciativas/boas práticas desenvolvidas em diferentes Estados-Membros e a concretização de recomendações com formas de os implementar, especificamente destinadas às Plataformas de Partilha de Vídeo (em diante também designadas PPVs). Recorde-se que esses objetivos decorrem das novas atribuições relativas à literacia mediática que foram delegadas nos reguladores da comunicação social, através da transposição da Diretiva (EU) 2018/1808 (Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual), entre as quais se destaca a supervisão das iniciativas/medidas das plataformas para promover e desenvolver a literacia mediática dos seus utilizadores.

Ainda no que diz respeito ao contexto internacional, é de referir a **participação da ERC nos encontros da EMIL**, a *task-force* para a área da literacia mediática e da informação da EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), bem como a participação no único encontro do Grupo de Trabalho de literacia mediática da Plataforma de Países de Reguladores do Mediterrâneo (*RIRM - Réseux des Instances de Régulation Méditerranéennes*) realizado em 2021. Recorde-se que há vários anos que a ERC integra estas plataformas de reguladores, participando nas suas assembleias gerais, mas também nos diferentes grupos de trabalho³.

1 Em Portugal, a Educação para os *media* não é uma disciplina autónoma, nem é uma área obrigatória para todos os níveis e ciclos de ensino. É um dos 17 domínios da Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania que deve ser trabalhada em pelo menos dois ciclos do ensino básico. Integra o currículo escolar enquanto domínio da Cidadania e Desenvolvimento, a qual, consoante o ciclo de ensino, pode ser trabalhada como área de trabalho transversal, como disciplina autónoma ou com o contributo de todas as disciplinas constantes no currículo base.

2 Os referenciais podem ser consultados em <https://cidadania.dge.mec.pt/documentos-referencia>.

3 Refira-se que este relatório, no capítulo sobre diversidade sociocultural dos *media*, também disponibiliza informação sobre o Grupo de Trabalho de Género do RIRM.

Finalmente, em dezembro de 2021, no contexto de uma colaboração técnica com a [Autoridade Reguladora para a Comunicação Social \(ARC\)](#) de Cabo Verde, a equipa da ERC realizou uma formação *online* para os técnicos daquele organismo, em que houve oportunidade para partilhar práticas e iniciativas relacionadas com a área da literacia mediática.

2. O TRABALHO EM PARCERIA: NACIONAL

2.1 GILM

A colaboração com o GILM, que em 2021 completou 12 anos, voltou a fazer parte do plano de atividades da ERC nesta área, com a operação 7 dias com os *Media* a ser a iniciativa que voltou a mobilizar mais a equipa interna. De notar, no entanto, que este foi também um ano marcado por uma reflexão interna/balço acerca dos objetivos e modo de funcionamento deste grupo de trabalho.

7 dias com os *Media* 2021 – 9.^a edição

Seguindo o modelo adotado nos últimos dois anos, em termos de execução do plano de atividades, o GILM preferiu continuar a apostar no desenvolvimento de grupos de trabalho internos de menor dimensão, por considerar que essa opção, além de permitir uma participação mais adaptada ao perfil e interesse dos membros, ser mais facilmente ajustável à organização de iniciativas totalmente à distância. Pelo interesse e valor que reconhece à operação 7 dias com os *Media*, a equipa da ERC voltou a integrar o grupo de trabalho responsável pela operacionalização da 9.^a edição desta semana que tem como principais objetivos promover a importância de melhorar os níveis de literacia mediática e de educação dos cidadãos em relação aos *media*, através de uma partilha simbólica de iniciativas e projetos que concorram para permitir aprofundar o conhecimento do universo dos *media*, nas suas diferentes dimensões. No âmbito desse grupo de trabalho, a ERC participou sobretudo nas tarefas de promoção e divulgação, bem como na gestão de canais de comunicação (Facebook e Instagram).

A tabela da Figura 1 faculta informação sobre as 64 iniciativas que se registaram na operação desse ano.

FIG. 1 - INICIATIVAS REGISTADAS NA OPERAÇÃO 7 DIAS COM OS *MEDIA* EM 2021

Tipologia das iniciativas	Nome da iniciativa	Responsável pela dinamização
Atividade de reflexão e de produção de textos/ gravações para divulgação no blogue da escola.	“Os <i>media</i> e a pandemia”	Agrupamento de Escolas Dr. Manuel Gomes de Almeida – EB Paramos – Espinho
Atividade de criação/representação, através do desenho digital.	“Retrato das desigualdades”	Projeto Matriz E8G- Fundão
Atividades integradas no Projeto <i>eTwinning</i> , Aquisição de competências no âmbito das TIC.	“Break the Fake: media literacy and disinformation”	Escola Profissional de Braga
Atividade para analisar os hábitos dos alunos relativamente ao consumo de informação e de acesso aos <i>Media</i> tradicionais e não-tradicionais.	“O que sabes sobre os <i>media</i> ?”	Escola Básica Padre Alberto Neto do Agrupamento de Escolas Leal da Câmara – Sintra

Tipologia das iniciativas	Nome da iniciativa	Responsável pela dinamização
Atividades para promover a apreciação crítica da informação/desinformação; produção de textos de opinião face a notícias publicadas.	“Conhecer os <i>media</i> ”	Escola Básica e Secundária de S. Martinho do Porto-Alcobaça
Atividade de reflexão e debate sobre os jogos <i>online</i> e a internet em geral.	“Jogos <i>online</i> : manual de utilização”	Agrupamento de Escolas de Albergaria-a-Velha – Centro Escolar de Alquerubim
Atividade de pesquisa através de diferentes <i>Media</i> e produção de trabalhos digitais.	“A Europa e a União Europeia em tempos de pandemia...”	Biblioteca da Escola Básica e Secundária Clara de Resende / Agrupamento de Escolas Clara de Resende – Porto
Atividade de reflexão sobre o impacto do uso dos <i>Media</i> , durante os períodos de confinamento	“A minha relação com os <i>media</i> durante os confinamentos”	Escola Básica Soares dos Reis (de Vila Nova de Gaia)
Atividade de monitorização e análise das representações de género veiculadas por <i>sites</i> de órgãos de comunicação social	“Desequilíbrios de género nos textos mediáticos”	Observatório do Género – Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Atividades de formação dos alunos do 2.º e 3.º Ciclos na área da Literacia dos <i>Media</i> .	“Operação: em linha, em segurança”	Agrupamento de Escolas de Canedo – Santa Maria da Feira
Atividade sobre os <i>Media</i> na Escola, desenvolvida em sala de aula.	“Os <i>Media</i> na Escola” – <i>Workshop</i>	Agrupamento de Escolas Abade de Baçal – Bragança
Atividade de sensibilização para as questões de segurança na internet.	“PSP fala-nos dos Perigos da Internet”	Mundos de Papel Associação – Caxias, Oeiras
Atividade sobre o contributo de Paulo Freire para a leitura crítica dos <i>Media</i> .	“Letras Prá Vida: Compreender os <i>media</i> a partir de Paulo Freire”	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra
Atividade focada na escolha criteriosa das fontes de informação no contexto de desinformação relacionada com a COVID-19.	“(Des)informado, eu?”	Agrupamento de Escolas D. Dinis- Escola Básica 2,3 D. Dinis-Leiria
Atividade de criação de um <i>podcast</i> com enfoque nas temáticas da segurança na internet e nos direitos de autor	“Freixo <i>TeenTalks</i> ”	Agrupamento de Escolas de Freixo – Ponte de Lima
Atividade a desenvolver no Facebook baseada em jogos interativos de comparação entre versões falsas e verdadeiras de diversas notícias.	“Descobre as diferenças!”	Universidade do Minho – Braga
Atividade de sensibilização para os perigos da internet e dos <i>Media</i> em tempos de pandemia constituída por debate do tema nas turmas, construção de cartazes para serem divulgados na escola, no <i>padlet</i> , no <i>site</i> da escola e blogue da BECRE.	“Os perigos dos <i>media</i> e da internet em tempos de pandemia”	Agrupamento de Escolas Escultor Francisco dos Santos – Sintra
Atividade a convidar à participação das escolas com projetos de <i>media</i> escolares num jornal interativo <i>online</i> .	“Todos os dias com os <i>Media</i> ”	Plano Nacional de Leitura 2027 e PÚBLICO na Escola
Atividade destinada à identificação de informação falsa, seguida de exposições (virtual e na biblioteca).	“Caça às notícias falsas”	AE Piscinas – Olivais, Lisboa
Atividade de Educação para os <i>Media</i> a partir do jogo Verdade ou Mentira da DGE.	“Verdade ou mentira: vamos descobrir!”	Escola Secundária São Pedro – Vila Real
Atividade de literacia digital – Aprendizagem de gravação e edição áudio/ <i>podcast</i> a partir de leituras de uma obra infantil.	Conta-me uma história: <i>Podcast</i> “Greta e os Gigantes”	Agrupamento de Escolas Luísa Todí – Setúbal
Atividade de literacia digital –produção de um vídeo – desenvolvida a partir da gravação, edição e montagem de imagens recolhidas durante a leitura de um poema.	Conta-me uma história: Vídeo “Para lá do Oceano”	Agrupamento de Escolas Luísa Todí – Setúbal
Atividade de literacia digital: Criação e produção de um vídeo a partir da organização de informação pesquisada sobre o cientista Stephen Hawking.	“Cientista do Mês” – Quem sou eu? Descobrir... Stephen Hawking	Agrupamento de Escolas Luísa Todí – Setúbal
Atividades de grupo em sala de aula sobre desinformação e desigualdades sociais e digitais.	“ <i>Workshop</i> – conhecimentos digitais: relatos do confinamento”	Escola Secundária Francisco Rodrigues Lobo – Leiria
Atividade de análise crítica da cobertura jornalística do desporto.	“Jornalismo, Desporto e Género”	Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias – Lisboa
Atividades de identificação dos <i>Media</i> dirigidas ao 3.º e 4.º anos do 1.º ciclo: Visionamento do vídeo da <i>MediaSmarts</i>	<i>Media</i> ...o que são?	Agrupamento de Escolas de Macedo de Cavaleiros
Atividade de literacia digital: Criação de materiais explicativos sobre a utilização do “ <i>creative commons</i> ”.	Infográfico “ <i>Creative Commons</i> ”	Agrupamento de Escolas Venda do Pinheiro (Equipa das Bibliotecas) – Mafra
Atividades em torno da temática da dependência tecnológica, incluindo a análise da psicóloga escolar dos resultados de um questionário.	“Os jovens e a dependência tecnológica”	Escola Secundária Poeta Al Berto – Sines
Atividade de sensibilização e reflexão sobre o tema do <i>Cyberbullying</i> , seguida de dinâmica de grupo	“Cartão vermelho ao <i>cyberbullying</i> ”	Associação Nacional de Futebol de Rua / projeto Bola P’ra Frente E8G – Lisboa

Tipologia das iniciativas	Nome da iniciativa	Responsável pela dinamização
Atividade de sensibilização lançada através do Instagram, alinhada com os 7 Dias, sobre desinformação e matérias conexas	"Conversas às 7"	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Atividades relativas ao aprofundamento de conhecimentos acerca dos <i>Media</i>	"Mil caminhos para ser"	Escola B. S. Coelho e Castro Concelho: Santa Maria da Feira
Atividade para sensibilizar e alertar a comunidade educativa para a desinformação	Produção de um <i>Podcast</i> sobre "A infodemia e a desinformação", explorando a ferramenta <i>Audacity</i>	Escola Básica e Secundária Vale do Tamel – Barcelos
Atividade de sensibilização e combate ao <i>Cyberbullying</i> a realizar na biblioteca e em sala de aula.	<i>APPS_Cyberbullying</i>	Agrupamento de Escolas da Gafanha da Nazaré em parceria com Agrupamento de Escolas de Enfiás – Ilhavo e Vizela
Através da plataforma PICCLE: criação, agregação e curadoria de conteúdos dirigida a docentes, com vista ao desenvolvimento das competências de literacia	"Melhorar as competências de literacia – a Plataforma PICCLE"	Plano Nacional de Leitura 2027
Criação de uma plataforma <i>online</i> e realização de sessões presenciais destinadas a sugerir aos destinatários novos hábitos de utilização dos <i>Media</i> .	"Sete dias por semana: compreensão e mudança dos hábitos de consumo mediático"	Alunos da Licenciatura em Ciências da Comunicação – Universidade do Minho-Braga
Curta-metragem.	"Artes, Censura e Desigualdade Social"	Agrupamento de Escolas de Murça – Vila Real
Curta-metragem.	Curta-metragem: "Artes, Censura e Desigualdade Social"	Agrupamento de Escolas de Murça – Vila Real
Dinamização de sessões de reflexão e de ilustração alusiva ao papel que os meios de comunicação tiveram nas vidas dos participantes durante a pandemia.	"Os <i>Media</i> em tempo de Pandemia – o olhar dos mais nov@s!"	Câritas Diocesana de Viseu – Projeto Caminhos E8G -Viseu
Distribuição de uma brochura informativa nos espaços de ensino secundário, de forma a estimular a reflexão sobre um uso mais competente e crítico dos <i>media</i> digitais.	"SEO: descobre o rumo à 1.ª página do Google"	Universidade do Minho, Curso de Ciências da Comunicação – Braga
Partindo do documentário da Netflix "O dilema das redes sociais" (<i>Exposure Labs</i> , 2020), é proposta a exploração das dinâmicas dos <i>social media</i> .	"Como estamos nas redes sociais? – Usos e participação"	Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Politécnico de Leiria
Produção de uma peça mediática precedida da pesquisa e organização de informação sobre personalidades do nosso património cultural.	"7 dias de diálogo com..."	Escola Básica e Secundária de Santo António – Barreiro
Projeto realizado pela Equipa <i>SB Design</i> sobre a temática dos <i>Media</i> .	" <i>Design</i> e Multimédia"	AE Soares Basto – Oliveira Azeméis
Projeto destinado a estimular, em jovens e adultos, uma atitude crítica e resiliente face à desinformação e às notícias falsas.	" <i>Workshops</i> Intergeracionais – projeto <i>SMaRT-EU – Social Media Resilience Toolkit</i> "	Universidade Lusófona, CICANT – Porto
Publicação da revista <i>VISÃO Júnior</i> contendo capa e dossiê dedicados ao fenómeno das notícias falsas.	"Informação/ Notícias Falsas"	Revista <i>VISÃO Júnior</i>
Redação de " <i>Fake News</i> ", no <i>layout</i> de um jornal, no site <i>fodey.com</i> . Compilação das notícias numa apresentação interativa, criada no <i>Genial.ly</i> .	"Notícias inacreditáveis"	Escola E.B. 2,3 Dr. Garcia Domingues – Silves
Realização de vídeo sobre o "Projeto os três R's", promovido pela Amarsul - ECO-VALOR: recolha do lixo no espaço escolar para construção de espantalhos distribuídos naquele espaço.	"Instalação artística: espantalhos de lixo"	Escola E.B.2,3 El Rei D. Manuel I – Alcochete
Realização de <i>podcasts</i> subordinados ao tema "A influência dos <i>Media</i> na sociedade"	"Visão Rx – Ouvir...escutar...agir"	Agrupamento de Escolas D. Afonso Henriques – Santo Tirso
Realização de um conjunto de sessões práticas, dinamizadas por jornalistas.	"Academia <i>MediaVeritas</i> "	Associação Portuguesa de Imprensa – Vila Nova de Gaia
Reportagem	Reportagem: "7 dias com a Semana da Cor"	Agrupamento de Escolas de Murça – Vila Real
Reportagem: recolha, investigação e análise de informações para a sua produção.	Reportagem: "7 dias com a Semana da Cor"	Agrupamento de Escolas de Murça – Vila Real
Seminário <i>MiLObs</i> , em parceria com o <i>Communitas</i> e com a colaboração especial dos alunos do 3.º ano da Licenciatura de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho	Seminário <i>MiLObs</i> "A cultura de cancelamento nas redes sociais e o discurso de ódio"	Universidade do Minho / <i>MiLObs</i> – Braga
Seminário <i>online</i> .	"7.º Fórum <i>GILM</i> : Literacia Mediática e Desigualdades"	Grupo Informal sobre Literacia Mediática (<i>GILM</i>).
Sessões de formação com o objetivo de possibilitar o uso dos <i>Media</i> de forma mais responsável.	"Comunic@-Te Combate às <i>Fake News</i> "	Projeto <i>Viv@cidade</i> E8G – Sintra
Sessões dinamizadas por jovens ligadas ao mundo do cinema com apresentação de uma curta-metragem.	"Nos Bastidores do Cinema"	Agrupamento de Escolas D. Pedro IV – Vila do Conde
<i>Workshop</i> sobre produção noticiosa, durante a qual os alunos assumirão os diferentes cargos existentes numa redação.	" <i>Workshop</i> : Na pele de jornalistas e editores"	Escola Secundária Camilo Castelo Branco – Vila Real

Tipologia das iniciativas	Nome da iniciativa	Responsável pela dinamização
Workshop destinado a estimular a reflexão sobre o confinamento e sobre a relação dos alunos com o mundo através dos <i>Media</i> e o seu impacto nas suas vidas.	“Workshop: Mini Mapa Sonoro – a minha experiência com os <i>media</i> em tempos de pandemia”	Agrupamento de Escolas Mosteiro e Cávado – Braga

Fonte dos dados: GILM – iniciativa 7 dias com os *Media*

No âmbito da 9ª edição dos 7 dias com os *Media*, o GILM decidiu promover a organização do **7.º FILM**, um *webinar* subordinado à temática “Literacia Mediática e Desigualdades”, como forma de contribuir para o debate público sobre as desigualdades inerentes à aquisição e desenvolvimento de competências de literacia mediática e digital, a pretexto dos desequilíbrios no acesso e relacionamento com os meios digitais, pronunciados pelas alterações nos modos de trabalhar, estudar e viver introduzidas pela pandemia.

O VII FILM concretizou-se, assim, no dia 7 de maio de 2021, entre as 9h30 e as 12h30. A iniciativa arrancou com uma comunicação de Mirta Lourenço, chefe de Educação para os *Media* e Informação e Desenvolvimento dos *Media*, da UNESCO, seguida de uma comunicação de Paula Lopes, Subdiretora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa, que evidenciou alguns dados relacionados com o contexto da pandemia, o acesso à Internet em Portugal, bem como com competências digitais.

Este *webinar*, que no momento do seu direto registou cerca de uma centena de conexões, contou ainda com dois painéis, um reservado ao debate sobre a “Literacia mediática e a transição digital” e o segundo ao subtema “Literacia Mediática: Percursos inclusivos para uma Cidadania Ativa”. Com a moderação do jornalista Francisco Sena Santos, o primeiro painel teve o contributo de Luísa Ribeiro Lopes, do programa INCoDE 2030, um testemunho de uma participante no projeto Engenheiras por Um Dia, Pedro Mendonça, do Centro Nacional de Cibersegurança (CNCS), Luísa Dornelas, responsável pelo Programa de Inclusão da Literacia Digital (PILD) e o testemunho de um participante neste projeto da Câmara Municipal de Lisboa.

O segundo painel, moderado pela jornalista Fernanda Freitas, foi uma oportunidade para conhecer boas práticas de três projetos promotores de competências de literacia digital e combate a desigualdades: o *Mind The Gaps*, da Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto (representado por Angélica Monteiro, uma das coordenadoras), a Academia de Líderes UBUNTU (representado por Fatu Banora) e Curso de Literacia Digital do Instituto Politécnico de Santarém (com a presença de Maria Potes Barbas e uma das alunas participantes no projeto).

GILM: 2021, um ano de balanço/reflexão

Conforme já referido, na sequência de uma década de trabalho ininterrupto, e um ano após um modelo de trabalho exclusivamente à distância, o Grupo sentiu necessidade de fazer uma reflexão interna: sobre a sua visão estratégica e planos para o futuro, modelo de funcionamento e plano de atividades. Essa reflexão traduzir-se-ia, ainda, em alterações na composição dos membros permanentes.

No final de 2021, entraram para membros permanentes a Lusa (Agências de Notícias de Portugal), o Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS) e o Observatório da Comunicação (Obercom). Foi decidida a criação de um conselho consultivo de especialistas/personalidades em cargos de responsabilidade pública e definida a sua composição inicial. Reservou-se a essa nova estrutura o papel de apoiar o grupo na redefinição da sua visão estratégica e na implementação do seu plano de atividades, tendo sido definido que passaria a reunir pelo menos duas vezes por ano, a partir de 2022.

Num segundo semestre do ano mais voltado sobre si, o GILM decidiu ainda incluir no seu plano de atividades para 2022 a criação de um novo *site*, onde pudesse reunir informação sobre o próprio Grupo, o referido conselho consultivo, agregar numa única plataforma os *sites* das iniciativas 7 dias com os *Media* e Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, e fazer remissão para documentação de referência, *sites* de interesse e iniciativas/atividades de promoção da literacia mediática. Num contexto que se considerou já de si saturado de eventos virtuais, decidiu-se descartar a realização do Congresso Literacia, *Media* e Cidadania em modelo exclusivamente virtual ou híbrido (presencial e virtual), adiando-se a sua sexta edição para 2023.

Colaboração do GILM na criação de um agregador de recursos de LM: LEME

Outra continuidade do trabalho de 2021 foi o desenvolvimento e conclusão da primeira versão da **plataforma LEME - Literacia e Educação para os *Media* em Linha**, que passou a estar disponível no endereço www.leme.gov.pt.

FIG. 2 - LOGOTIPO DA PLATAFORMA LEME – LITERACIA E EDUCAÇÃO PARA OS *MEDIA* EM LINHA



Recorde-se que este projeto foi lançado pela Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e *Media*, pela ação do secretário de estado Nuno Artur Silva, em conjunto com a Secretaria de Estado da Educação, que, à data, tinha João Costa como seu secretário de estado. A ideia original seria reunir numa única plataforma virtual recursos que pudessem servir de apoio à educação para os *media*. Tendo como principais destinatários docentes do pré-escolar ao ensino secundário, rapidamente se considerou que este agregador teria potencial para ser utilizado por outros educadores e pessoas interessadas em desenvolver atividades neste âmbito.

Em termos teóricos, o desenvolvimento deste projeto teve como principais referentes o Referencial de Educação para os *Media*⁴, documento estratégico do qual se falará no ponto seguinte, bem como a [Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania](#) e o [Perfil do Aluno à Saída Escolaridade Obrigatória](#).

A 8 de setembro de 2021, no início do ano letivo 2021/2022, a primeira versão do agregador virtual LEME foi publicamente apresentada num evento virtual⁵, em que, além de partilhar os objetivos da plataforma e de a apresentar como um projeto em desenvolvimento (para o qual os próprios utilizadores podem contribuir a partir da partilha de recursos e do retorno sobre a sua utilização), se demonstrou o seu modo de funcionamento, para dela tirar o melhor partido em termos de aplicabilidade.

Na sequência da apresentação pública, que contou com a participação de cerca de 400 professores de todo o país, foram os mesmos convidados a responder a um questionário *online* que visava recolher as suas propostas e contributos para o aperfeiçoamento da plataforma. O questionário esteve disponível entre 10 de setembro e 1 de outubro de 2021, tendo os professores sido informados e convidados a responder, por parte da Direção-Geral da Educação. Dos 215 questionários recebidos foram validados 213. Em termos de perfil dos respondentes a este questionário (que, note-se, não teve qualquer objetivo de representatividade), verificou-se que 84 % foram docentes do sexo feminino, 86,4 % docentes com um tempo de serviço entre 20 e 40 anos, maioritariamente a trabalhar em escolas localizadas nas zonas Norte (33,5 %) e Lisboa e Vale do Tejo (27,5 %), sendo que em termos de nível de escolaridade, se observou ter havido poucos professores do pré-escolar entre os respondentes. Três quartos desses professores revelaram

⁴ Disponível para consulta em https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ficheiros/referencial_educacao_media_2014.pdf.

⁵ O evento pode ser revisto no endereço https://youtu.be/_Q0m0eaZw0.

desempenhar funções ou participar em atividades relacionadas com Literacia Mediática (coordenadores de cidadania, professores bibliotecários, coordenadores e/ou participantes em projetos na área dos *media*). Além desse questionário, foram ainda realizados três grupos de foco com professores.

Tendo por base uma escala de avaliação da plataforma de 1 a 5 (sendo que 1 corresponde à avaliação mais fraca e 5 à melhor), constatou-se que cerca de 94 % dos 213 professores que se voluntariaram para responder ao questionário a avaliaram com um 4 ou um 5, sendo que apenas 1 % a classificou com níveis negativos (1 ou 2). De notar que os professores que desempenham funções ligadas à área da literacia mediática a avaliaram ligeiramente melhor do que aqueles que não têm essa ligação.

Na tabela da Figura 3 sintetizam-se os resultados correspondentes aos aspetos da plataforma que estiveram a avaliação.

FIG. 3 - 1ª VALIDAÇÃO DA PLATAFORMA LEME – RESULTADOS POR ÁREA (AVALIAÇÃO REALIZADA COM BASE NUMA ESCALA DE 1 A 5)

Aspetos da plataforma em avaliação	Resultados
Estrutura, navegação, <i>design</i> e funcionalidades	80 % dos respondentes deu uma avaliação positiva (4 ou 5 pontos) aos itens considerados nesta análise (estrutura, navegação nas páginas e entre páginas, <i>design</i> gráfico, imagens para identificar recursos, informação na área sobre, formulário para propor novos recursos, fórum de discussão).
Estratégias de acesso a recursos	As cinco estratégias de acesso aos recursos, ou seja, os cinco filtros de pesquisa avançada, (sistema de etiquetas, línguas propostas, nível de escolaridade, tipo de recurso, áreas de organização dos recursos), foram mais vezes avaliados com uma pontuação de 5, sendo que a facilidade em encontrar os recursos e a informação disponibilizada a respeito de cada recurso foram mais frequentemente avaliadas com um 4. A percentagem de professores que avaliou esses itens com um 1 ou um 2 (níveis negativos) foi residual, próxima ou abaixo de 1 %.
Utilidade dos recursos da plataforma	No que diz respeito aos recursos disponibilizados, em termos de qualidade, atualidade e acesso à sua localização original, observa-se que foram mais frequentemente pontuados com um 5, sendo que em termos de quantidade e diversidade o 4 foi a pontuação mais comum. Também neste caso as pontuações de 1 e 2 foram escolhidas por uma percentagem diminuta de professores (abaixo dos 2,5 %).
Avaliação dos tipos de recursos da plataforma	Em termos de tipos de recursos, os recursos audiovisuais (vídeos, filmes), as atividades e as imagens foram mais frequentemente pontuadas com um 5, sendo que os áudios, as publicações, as páginas <i>web</i> e os jogos que a plataforma apresenta como recursos alcançaram o 4 como pontuação mais frequente. Também neste caso, a percentagem de professores que avaliou cada um desses tipos de recursos com os níveis 1 e 2 foi inferior a 3 %.

Fonte: Relatório de Validação da Plataforma LEME (2021)

Considerando esses resultados, bem como a informação recolhida a partir dos três grupos de foco com professores dinamizados, o relatório final propunha algumas melhorias a essa primeira versão. Na tabela da Figura 4 especificam-se algumas dessas propostas.

FIG. 4- PROPOSTAS DE MELHORIAS RESULTANTES DA 1.ª VALIDAÇÃO À PLATAFORMA LEME

Áreas em avaliação	Propostas de melhorias (resultantes do questionário e dos três grupos de foco)
Estrutura, navegação, <i>design</i> e funcionalidades	O <i>design</i> gráfico da plataforma pode ser melhorado, seja em termos gerais e da organização de páginas, seja através da diversificação das imagens usadas para identificar recursos.
Estratégias de acesso a recursos	O fórum de discussão deve estar ativo, com assuntos em discussão, que podem resultar de questões ou sugestões dos utilizadores ou de temas criados pela equipa. Necessário monitorizar as etiquetas, eliminando repetições e ponderando sempre se o número total de etiquetas é adequado.
Utilidade dos recursos da plataforma	A escassez de recursos em termos de níveis de ensino iniciais (Educação Pré-escolar e 1º Ciclo) deve ser colmatada.
Avaliação dos tipos de recursos da plataforma	Importa agregar mais recursos audiovisuais, áudio (de curta duração), imagens e atividades, em detrimento de páginas <i>web</i> e publicações (em suporte PDF), que são menos valorizados pelos docentes. A inclusão de mais jogos também é valorizada.

Fonte: Relatório de Validação da Plataforma LEME (2021)

Na sequência dessa primeira avaliação da plataforma, foram implementadas algumas melhorias, nomeadamente ao nível do *design* gráfico (as imagens utilizadas para identificar os recursos por exemplo), bem como foi valorizada

a atividade colaborativa da plataforma, através de um formulário⁶ que permite aos utilizadores submeter/propor a inclusão de novos recursos.

Após o término do referido projeto, o acompanhamento permanente da plataforma ficou atribuído à Direção-Geral de Educação. A ERC, bem como os restantes membros da equipa (Cenjor - Centro de Formação Profissional para Jornalistas; CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho; Rede de Bibliotecas Escolares, Obercom - Observatório da Comunicação; MILOBs - Observatório *Media*, Informação e Literacia; Público na Escola; Secretaria da Presidência do Conselho de Ministros; Sindicato dos Jornalistas; Visão Júnior; o jornalista Paulo Pena e o investigador Vítor Tomé) poderão continuar a contribuir a partir da proposta e inserção de novos recursos.

3. COLABORAÇÃO NO PROCESSO DE REVISÃO DO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO PARA OS *MEDIA* DE 2014

Em março de 2021, a Direção-Geral de Educação, na qualidade de entidade responsável pelo processo de revisão do já referido Referencial de Educação para os *Media*, convocou o grupo de trabalho por si constituído no ano anterior para uma reunião de trabalho virtual de apresentação da primeira proposta de revisão do documento. Recorde-se que a versão em revisão, datada de 2014, tem servido de referência a educadores para aplicação e desenvolvimento de competências de educação para os *media* do pré-escolar ao ensino secundário, com objetivos específicos identificados para um conjunto de temáticas/subtemas e respetivos descritores de desempenho.

Eduardo Jorge Madureira, Manuel Pinto e Sara Pereira, a equipa de investigadores do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, que é responsável pela autoria da versão original, bem como pela proposta em revisão, apresentaram a primeira versão da nova edição do Referencial de Educação para os *Media*. Quanto às principais alterações introduzidas, refira-se, ao nível da organização e apresentação dos conteúdos, passou a apresentar uma estrutura mais próxima daquela que é seguida pelos outros referenciais que desenvolvem domínios da Educação para a Cidadania⁷ e que foram criados posteriormente. Ao nível do conteúdo propriamente dito, essa nova versão caracteriza-se por ter sido reduzida em número de temas e por ter passado a evidenciar assuntos que refletem as rápidas alterações sofridas pelo universo dos *media*.

Os representantes do Grupo de Trabalho presentes no encontro tiveram oportunidade de comentar e trocar impressões com os autores, tendo a versão *draft* acolhido comentários favoráveis entre os presentes. Na sequência desse encontro, a equipa autoral progrediu para as fases seguintes do processo de revisão, nomeadamente os grupos de foco e a redação da versão final. A última fase de recolha de contributos e comentários à versão final foi convocada para o final de dezembro de 2021/início de 2022.

⁶ Disponível em <https://www.leme.gov.pt/como-colaborar>.

⁷ Os diferentes referenciais podem ser consultados em <https://cidadania.dge.mec.pt/documentos-referencia>.

3.1 AÇÕES DE CONSCIENCIALIZAÇÃO/SENSIBILIZAÇÃO

Conforme referido no capítulo sobre as atividades de literacia mediática da ERC do Relatório de Regulação de 2020, no início do ano letivo 2020/2021, a associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social, com a qual a ERC manteve um protocolo de colaboração entre 2016 e o ano letivo 2019/2020, propôs, na sequência do interesse manifestado pelas escolas envolvidas no referido protocolo, que no ano letivo 2020/2021 a ERC desenvolvesse novas ações de consciencialização/sensibilização, nesse caso relacionadas com a temática da desinformação *online* e das designadas *fake news*.

Acolhida desde logo, a ideia inicial de fazer ações de sensibilização à distância, em escolas integradas no programa EPIS “Mediadores para o Sucesso Escolar”, localizadas em diferentes regiões do País, acabou por ser inviabilizada devido a diferentes constrangimentos. Ainda assim, foram realizadas quatro sessões, três envolvendo duas turmas de 9.º ano e uma de 11.º da Escola Secundária das Laranjeiras, de Ponta Delgada, e uma com uma turma de 9.º ano da Escola EB D. Jorge de Lencastre, de Grândola. No total, as sessões abrangeram um total de 70 alunos.

FIG. 5- “DESINFORMAÇÃO E NOTÍCIAS FALSAS *ONLINE*, EM TEMPOS DE COVID 19 E NÃO SÓ”

Escola	Data	Ano	n.º de alunos
Escola EB D. Jorge de Lencastre, Grândola	11/01/21	9.º ano	19
Escola Secundária das Laranjeiras, Ponta Delgada Açores	04/05/21	9.º ano	19
Escola Secundária das Laranjeiras, Ponta Delgada Açores	06/05/21	11.º Ano	20
Escola Secundária das Laranjeiras, Ponta Delgada Açores	07/05/21	9.º Ano	12
Nº total de alunos envolvidos			70

Fonte: Associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social

A mediação com os alunos por intermédio das plataformas digitais não impediu, contudo, a interação entre as representantes da ERC e os professores e alunos, estes em ambiente de sala de aula. Os alunos tiveram oportunidade de participar colocando perguntas diretas e dinamizaram-se ações de “quizzes” com utilização dos telemóveis. Estas dinâmicas evitaram que as ações de sensibilização fossem meramente expositivas, o que levaria ao aumento de desinteresse dos alunos dada a distância presencial entre estes e as representantes da ERC.

Em termos de estrutura todas seguiram a mesma lógica. De modo a introduzir e levar os alunos a refletir sobre os conceitos de desinformação e falsas narrativas *online*, foram os mesmos convidados a analisar e debater alguns exemplos de conteúdos de desinformação e exemplos de conteúdos que não cabem no conceito de desinformação (sátiras, humor, erros e faltas de rigor informativo...), sem que lhes tenha sido dito à partida quais exemplificam um e outro tipo de conteúdos.

Para que a proposta de exercício pudesse provocar uma reflexão sobre assuntos da atualidade e sobre o modo como os conteúdos dos *media* a representam, nomeadamente em termos de informação, foram selecionados exemplos reais relacionados com a pandemia de COVID-19, em particular com o número de infetados e com as vacinas.

Um dos objetivos da sessão passava ainda por colocar os alunos a refletir sobre o papel que diferentes atores sociais podem ter no combate à desinformação: órgãos de comunicação social, plataformas digitais (redes sociais), verificadores de facto, comunidade científica, reguladores da comunicação social e, é claro, o próprio cidadão. Concretamente em relação ao papel do regulador, além de procurar contribuir para familiarizar os alunos com o papel e a missão da ERC (um objetivo que, aliás, é comum a todas as ações de sensibilização do regulador) e dar a conhecer brevemente o trabalho em rede feito com outros reguladores da Europa, houve ainda oportunidade para esclarecer dúvidas e sensibilizar para a importância de ações de literacia mediática como chave de combate ao fenómeno.

No caso das ações que a ERC conseguiu concretizar, importa notar que foram agendadas para a semana entre 3 e 9 de maio, de modo a poderem ser associadas à nona edição da já referida operação 7 dias com os *Media*.

Programa Parlamento dos Jovens – ano letivo 2021/2022

Em agosto de 2021 deu entrada na ERC um pedido da organização do Programa **Parlamento dos Jovens**, uma iniciativa anual que a Assembleia da República desenvolve desde 1995, a pedir informações e remissão para recursos úteis relacionados com a temática da desinformação e das *fake news*, uma vez que essa foi a problemática escolhida para a edição do programa pensado para o ano letivo 2021/2022.

Na resposta que deu a esse pedido, além de facultar informações e remeter para recursos relacionados com a temática, a ERC informou que costuma desenvolver ações de consciencialização sobre essa temática em contexto escolar, nomeadamente junto de alunos do básico e do ensino secundário, precisamente os dois ciclos de ensino abrangidos pelo Parlamento dos Jovens.

FIG. 6 – FOTOGRAFIAS CAPTADAS DURANTE AÇÃO DE SENSIBILIZAÇÃO SOBRE DESINFORMAÇÃO, REALIZADA A 10 DE DEZEMBRO DE 2021, COM TRÊS TURMAS DO ENSINO PROFISSIONAL DO INSTITUTO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA UNIVERSIDADE CESPU



Créditos: Direitos Reservados.

A 10 de dezembro de 2021, foi realizada uma ação ERC com alunos participantes no programa Parlamento dos Jovens. Na sessão, que se realizou em modo híbrido (com os alunos em modo presencial e as técnicas da ERC à distância), foram abrangidos 80 alunos de três turmas de 10.º ano (da vertente de ensino profissional dos cursos de Técnico/a de Apoio à Gestão; Técnico/a Auxiliar de Saúde; Técnico/a Assistente Dentário) do Instituto de Formação Profissional da Universidade CESPU, de Paredes (distrito do Porto). Sendo no caso dos alunos do secundário, o ângulo da sessão foi orientado para a questão do impacto da desinformação na democracia, o que, de algum modo, também influenciou a escolha de alguns dos exemplos de conteúdos trazidos para debate.

Em termos de dinâmica da sessão, as listas de alunos participantes no programa começaram por fazer uma apresentação sobre a desinformação, que incluiu a reflexão sobre o próprio conceito. De notar que, para essa apresentação, os alunos utilizaram como fonte o estudo da ERC “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”⁸, tendo enfatizado a questão das notícias e da prática jornalística (nomeadamente o respeito pelo rigor informativo), precisamente uma das vertentes exploradas nos exemplos utilizados durante a sessão como forma de levar os alunos a refletir sobre a importância do reconhecimento e consumo de informação jornalística como uma das formas de combate à desinformação.

⁸ Disponível no site da ERC, em <https://www.fiipsnack.com/ercpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html>.

FIG. 7 CARTAZES DA EDIÇÃO 2021/2022 DO PROGRAMA PARLAMENTO DOS JOVENS (1.ª IMAGEM: ENSINO BÁSICO; 2.ª IMAGEM: ENSINO SECUNDÁRIO)



Fonte: Programa Parlamento dos Jovens.

Pelo número de envolvidos na sessão, e por ter sido realizada à distância, criou-se uma dinâmica muito simples em que, confrontados com alguns exemplos de conteúdos difundidos (em órgãos de comunicação social, mas também em redes sociais) se pedia aos alunos que levantassem um cartão vermelho quando considerassem que o exemplo correspondia a um conteúdo de desinformação e um cartão verde quando considerassem que era verdadeiro, estimulando que partilhassem com os colegas os argumentos para fundamentar a sua opinião.

Refira-se que, já em 2022, a ERC viria a ser contactada novamente pelo Colégio São João de Barros, no âmbito da sua participação no programa Parlamento dos Jovens, mas neste caso com uma proposta de dinâmica distinta. Os alunos decidiram colocar algumas dúvidas relacionadas com a atuação do regulador na área da desinformação.



Sessão com a ARC: Autoridade Reguladora da Comunicação Social de Cabo Verde

No final de dezembro de 2021, a ERC organizou uma formação (virtual) aberta a técnicos e dirigentes da Autoridade Reguladora da Comunicação Social, entidade cabo-verdiana congénere da ERC. Entre os conteúdos programáticos dessa formação, foi incluída uma sessão de trabalho relacionada com o trabalho de LM.

Em termos gerais, refira-se que a apresentação da ERC consistiu num breve histórico sobre o modo como a literacia mediática se tem vindo a enquadrar na missão do regulador ao longo dos tempos (considerando o enquadramento legal que lhe serve de base). Esse histórico foi igualmente apoiado no revisitar dos tipos de projetos desenvolvidos (alguns dos quais mencionados no presente capítulo) que têm definido a ação da ERC no terreno, bem como a ação em colaboração com diferentes parceiros, tanto a nível nacional, como internacional. O encontro proporcionou ainda a partilha de projetos por parte do regulador cabo-verdiano (que indicou ter interesse em investir mais nesta área de trabalho), bem como a troca de perspetivas em relação ao futuro para a criação de eventuais sinergias.

4. O TRABALHO EM PARCERIA: INTERNACIONAL

4.1 PROJETO EDUMEDIATEST: TESTES À FERRAMENTA, RESULTADOS E RECOMENDAÇÕES

O EduMediatest⁹, ferramenta digital de avaliação e treino de competências de literacia mediática, foi o projeto de LM continuado pela ERC no ano 2021 que mais investimento exigiu em termos de tempo de execução e recursos materiais e humanos envolvidos.

Referido nos capítulos sobre as atividades de literacia mediática da ERC dos Relatórios de Regulação de 2019 (etapa da candidatura do projeto ao concurso do programa “Media literacy for all”) e 2020 (ano de aprovação e arranque do projeto), é em 2021 que este projeto entra na sua fase de testes à ferramenta em escolas dos sete países envolvidos no consórcio: Portugal, Espanha (Catalunha), França, Croácia, Eslováquia, Irlanda e Grécia.

⁹ Este projeto, de autoria e coordenação do *Consell de l'Audiovisual de Catalunya* (CAC), envolveu outros seis parceiros de outros tantos Estados-membros, bem como a *Universitat Pompeu Fabra*, de Barcelona, que liderou a vertente teórica e científica. Assim, além do CAC e da ERC em representação de Portugal, integram também o projeto o *CSA - Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (regulador francês), a *AEM - Agency for Electronic Media* (regulador da Croácia), a *RVR - Council for Broadcasting and Retransmission* (regulador da Eslováquia), o *Dublin West Education Centre* através do projeto *Webwise* (Irlanda) e o *National Centre of Audiovisual Media and Communication - EKOME S.A.* (Grécia). Estas entidades representam, assim, os sete países europeus envolvidos – Espanha (Catalunha), Portugal, França, Irlanda, Croácia, Grécia e Eslováquia. O objetivo do EduMediaTest, conforme fora avançado no ano transato, é o desenvolvimento de uma ferramenta digital interativa (sob a forma de um *website* de acesso gratuito) com uma dupla função: por um lado, servir como ferramenta de avaliação do grau de literacia mediática de jovens entre os 14 e os 18 anos (a partir de práticas e competências estruturadas em diferentes dimensões de conhecimento) e, por outro, ser uma ferramenta de formação.

A ferramenta digital EduMediatest

Em termos conceituais, o EduMediatest foi desenhado de modo a permitir que os professores obtenham um retrato inicial dos grupos/turmas com os quais trabalham em relação a algumas dimensões da sua literacia mediática.

Os resultados que se obtêm a partir da ferramenta são referentes ao conjunto dos alunos e não a cada aluno individualmente. Foi seguida essa opção tendo por base o pressuposto de que a garantia de confidencialidade dos alunos pode permitir que os mesmos respondam de forma genuína e menos condicionada. Por outro lado, considera-se que o retrato global do grupo com o qual se está a trabalhar poderá permitir aos professores decidir mais facilmente sobre quais as dimensões e competências a que devem dedicar mais tempo de formação. Também é de notar que o questionário (composto por 43 questões) não esgota, nem tem essa ambição, a diversidade de questões abrangidas na área da educação para os *media* e também não se pretende que seja usado como uma avaliação resumida de qualquer disciplina escolar.

Modelo teórico do EduMediatest : as seis dimensões definidas nas pesquisas de Joan Ferrés

Em termos teóricos e conceptuais, o projeto EduMediatest tem como referente a proposta de avaliação da competência mediática que vem sendo desenvolvida nas pesquisas de Joan Ferrés, investigador espanhol especialista em comunicação audiovisual e educação. Esse modelo é composto por seis dimensões: 1) Linguagem; 2) Tecnologia; 3) Processos de Interação; 4) Produção e Difusão; 5) Ideologia e Valores; 6) Estética.

O conjunto das 43 questões/exercícios que compõem o questionário EduMediatest, bem como os materiais formativos que procuram dar pistas para resolver as dificuldades sentidas na avaliação, estão estruturados tendo por referência essas seis dimensões.

FIG. 8 – DIMENSÕES EM AVALIAÇÃO NAS QUESTÕES DO EDUMEDIATEST

Dimensões	Descrição das competências inerentes a cada dimensão
Estética	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para identificar categorias estéticas básicas, como sejam a inovação formal e temática, a originalidade, estilos, escolas e tendências. • Capacidade para relacionar produções de <i>media</i> com outras manifestações artísticas, detetando influências mútuas. • Capacidade para tirar prazer de aspetos formais, ou seja, não só do que é comunicado, mas também da forma como é comunicado.
Ideologia	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para descobrir como as representações mediáticas estruturam a nossa perceção da realidade, muitas vezes através de comunicações inadvertidas. • Capacidade para analisar identidades virtuais, individuais e coletivas, e para detetar estereótipos em especial em termos de género, raça, etnia, classe social, religião, cultura, deficiência, etc., analisando as suas causas e consequências. • Capacidade para detetar as intenções ou interesses subjacentes às produções comerciais e às produções populares, bem como as suas ideologias e valores, explícitos ou latentes, e saber adotar uma atitude crítica face aos mesmos. • Capacidade para descobrir como as representações mediáticas estruturam a nossa perceção da realidade, muitas vezes através de informação subliminar.
Linguagem	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para estabelecer relações entre textos – intertextualidade - códigos e <i>media</i>, desenvolvendo um conhecimento lato, sistematizado e que se interrelacione. • Capacidade para interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e o papel que desempenham numa mensagem. • Capacidade para modificar produtos existentes, conferindo-lhes um novo significado e valor. • Capacidade para analisar e avaliar mensagens do ponto de vista do significado, estruturas narrativas e convenções de género e formato. • Capacidade para se exprimir através de vastos sistemas de representação e de significado.

Dimensões	Descrição das competências inerentes a cada dimensão
Produção e Difusão	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimentos básicos de sistemas de produção, técnicas de programação e mecanismos de disseminação. • Conhecimento das condições legais existentes para se poder reclamar em caso de incumprimento das atuais leis de regulação do audiovisual e fomentar uma atitude responsável nessas situações. • Conhecimento acerca dos fatores que transformam produções comerciais em mensagens submetidas ao condicionamento socioeconómico de qualquer sector. • Conhecimento das diferenças básicas entre produções individuais e coletivas e também entre as produções populares e comerciais, e neste último caso – se aplicável - entre aquelas produzidas por entidades públicas ou privadas. • Capacidade para gerir a sua própria identidade, quer <i>online</i>, quer <i>offline</i> e ter uma atitude responsável para com a proteção de dados pessoais, tanto em relação aos seus como aos dos outros. • Capacidade para gerir o conceito de autoria individual ou coletiva, para ter uma atitude responsável para com direitos de propriedade intelectual e capacidade para usufruir de recursos como as licenças “<i>creative commons</i>”; • Capacidade para selecionar mensagens com sentido, apropriar-se das mesmas e transformá-las em novos significados. • Capacidade para partilhar e disseminar informação, através de meios de comunicação social tradicionais e de redes sociais, aumentando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez maiores.
Receção	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para saber diagnosticar os efeitos cognitivos das emoções: tornar-se consciente das ideias e valores que são associados a personagens, ações e situações que geram, dependendo do caso, emoções positivas ou negativas. • Capacidade para discernir e gerir as dissociações que por vezes ocorrem entre sentimento e opinião, e entre emoção e racionalidade. • Conhecimento básico acerca do conceito de audiências, estudos de audiências, a sua utilidade e os seus limites. • Capacidade para selecionar, rever e autoavaliar o consumo de <i>media</i>, baseando-se em critérios conscientes e razoáveis.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para saber gerir inovações tecnológicas que tornam possível a comunicação multimodal e multimédia. • Entender o papel das tecnologias de informação e comunicação na sociedade e os seus possíveis efeitos.

O Relatório final sobre os testes à ferramenta digital em Portugal (com tradução do sumário executivo do relatório internacional entregue à Comissão Europeia) encontra-se disponível para consulta no [site](#) da ERC .

Em seguida apresenta-se uma súmula dos principais elementos caracterizadores da participação portuguesa e recordam-se as recomendações identificadas pelos países do consórcio na sequência dos resultados e condições observados no momento de realização do teste piloto.

Testes à ferramenta EduMediatest em Portugal: março e maio de 2021

Contrariamente ao inicialmente previsto, a aplicação do pré-piloto à plataforma digital não pôde ser realizada em final de janeiro de 2021, mas apenas no final de março, devido aos constrangimentos causados pela evolução da pandemia de COVID-19. Recorde-se que em Portugal, o Governo português decretou um segundo confinamento geral em janeiro (com as escolas a suspender as atividades durante 15 dias a partir de 22 de janeiro), sendo que a situação de agravamento nos restantes países implicados no consórcio também contribuiu para aumentar o atraso.

A realização do pré-piloto foi assim empurrada para os últimos dias de março (24 a 26 de março) e o teste piloto para o período de 17 a 28 de maio. Esse foi um momento particularmente desafiante para a colaboração das escolas com o EduMediatest, pois, além do esforço para fazer face aos constrangimentos causados pela pandemia, aproximavam-se do habitual período de preparação das provas finais de 9.º ano e dos exames nacionais do 11.º e do 12.º, precisamente os anos letivos em foco no estudo.

FIG. 9 – MAPA COM A LOCALIZAÇÃO DAS ESCOLAS QUE PARTICIPARAM NOS TESTES À FERRAMENTA EDMEDIATEST EM PORTUGAL



Na fase do teste pré-piloto, de modo a evitar a deslocação presencial às duas escolas envolvidas – Agrupamento de Escolas D. João II de Sintra e Agrupamento de Escolas de Santa Comba Dão, a equipa da ERC optou por acompanhar virtualmente a aplicação dos testes, com os alunos e professores também à distância, de modo a poder perceber de que modo os professores dinamizavam a atividade de aplicação do questionário. Apesar dessa observação à distância, foi possível identificar algumas dificuldades (técnicas e em relação aos conteúdos do questionário propriamente dito) que foram devidamente reportadas à equipa responsável pela coordenação global do projeto, que as considerou nas alterações subsequentes à ferramenta.

Além das dificuldades decorrentes do contexto pandémico, são de referir as dificuldades observadas e reportadas por partes de algumas escolas participantes, que referiram um número limitado de dispositivos ao dispor dos alunos, bem como dificuldades de acesso à Internet.

FIG. 10- ESCOLAS PARTICIPANTES NO TESTE PRÉ-PILOTO À FERRAMENTA EDMEDIATEST

Escolas participantes	Cursos dos alunos	Turmas	Anos letivos
Agrupamento de Escolas D. João II de Sintra	Ciências e Tecnologias	2 turmas	(10.º e 11.º)
	Humanidades	2 turmas	(10.º e 11.º)
Escolas de Santa Comba Dão	Ensino articulado de música	1 turma	(9.º ano)
	Ensino articulado de música e tecnologias	1 turma	(10.ºano)

Fonte: Projeto EduMediatest – Relatório final referente a Portugal



No global, 120 alunos responderam ao teste nesta fase pré-piloto, enquanto a fase do teste piloto concentrou 2636 alunos de 25 escolas de diferentes regiões do país.

Note-se que a metodologia para identificação das escolas participantes foi alterada face à inicialmente prevista pelo projeto, atendendo à disponibilidade para realizar o teste no novo calendário proposto. Ainda assim, procurou-se manter a diversidade das escolas participantes (em termos de localização geográfica, de número de alunos inscritos, de oferta educativa, de anos de escolaridade), conforme atestam o mapa e a tabela seguinte.

FIG. 11 - ESCOLAS PARTICIPANTES NO TESTE PILOTO À FERRAMENTA EDUMEDIATEST REALIZADO EM PORTUGAL (MAIO DE 2021)

REGIÕES (NUTS II)	DESIGNAÇÃO DAS ESCOLAS	NÚMERO DE ALUNOS
Norte	Agrupamento de Escolas Emídio Garcia (Bragança)	109
	Escola Básica e Secundária de Miranda do Douro	94
	Agrupamento de Escolas de Celorico de Basto	180
	Escola Secundária de Vila Verde (Braga)	87
	Agrupamento de Escolas Diogo de Macedo (Vila Nova de Gaia)	72
	Escola Secundária Dr. Joaquim Gomes Ferreira Alves (Vila Nova de Gaia)	88
	Agrupamento de Escolas do Cerco do Porto	73
Centro	Agrupamento de Escolas do Sabugal	51
	Agrupamento de Escolas Ferreira de Castro (Oliveira de Azeméis)	164
	Agrupamento de Escolas Rafael Bordalo Pinheiro (Caldas da Rainha)	95
Área Metropolitana de Lisboa	Escola Secundária Eça de Queirós (Lisboa)	195
	Colégio Valsassina (Lisboa)	170
	Escola Secundária Emídio Navarro (Almada)	84
	Escola Secundária Miguel Torga (Sintra)	117
	Escola Secundária Seomara da Costa Primo (Amadora)	72
	Escola Secundária Camões (Lisboa)	89

REGIÕES (NUTS II)	DESIGNAÇÃO DAS ESCOLAS	NÚMERO DE ALUNOS
Alentejo	Escola Secundária Dr. Ginestal Machado (Santarém)	64
	Escola Secundária Manuel da Fonseca (Santiago do Cacém)	88
	Escola Secundária Poeta Al Berto (Sines)	70
	Agrupamento de Escolas de Arraiolos	126
	Escola Secundária D. Manuel I (Beja)	104
Algarve	Escola Secundária Poeta António Aleixo (Portimão)	92
	Escola Básica e Secundária de Albufeira	150
R.A.da Madeira	Escola Básica e Secundária Dr. Ângelo Augusto da Silva (Funchal)	85
R.A.dos Açores	Escola Secundária Antero de Quental (Ponta Delgada)	117
TOTAL		2636

Fonte: Projeto EduMediatest – Relatório final referente a Portugal

Em termos de caracterização global dos alunos que em Portugal responderam ao teste piloto do EduMediatest, 52,6 % foram do sexo feminino e 47,4 % do masculino. Em termos de anos de escolaridade observou-se uma participação global muito próxima entre os diferentes anos letivos abrangidos no estudo:

- 26,9 % de alunos do 9.º ano;
- 24,6 % de alunos do 10.º ano;
- 25,5 % de alunos do 11.º ano;
- 23 % de alunos do 12.º ano.

Cerca de 92% dos participantes disseram ter nascido em Portugal, enquanto pouco mais de 7 % afirmaram ser provenientes de outros países.

Em termos de dispositivos utilizados para testar o EduMediatest, 73,7 % dos alunos utilizaram computadores, 26 % utilizaram smartphones e apenas 0,3% fez o teste a partir de *tablets*.

Principais conclusões decorrentes do piloto ao EduMediatest em Portugal

Em seguida elencam-se as principais conclusões decorrentes da aplicação do teste piloto em Portugal:

- Os alunos portugueses alcançaram resultados semelhantes aos dos alunos dos seis países participantes, com uma média de 14,45 pontos em 60,5 possíveis;
- As dimensões em avaliação da Tecnologia e Estética são aquelas em que os alunos das escolas portuguesas apresentaram melhor performance;
- A Linguagem é a dimensão de avaliação que registou piores resultados;

- As raparigas (14,65 pontos) apresentaram, em média, resultados ligeiramente melhores do que os rapazes (14,21 pontos);
- A *performance* no teste melhora com a idade, isto é, os alunos mais velhos tiveram mais facilidade em responder ao teste;
- O nível de escolaridade da mãe/encarregada de educação parece influenciar positivamente a *performance* dos alunos, sendo que essa correlação não é tão determinante no caso da escolaridade do pai/encarregado de educação;
- Os testes respondidos em computador revelam melhores resultados.

No relatório internacional (cujo sumário executivo se encontra traduzido no relatório de Portugal), que integra a análise dos sete países envolvidos no estudo, muitas das tendências observadas para Portugal mantêm-se: as raparigas obtiveram uma pontuação mais elevada do que os rapazes, os alunos mais velhos tiveram um melhor desempenho do que os mais jovens, e os que usaram o computador para fazer os testes obtiveram melhores resultados do que os que usaram telemóveis ou *tablets*. De igual modo, o nível de escolaridade da mãe/encarregada de educação tem uma forte correlação com a *performance* dos alunos.

Além dessas conclusões, o relatório internacional faz sobressair duas considerações em relação às dimensões em avaliação:

- Os níveis mais altos de literacia encontram-se na dimensão da tecnologia, destacando-se a contradição das escolas em reduzir a literacia para os *media* a uma mera aptidão digital (essencialmente, a sua dimensão instrumental). Por outras palavras, as escolas tendem a oferecer a maior parte da sua formação na única dimensão na qual os alunos já são qualificados. As escolas tendem a responder à necessidade de inovação decorrente das mudanças tecnológicas, mas não às decorrentes das descobertas sobre o funcionamento do cérebro na interação com a tecnologia;
- Os estudantes com melhores competências numa dimensão tendem a ter bons resultados nas restantes. Quanto maior é o coeficiente, mais forte é esta relação. Os coeficientes mais altos são entre a dimensão de tecnologia e estética ou a de tecnologia e de produção e difusão. O mesmo é dizer que quando um estudante obteve um bom resultado em tecnologia, obteve igualmente um bom resultado a estética e produção e difusão e vice-versa.

Tendo por base a análise aos resultados obtidos nos sete países, e como contributo para melhorar a educação para os *media*, a equipa do EduMediatest propôs um conjunto de recomendações gerais, que se encontram traduzidas e sistematizadas no quadro seguinte.

FIG. 12- RECOMENDAÇÕES GERAIS DECORRENTES DOS RESULTADOS DO TESTE PILOTO À PRIMEIRA VERSÃO DO EDUMEDIATEST

Recomendações gerais decorrentes dos resultados do teste à ferramenta EduMediatest	
1 ^a	O EduMediaTest revela que os alunos possuem uma literacia digital adequada no que concerne às competências técnicas (acesso a conteúdos, gestão de conteúdos, navegação na Internet). Esta conclusão é fortemente indiciada pela dimensão Tecnologia, aquela em que os alunos obtiveram a pontuação geral mais elevada. Esta evidência vem salientar a contradição inerente ao facto de as escolas reduzirem a literacia mediática a uma mera competência digital (essencialmente na sua dimensão instrumental). Por outras palavras, as escolas tendem a oferecer a maior parte da sua formação na única dimensão em que os seus alunos já possuem capacidades. Portanto, torna-se vital continuar a investir na melhoria das aptidões digitais dos alunos através de esquemas educativos que se concentrem na transformação digital, sobretudo sendo esta necessária em contexto de modelos de aprendizagem mista, como a sala de aula invertida (<i>flipped classroom</i>) e o ensino à distância.
2 ^a	A dimensão Estética surge em segundo lugar em termos de pontuação. O objetivo desta dimensão é avaliar a capacidade dos alunos em relacionar produções mediáticas com outras obras artísticas, sabendo detetar influências mútuas. Também se destina a avaliar a sensibilidade dos alunos para as vertentes estética e criatividade. É fundamental que os cursos de estética (a importância do desenho, o significado da música, as cores, etc.) sejam valorizados e mantidos para estudantes todas as idades, procedendo-se a um incremento de referências nacionais e interculturais.
3 ^a	A dimensão Ideologia posiciona-se em terceiro lugar na pontuação obtida pelos alunos. As questões nela incluídas exploram a forma como as representações dos <i>media</i> estruturam a perceção da realidade, colocando especial atenção no poder da comunicação visual. Esta dimensão envolve questões como: saber distinguir informação fidedigna da informação falsa e explora ainda o fenómeno da desinformação. Por isso, é importante aperfeiçoar o currículo escolar com maior volume de temas relacionados com a conceção ideológica e com a forma como os <i>media</i> operam e causam impacto nos públicos (isto no que respeita às <i>fake news</i>).

Recomendações gerais decorrentes dos resultados do teste à ferramenta EduMediatest

4ª	<p>As restantes três dimensões do teste revelaram-se as mais desafiantes para os alunos. São elas Produção e Difusão, Receção e Linguagem.</p> <p>As questões pertencentes à dimensão Produção e Difusão focam-se em explorar a capacidade de partilhar e disseminar informação através de <i>media</i> tradicionais e de redes sociais, permitindo uma maior visibilidade das mensagens em interação com comunidades cada vez maiores.</p> <p>A dimensão Receção inclui questões que se destinam a avaliar o conhecimento dos alunos sobre os conceitos de público e de estudos de audiências, e sobre os objetivos e limitações dos mesmos, além de colocar ênfase na importância de compreender os processos mentais, sobretudo ao nível da esfera emocional, que são ativados quando uma mensagem é recebida.</p> <p>A dimensão Linguagem pretende apurar a capacidade dos alunos de modificar produtos existentes, conferindo-lhes novos significados e valores. Pretende ainda apurar o domínio de códigos expressivos por parte dos estudantes.</p> <p>As pontuações baixas obtidas nestas três dimensões sugerem que os alunos não estão familiarizados com o funcionamento, quer dos órgãos de comunicação social, quer das plataformas de conteúdos. Revelam ainda que estão pouco conscientes de que as mensagens dos <i>media</i> são produzidas de acordo com determinadas regras e que as suas agendas respondem a interesses e influência sobre a opinião pública. Essas capacidades cognitivas devem, portanto, ser reforçadas para ajudar os alunos a apurarem o seu sentido crítico, investigando e analisando de forma mais consciente o significado e as formas de produção dos <i>media</i>. Dado que as pontuações mais baixas ocorreram na dimensão Produção e Difusão, aponta-se a necessidade de criar conteúdos adicionais sobre esta dimensão. Recomenda-se ainda a disponibilização de fundos destinados a incentivar as escolas e os grupos de <i>media</i> escolares a criarem conteúdos de <i>media</i>, bem como a fortalecer a cooperação entre as escolas e os <i>media</i>. Deste modo, as crianças ficam mais aptas a conseguir uma visão mais direta da produção de conteúdos mediáticos e, conseqüentemente, a melhorar as suas aptidões e compreensão da produção desses mesmos conteúdos.</p>
5ª	<p>O estudo revelou uma correlação entre a pontuação, a idade dos alunos e o tempo dispensado para a realização do teste. Quanto mais velhos os alunos (isto é, com idades entre 15 e 18 anos), melhor a pontuação. Esta constatação indica que os alunos mais jovens podem necessitar de mais formação relacionada com os <i>media</i>. Em termos de tempo investido, os alunos mais velhos tendem a despende mais tempo a responder ao teste, verificando-se, concomitantemente, que são também os alunos que despendem mais tempo para concluir o teste os que obtêm a melhor pontuação. Recomenda-se, portanto, que se disponibilize tempo suficiente para explicar e realizar o questionário (aproximadamente uma hora), especialmente para projetos de avaliação como o EduMediaTest que são baseados na própria experiência e conhecimento do participante. Verificou-se que os alunos estariam dispostos a preencher o questionário e a explorar as dimensões, mas pode não lhes ter sido concedido tempo suficiente para fazê-lo.</p>
6ª	<p>A pesquisa mostrou-se útil para avaliar o nível de literacia mediática e também para se tomar consciência sobre a necessidade de melhoria e, portanto, a importância de trabalhar a educação para os <i>media</i> em sala de aula. Assim, além deste trabalho inicial, seria útil aplicar novamente o questionário aos mesmos alunos numa etapa posterior, ou proceder a outras avaliações semelhantes.</p>
7ª	<p>No que respeita aos dispositivos utilizados para aceder ao questionário, o estudo mostrou que 72,9 % utilizaram PC e 27,1 % <i>tablet/smartphone</i>. Esta proporção apenas não se verificou num país, onde os acessos ficaram divididos de forma quase igualitária entre dispositivos. As escolas envolvidas no EduMediaTest foram instituições públicas e privadas de comunidades urbanas e rurais. Tal indica que as escolas possuem os equipamentos técnicos necessários para a educação interativa. No entanto, são necessárias melhorias a este nível, especialmente em países onde foram identificados problemas de escassez de equipamento informático e de ligações eficazes à Internet.</p>
8ª	<p>O estudo mostrou que as escolas tendem a responder à necessidade de inovação resultante da evolução tecnológica, mas não às necessidades relacionadas com reações neurológicas do funcionamento do cérebro ao interagir com a tecnologia. Este é um desafio novo, mas ainda não resolvido, para a literacia mediática nas escolas e que precisa seriamente de ser tomado em consideração. Para o efeito, recomenda-se a utilização de estudos psicométricos.</p>
9ª	<p>Os resultados do EduMediaTest indicam uma correlação entre o grau de literacia mediática dos alunos e o nível de escolaridade das respetivas mães. Deste modo, deve ser incentivada a aprendizagem ao longo da vida no que respeita à literacia mediática, proporcionando às pessoas de todas as idades oportunidades práticas de adquirirem as técnicas necessárias para entender e trabalhar num cenário de comunicação mediática altamente complexo. Por esta razão, é importante que as escolas disponibilizem aos pais e encarregados de educação formação e aconselhamento sobre estas questões e levem a efeito projetos de colaboração. Deve-se notar também, e assumindo que esta tendência se mantém, que deverá dar-se uma ênfase especial à perspetiva do género nas escolas, para que as raparigas possam ajudar a reverter as desigualdades no caso de, no futuro, se tornarem elas próprias mães.</p>

A ferramenta EduMediatest encontra-se disponível em dez idiomas e faz parte dos objetivos que a mesma possa ser adaptada por mais países que a queiram facultar como recurso.

Na primeira metade do ano 2022, em resultado de fragilidades identificadas durante e após o teste piloto, a equipa internacional responsável pelo projeto decidiu implementar alterações ao nível do acesso à ferramenta, de modo a automatizar esse procedimento. Por essa razão, a ERC optou por adiar a sua promoção junto das escolas portuguesas.

4.2 OUTRAS COLABORAÇÕES INTERNACIONAIS

EMIL: GRUPO DE TRABALHO DE LM DA *EUROPEAN PLATFORM OF REGULATORY AUTHORITIES* (EPRA)

Uma das plataformas de reguladores em que a ERC se insere há vários anos, a [European Platform of Regulatory Authorities](#) (EPRA), integrou no seu plano de trabalho para 2021 um Grupo de Trabalho especificamente destinado à Literacia Mediática e da Informação (designada EMIL – EPRA *Media and Information Literacy Taskforce*), cujo principal objetivo, conforme indicam os seus [Termos de Referência 2021](#), é servir de fórum de debate sobre assuntos relevantes na área (nomeadamente através da organização de seminários internos com peritos), bem como possibilitar a partilha sistemática de boas práticas e informação relevante entre reguladores de toda a Europa e outros agentes interessados em articular e trocar experiências nesta área. Uma das prioridades desse grupo em 2021, para evitar sobreposições e potenciar a circulação da informação relevante, foi também a de articular com o Grupo de Ação 3 do *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA), do qual se falará no adiante neste capítulo. Neste caso, a ERC decidiu integrar a EMIL, embora sem se envolver em tarefas executivas ou de representação, dado o seu maior envolvimento no ERGA.

Em 2021 a EMIL promoveu cinco encontros de trabalho *online*: o primeiro a 29 de março, o segundo a 21 de maio, o terceiro a 19 de julho, o quarto a 15 de outubro e o quinto a 17 de dezembro. Em seguida, sistematiza-se o conteúdo dessas reuniões, para que se perceba quais as principais temáticas e preocupações partilhadas neste grupo de trabalho, bem como a relação com o trabalho desenvolvido nas restantes plataformas e grupos de trabalho internacionais em que a ERC tem estado envolvida.

No primeiro encontro, Maria Donde, vice-presidente da EPRA e representante do Ofcom - *Office of Communications* (regulador do Reino Unido), fez uma [apresentação da EMIL](#), nomeadamente da sua direção, dos seus objetivos e modos de funcionamento. No encontro houve oportunidade para as primeiras atualizações de informações: 1) um ponto de situação realizado pelas copresidentes do Grupo de Ação 3 do ERGA dedicado à LM e à articulação pretendida com a EMIL durante o seu trabalho em 2021; 2) uma síntese do encontro de 26 de março do Grupo de peritos de LM da Comissão Europeia; 3) uma breve apresentação do projeto EduMediatest enquanto exemplo de iniciativa de LM que congrega reguladores e instituições públicas de sete países europeus.

Para o segundo encontro, a EMIL organizou uma sessão temática dedicada ao “Papel da Literacia Mediática e da Informação no combate ao discurso de ódio”, na qual houve oportunidade de debater o próprio conceito de discurso de ódio, as vantagens em utilizar a LM no combate a esse tipo de prática, bem como o reconhecimento das limitações da própria LM, que, sozinha, concordaram a generalidade dos presentes, não é suficiente para o erradicar, exigindo uma intervenção integrada da sociedade.

Conforme sobressai da [síntese](#) desse encontro, o alcance das ações de literacia mediática no campo do discurso de ódio pode incluir:

- Ajudar as pessoas a identificar esse tipo de discurso e a desenvolver mecanismos de proteção e resiliência em relação ao mesmo;
- Aumentar o conhecimento/compreensão das pessoas sobre os ambientes *online* e as atividades/modo de funcionamento das plataformas digitais;
- Envolver os utilizadores com as ferramentas e padrões da comunidade existente nessas plataformas, para que cada um possa entender o seu próprio papel na denúncia/chamada de atenção em relação a esse tipo de discurso;
- Foco nos *media* e nas suas formas de comunicação: investir na formação de jornalistas; apoiar a diversidade nas redações; perceber como comunicar *online*...;

- Investir na investigação como forma de ajudar os diferentes atores sociais (plataformas, educadores, moderadores...) a entender melhor o discurso de ódio, os seus efeitos e o impacto das intervenções para o combater;
- Apoiar outras respostas da sociedade de combate ao discurso de ódio.

O investimento na investigação em relação aos mecanismos inerentes ao discurso de ódio foi apontado como uma das necessidades que mais sobressai, nomeadamente ao nível da compreensão do modo como o próprio desenho/ modo de funcionamento das plataformas pode influenciar positiva ou negativamente a prevalência desse tipo de discursos, da perceção do impacto que ações de combate ao discurso de ódio podem ter, tendo consciência que quaisquer intervenções que se façam tendo por base a LM são sempre projetos de longo prazo, cujo impacto é, por isso mesmo, mais complexo de aferir.

Durante esse segundo encontro de trabalho foram ainda partilhados alguns exemplos de iniciativas de combate ao discurso de ódio desenvolvidas por alguns dos membros da EMIL, bem como por agentes dos respetivos países.

Na terceira reunião, de 19 de julho, a representante do regulador britânico partilhou informação sobre as mais recentes pesquisas (quantitativas e qualitativas) do Ofcom em relação aos usos e atitudes em relação aos *media* por parte de crianças e adultos, às perceções em relação aos conceitos de verdade e desinformação¹⁰, um relatório que fornece uma avaliação das ferramentas automáticas existentes para medir as experiências *online* e aborda as implicações legais, éticas e outras a serem consideradas ao implementar essas ferramentas¹¹, e um estudo desenvolvido pela *London School of Economics* que analisa e escrutina estudos que medem a eficácia das intervenções para combater a desinformação¹².

Relativamente à vertente da literacia mediática e educação, foram brevemente apresentados o projeto [EDUCAC](#) do regulador catalão, o [SMILES](#) (novo projeto Erasmus+ liderado pela biblioteca nacional dos Países Baixos, centrado na conceção de uma intervenção para jovens dos 12 aos 15 anos que combate a desinformação, intervenção essa dada conjuntamente por professores e bibliotecários) e destacados os resultados mais recentes do PISA em relação ao desenvolvimento de competências de literacia num mundo digital. Relativamente à promoção da literacia mediática de adultos, um representante do [Kavi - National Audiovisual Institute](#) (agência governamental finlandesa sob a tutela do Ministério da Educação e Cultura) partilhou um relatório sobre boas práticas para promover a educação para os *media* em adultos, chamando à atenção para a falta de financiamento e de oferta para este público-alvo.

O quarto encontro da EMIL em 2021, a 15 de outubro, ficou marcado pelo acolhimento de novos membros (a CRTA, regulador da rádio e televisão do Chipre e a ALIA, *Autorité Luxembourgeoise Indépendante de l'Audiovisuel*, regulador do Luxemburgo).

No momento da partilha de projetos, uma representante do regulador catalão, na qualidade de coordenadora do projeto EduMediatest, e uma representante da equipa da Universidade Pompeu Fabra de Barcelona (responsável pela coordenação científica do projeto) fizeram um ponto de situação em relação aos resultados provisórios do EduMediatest.

Sally Reynolds, perita da associação *Media and Learning*, falou da criação do grupo de peritos da Comissão Europeia para combater a desinformação e promover a literacia digital através da educação e formação¹³, que foi lançado a 12 de outubro de 2021, três dias antes desta reunião da EMIL. Apresentado como uma iniciativa conjunta da Direção-Geral da Educação, Juventude, Desporto e Cultura (DG EAC) da Direção-Geral das Redes de Comunicação, Conteúdos e Tecnologias (DG CNECT) da Comissão Europeia, foi descrito como um grupo de 25 peritos (em que Sally Reynolds

¹⁰ À data foram partilhadas as seguintes hiperligações:

https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf

https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/217844/adults-media-lives-2020-21-summary-report.pdf

https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0027/217827/childrens-media-lives-year-7.pdf

https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0010/220402/misinformation-qual-report.pdf

¹¹ Disponível em https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/220425/automated-tooling-report.pdf.

¹² Disponível em https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0011/220403/rea-online-misinformation.pdf.

¹³ Mais informações sobre este grupo estão disponíveis em: <https://ec.europa.eu/transparency/expert-groups-register/screen/expert-groups/consult?lang=en&groupId=3781&fromMembers=true&memberType=3&memberId=97096>.

se insere) incumbido de trabalhar em dois objetivos: um relatório sobre como combater a desinformação através da literacia mediática; um relatório com *guidelines* especificamente dedicado aos professores e educadores.

Foi ainda feito um ponto de situação em relação ao trabalho desenvolvido pelo Grupo de Ação 3 do ERGA. Aliás, o trabalho do novo grupo de peritos criado pela Comissão Europeia, bem como o do Grupo de Ação 3 do ERGA, deu lugar a novas atualizações também no quinto e último encontro de trabalho realizado em 2021.

Nesse encontro, Sally Reynolds informou que grande parte da segunda reunião do novo grupo de peritos, realizada a 25 de novembro, foi dedicada a discussões para ajudar a chegar a uma forma de consenso sobre os tópicos em foco, nomeadamente a natureza da desinformação e as principais dimensões da literacia digital. Os participantes também trabalharam no sentido de facultar informações sobre as necessidades e contextos que são relevantes do ponto de vista dos professores e educadores e qual pode ser a melhor abordagem para os equipar com os recursos e competências que necessitam para promover o combate à desinformação e a literacia digital.

Da parte do Grupo de Ação 3, Stephanie Comey fez um resumo do relatório entregue e aprovado na sessão plenária de 2 de dezembro de 2021, sobre o qual se fala em detalhe no último ponto deste capítulo. Na parte do debate, teve oportunidade de esclarecer que esse relatório não inclui recomendações concretas sobre como deverá ser a estrutura/composição dos relatórios das plataformas sobre as medidas/iniciativas de LM.

Foi ainda referido que a reunião do Comité de Contato da Diretiva realizada a 16 de dezembro discutiu hipotéticos modelos de relatórios para que os Estados-Membros possam reportar a respeito da literacia mediática. Alguns especialistas consideraram que a proposta poderá ser muito ambiciosa no que diz respeito ao pormenor dos dados que devem ser fornecidos pelos Estados-Membros a cada três anos, e chamaram à atenção para a importância de planear a utilização subsequente desses dados.

De referir que, durante esse encontro, também teve destaque a apresentação¹⁴ por parte de Claire Levens, responsável pelas políticas de literacia mediática do Ofcom, do novo modelo utilizado pelo regulador do Reino Unido para promover a literacia mediática *online*, que havia sido lançado a 6 de dezembro. De acordo com esse novo modelo, há cinco áreas em destaque:

- Envolver-se com uma ampla diversidade de praticantes de educação/literacia mediática;
- Iniciar testes-piloto e campanhas para promover a literacia mediática;
- Estabelecer princípios de *design* de melhores práticas de literacia mediática;
- Avaliar iniciativas de literacia mediática produzindo recursos básicos e orientações sobre o que funciona;
- Produzir pesquisas sobre o estado da literacia mediática e partilhar as evidências.

A reunião contou ainda com algumas atualizações de informações sobre iniciativas desenvolvidas por alguns dos membros, bem como com o lançamento do debate acerca dos Termos de Referência da EMIL para 2022 (sobre os quais os membros tiveram posteriormente oportunidade de se pronunciar também por escrito), bem como acerca dos resultados que a EMIL poderá passar a disponibilizar, tendo como primeira hipótese em debate o desenvolvimento de um perfil atualizado de todos os membros do Grupo, com a remissão para informações (e hiperligações) para os principais projetos, e como hipótese alternativa, a aposta na promoção das redes de trabalho de literacia mediática e da informação, com a divulgação de exemplos e dicas para a constituição dessas redes de trabalho.

¹⁴ A apresentação pode ser consultada em: https://cdn.epra.org/attachments/files/4106/original/EMIL_5thmeeting_Ofcom_MILpolicy.pdf?1641288151

RIRM: DEFINIÇÃO DE UMA NOVA ESTRATÉGIA A SER IMPLEMENTADA A PARTIR DE 2022

O Grupo de Trabalho sobre LM da Plataforma de Reguladores dos Países do Mediterrâneo (RIRM - *Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes*), quer por conta da pandemia, quer por conta do trabalho da própria plataforma, cujas sessões plenárias estiveram interrompidas, esteve praticamente sem atividade ao longo do ano. Foi realizado um encontro virtual a 30 de novembro, que teve como objetivo redefinir o modelo de funcionamento a adotar em 2022, bem como as prioridades do grupo, nomeadamente a atualização de informação e dados sobre a atividade da LM no Mediterrâneo, bem como a realização de *workshops* com especialistas para formação dos membros.

ERGA: PARTICIPAÇÃO NO GRUPO DE AÇÃO 3 - LITERACIA MEDIÁTICA DO EUROPEAN REGULATORS GROUP FOR AUDIOVISUAL MEDIA SERVICES

Prioridades e modo de funcionamento do Grupo de Ação 3 do ERGA

Em 2021, o *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA)¹⁵ incluiu pela primeira vez no seu plano de trabalho um grupo de trabalho exclusivamente dedicado à literacia mediática, **designado “Action Group 3 – Media Literacy”**, que a ERC desde logo decidiu integrar. Tendo por objetivo acompanhar de forma mais sistemática e próxima os trabalhos que seriam desenvolvidos ao longo de todo o ano, o regulador português propôs que uma equipa técnica sua fizesse parte da equipa de *drafters* (redatores), isto é, o pequeno grupo dentro do Grupo de Ação que ficaria responsável pela produção dos documentos de trabalho, desde os memorandos internos ao relatório que viria a ser apresentado como resultado da atividade do grupo ao longo do ano, e cujo conteúdo será abordado adiante neste ponto.

Em última análise, o objetivo de fundo inerente à criação deste Grupo de Ação é o de encontrar formas que permitam às entidades reguladoras e às plataformas de partilha de vídeo contribuir para que os cidadãos da União Europeia acedam e utilizem os meios digitais de forma justa e autodeterminada. Como tal, entre as suas prioridades destacam-se três:

- Apoiar a Comissão Europeia no desenvolvimento de uma caixa de ferramentas de Literacia Mediática com foco nas Plataformas de Partilha de Vídeo e nas suas iniciativas/ferramentas/medidas de literacia mediática, conforme previsto no Plano de Ação Europeu para os *Media* e o Audiovisual (*Media and Audiovisual Action Plan*¹⁶);
- Desenvolver um conjunto de critérios (princípios-chave) para apoiar os reguladores na identificação e qualificação das melhores práticas de LM, com a expectativa de que a abordagem baseada nesses critérios lhes seja útil no exercício das suas obrigações relacionadas com a literacia mediática que decorrem da revisão da Diretiva (EU) 2018/1808 (AVMSD – *Audiovisual Media Services Directive*);
- Encontrar exemplos de iniciativas de literacia mediática que configurem boas práticas, nomeadamente algumas que tenham sido conduzidas ou apoiadas por reguladores.

Composto por representantes de 40 organismos reguladores de 26 países (três dos quais países fora da União Europeia), o Grupo de Ação foi copresidido por Stephanie Comey, representante do [BAI – Broadcasting Authority of Ireland](#),

¹⁵ O ERGA, Grupo de Reguladores Europeus de Serviços de Comunicação Social Audiovisual, caracteriza-se por reunir responsáveis ou representantes de alto nível de entidades reguladoras nacionais independentes no domínio dos serviços audiovisuais. É seu objetivo aconselhar a Comissão Europeia sobre a implementação da Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual (AVMSD – *Audiovisual Media Services Directive*) 2018/1808 da UE. Conforme explica o sítio oficial do Grupo - <https://erga-online.eu/> - a 3 de fevereiro de 2014, a Comissão Europeia adotou uma decisão sobre a criação do ERGA e a definição dos objetivos do Grupo: aconselhar e assistir a Comissão no seu trabalho, para assegurar uma implementação consistente da Diretiva, bem como em quaisquer outras questões relacionadas com os serviços de comunicação social audiovisual da competência da Comissão; facilitar a cooperação entre as entidades reguladoras da UE, conforme também está previsto na Diretiva; permitir o intercâmbio de experiências e boas práticas.

¹⁶ Conforme pode ser consultado em <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/maap-implementation>.

regulador irlandês, e Antje vom Berg, representante do [Die-Medienanstalten](#) (o organismo chapéu responsável por interagir com os catorze reguladores dos dezasseis estados federados alemães).

As copresidentes do Grupo foram igualmente responsáveis pela coordenação da equipa de redatores. Além da representação da ERC, essa equipa contou ainda com representantes da [CNMC - Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#) (um organismo público espanhol que resulta da agregação de entidades reguladoras de vários setores), do [Agency for Eletronic Media](#) (regulador croata do setor audiovisual), da [RVR - Rada pre vysielanie a retransmisii - Council for Broadcasting and Retransmission](#) (regulador eslovaco), da [AGCOM - Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni](#) (regulador italiano das comunicações) e do [Kavi - National Audiovisual Institute](#) (agência governamental finlandesa sob a tutela do Ministério da Educação e Cultura).

O grupo mais alargado teve como papel debater as propostas e os passos que a equipa de redatores esteve incumbida de concretizar. Essa equipa realizou treze encontros virtuais ao longo do 2021 (o primeiro em fevereiro e o último em novembro), sendo que também foram realizados três encontros virtuais abertos ao grupo alargado.

Formalmente, os trabalhos do Grupo de Ação arrancaram a 25 de janeiro de 2021, com o primeiro encontro destinado ao grupo alargado. Nesse encontro foi feita uma apresentação de todos os membros e do papel/trabalho que desenvolvem na área da literacia mediática, bem como as prioridades para essa área. Audrius Perkauskas, em representação da Comissão Europeia, fez uma breve apresentação na qual destacou o trabalho e as prioridades da Comissão na área da Literacia Mediática, nomeadamente o trabalho relacionado com as atribuições conferidas aos reguladores da comunicação social audiovisual em resultado da transposição da já referida Diretiva UE 2018/1808. As copresidentes apresentaram e colocaram a debate os [Termos de Referência do Grupo de Ação](#), bem como uma proposta de cronograma de trabalho.

Ao longo do ano, e em representação do Grupo, as copresidentes também estabeleceram contactos com representantes da Comissão Europeia, do [Grupo de Peritos de Literacia Mediática da Comissão](#), da acima referida *EMIL Taskforce* da EPRA, do [European Digital Media Observatory \(EDMO\)](#), bem como do Subgrupo 3 do ERGA em 2021 (dedicado à temática da [desinformação](#)), uma vez que também esse grupo teve a literacia mediática como uma das suas vertentes de ação. Neste caso, a ideia foi articular o trabalho de ambos os grupos, tarefa que acabaria por ser facilitada dado que muitos dos membros da equipa de redatores estavam igualmente integrados no Subgrupo 3.

Também foi realizado, a 23 de setembro, **um encontro virtual com as Plataformas de Partilha de Vídeo**, em que participaram a equipa de redatores e representantes da Comissão Europeia. Da parte das Plataformas participaram representantes do Facebook, Google, Tik Tok, Twitter e Twitch. Depois de apresentar brevemente o Grupo de Ação, bem como os respetivos objetivos gerais, as copresidentes centraram a apresentação nos **seis princípios-chave para a literacia mediática identificados pelo grupo**, bem como em exemplos e formas de os implementar (ver figura 14). Foi explicado que esses princípios podem ser utilizados pela PPVs como enquadramento para múltiplas finalidades: na definição da forma como desenham e disponibilizam o seu trabalho na área da LM (inclusive na dimensão da desinformação), no modo com pretendem reportar junto dos reguladores sobre as suas iniciativas/medidas/instrumentos de LM, na projeção e desenvolvimento das próprias iniciativas de LM, na forma como os utilizadores interagem com as próprias plataformas.

Partindo dos resultados de um questionário que foi aplicado aos reguladores em abril de 2021 (e do qual se falará adiante neste ponto), foi referido que as respostas indicavam falta de visibilidade/transparência das iniciativas de literacia mediática conduzidas pelas PPVs, bem como problemas de localização dessas iniciativas, nomeadamente ao nível dos países de menor dimensão.

Foi igualmente sublinhado que os princípios-chave não devem ser entendidos como critérios isolados, mas sim como um conjunto que vale pela sua relação e pelo modo como se complementam, o que significa que deve haver a preocupação de os ter todos em consideração. Também foi referido que esses mesmos princípios são propostos como referência para os próprios reguladores quando projetarem e desenharem as suas iniciativas de LM, podendo ainda ser utilizados por outros eventuais interessados.

Tendo por base a explicação sobre o desenvolvimento do trabalho do Grupo de Ação 3 e a abordagem assente em princípios-chave, os representantes das plataformas foram convidados a fazer os seus comentários, bem como a refletir sobre os eventuais desafios inerentes à aplicação dos princípios.

Resultado do trabalho

O trabalho do Grupo de Ação 3 culminou com a apresentação e aprovação da versão final do “**ERGA Media Literacy Report Recommendations for key principles, best practices and a Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms**” na [16ª Sessão Plenária do ERGA de 2 de dezembro de 2021](#). Neste ponto do relatório faz-se uma breve síntese do seu conteúdo.

FIG. 13 – CAPA DO RELATÓRIO PRODUZIDO PELO GRUPO DE AÇÃO 3 (2021) – LITERACIA MEDIÁTICA



Fonte: O relatório, redigido em inglês, está disponível para consulta em [ERGA-AG3-2021-Report-on-Media-Literacy.pdf \(erga-online.eu\)](#).

Em termos de estrutura, o relatório encontra-se dividido nas cinco seguintes secções:

- **Secção 1 – Literacia Mediática na Europa** - são elencados e sucintamente apresentados os principais documentos de referência da União Europeia para a área da literacia mediática, as iniciativas e instituições, os financiamentos já disponíveis e os previstos no futuro mais próximo, bem como os serviços da Comissão Europeia com responsabilidades nesta área.
- **Secção 2 – Princípios-chave para a Literacia Mediática** – são introduzidos e definidos os seis princípios que o Grupo de Ação considera identificadores de boas práticas de literacia mediática: 1) Transparência 2) Aspeto da colaboração multissetorial; 3) Foco no utilizador/cidadão; 4) Alcance; 5) Localização; 6) Avaliação.
- **Secção 3 - Boas Práticas para reguladores dos Estados-Membros** – é realizada uma análise sumária de dados recolhidos em abril de 2021, através de um questionário *online* intitulado “*ERGA Survey on Media Literacy to identify best practice*”¹⁷, definido pela equipa de redatores. Com base nessa análise, procurou-se fazer um breve retrato sobre a literacia mediática nos diferentes Estado-Membros, nomeadamente: a

17 Este questionário teve por base o inquérito EPRA sobre Literacia mediática: Papel das NRAs 2017, a que a ERC também respondeu.

existência de legislação/atribuições legais em relação à LM; a existência de organismos/entidades responsáveis por promover a LM (outros além dos reguladores); a existência de redes/fóruns de trabalho; o papel dos reguladores (atribuições legais; formas de dar resposta a essas atribuições; formas de promoção da LM; temas trabalhados; recursos e orçamento reservado à área); exemplos de boas práticas de LM; avaliação de iniciativas de LM. Finalmente pediu-se a opinião sobre os princípios-chave propostos (se estavam de acordo e se identificavam princípios adicionais ou alternativos).

- **Secção 4 – Caixa de Ferramentas de Literacia Mediática para as Plataformas de Partilha de Vídeo** – sem pretensões de exaustividade, são exemplificadas formas concretas que as PPVs poderão seguir para implementar cada um dos seis princípios-chave definidos na secção 2 (procurando fazer sobressair as vantagens da aplicação desses princípios para as próprias plataformas, para a relação com os utilizadores, reguladores e eventuais partes interessadas).
- **Secção 5 – Conclusões gerais** – resume as principais evidências (descobertas) decorrentes do trabalho realizado, colocando-as em perspetiva com a atividade a realizar futuramente, tanto pelos reguladores, como pelas próprias PPVs.

No final de cada secção (subdividas em vários pontos), existe um sumário e comentário que enfatiza as ideias que o Grupo de Ação considerou mais importante salientar. A tabela seguinte apresenta uma definição sumária dos seis princípios-chave e elenca, sem as detalhar, as propostas referidas no relatório que as PPVs poderão seguir de modo a conseguir implementar esses princípios.

FIG. 14 – PRINCÍPIOS-CHAVE DO ERGA PARA A LITERACIA MEDIÁTICA

Princípio-chave de LM	Definição	Formas de os implementar (para as Plataformas de Partilha de Vídeo)
Transparência	Disponibilização e visibilidade de dados e informação sobre cada iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> • Designação de um ponto de contacto único entre os reguladores e as PPVs para cada Estado-Membro, que tenha poder para tomar decisões e partilhar informações • Demonstrar transparência na tomada de decisões ao promover/ desenvolver uma iniciativa de LM justificando opções como a escolha da iniciativa, o financiamento alocado e os benefícios previstos para a própria plataforma
Aspeto da colaboração Multissetorial	Desenvolver trabalho em rede	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar em parceria com as principais organizações a nível local • Disponibilizar financiamento e outros apoios a organizações locais envolvidas na promoção da LM • Trabalhar com os reguladores, os quais podem desempenhar um papel de facilitador e promotor do engajamento com partes interessadas a nível local
Foco no utilizador/cidadão	Ter sempre em consideração a perspetiva do próprio utilizador/cidadão e as suas necessidades quando se projeta as iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> • Ter em consideração enquadramentos da LM que possam servir de referência do ponto de vista científico ou que tenham sido amplamente testados/aplicados • Fornecer informações e recursos no ponto de contato com o utilizador
Alcance	Abrangência e a profundidade das iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilizar dados e análises detalhando o alcance das iniciativas de LM, em termos de abrangência (por exemplo, número de participantes) mas também de profundidade (por exemplo, perfil dos participantes). • Utilizar o alcance da própria plataforma como forma de potenciar o alcance das iniciativas para todos os seus utilizadores
Localização	Disponibilização das iniciativas em línguas locais e em formatos que façam sentido nos contextos	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de iniciativas de LM devidamente articuladas e alinhadas com estratégias/políticas públicas de referência a nível local (caso existam) • Fornecer recursos de LM nos idiomas dos vários países onde atuam e nos formatos que façam sentido nesses países, de modo a maximizar o impacto das iniciativas (sem descuidar a acessibilidade por parte de pessoas com necessidades especiais)
Avaliação	Apreciação do valor, da consistência e, quando possível, do impacto das iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> • Fornecer informações sobre todos os métodos usados na avaliação das iniciativas, bem como sobre resultados (descobertas) decorrentes dessa avaliação • Possibilitar avaliações externas e independentes das suas iniciativas de LM (nomeadamente por académicos e representantes da comunidade científica)

A secção 5 do relatório, conforme acima referido, reúne as principais conclusões identificadas pelo Grupo de Ação, por um lado, quanto ao papel das próprias entidades/organismos reguladores dos Estados-Membros nesta área, por outro, quanto

à relação das Plataformas de Partilha de Vídeo com a Literacia Mediática. De modo a facilitar a reflexão sobre as mesmas, sistematizam-se em seguida.

Em relação ao papel dos reguladores na área da LM, o Grupo de Ação sistematizou as seguintes evidências e considerações:

- Em alguns Estados-Membros esse papel dos reguladores não está consistentemente inscrito nos quadros jurídicos nacionais, nem a literacia mediática é promovida tendo por base uma estratégia nacional ou políticas públicas de referência. De certo modo, a Diretiva (UE) 2018/1808, nomeadamente nos países que a transpuseram, veio fornecer um maior enquadramento em relação ao trabalho dos reguladores nesta área. No entanto, uma maior cooperação entre os Estados-Membros e por toda a Europa pode ser útil aos reguladores, conferir consistência e maximizar as oportunidades para concretizar intervenções de LM de qualidade;
- O inquérito realizado pelo Grupo de Ação forneceu dados, nomeadamente uma lista de exemplos de boas práticas de literacia mediática (caracterizadas com base nos princípios-chave identificados), que podem ser utilizadas como referência e inspiração por parte de entidades reguladoras e outros interessados;
- O inquérito e o subsequente *feedback* dos membros do Grupo de Ação indicam que seria bem-vinda uma proposta para desenvolver conjuntamente conceitos para atividades de LM comuns que possam responder às atribuições dos reguladores. Para esse objetivo, o Grupo considera que podem contribuir de forma significativa a cooperação e a parceria reforçadas com as redes europeias existentes, como o Grupo de Peritos da Comissão Europeia e a EMIL;
- A avaliação das iniciativas de LM continua a ser um desafio devido à sua complexidade. Considera-se que é certamente necessário mais trabalho comum nesta área, embora partindo do pressuposto de que existem limites quanto ao que pode ser avaliado quando falamos sobre o desenvolvimento de competências ao longo da vida.

Por sua vez, no que diz respeito à relação Plataformas de Partilha de Vídeo e Literacia Mediática, o Grupo de Ação fez sobressair as seguintes evidências e considerações:

- O inquérito aos reguladores demonstrou que os mesmos apenas têm conhecimento de um número muito limitado de iniciativas de LM implementadas, lideradas ou apoiadas, pelas Plataformas nos seus países. O Grupo de Ação considera que a falta de canais de comunicação claros e consistentes entre os reguladores e as PPVs cria problemas de transparência, visibilidade e compreensão dessas iniciativas;
- Recomenda-se que os princípios-chave sejam aplicados às iniciativas de LM das Plataformas, na medida em que se considera que podem ajudar a identificar a aplicação das melhores práticas;
- Sublinha-se o entendimento de que os seis princípios devem ser considerados em conjunto na medida em que se complementam e é no seu todo que fornecem uma estrutura que se adapta e por isso pode ser aplicável a diferentes iniciativas de LM, ajudando a definir e reconhecer boas práticas;
- A caixa de ferramentas de LM inclui alguns exemplos concretos que visam ajudar as PPVs a implementar esses princípios-chave. Embora os exemplos apresentados não sejam exaustivos, a sua implementação pelas Plataformas pode contribuir para melhorar as experiências dos utilizadores/cidadãos e o próprio reconhecimento das iniciativas por parte dos reguladores que estão incumbidos de as avaliar;
- Foi sugerido que a criação de um modelo/*template* de relatório baseado nos princípios-chave poderia ser vantajoso para os relatórios sobre as iniciativas que as PPVs devem partilhar com os reguladores, na medida em que poderia fornecer um *feedback* consistente e estruturado por parte das diferentes PPVs em relação às suas atividades de LM e, ao mesmo tempo, poderia apoiar a avaliação da adequação das medidas de promoção da LM adotadas pelas Plataformas e que os reguladores estão incumbidos de avaliar, conforme exigido pela AVMSD (artigo 28.º-B, n.º 5). Deixa-se essa possibilidade como hipótese de trabalho a explorar no futuro.

Na sequência do trabalho deste Grupo de Ação, depois de contactar os reguladores a respeito da necessidade de um novo grupo de trabalho, o ERGA decidiu incluir no seu plano de trabalho de 2022, um **Grupo de Ligação da Literacia Mediática**. O seu objetivo central é servir de elo/fórum de debate entre os organismos reguladores dos Estados-Membros, para que possam manter troca de informações/atualizações a respeito de prioridades de LM definidas pela Comissão

Europeia na área da LM, nomeadamente a obrigação dos Estados-membros de reportar sobre as iniciativas de Literacia Mediática no seu país, ou sobre a semana europeia de literacia mediática. Esse Grupo também tem como objetivos fazer a articulação com os diferentes grupos com trabalho nesta área (as diferentes direções-gerais da Comissão Europeia ou a EMIL), bem como permitir a partilha de informações mais detalhadas sobre iniciativas sinalizadas como boas práticas de LM, tendo por base os princípios-chave identificados pelo Grupo de Ação 3. A respeito da atividade deste novo grupo, que a ERC decidiu integrar, deverá refletir o Relatório de Regulação de 2022.

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 2021 um conjunto de atividades neste âmbito, que são descritas em seguida.

São apresentadas as várias dimensões de intervenção do regulador através do seu trabalho de **monitorização sistemática de conteúdos** televisivos, do desenvolvimento de iniciativas específicas em contexto nacional e em **estudos comparativos internacionais**, que informam sobre o contributo dos meios de comunicação social na (des)construção das representações da diversidade sociocultural nas suas várias expressões e de **deliberações do Conselho Regulador**.

¹ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2005.

² Lei nº. 53/2005, de 8 de novembro.

2. MONITORIZAÇÃO SISTEMÁTICA DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS

BARÓMETRO DA DIVERSIDADE

Em 2021, publicou-se a 2.ª edição de “A Diversidade Sociocultural nos *Media* 2018-2019”, documento que reúne os dados da informação diária e da programação entre 2018 e 2019 sobre etnia/origem, migrações, confissões religiosas, género e pessoas portadoras de deficiência, nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

Esta 2.ª edição dá seguimento a indicadores difundidos na edição anterior, bem como apresenta novos dados para conhecer o tratamento mediático da diversidade sociocultural. Os principais resultados do estudo são:

- As presenças ou referências de *cidadãos de origem estrangeira, refugiados ou das comunidades ROM* são reduzidas nos serviços noticiosos de horário nobre. A maioria surge em contexto nacional, sobretudo nos noticiários dos operadores privados; já as presenças ou referências em contexto internacional são mais frequentes nos noticiários do operador de serviço público, devido ao maior número de peças com *refugiados*;
- Verifica-se o predomínio da representação de *cidadãos de origem estrangeira e refugiados* em situações contextuais negativas (vitimização, criminalização, crise, etc.), independentemente do contexto geográfico da peça. Contudo, os contextos/situações mais positivos e neutros estão mais presentes no âmbito nacional;
- As pessoas das *comunidades ROM* surgem, maioritariamente, em situações neutras e como *vox pop*. O número de peças deste grupo na amostra é diminuto, especificamente cinco peças;
- A participação dos *cidadãos de origem estrangeira, refugiados ou das comunidades ROM* como fonte de informação, ou seja, dando-lhes voz nas notícias, é igual a 35 % do total de peças em que estes grupos estão presentes, sendo mais frequente no “Jornal da Noite” (42 %) e no “Telejornal” (41 %) e, em menor medida, no “CM Jornal 20H” (22 %). São peças que se caracterizam pela participação de cidadãos de origem estrangeira em contexto nacional e em situações negativas sendo apresentados como vítimas. As vozes dos refugiados surgem nas peças de âmbito internacional focadas principalmente na crise migratória no Mediterrâneo;
- Em cada dez peças com *cidadãos de origem estrangeira, refugiados e/ou comunidades ROM*, sete identificam a referência à origem, cor e/ou situação documental destes cidadãos. Salienta-se que em mais de 70 % dos casos em que a nacionalidade da pessoa é mencionada pelo pivô e/ou jornalista, se constata que essas informações estão contextualizadas, isto é, ajudam à compreensão do acontecimento noticiado. Contudo, o “CM Jornal 20H” é o noticiário onde estas referências surgem com mais frequência e sem a devida contextualização;
- Em 12 % das notícias com a presença ou referência a *cidadãos de origem estrangeira, refugiados e/ou comunidades ROM*, identifica-se a utilização de expressões e/ou elementos associativos que podem contribuir para o reforço de estereótipos. Observam-se diferenças entre os noticiários, estando menos presentes no “Jornal das 8” (4 %) e no “Telejornal” (5 %), e mais frequentes no “CM Jornal 20H” (26 %);
- Quanto à diversidade religiosa dos noticiários, as referências ou presenças de confissões religiosas são reduzidas, sendo ainda mais reduzidas quando apenas são consideradas as minorias religiosas, ou seja, excluindo o catolicismo (religião dominante em Portugal). Nos operadores privados, estas referências surgem principalmente em contexto nacional; já nos noticiários do operador de serviço público, as referências ou presenças de confissões religiosas aparecem maioritariamente em contexto internacional;
- As presenças ou referências do *catolicismo* são dominantes nos serviços noticiosos, sendo mais evidente nas peças em contexto nacional do que internacional. Entre as minorias religiosas em contexto nacional, destaca-se a Igreja Universal do Reino de Deus, sobretudo no “Jornal das 8”. O islamismo e judaísmo são mais frequentes nos noticiários do operador de serviço público;

- No geral, predominam as referências ou presenças das confissões religiosas em contextos ou situações neutras, muitas vezes em peças alusivas a celebrações religiosas ou com a presença de símbolos e expressões não sendo centrais ao assunto da notícia;
- Grande parte das referências ou presenças das confissões religiosas em contextos/situações positivas ou neutras são do catolicismo. As religiões minoritárias são representadas principalmente em situações negativas ou, em menor frequência, em situações neutras. Esta tendência é transversal a nível nacional e internacional, embora os contextos/situações negativas, sejam mais frequentes em contexto internacional, onde as minorias estão mais presentes;
- O *islamismo* é a religião mais representada em contextos ou situações negativas. 62 % das referências ou presenças surgem em peças sobre conflitos armados e atentados terroristas perpetrados pelo grupo extremista autodenominado “Estado Islâmico”. As *religiões cristãs* (excluindo o *catolicismo*), também surgem principalmente em contextos/situações negativas relacionadas com polémicas imputáveis às instituições religiosas. Por seu lado, o *judaísmo* é representado na maioria dos serviços noticiosos em contextos/situações neutras;
- No que diz respeito à diversidade de género na informação diária entre 2018 e 2019, os homens representam mais de 70 % das presenças na informação diária, quer como atores, quer como fontes de informação;
- As *mulheres* são principalmente representadas como protagonistas em situações de perigo ou violência, como vítimas ou familiares da vítima, testemunhas ou moradoras do local do acontecimento. Quando ocupam cargos técnicos, destacam-se as personalidades da *política nacional e europeia*;
- Apenas duas categorias de atores, das 193 definidas pela ERC, apresentam uma proporção equilibrada entre *homens e mulheres: figuras públicas “celebridades” (sociedade) e técnicos especialistas na área do ambiente (ambiente)*. As categorias *dirigentes desportivos (desporto), líderes religiosos e membros de igrejas e confissões religiosas (crença e religião)* são representadas por homens;
- Como fontes de informação, as mulheres surgem nomeadamente como *vox pop*;
- Apenas dez subcategorias de fontes, das 163 definidas, apresentam uma diferença percentual menos reduzida entre *homens e mulheres*. Tratam-se maioritariamente de fontes das áreas da *sociedade (manifestantes, turistas, moradores/habitantes e adultos) e educação (associações estudantis e instituições escolares)*. As categorias *Ordem dos Médicos (saúde e ação social) e seleções nacionais (desporto)* são representadas apenas por fontes masculinas;
- A maior presença das figuras masculinas também é evidente nos espaços de comentários/análise dos blocos informativos. Contudo, nos noticiários “Jornal 2” da RTP2 (25 %) e “CM Jornal 20H” da CMTV (12 %), apesar de se manter esta tendência, a presença de comentadores e/ou especialistas do sexo feminino é mais visível. Por seu lado, o “Jornal das 8” da TVI, e o “Jornal da Noite” da SIC, apresentam as maiores percentagens de homens comentadores e/ou especialistas nos alinhamentos analisados, atingindo, ambos os operadores, 91 %;
- Os assuntos da *política nacional* surgem como o tema mais tratado pelos comentadores e/ou especialistas independentemente do sexo;
- A análise da programação dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI entre 2018 e 2019, permite identificar que cerca de 730 horas, o equivalente a 1 % do total da programação emitida nesses anos, corresponde aos programas destinados à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários. Na CMTV não se identifica qualquer espaço autónomo de programação vocacionado para este propósito e não é uma obrigação específica do serviço de programas;
- A RTP2 destaca-se com a maior percentagem de tempo (4 %) e títulos de programas (9) para grupos minoritários e a promoção da diversidade cultural. Os restantes serviços de programas não ultrapassam os 0,5 % e os dois títulos de programas
- Os programas sobre diversas questões ligadas às comunidades de imigrantes e grupos étnicos sobressaem nos serviços de programas analisados, com exceção da RTP1 que apresenta apenas programas focados nas pessoas portadoras de deficiência. A RTP2 aborda várias dimensões da diversidade sociocultural, destacando-se um programa religioso (“A Fé dos Homens”) e outro sobre a atualidade em África (“Repórter África”). Os programas que procuram promover a inclusão das pessoas com deficiência estiveram mais presentes em 2018 e 2019 na RTP2, com quatro títulos de programas.

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

A legislação setorial (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, Lei da Imprensa e 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.

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.

Protagonistas e fontes de informação

No âmbito da monitorização sistemática de conteúdos informativos, atividade que desenvolve desde 2007, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre⁷ transmitida pelo operador público (“Telejornal”, RTP1, e “Jornal 2”, RTP2) e privados (“Jornal da Noite”, SIC, “Jornal das 8”, TVI, e “CM Jornal 20H”, CMTV) em 2021.

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-membros para a prevenção e combate ao sexismo, <https://rm.coe.int/168093b26a>

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).

Entre as várias dimensões consideradas, cujos resultados são apresentados no presente relatório de regulação, no capítulo “Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos”, caracteriza-se a diversidade e o pluralismo de protagonistas e das fontes das notícias, do ponto de vista do sexo percecionado.

- Tal como em anos anteriores, as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a protagonistas homens (72 %), enquanto a presença de mulheres é diminuta (19 %). Esta tendência é comum a todos os operadores, destacando-se os homens em todas as macrocategorias de protagonistas, estando as mulheres ausentes como protagonistas da área da *crença e religião* e presentes, de forma residual, nos *grupos minoritários, comunicação, urbanismo e população*;
- No conjunto das peças com protagonistas do sexo feminino destacam-se, por ordem decrescente do peso da macrocategoria, as representantes da área da *política nacional* (em particular os *ministros* como a Ministra da Saúde, Marta Temido) e, no âmbito da atividade partidária, sobressaem as líderes partidárias do BE e do PAN e as *cabeça de lista/candidatas*, no âmbito das eleições Presidenciais e Autárquicas em 2021), *saúde ação social* (representantes de organismos públicos da área da saúde, nomeadamente Graça Freitas, diretora-geral da Saúde e *médicos e técnicos especializados*), da ordem interna (em particular *vítimas e suspeitos de crimes e atos ilícitos através da presença nas peças de Maria de Jesus Rendeiro, mulher de João Rendeiro*, por suspeita de envolvimento no caso BPP) e *sociedade* (salientando-se os *familiares e moradores/habitantes*);
- 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, o Presidente da República, os cabeça de lista/candidatos* aos atos eleitorais ocorridos em 2021, nomeadamente as eleições Presidenciais e Autárquicas, o *Primeiro-ministro* e *ministros* das várias tutelas, sobressaindo o ministro da Administração Interna, Eduardo Cabrita), *desporto* (*atletas e técnicos desportivos*, em particular de futebol) e *ordem interna* (*vítimas, suspeitos de crimes e atos ilícitos e representantes de forças de segurança*);
- As peças com protagonistas de ambos os sexos provêm sobretudo da *sociedade (cidadãos)*, mas também da *ordem interna* (sobretudo *vítimas e suspeitos de crimes e atos ilícitos*) e *política nacional* (peças protagonizadas em simultâneo por *secretários gerais e presidentes* de mais do que um partido e *cabeças de lista/candidatos às eleições que decorreram em 2021*) com valores acima dos 10 %;
- As fontes⁸ consultadas na construção das narrativas mediáticas seguem a mesma tendência que os protagonistas, evidenciando-se as de sexo masculino (71 %). Entre estas, considerando as macrocategorias de análise, dominam as da *política nacional* (*governo, partidos políticos da oposição parlamentar e autarquias*), representando um total de 33 % das fontes consultadas. Com alguma expressão estatística, seguem-se ainda as fontes da área da *sociedade* (ex. *cidadãos adultos moradores/residentes, e familiares*), *desporto* (*associações e clubes desportivos*, em particular através dos seus treinadores e jogadores de futebol), *saúde e ação social* (*médicos/técnicos de saúde especializados na área, organismos públicos da área da saúde e ação social e serviços de saúde*) e *economia, finanças e negócios* (*pequenas e médias empresas, grandes empresas e grupos económicos e associações empresariais*);
- Já as fontes do sexo feminino representam cerca de 28 % das fontes consultadas, destacando-se as áreas da *sociedade* (*cidadãos adultos, moradores/residentes e familiares*), *política nacional* (*governo e partidos políticos da oposição parlamentar*) e *saúde e ação social* (*organismos públicos da área da saúde e ação social*, em particular a DGS e *médicos/técnicos de saúde especializados na área*). Em conjunto estas três áreas de fontes correspondem a 55 % das fontes do sexo feminino.

Em suma, à semelhança de anos anteriores, 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, em 2021, à *política nacional, saúde e ação social, ordem interna* e ao *desporto*, em particular ao futebol praticado por atletas homens.

⁸ A análise do sexo das fontes considera as três primeiras fontes de informação consultadas na peça. Para além das categorias de sexo observável, são consideradas as categorias «não identificável», sempre que não é possível identificar o sexo da fonte, por exemplo, em casos em que existe confidencialidade; e categoria «não aplicável» sempre que se trate de uma fonte não personificada (p. ex. «o Governo») ou documental (p. ex. «segundo o Diário de Notícias»). Para efeitos desta análise são apenas consideradas as fontes personificadas.

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. Em simultâneo, 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

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 residentes, estiveram a cargo de Pedro Adão e Silva e Pedro Norton, João Soares e Miguel Poiars Maduro na RTP1, Álvaro Costa e Felisbela Lopes na RTP2, Miguel Sousa Tavares e Paulo Portas na TVI, Luís Marques Mendes na SIC⁹.

No ano em análise, a RTP2 teve ainda como presença regular a Ana Isabel Xavier, no âmbito da análise da atualidade europeia. Para além dos habituais comentadores, no domínio dos assuntos sobre a pandemia gerada pelo vírus COVID 19, a CMTV contou com a presença do médico e deputado do PSD, Ricardo Batista Leite.

FIG. 1 SEXO DOS COMENTADORES E ESPECIALISTAS NOS NOTICIÁRIOS DE HORÁRIO NOBRE, 2021

Sexo Comentadores/especialistas	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Masculino	7	15	2	8	29
Feminino	-	5	-	1	5
Total	7	20	2	9	34

Nota: Consideram-se apenas os comentadores e especialistas nas peças analisadas, não sendo contabilizado o número de peças e edições em que estão presentes.

Em geral, 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* (diversos assuntos sobre a vida política), *saúde e ação social* (*funcionamento do sistema de saúde e epidemia/pandemia*) e *política internacional* (*conflitos armados e medidas dos governos no âmbito da pandemia*), *ordem interna* (*acidentes e catástrofes e incêndios*) e *cultura* (*eventos culturais*), acima das dez peças.

A presença das comentadoras é assegurada por Felisbela Lopes, no “Jornal 2”, nomeadamente em assuntos internacionais e na revista de imprensa, Ana Isabel Xavier na *política europeia*, Raquel Duarte em temas relacionados com a pandemia gerada pelo vírus COVID 19, Luísa Schmidt a propósito da Cimeira do Clima, em novembro de 2021, em Glasgow, e Esther Mucznik no dia da comemoração dos 76 anos da libertação de Auschwitz. Já no “CM Jornal 20H”, Diana Ramos, na rubrica “3 minutos” analisa vários temas da *política nacional*. Neste bloco informativo, na amostra analisada, também se identificaram as presenças de Tânia Laranjo e Rita Garcia Pereira em temas da *ordem interna* e de *desporto*.

9 Cfr. Relatório de Regulação 2021, em particular o capítulo “Rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis”.

FIG. 2 TEMAS ABORDADOS PELOS COMENTADORES E ESPECIALISTAS NOS NOTICIÁRIOS DE HORÁRIO NOBRE, SEGUNDO O SEXO, 2021

Temas	Masculino	Feminino	Ambos os sexos	Total
Política nacional	42	4	1	47
Saúde e ação social	28	4	-	32
Política internacional	14	3	-	17
Ordem interna	14	-	1	15
Política europeia	7	4	-	11
Cultura	11	-	-	11
Desporto	9	-	1	10
Sistema judicial	8	-	-	8
Economia, finanças e negócios	7	1	-	8
Revista de imprensa	-	4	-	4
População	2	-	-	2
Comunicação	1	-	1	2
Ciência e tecnologia	2	-	-	2
Sociedade	2	-	-	2
Defesa	1	-	-	1
Educação	1	-	-	1
Ambiente	-	1	-	1
Total	149	21	4	174

Nota: Consideram-se as peças com a presença de comentadores e especialistas.

Produtores de informação: apresentadores e repórteres

Desde 2019, que a ERC tem vindo a analisar a presença de homens e mulheres na amostra de blocos informativos considerados no relatório de regulação, enquanto produtores de informação, em particular dos apresentadores das edições e jornalistas que narram as peças.

Nas edições consideradas na análise, predominam os apresentadores do sexo masculino, com exceção do “Jornal 2” e do “Jornal da Noite”. Em 2021, em algumas edições do “Jornal das 8”, a TVI optou pela presença de dois apresentadores, um dos quais dedicado à secção desportiva. Nesses blocos informativos observou-se a alternância entre apresentadores de sexo masculino e feminino na introdução da informação desportiva.

FIG. 3 SEXO DOS APRESENTADORES DOS NOTICIÁRIOS DE HORÁRIO NOBRE, 2021

Sexo Apresentador/a	“Telejornal” (RTP1)	“Jornal 2” (RTP2)	“Jornal da Noite” (SIC)	“Jornal das 8” (TVI)	“CM Jornal 20H” (CMTV)
Masculino	28	8	18	22	22
Feminino	2	22	12	2	8
Ambos os sexos	-	-	-	6	-
Total de edições	30	30	30	30	30

A narração da peça, muitas vezes da responsabilidade do repórter, esteve equilibrada entre narradores femininos e masculinos. No “Telejornal” salienta-se ligeiramente a presença de repórteres de sexo feminino na narração das peças. As peças dedicadas ao *desporto*, *política internacional* e *política europeia* são maioritariamente narradas por repórteres do sexo masculino. Já nas peças com assuntos de *educação*, *defesa*, *população* e *urbanismo* evidencia-se a narração por repórteres do sexo feminino.

A leitura da peça pelos pivôs de sexo feminino evidencia-se no “Jornal 2”. Embora em valores substancialmente inferiores, também se identificaram nas peças do “CM Jornal 20H”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8” a presença de conteúdos informativos exclusivamente narrados por apresentadores do sexo feminino.

FIG. 4 SEXO DO/A NARRADOR/A NOS NOTICIÁRIOS DE HORÁRIO NOBRE, 2020

Sexo narrador/a	“Telejornal” (RTP1)	“Jornal 2” (RTP2)	“Jornal da Noite” (SIC)	“Jornal das 8” (TVI)	“CM Jornal 20H” (CMTV)	Total
Masculino	37,8%	24,1%	45,1%	39,7%	38,6%	38,7% (1490)
Feminino	41,3%	20,6%	42,1%	38,4%	29,4%	35,4% (1365)
Ambos os sexos	0,7%	0,3%	0,6%	0,8%	0,4%	0,6% (22)
Apresentador masculino	19,5%	8,5%	5,0%	15,8%	20,9%	14,9% (576)
Apresentador feminino	0,7%	45,8%	7,1%	5,1%	10,8%	10,3% (398)
Total de peças	100% (712)	100% (378)	100% (813)	100% (856)	100% (1096)	100% (3855)



3. DELIBERAÇÕES SUBMETIDAS À APRECIÇÃO DO CONSELHO NO ÂMBITO DA DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL

Em 2021, a ERC publicou 27 deliberações¹⁰ relativas à discriminação de género, orientação sexual, étnico-racial e religiosa, tanto no âmbito de programas como na informação de diversos órgãos de comunicação social das quais 15¹¹ resultaram numa decisão de arquivamento por considerar que não estavam reunidos os elementos necessários à fundamentação dessas alegações de prática discriminatória. Nas restantes, o Conselho Regulador da ERC deliberou sensibilizar para:

- Que sempre que seja dispensável à compreensão da notícia a identificação da nacionalidade ou etnia de praticantes de crimes, se evite lançar sobre toda a comunidade um estigma que decorre das atividades criminosas ou socialmente reprováveis praticadas por alguns elementos, salvaguardando a comunidade como um todo¹²;
- A necessidade de acautelar situações que possam colocar determinadas comunidades em risco de desqualificação¹³;
- A adoção de mecanismos eficazes de controlo, prevenindo a publicação de comentários com linguagem insultuosa e ofensiva, de incentivo ao ódio e à violência, e de cariz discriminatório¹⁴;
- A necessidade de aprofundar a contextualização de notícias que possam gerar maior inquietação social¹⁵;
- Garantir a não transmissão de conteúdos que, de alguma forma, contribuam para a estigmatização de grupos sociais¹⁶.

O Conselho Regulador deliberou ainda:

- Considerar que comentários racistas e xenófobos em edições online ultrapassam o legítimo exercício da liberdade de expressão e, consequentemente, instar o órgão de comunicação social em causa a removê-los, bem como a adotar meios eficazes de controlo dos comentários dos utilizadores por forma a impedir a publicação de comentários racistas e atentatórios da dignidade da pessoa humana. Num dos casos, a Deliberação em causa foi remetida ao Ministério Público¹⁷.
- Instar o jornal a procurar diversificar as suas fontes de informação em todas as peças jornalísticas que o solicitem¹⁸.

O Conselho Regulador da ERC deliberou ainda instaurar dois procedimentos de contraordenação:

- Com fundamento no desrespeito do artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP e cláusula 11.1 do capítulo II do Plano Plurianual, “Operadores Privados de Televisão”, aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), em 30 de novembro de 2016, quanto à insuficiência de programação acompanhada por legendagem¹⁹.
- Por constatar que os comentários proferidos num programa de televisão, violaram o princípio da não-discriminação, exprimindo preconceitos sobre a orientação sexual do visado, contrários aos princípios constitucionalmente garantidos²⁰.

10 15 deliberações sobre discriminação étnica/racial, sete sobre discriminação de género incluindo questões LGBTQIA+, três sobre incapacidades/necessidades especiais, uma sobre discriminação religiosa e uma a propósito de comentários estigmatizantes para as pessoas veganas.

11 Cfr. ERC/2021/7 (PLU-NET); ERC/2021/238 (CONTJOR-I); ERC/2021/194 (CONTPROG-TV); ERC/2020/217 (CONTPROG-TV); ERC/2021/392 (CONTPROG-R); ERC/2021/238 (CONTJOR-I); ERC/2021/201 (CONTJOR-TV); ERC/2021/87 (CONTJOR-NET); ERC/2021/66 (CONTJOR-I); ERC/2020/245 (CONTPROG-TV); ERC/2020/210 (CONTPROG-TV); ERC/2020/168 (CONTPROG-TV); ERC/2021/238 (CONTJOR-I); ERC/2021/154 (CONTJOR-I); ERC/2021/66 (CONTJOR-I). Seis deliberações por discriminação com base no género; sete por discriminação étnica/racial; uma por discriminação com base na religião; uma por alegada estigmatização de pessoas com autismo.

12 ERC/2021/222 (CONTJOR-NET); ERC/2021/10 (CONTJOR-I); ERC/2020/250 (CONTJOR-NET); ERC/2021/327 (CONTPROG-TV).

13 ERC/2021/222 (CONTJOR-NET).

14 ERC/2021/312 (CONTJOR-NET); ERC/2021/241 (CONTJOR-NET); ERC/2021/291 (CONTJOR-NET).

15 ERC/2021/358 (CONTJOR-NET).

16 ERC/2021/327 (CONTPROG-TV).

17 ERC/2021/291 (CONTJOR-NET).

18 ERC/2021/360 (CONTJOR).

19 ERC/2020/184 (PROG-TV).

20 ERC/2020/103 (CONTPROG-TV).

4. ATIVIDADES E ANÁLISES ESPECÍFICAS

DIVULGAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS PARA A DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL NOS *MEDIA*

Em 2021, a ERC participou em várias iniciativas promovidas por outras instituições a propósito das suas competências de salvaguarda da diversidade sociocultural nos *media*:

- Participação na Sessão de Trabalho sobre a temática Cultura e *Media* do Grupo de Trabalho para a Prevenção e o Combate ao Racismo e à Discriminação, criado nos termos do Despacho n.º 309-A/2021, de 8 de janeiro, no dia 8 de março. Esta auscultação inseriu-se no âmbito dos trabalhos de preparação do relatório com contributos e recomendações para as políticas públicas em matéria de prevenção e combate ao racismo e à discriminação étnico-racial, a ser apresentado pelo Grupo de Trabalho ao membro do Governo responsável pela área da cidadania e da igualdade;
- ACM, I.P. – CICDR | Relatório Anual sobre a Situação da Igualdade e Não Discriminação – Lei n.º 93/2017, de 23 de agosto: Resposta a pedido de informação ao abrigo do princípio de cooperação previsto no n.º 1 do artigo 25.º da Lei 93/2017, de 23 de agosto, da Alta Comissária para as Migrações e Presidente da Comissão para a Igualdade e Contra a Discriminação Racial para integrar o Relatório anual daquela entidade, respeitante ao regime jurídico de prevenção, proibição e combate à discriminação racial e étnica;
- Colaboração com o CES – Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra com vista à realização do “*Fundamental Rights Report 2021*” da Agência para os Direitos Fundamentais da União Europeia (FRA). O CES solicitou à ERC informação sobre as atividades, medidas e iniciativas desenvolvidas em 2021 relativamente às questões do racismo, xenofobia, intolerância e integração da *população* portuguesa cigana e para prevenir a discriminação, os crimes de ódio e o discurso de ódio, nomeadamente no que diz respeito à pandemia de COVID 19;
- Em setembro de 2021 a ERC foi convidada a integrar a equipa de especialistas do projeto europeu, integrado no Observatório Europeu do Femicídio, “FEM - *United: Unidos/as para prevenir o femicídio na Europa*”, conduzido em Portugal pela UMAR e pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto. A ERC participou em três reuniões de trabalho que tinham como objetivo apresentar estratégias de prevenção do femicídio e consciencialização do público, em diversas dimensões, resultado do desenvolvimento do projeto. Para além de Portugal, participaram no projeto Alemanha, Chipre, Espanha e Malta.

GRUPOS DE TRABALHO INTERNACIONAIS SOBRE *MEDIA* E GÉNERO

- No quadro das relações internacionais destaca-se, em 2021, que a ERC continua a integrar o grupo de trabalho sobre “Género e *Media*” da [Rede de Instâncias Reguladoras do Mediterrâneo](#) (RIRM). Neste domínio, está a realizar o projeto “A presença do *desporto* feminino nas notícias e nos programas desportivos”, cuja divulgação de resultados está prevista para o final de 2022. São objetivos deste projeto analisar a presença e representações das modalidades desportivas praticadas por mulheres na informação diária, nos programas desportivos e de informação desportiva e nas transmissões de eventos desportivos.

DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC¹ consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados² e a sua apreciação representa uma parte significativa dos processos tramitados neste regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

Sucintamente, pode dizer-se que tem **direito de resposta** quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa fama e tem **direito de retificação** quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto na Lei de Imprensa, na Lei da Rádio e na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à Internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenha com a situação concreta em causa (a um jornal *online* aplicar-se-á a Lei da Imprensa, por exemplo)³. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na Internet, só estão sujeitos

¹ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

² Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

³ Com exceção do caso das rádios

, situação para a qual o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da Rádio (artigo 84.º da Lei da Rádio).



à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado Português⁴.

A ter em conta na apreciação de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta é a Diretiva da ERC 2/2008, sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

Os **recursos** interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica⁵ e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em tempo útil. É por essa razão que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC, solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso, deve ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido»⁶.

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do Recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recursos, ou seja, «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»⁷. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de processo de contraordenação, que cabe à ERC instruir⁸.

No presente capítulo, procuraremos agregar o trabalho desenvolvido pela ERC em matéria de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta em 2021.

2. QUESTÕES MAIS FREQUENTES EM 2021

Não cabendo aqui explicar o regime aplicável ao direito de resposta e de retificação, importa destacar algumas das questões que se revelaram mais controvertidas ao longo de 2021.

Um fundamento identificado em vários dos recursos analisados (11 procedimentos) respeita à convicção de que o texto respondido não integra palavras ou expressões suscetíveis de ofenderem a honra dos Respondentes, questionando a própria **existência do direito de resposta**. Sobre este ponto é de salientar que a análise de tal suscetibilidade cabe, em primeira linha, aos Respondentes, apreciação essa que deve ser ponderada por critérios de razoabilidade.

De modo semelhante, tendo sido este um dos fundamentos para recusa mais invocado em 2021, vários órgãos de comunicação social recusaram a publicação de direitos de resposta por acreditarem que não é possível que seja exercido relativamente a um texto inicial rigoroso, construído com respeito por todas as regras deontológicas do jornalismo. Ora, o direito de resposta consiste numa oportunidade de dar a sua perspetiva sobre uma dada situação a quem sinta que o seu bom-nome ou reputação saíram lesados de um texto ou imagem publicados ou transmitidos num órgão de comunicação social. E tal pode ser feito de várias formas, tanto contradizendo diretamente os factos em questão, como apresentando elementos adicionais ou uma versão diferente da questão, por exemplo⁹.

⁴ Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

⁵ Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC

⁶ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

⁷ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC

⁸ Artigo 24.º, n.º 3, alínea ac) dos Estatutos da ERC.

⁹ Note-se que as questões de rigor e de respeito pelas regras deontológicas do jornalismo, a apreciar pelo Conselho Regulador da ERC, na sequência de queixas e participações de iniciativa oficiosa, escapam à lógica do direito de resposta, não sendo este a sede própria para a sua análise.



Por vezes foi também recusada a publicação de um direito de resposta por se duvidar da **relação direta e útil** entre o texto inicial e a resposta¹⁰ (11 procedimentos). Neste ponto, cumpre notar que essa relação decorre de uma apreciação sobre a globalidade do documento e que só quando a resposta seja de todo alheia ao tema em causa e seja irrelevante para desmentir, contestar ou modificar a impressão causada pelo texto inicial é que pode ser recusada com esse fundamento¹¹.

A recusa com base na **extensão** excessiva da resposta foi também um fundamento recorrentemente, invocado em pelo menos oito dos recursos apreciados em 2021. Ora, o texto de resposta não deve exceder 300 palavras ou o número de palavras do texto que lhe deu origem, tanto na imprensa como na rádio¹². Na televisão, a resposta ou a retificação não podem exceder o número de palavras do texto que lhe deu origem¹³. No caso de a resposta ser mais extensa, o tratamento da questão depende do meio de comunicação social em causa. Na imprensa, prevê-se expressamente a possibilidade de o respondente pagar a publicação da parte em excesso pelo valor equivalente ao da tabela de publicidade comercial redigida do periódico¹⁴. Na rádio e na televisão, o operador deve, nas 24 horas seguintes ao conhecimento do texto, convidar o interessado a encurtar o texto. Só quando o respondente não o faça dentro das 48 horas seguintes é que o operador pode recusar a divulgação da totalidade do texto¹⁵.

Outro dos fundamentos mais invocado ao longo de 2021, em dez procedimentos, foi a alegação de erros processuais, seja extemporaneidade, envio ou receção não comprovada, endereçamento do pedido a pessoa diversa do diretor de programação ou informação do órgão de comunicação social visado¹⁶.

A este respeito, importa sublinhar ser fundamental a diligência e zelo por parte do Respondente, impondo-se que garanta o envio por meio que comprove a sua receção pelo destinatário, que o dirija à pessoa do diretor do jornal ou, no caso da rádio ou televisão, ao diretor de programação ou informação, consoante a natureza do conteúdo em causa, mas acima de tudo que o faça atempadamente e preferencialmente o mais rapidamente possível após a divulgação da peça respondida. É ainda de referir que, para melhor compreensão do pedido, não só deve ser claramente invocado o direito de resposta, como bem delimitado o texto que se pretende ver publicado, incluindo o título, por forma a evitar que as missivas dirigidas aos órgãos de comunicação social sejam indevidamente interpretadas como texto de resposta ou não seja perceptível o que se pretende ver publicado¹⁷.

Por outro lado, é de salientar que, quando as leis setoriais referem a necessidade de identificação do autor do texto não se trata, necessária ou obrigatoriamente, de apresentar o cartão de identificação do Respondente, mas antes o nome completo e morada. Todavia, e **em casos de fundadas suspeitas** pelo órgão de comunicação social quanto à identidade ou legitimidade do Respondente, pode aquele requerer a apresentação de cartão de identificação ou documento que legitime a sua intervenção, mas tal não é obrigatório nem a sua ausência, por si só, pode fundamentar a recusa de publicação ou divulgação do direito de resposta.

¹⁰ A resposta ou a retificação encontram-se limitadas, entre outros, pela sua relação direta e útil com o texto que lhe deu origem (artigo 25.º, n.º 4, Lei da Imprensa, artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio e artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão).

¹¹ Neste sentido, Cf. acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 13.10.2009 (Processo 576/09.7TBBNV.L1).

¹² Artigo 25.º, n.º 4, da Lei de Imprensa e artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio.

¹³ Artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão.

¹⁴ Artigo 26.º, n.º 1, da Lei de Imprensa.

¹⁵ Artigo 68.º, n.º 2, da Lei da Televisão e artigo 62.º, n.º 2, da Lei da Rádio.

¹⁶ Artigo 67.º da Lei da Televisão; artigo 61.º da Lei da Rádio e artigo 25.º da Lei de Imprensa

¹⁷ A este propósito v. Deliberação ERC/2020/188(DR-NET) e Deliberação ERC/2021/215(DR-NET)

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Para efeitos do presente capítulo, serão tidos em conta alguns dos processos que entraram ainda no final de 2021 e que, por conseguinte, são aqui contabilizados para efeitos de recursos entrados na ERC, mas apenas foram concluídos no ano subsequente, sendo a análise das respetivas conclusões efetuada no relatório de 2022, assim como, na contabilização das deliberações emitidas, todas as aprovadas em 2021, ainda que resultantes de procedimentos iniciados no final de 2020.

Ao longo do ano em análise, deram entrada na ERC 45 recursos de direito de resposta ou de retificação, seis dos quais apenas foram concluídos em 2022. Foram proferidas 46 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador, sendo que, destas, oito são reportadas a processos que deram entrada no final de 2020. É de assinalar o aumento de recursos apresentados em 2021, por comparação com o ano anterior, durante o qual foram interpostos apenas 30 recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta. Tal aumento refletiu-se igualmente no número de deliberações aprovadas relativamente a 2020, ano durante o qual foram decididos 31 recursos.

Dos 45 processos entrados em 2021, dois foram arquivados por inutilidade superveniente, na sequência de acordo entre as partes, e por falta de impulso processual do requerente.

À semelhança do que foi feito nos relatórios anteriores, apresenta-se de seguida uma análise das **deliberações** adotadas, procurando identificar algumas tendências verificadas nestes recursos no ano em questão.

Em 2021, constatou-se uma alteração da tendência dos anos anteriores, assinalando-se uma redução acentuada dos recursos apresentados contra operadores de televisão. Na imprensa de expansão nacional verificou-se um aumento, relativamente ao ano anterior, da percentagem de recursos apresentados, de 24 %, em 2020, para 31 %, em 2021. A imprensa de expansão local e regional apresenta números próximos do ano precedente, de 24 %, em 2020, para 23%, em 2021 (ver Figuras 1 e 2). Assistiu-se a um aumento de recursos apresentados contra publicações periódicas *online*, perfazendo um total de 25 % dos órgãos de comunicação social visados, por comparação aos 10 % registados no ano anterior. À semelhança dos anos anteriores, foi reduzida a percentagem de recursos sobre direito de resposta ou de retificação na rádio (2 %).

FIG. 1 - TIPO DE MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL RECORRIDO

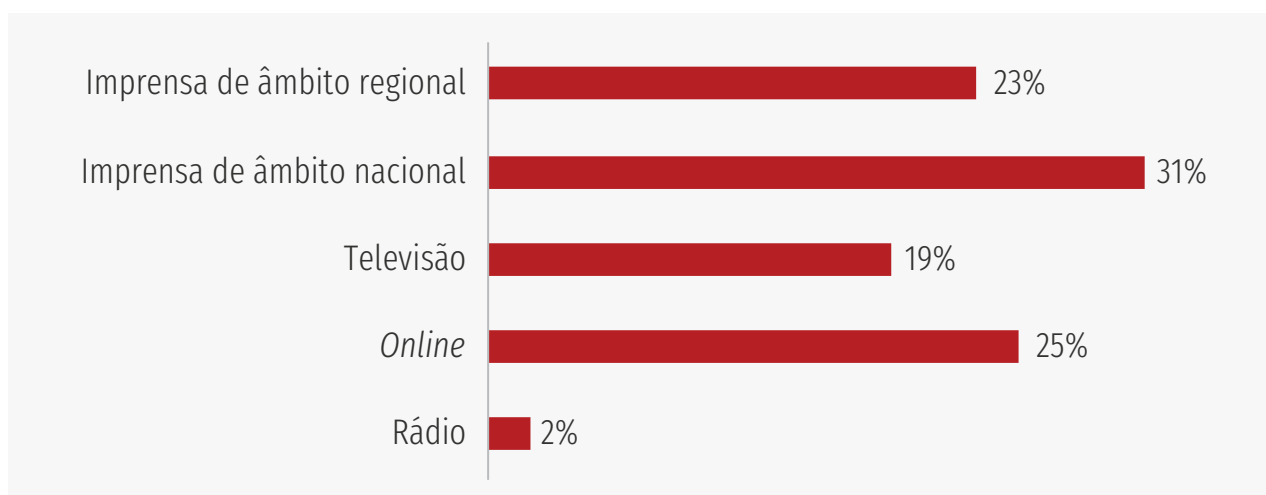
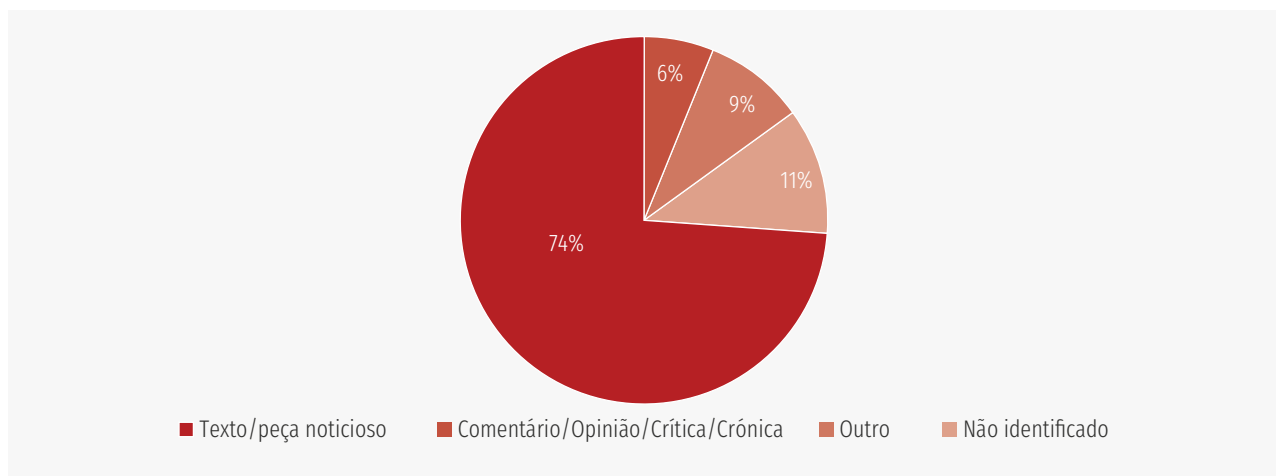


FIG. 2 - IDENTIFICAÇÃO DO NOME DO MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL RECORRIDO

Órgão de Comunicação Social Recorrido	N.º de Recursos	%
Sábado	7	15%
Observador	5	10%
Visão	4	8%
RTP1	4	8%
Expresso	4	8%
Novo Semanário Original e Livre	3	6%
7 Margens - Diário Digital de Religiões, Espiritualidade e Culturas	2	4%
Jornal de Barcelos	2	4%
A Comarca de Arganil	2	4%
SIC Notícias	2	4%
Polígrafo	1	2%
Público	1	2%
Antena 1 Açores	1	2%
TV Município de Paços de Ferreira	1	2%
Correio da Beira Serra	1	2%
Rádio Renascença	1	2%
Nascer do SOL	1	2%
O Ilhavense	1	2%
O Regional	1	2%
O Tabuense	1	2%
SIC	1	2%
TVI	1	2%
TVI24	1	2%
Total	48¹⁸	100%

No que respeita ao género jornalístico que motivou a apresentação destes recursos, verifica-se que a maior parte incidu sobre peças jornalísticas (74 %) (Figura 5). As peças de opinião/comentário originaram a apreciação de 11 % dos recursos, e as categorias “outros” e “não identificado” perfazem 15 % dos géneros analisados.

FIG. 3 - GÉNERO JORNALÍSTICO DA PEÇA/ARTIGO QUE ORIGINOU O RECURSO



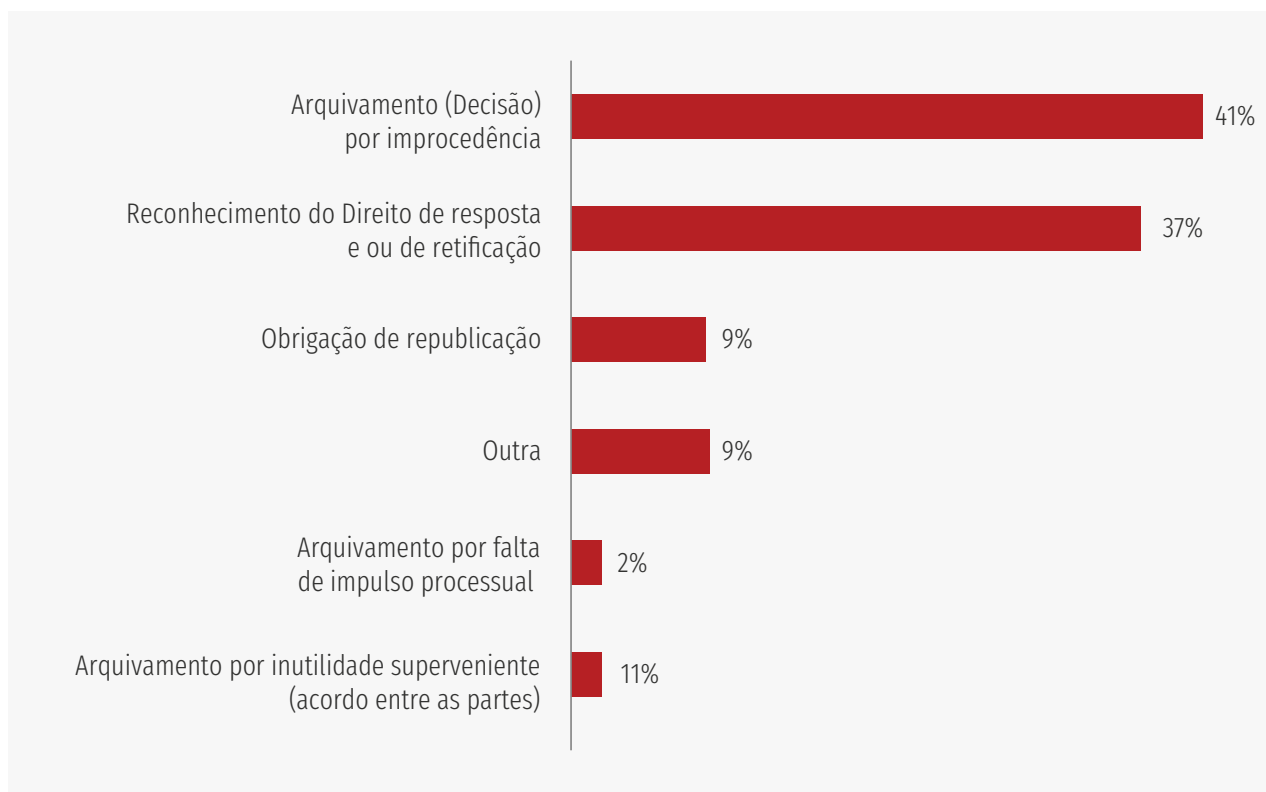
¹⁸ Dois dos recursos apresentados visavam dois serviços de programas distintos, mas do mesmo operador, a saber: SIC e SIC Notícias, detidos pela SIC, S.A., e TVI e TVI24, detidos pela TVI, S.A., daqui resultando uma discrepância entre o número de deliberações aprovadas e o total de órgãos de comunicação social visados

Sobre este ponto, realça-se que os direitos de resposta e de retificação podem incidir sobre todos os géneros jornalísticos, incluindo os espaços de comentário, relativamente aos quais, amiúde, é sustentado pelos órgãos de comunicação social que se trata de um mero exercício de liberdade de expressão e crítica. Ora, não se trata, no âmbito da apreciação dos recursos na ERC, de limitar tal liberdade, livremente exercida aliás, mas tão-somente de permitir ao visado, pelas suas próprias palavras, transmitir a sua posição e visão sobre a questão ou factos divulgados, garantindo assim uma igualdade de armas entre quem tem acesso direto aos órgãos de comunicação social e neles livremente opina e os visados por essas mesmas opiniões e críticas, alcançando-se, preferencialmente, o mesmo público-alvo¹⁹.

Relativamente ao sentido das decisões proferidas pelo Conselho Regulador da ERC, destaca-se, em 2021, um aumento das decisões de arquivamento por improcedência, fundamentadas na extemporaneidade do exercício do direito, ilegitimidade do Respondente, falta de prévia tentativa de exercício, nos termos regulares, do direito de resposta junto do órgão de comunicação social visado e mesmo por se verificar, em alguns casos, que carecerem manifestamente de fundamento, seja por não se verificar ofensa ao bom-nome ou reputação ou por inexistir informação falsa, inexata ou incompleta que sustente a titularidade do direito (Figura 6):

- i) O arquivamento por improcedência (41 %);
- ii) O reconhecimento da pretensão do Recorrente, ou seja, o reconhecimento do direito (37 %) - e consequentemente, a determinação da sua publicação/transmissão;
- iii) A obrigação de republicação (9 %);
- iv) Outros (9 %).

FIG. 4 - SENTIDO DA DECISÃO



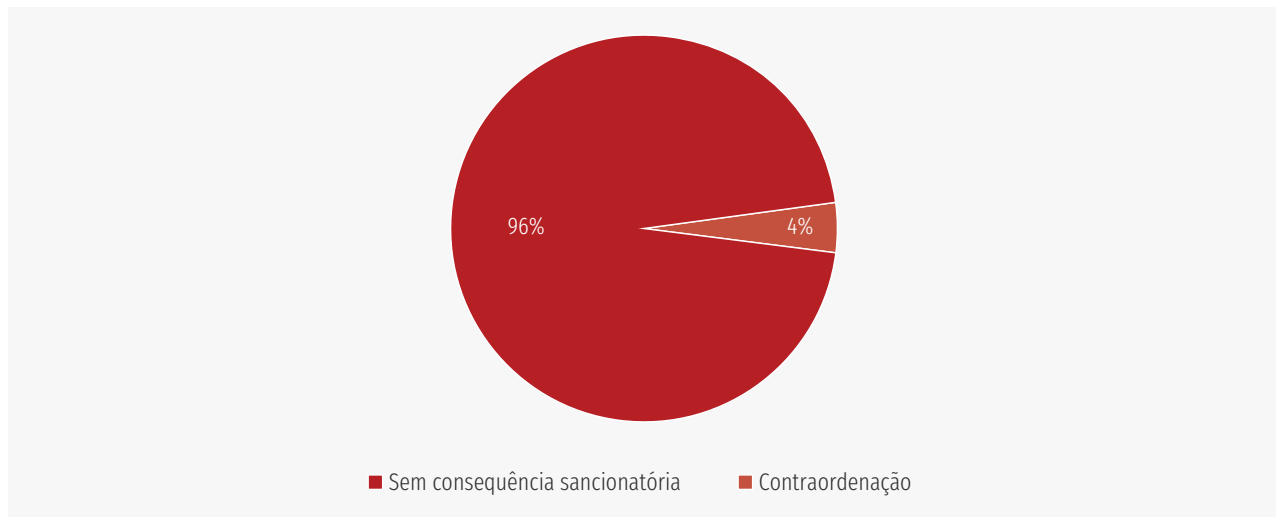
No ano em análise, um número significativo das deliberações da ERC foi no sentido do reconhecimento do direito de resposta ou de retificação, incluindo-se aqui as situações em que houve reconhecimento do direito, bem como as situações em que foi imposta a obrigação de republicação (46 % - 21 deliberações).

¹⁹ A este propósito v. Deliberação ERC/2022/31 (DR-TV) e Deliberação ERC/2022/34 (DR-TV) – Ambos os recursos entrados em 2021

Em quatro processos (9 %) o Conselho Regulador decidiu existir uma obrigação de republicação de uma resposta ou retificação deficientemente publicada antes do recurso (Figura 6).

Por último, em dois dos processos analisados pela ERC, em 2021, foi determinada a abertura de processos de contraordenação contra o proprietário do órgão de comunicação social, assinalando-se que numa das situações analisadas a abertura do procedimento contraordenacional foi motivada pelo incumprimento de deliberação anterior do Conselho Regulador da ERC que impunha a publicação (Figura 7).

FIG. 5 – CONSEQUÊNCIAS



A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC

1. VISÃO GLOBAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) foi criada pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e tem como função principal o exercício dos necessários poderes de regulação e de supervisão de todas as entidades que possam atividades de comunicação social em Portugal.

De forma a prosseguir os seus objetivos, a ERC é instituída, de acordo com o

artigo 1.º, n.º 2, dos seus Estatutos, como uma pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, com natureza de entidade administrativa independente que visa assegurar as funções que lhe foram constitucionalmente atribuídas, regendo-se pelo disposto nos seus Estatutos, pelas disposições legais que lhe sejam especificamente aplicáveis e, subsidiariamente, pelo regime aplicável aos institutos públicos, na prossecução dos princípios da legalidade e da especialidade.

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC o processamento e a aplicação de sanções pela prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social¹.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções².

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social³ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal⁴.

1 Artigo 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

2 Artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

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

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

2. DECISÕES EM PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO

Embora a caracterização e os dados estatísticos apresentados pretendam incidir essencialmente no ano de 2021, a presente análise irá abranger, sempre que se revele necessário, os anos de 2019 e 2020, tendo em vista apresentar uma caracterização o mais rigorosa possível sobre a atuação da ERC e a sua evolução em sede de procedimento contraordenacional.

Em 2021, o Conselho Regulador da ERC adotou 394 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).

FIG. 1 – COMPARATIVO ENTRE DELIBERAÇÕES ADOTADAS E DECISÕES PROFERIDAS EM PROCESSO CONTRAORDENACIONAL NO TRIÊNIO 2019 – 2021

	2019	2020	2021	TOTAL
Deliberações	350	261	394	1005
Decisão em Processo Contraordenacional	22	22	28	72

* Fonte: Base de dados interna da ERC

Do total mencionado na Figura 1, 28 correspondem a decisões finais proferidas no âmbito de procedimentos contraordenacionais, o que representa 7 % do total das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2021. Tais decisões respeitam a processos cuja abertura foi naturalmente iniciada em anos anteriores, mas a respetiva conclusão ocorreu durante 2021.

Em 2019 e 2020, registou-se o mesmo número de processos concluídos. Em 2021, assiste-se a um acréscimo de 27,3 % de processos terminados.

Do universo dos 72 processos decididos no período compreendido entre 2019 e 2021, 40 resultaram na aplicação de coima (56,5 %), em 14 processos (19,5 %) foi aplicada a sanção de admoestação e 17 processos foram arquivados (24 %), como se observa na Figura 2.

FIG. 2 – DISTRIBUIÇÃO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO POR TIPO DE SANÇÃO APLICADA NO TRIÊNIO 2019-2021 (ANO DE DECISÃO)

	2019	2020	2021	TOTAL
Arquivamento	1	6	11	17
Admoestação	6	4	4	14
Coima	15	12	13	40
TOTAL	22	22	28	72

* Fonte: Base de dados interna da ERC

No que concerne ao ano de 2021, do total das 28 decisões contraordenacionais adotadas pelo Conselho Regulador, 46,4 % dos processos culminaram na aplicação de coima (13 processos), 14,3 % resultaram em admoestação (quatro processos) e 39,3 % dos processos foram arquivados (11 processos).

No que concerne à aplicação da sanção de admoestação, em 2021 manteve-se a tendência do ano anterior (quatro processos). Por outro lado, em 2021 assiste-se a um acréscimo de 83,3 % de processos arquivados, relativamente a 2020.

Na maioria das situações, a sanção mais aplicada é a coima, sendo pouco significativos os casos de aplicação de outro tipo de sanção, nomeadamente a admoestação. Contudo, tendo por referência o triénio 2019-2021, verifica-se um aumento expressivo do arquivamento de processos.

Na maioria dos processos arquivados em 2021, estava em causa a prática de infração por ultrapassagem do tempo reservado à publicidade televisiva e à televenta, prevista e punida pelo artigo 40.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante, LTSAP)⁵. Contudo, esta lei foi objeto de alteração pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que aprovou um novo regime jurídico para o artigo 40.º, pela introdução de diferentes pressupostos de imputação objetiva através da utilização de um conceito de macroblocos de hora alargados no tempo.

A entrada em vigor da nova lei, teve consequências nos procedimentos contraordenacionais em curso nesta entidade administrativa, tendo suscitado a questão de aplicação no tempo de lei mais favorável que se traduz numa questão prévia de conhecimento oficioso⁶, o que conduziu à extinção da responsabilidade contraordenacional e, consequentemente, ao arquivamento desses processos.

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.⁷

Em 2021, o Conselho Regulador da ERC deliberou a aplicação de 13 (treze) coimas no valor global de 455 437,49 euros, conforme se indica:

1. Deliberação ERC/2021/22 (DR-TV-PC), de 20-01-2021 – coima de 37 500,00 euros;
2. Deliberação ERC/2021/46 (PUB-TV-PC), de 09-02-2021 – coima de 43 000,00 euros;
3. Deliberação ERC/2021/49 (PUB-TV-PC), de 09-02-2021 – coima de 30 000,00 euros;
4. Deliberação ERC/2021/95 (CONTJOR-PC), de 24-03-2021 – coima de 75 000,00 euros;
5. Deliberação ERC/2021/125 (DR-TV-PC), de 21-04-2021 – coima de 40 000,00 euros;
6. Deliberação ERC/2021/136 (PUB-I-PC), de 28-04-2021 – coima de 997,60 euros;
7. Deliberação ERC/2021/141 (SOND-I-PC), de 28-04-2021 – coima de 33 000,00 euros;
8. Deliberação ERC/2021/147 (PUB-TV-PC), de 05-05-2021 – coima de 75 000,00 euros;
9. Deliberação ERC/2021/191 (SOND-I-PC), de 23-06-2021 – coima de 24 939,89 euros;
10. Deliberação ERC/2021/277 (DR-I-PC), de 29-09-2021 – coima de 3 000,00 euros;
11. Deliberação ERC/2021/336 (DR-TV-PC), de 17-11-2021 – coima de 50 000,00 euros;
12. Deliberação ERC/2021/344 (CONTJOR-TV-PC), de 10-11-2021 – coima de 28 000,00 euros;
13. Deliberação ERC/2021/376 (SOND-I-PC), de 15-12-2021 – coima de 15 000,00 euros.

Devido à adoção de uma política sancionatória essencialmente pautada por preocupações de prevenção geral e especial, os montantes das coimas aplicadas pelo Conselho Regulador da ERC situam-se muito próximos do valor mínimo da moldura abstrata da coima aplicável a cada infração.

Não obstante, importa também ter em consideração que, por força da impugnação judicial da decisão condenatória, o valor das coimas pode ser objeto de redução pelo tribunal. Em 2021, do total das 13 decisões de aplicação de coima, nove foram objeto de recurso judicial. Por esta razão e por outras vicissitudes (por exemplo, pagamento da coima

⁵ 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.

⁶ Neste sentido, cf., a título meramente exemplificativo, Acórdão do Tribunal da Relação de Coimbra de 10-12-2008, processo n.º 341/03.STATNV-D.CI; Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 24-04-2014, processo n.º 178/09.8TYLSB.L2; Acórdãos do Supremo Tribunal Administrativo de 21-10-2015, processo n.º 1043/15-30 e processo n.º 0362/16, de 28-06-2017; Acórdão do Tribunal da Relação de Guimarães de 25-01-2021, processo n.º 179/15.9FAFG.2, todos acessíveis em www.dgsi.pt.

⁷ Artigo 50.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

em prestações ou aplicação do instituto de suspensão da coima), a receita efetivamente cobrada quanto a coimas durante o ano de 2021, é substancialmente menor do que o valor global acima referenciado, aplicado pelo Conselho Regulador.

No que respeita à abertura de processos de contraordenação, em 2021 registou-se um acréscimo bastante significativo no número de processos instaurados (43 %) comparativamente a 2020 (27 %) e 2019 (30 %), conforme se observa na Figura 3.

FIG. 3 – PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO ABERTOS NO TRIÉNIO 2019 – 2021

2021	40
2020	25
2019	28
TOTAL	93

* Fonte: Base de dados interna da ERC

As infrações que estão na origem da instrução dos processos de contraordenação em 2021 são de diversa natureza, estando em causa cinco diplomas aplicáveis ao exercício da atividade de comunicação social: registo das publicações periódicas, das empresas jornalísticas, das empresas noticiosas, dos operadores de rádio e dos operadores de televisão (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); a Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho); a Lei de Imprensa (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); a Lei da Rádio (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) e a 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, Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro).

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 2019 a 2021.

FIG. 4 – PESO RELATIVO DOS PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO POR ÁREA TEMÁTICA 2019-2021

Área Temática	2019	2020	2021	TOTAL
Artigo 2.º DRR	2	0	0	2
Artigo 8.º DRR	1	2	5	8
Artigo 13.º DRR	1	1	1	3
Artigo 27.º DRR	1	0	0	1
Artigo 17.º LI	0	0	0	0
Artigo 26.º LI	4	0	1	5
Artigo 28.º LI	2	3	1	6
Artigo 4.º LR	0	3	2	5
Artigo 26.º LR	1	0	0	1
Artigo 5.º LS	0	1	1	2
Artigo 7.º LS	1	2	2	5

Área Temática	2019	2020	2021	TOTAL
Artigo 21.º LTSAP	0	0	1	1
Artigo 27.º LTSAP	3	4	2	9
Artigo 29.º LTSAP	0	0	0	0
Artigo 33.º LTSAP	2	2	0	4
Artigo 34.º LTSAP	1	1	0	2
Artigo 40.º LTSAP	0	2	7	9
Artigo 41.º -A LTSAP	1	1	3	5
Artigo 43.º LTSAP	2	0	0	2
Artigo 68.º LTSAP	0	0	2	2
TOTAL	22	22	28	72

* Fonte: Base de dados interna da ERC

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).

A leitura do quadro da Figura 4 permite concluir que, no triénio 2019-2021, os processos relativos à violação do tempo reservado à publicidade televisiva e à tevenda (artigo 40.º, da LTSAP) assumiram uma maior preponderância, seguidos dos processos por incumprimento de averbamento das alterações supervenientes aos elementos constantes do registo (artigo 8.º, do Decreto Regulamentar dos Registos). Ainda relativamente a matéria de registos, em 2021 manteve-se a tendência verificada nos anos anteriores no que respeita ao início de atividade pelas entidades proprietárias de publicações periódicas antes de efetuar o registo na ERC (artigo 13.º, do Decreto Regulamentar dos Registos).

No que concerne à violação das regras de publicidade no meio imprensa, o ano de 2021 regista uma descida considerável no tratamento de processos nesta matéria relativamente aos dois anos anteriores.

Em 2021, a instrução de processos referentes à inobservância das regras de colocação de produto e ajuda à produção (artigo 41.º-A, da LTSAP) volta a ganhar preponderância e ainda no que se refere ao incumprimento das regras de publicação do direito de resposta, quer ao nível do meio imprensa (artigo 26.º, da LI), quer ao nível do meio televisão (artigos 68.º e 69, da LTSAP).

Por outro lado, em 2021 houve registo de um processo por inobservância do projeto aprovado no meio televisão (artigo 21.º, da LTSAP), o que não se verificou nos dois anos anteriores.

No que respeita a matéria de sondagens, em 2021 manteve-se a tendência registada em 2020, verificando-se o mesmo número de processos tratados quanto ao artigo 7.º, da LS.

À semelhança do ano anterior, em 2021 não se registou a instrução de processos em que estivessem em causa ilícitos no que respeita ao objeto do registo e início de atividade (artigos 2.º e 27.º, do DRR), ao estatuto editorial (artigo 17.º, da LI), à observância do projeto licenciado ou autorizado no meio rádio (artigo 26.º da LR), ao anúncio da programação (artigo 29.º, da LTSAP), ao direito a extratos informativos (artigo 33.º, da LTSAP), às obrigações gerais dos operadores (artigo 34.º, da LTSAP) e ao dever de preservação e entrega de gravação das emissões a pedido do Regulador (artigo 43.º, da LTSAP).

3. IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

Quanto ao recurso de impugnação judicial da decisão de aplicação de coima, o tribunal com competência especializada e territorial de âmbito nacional para conhecer das questões relativas a recurso, revisão e execução das decisões, despachos e demais medidas determinadas em processo de contraordenação pelas entidades administrativas independentes com funções de regulação e supervisão, nas quais se inclui a ERC, é o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (doravante, TCRS).

Por outro lado, quando existem indícios que possam eventualmente configurar a prática de crime, esses processos são necessariamente objeto de participação ao Ministério Público.

Da leitura da Figura 5 resulta que o ano de 2021 registou o mesmo número de decisões objeto de impugnação judicial que nos dois anos imediatamente anteriores.

FIG. 5 – DECISÕES IMPUGNADAS POR ANO 2019-2021

2021	9
2020	9
2019	9
TOTAL	27

* Fonte: Base de dados interna da ERC

Quanto às decisões de aplicação de coima proferidas pela ERC em processo contraordenacional durante 2021 e objeto de impugnação judicial, pela relevância do tipo de infração em causa, deixamos as seguintes referências:

- Decisão de aplicação de coima no valor de 37 500,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 41.º -A, n.ºs 3, 4 e 5 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), pela Deliberação ERC/2021/22 (DR-TV-PC), de 20 de janeiro de 2021. Por sentença datada de 12 de julho de 2021, proferida no âmbito do Processo n.º 90/21.2YUSTR, o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (TCRS) manteve a decisão administrativa, a qual foi confirmada por Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 16 de dezembro de 2021 (Processo n.º 90/21.2YUSTR.L1);
- Decisão de aplicação de coima no valor de 30 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 41.º -A, n.ºs 5, 6 e 7 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), pela Deliberação ERC/2021/49 (PUB-TV-PC), de 09 de fevereiro de 2021. Por sentença datada de 28 de outubro de 2021, proferida no âmbito do processo 89/21.9YUSTR, o TCRS reduziu a coima aplicada pela decisão administrativa para 22 000,00 euros, a qual foi confirmada por Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 24 de fevereiro de 2022;
- Decisão de aplicação de coima no valor de 24 939,89 euros à INFORMA D&B (Serviços de gestão de empresas) – Sociedade Unipessoal, Lda., pela Deliberação ERC/2021/191 (SOND-I-PC), de 23 de junho de 2021. Por sentença datada de 16 de dezembro de 2021, proferida no âmbito do processo n.º 123/20.0YUSTR, o TCRS absolveu a Arguida da prática da infração prevista e punida pelos artigos 5.º e 17.º, n.º 1, alínea d) da Lei das Sondagens, mas manteve a condenação da Arguida na prática da infração prevista e punida pelos artigos 3.º e 17.º, n.º 1, alínea a) do citado diploma, tendo aplicado uma coima no valor de 15 000,00 euros;
- Decisão de aplicação de coima no valor de 40 000,00 euros à RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. por violação dos artigos 68.º, n.ºs 1 e 2, e 69.º, n.º 1 da LTSAP, pela Deliberação ERC/2021/125 (DR-TV-PC), de 21

de abril de 2021. Por sentença datada de 08 de fevereiro de 2022, proferida no âmbito do processo n.º 131/21.3YUSTR, o TCRS procedeu à suspensão da coima aplicada, em metade e pelo período de um ano, nos termos do artigo 50.º do Código Penal (CP), aplicado por remissão do artigo 32.º do Regime Geral das Contraordenações e Coimas (RGCO), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de setembro, e com as alterações introduzidas pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

Por fim, no que se refere à apreciação das decisões judiciais proferidas pelo Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (TCRS) durante o ano de 2021, sublinhe-se a circunstância, já antes assinalada, da alteração à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, operada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.

Em termos práticos, e porque esta matéria começa a ser mais discutida na jurisprudência, embora ainda em escassa medida, a citada alteração conduziu à extinção da responsabilidade contraordenacional e, conseqüentemente, ao arquivamento dos processos em instrução na ERC, em que estava em causa a prática de infração ao artigo 40.º da LTSAP.

Isto porque, em matéria contraordenacional, vigora por imperativo constitucional e legal a regra da aplicação da lei mais favorável ao arguido – Cf. artigos 29.º, n.º 4 da Constituição da República Portuguesa (doravante, CRP), e 3.º, n.º 2 do Regime Geral das Contraordenações e Coimas (doravante, RGCO)⁸ – daí que o facto de estarem em causa nos processos infrações praticadas em data anterior à da entrada em vigor da Lei nova, não constitui obstáculo a essa aplicação se esta lei se revelar mais favorável.

Nesse sentido, destacamos o recurso de impugnação judicial interposto em maio de 2021 pela SIC – Sociedade de Comunicação, S.A. contra a Decisão ERC/2021/46 (PUB-TV-PC), de 09 de fevereiro de 2021, que aplicou coima de 43 000,00 euros. Esta sentença foi proferida apenas em 06 de maio de 2022, no âmbito do processo 91/21.0YUSTR, tendo a Arguida sido absolvida da prática de duas infrações ao artigo 40.º da LTSAP.

Com efeito, neste caso, ao tempo da prática dos factos (2015), vigorava a redação originária do artigo 40.º da Lei da Televisão, na versão que lhe foi dada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (que aprovou a Lei da Televisão, a qual regula o acesso à atividade de televisão e o seu exercício, assim como a oferta ao público de serviços audiovisuais a pedido) e que era a seguinte:

«Artigo 40.º

Tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda

- 1 - O tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à televenda, **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.
- 2 - Excluem-se dos limites fixados no número anterior as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televenda, bem como a promoção de produtos conexos, ainda que não sejam próprios, directamente relacionados com os programas dos operadores televisivos.
- 3 - Os blocos de televenda devem ter uma duração ininterrupta de, pelo menos, quinze minutos.» [realce e sublinhado nossos]

O artigo 40.º da LTSAP incide sobre o tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda cujo regime jurídico sofreu alterações legislativas introduzidas pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, na sequência da Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que procedeu à alteração da Diretiva

⁸ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de setembro, e com as alterações introduzidas pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

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).

Por conseguinte, a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (doravante, nova LTSAP), a qual entrou em vigor em 17 de fevereiro de 2021, vem transpor para ordem jurídica interna a citada Diretiva (EU) 2018/1808 e consequentemente, procede à quinta alteração da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, que aprovou a Lei da Televisão, passando o artigo 40.º a ter a seguinte redação:

«Artigo 40.º

Tempo reservado à publicidade televisiva e à tevenda

- 1- O tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à tevenda, **tanto no período compreendido entre as 6 e as 18 horas, como no período compreendido entre as 18 e as 24 horas, não pode exceder 10 % ou 20 %** consoante se trate, respetivamente, de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura.
- 2- Excluem-se dos limites fixados no número anterior:
 - a) Os blocos de tevenda;
 - b) As mensagens do operador televisivo relacionadas com os seus próprios programas e com produtos acessórios deles diretamente derivados, ou com programas e serviços de comunicação social audiovisual de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo;
 - c) Os anúncios dos serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor caritativo transmitidos gratuitamente;
 - d) Os anúncios de patrocínio;
 - e) A colocação de produto e ajuda à produção;
 - f) Os quadros neutros entre o conteúdo editorial e os spots de publicidade televisiva ou de tevenda, e entre os vários spots.
- 3 - Os blocos de tevenda devem ter uma duração ininterrupta de, pelo menos, quinze minutos.
- 4 - É vedada a emissão contínua ou massiva de publicidade ou tevenda em detrimento da programação em termos equivalentes a uma concessão de exploração comercial deste espaço a terceiros.» [realce e sublinhado nossos]

Do confronto entre o anterior e o atual regime consignado no artigo 40.º da LTSAP, resulta desde logo evidente que a tipicidade objetiva do ilícito em causa foi substancialmente modificada, porquanto foi introduzido um novo paradigma para efeitos de determinação da ultrapassagem do tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à tevenda, que passou a ser aferida por referência a dois blocos horários, designadamente entre as 6 e as 18 horas e entre as 18 e as 24 horas, tendo sido abandonado o método de contabilização por via ao período compreendido entre duas unidades de hora.

No que respeita à percentagem, nos serviços de programas de acesso não condicionado livre (como é o caso do operador SIC), com a nova LTSAP a percentagem manteve-se nos 20 %, mas agora na proporção dos períodos horários em questão, ou seja, 144 minutos (2h e 24m), no bloco das 6 às 18 horas, e 72 minutos (1h e 12m), no bloco das 18 às 24 horas. Quanto aos serviços de programas televisivos de acesso condicionado, a percentagem manteve-se nos 10 %, mas agora também na proporção dos períodos horários em questão, ou seja, 72 minutos (1h e 12m), no bloco das 6 às 18 horas, e 36 minutos, no bloco das 18 às 24 horas.

Desta feita, as condutas imputadas ao operador televisivo SIC no processo de contraordenação em apreço, pela emissão de publicidade por tempo superior a 12 minutos por unidade de hora, não têm atualmente amparo sancionatório, porquanto a lei passou a adotar o conceito de macroblocos alargados no tempo em substituição das unidades de hora, sendo absolutamente irrelevante que o operador faça “deslizar” parte do tempo de publicidade para a unidade de hora seguinte, desde que o limite de 20 % nos blocos de hora das 6h-18h e das 18h-24h seja efetivamente respeitado.

O atual regime do artigo 40.º da LTSAP é manifestamente mais favorável aos operadores televisivos, uma vez que permite uma gestão ou distribuição da publicidade com maior discricionariedade e autonomia, podendo, em bom rigor, concentrá-la em apenas algumas unidades de hora, sem a preocupação de não exceder os 12 minutos por hora antes consagrados na LTSAP, o que anteriormente lhes era vedado.

Assim, impõe-se fazer operar o regime mais benéfico ao arguido, considerando o conteúdo estipulado no artigo 40.º da nova LTSAP face ao princípio constitucional da aplicação da lei mais favorável previsto no artigo 29.º, n.º 4, da CRP e de que o artigo 3.º, n.º 2, do RGCO constitui, neste âmbito, consagração expressa, nos termos do qual «Se a lei vigente ao tempo da prática do facto for posteriormente modificada, aplicar-se-á lei mais favorável ao arguido, salvo se este já tiver sido condenado por decisão definitiva ou transitada em julgado e já executada».

Este aproveitamento da lei sancionatória mais favorável «baseia-se na conclusão de que se, em resultado da mudança de concepções jurídicas, se promulga uma lei menos severa, é porque quis renunciar a uma repressão que já não tem utilidade e que seria injusto manter».⁹

Por conseguinte, no quadro legal atualmente em vigor, o TCRS considerou que a conduta do operador SIC que subjaz aos factos alegadamente censuráveis deixou de integrar a tipicidade do ilícito previsto no artigo 40.º da LTSAP, não podendo ser assacada qualquer responsabilidade contraordenacional, tendo sido dado provimento ao seu recurso, com a sua consequente absolvição.

Do conjunto das impugnações judiciais supra indicadas, cumpre destacar outra decisão, pela sua importância na consolidação interpretativa da lei, à qual dedicaremos algumas notas.

Trata-se da Decisão de aplicação de coima no valor de 37 500,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 41.º -A, n.ºs 3, 4 e 5 da LTSAP, pela Deliberação ERC/2021/22 (DR-TV-PC), de 20 de janeiro de 2021. Por sentença datada de 12 de julho de 2021, proferida no âmbito do Processo n.º 90/21.2YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa, a qual foi confirmada por Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 16 de dezembro de 2021.

Relativamente a esta matéria das comunicações comerciais audiovisuais, tem existido alguma controvérsia na distinção entre as figuras “colocação de produto” e “ajuda à produção” e, em particular, quanto ao conceito de “pagamento ou retribuição similar”.

Com efeito, no recurso de impugnação judicial interposto contra a citada deliberação condenatória da ERC, entre outras questões, o operador TVI defendeu a errada interpretação da lei pelo Regulador quanto aos conceitos de “colocação de produto” e de “ajuda à produção”, bem como a violação da Diretiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu, Diretiva 89/552/CE do Conselho Europeu e Diretiva 2010/13/EU do Parlamento Europeu e do Conselho.

Em concreto, no que tange à existência de uma situação de “colocação de produto” quando foram feitas referências à Malo Clinic, no âmbito da rúbrica “Portugal a Sorrir, sorrisos que mudam vidas”, na edição de 28 de agosto de 2013 do programa “Você na TV!”, a TVI sustentou que tal não sucedeu, mas antes ocorreu, no limite, uma situação de “ajuda à produção”.

Na análise e apreciação da impugnação judicial, o TCRS teve em consideração o artigo 41.º-A sob a epígrafe «Colocação de produto e ajuda à produção», na versão existente à data da prática dos factos, ou seja, anterior à data da

⁹ MANUEL SIMAS SANTOS e JORGE LOPES DE SOUSA, em “Contra-ordenações – Anotações ao Regime Geral”, Áreas Editora, 6.ª edição, 2011, p. 96.

alteração operada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020, por força do artigo 3.º do RGCO, na medida em que, tendo em conta o caso concreto e por comparação de regimes, o atual não se reveste mais favorável à arguida.

Sustentou o TCRS que «A versão dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020 (entrada em vigor em 19.02.2021 – vide artigo 13.º respectivo) ao artigo 41.º-A da LTV parte do pressuposto de que a colocação de produto é sempre admissível, com as excepções que nela são contempladas. A versão anterior (em vigor à data dos factos) partia do pressuposto oposto, ou seja, de que a colocação de produto era sempre proibida, existindo, contudo excepções. Porém, apesar daquele regime aparentemente mais permissivo, consideramos que, estando em causa a violação das regras que regulam a colocação de produto a que aludem os n.ºs 3 a 5 do dito artigo 41.º-A, no sentido de ter sido afectada a responsabilidade e a independência editorial do operador de televisão; de ter sido feito um encorajamento directo à compra de serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas ao serviço; e de ter sido feita uma concessão de relevo indevido ao serviço, designadamente mediante referências não justificadas por razões editoriais ou susceptíveis de induzir o público em erro em relação à sua natureza; e sendo essas regras similares tanto na versão da lei anterior como na actual, não existindo um tratamento mais favorável por parte da lei actual, é a lei que vigorava à data da prática dos factos que deverá ser aplicada, nos termos do artigo 3.º do RGCO».

Assim, analisando o quadro normativo em apreço, o n.º 3, do artigo 41.º-A, da LTSAP estipula que «O conteúdo dos programas em que exista colocação de produto e, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afectar a respectiva responsabilidade e independência editorial».

O número 4 do citado artigo dispõe que «Os programas que sejam objecto de colocação de produto não podem encorajar directamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços».

Por seu turno, o n.º 5 do mesmo preceito consagra que «A colocação de produto não pode conceder relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efectuada não seja justificada por razões editoriais ou seja suscetível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência».

É pressuposto da aplicação do referido quadro normativo que se esteja perante uma “colocação de produto”, que, nos termos do artigo 2.º, n.º 1, alínea d), da LTSAP, se traduz «na comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respectiva marca comercial, num programa, a troco de pagamento ou retribuição similar».

Por sua vez, define a alínea b), do n.º 1, do artigo 2.º, da LTSAP que é “Ajuda à produção” «a comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço num programa, a título gratuito».

Da citada sentença do TCRS, datada de 12 de junho de 2021, proferida no âmbito do Processo n.º 90/21.2YUSTR resulta que «o que distingue a figura da “ajuda à produção” da “colocação de produto” é, essencialmente, a gratuitidade ou onerosidade em que se fundam as inclusões ou referências a bens ou serviços. Enquanto na “ajuda à produção” essas inclusões ou referência são feitas de forma gratuita por quem faz a comunicação, já no caso da “colocação de produto”, são feitas a título oneroso. Essa onerosidade exprime-se pelo pagamento de uma quantia monetária (a lei fala em “pagamento”) ou através de uma outra prestação com expressão pecuniária (a lei fala, nesses casos, de “retribuição similar”)».

Considerou o TCRS que «o facto de se ter dado como provado que uma prestação era feita a troco de outra prestação permite concluir que cada uma das partes no negócio fez uma atribuição patrimonial que considerou retribuída ou contrabalançada pela atribuição da outra, independentemente de existir ou não um equilíbrio ou uma equivalência entre as duas prestações patrimoniais, não existindo da parte de nenhuma delas a vontade de fazer ou de receber uma qualquer liberalidade, considerando ambas as partes as atribuições patrimoniais como correspectivo uma da outra», pelo que «nesta medida, consideramos que existe uma onerosidade subjacente ao acordo que existia entre a Malo

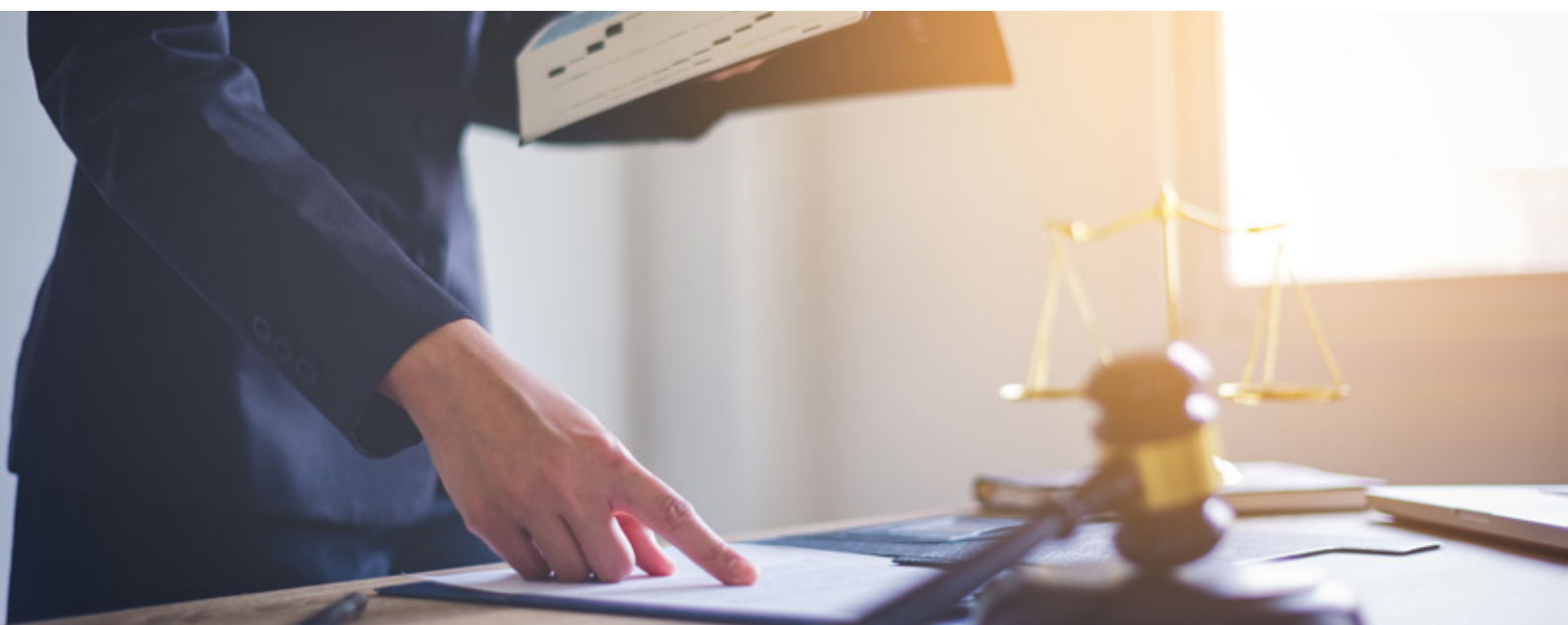
Clinic e a Recorrente, estando-se, pois, perante uma situação de “colocação de produto”, por apesar de não existir um pagamento em dinheiro, como provado, existiu uma retribuição similar».

Por seu turno, o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 16 de dezembro de 2021, veio confirmar a decisão de 1.ª instância, ao sustentar que «Conforme entendeu o Tribunal a *quo*, tal configura uma “colocação de produto”, que não observou as regras previstas no art. 41º-A n.ºs 3 a 5 em virtude de ter ficado demonstrado que naquele programa televisivo foram feitas alusões reiteradas e ostensivas à Clínica Maló e tratamentos dentários ali efectuados, sendo concedido um “relevo indevido” à respectiva marca e serviços prestados pela clínica, não podendo tais alusões ser justificadas por razões editoriais (cf. art. 2º/1 cc) da LTV). Acresce que essas alusões ou referências foram feitas em troca de “retribuição similar” (a pagamento), como claramente se extrai do facto provado nº 13 (acordo existente à data dos factos entre a TVI e a clínica Maló que se manteve por sete anos, no âmbito do qual esta clínica fornecia tratamentos gratuitos às pessoas seleccionadas que escreviam ao programa “Você na TV!” a troco das referências à «Maló Clinic» para a promover no programa, tendo a arguida interesse na divulgação das imagens do tratamento da paciente referida nos factos provados).

Assim, ao contrário do sustentado pela recorrente, fica afastada a subsunção do caso à figura da “ajuda à produção”, aderindo-se à (adequada) fundamentação vertida na sentença sobre este ponto. (...) Ao contrário do que defende a recorrente, e como já vimos, a decisão recorrida interpretou os conceitos legais nomeadamente o conceito de “colocação de produto”, de forma adequada e não restritiva (não se descortinando nas alegações de recurso as concretas razões que justificam as invocadas inconstitucionalidades), não podendo olvidar-se que as normas infringidas pela arguida visam salvaguardar, como bem jurídico fundamental a defesa dos consumidores».

Do mesmo modo, no que concerne ao argumento da violação da Diretiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu, Diretiva 89/552/CE do Conselho Europeu e da Diretiva 2010/13/EU do Parlamento Europeu e do Conselho, a posição da ERC encontra igualmente apoio no citado Acórdão, o qual consignou que «Como se refere na sentença recorrida (pág. 52), a nova Directiva veio liberalizar a “colocação de produto” em programas, tal como a Lei nacional na versão actual. Contudo, as regras para a “colocação de produtos” são similares, não se afigurando que contemple um regime mais favorável. Assim sendo, os limites continuam a existir na lei nacional (art. 41º-A da LTV). Ora, tendo-se considerado que a sentença recorrida interpretou correctamente a lei nacional, é forçoso concluir que decidiu também em consonância com as directivas europeias, mostrando-se despidiendas maiores considerações sobre este ponto».

Atendendo a tudo quanto se expôs, facilmente se concluirá que o resultado a que se chega com a solução apresentada por ambos os tribunais vem sufragar o entendimento defendido pelo Regulador, na esteira, aliás, do que tem sido a posição jurisprudencial sobre esta matéria.



4. CONCLUSÕES

Em 2021, a ERC decidiu 28 processos de contraordenação (mais 27,3 % relativamente ao ano anterior), dos quais, aproximadamente 46,4 % — o equivalente a 13 processos —, terminaram com a aplicação de coima num montante global de 455 437,49 euros.

Além dos 13 processos em que foram aplicadas coimas, 14,3 % resultaram em admoestação (quatro processos) e 39,3% dos processos foram arquivados (11 processos).

As principais infrações sancionadas estiveram relacionadas com as seguintes matérias:

- Alterações supervenientes ao registo (artigo 8.º, do DRR);
- Início de atividade pelas entidades proprietárias de publicações periódicas antes de efetuar o registo (artigo 13.º, do DRR);
- Regras a observar na divulgação ou interpretação de sondagens (artigo 7.º, da Lei das Sondagens);
- Inobservância do projeto aprovado (artigo 21.º, da LTSAP);
- Direito de resposta na imprensa (artigo 26.º, da LI) e na televisão (artigos 68.º e 69-º, da LTSAP);
- Tempo reservado à publicidade televisiva e à tevêvida (artigo 40.º, da LTSAP);
- Inobservância das regras de colocação de produto e ajuda à produção (artigo 41.º -A, da LTSAP).

Durante o ano de 2021, a ERC procedeu à instauração de 40 novos processos de contraordenação (mais 43 % do que no ano anterior), com base em procedimentos oficiosos, relatórios dos serviços de fiscalização da ERC e informação recebida através de participações ou queixas. Na generalidade das situações está em causa o mesmo tipo de infrações verificadas nos processos decididos.

O quadro legal do processamento das contraordenações prosseguido pela ERC está em perfeita consonância com a natureza e sentido do ilícito de mera ordenação social e, por outro lado, com as especificidades próprias do mercado da comunicação social, acompanhando o entendimento jurisprudencial que tem vindo a ser produzido nas diversas matérias.

DIREITO A EXTRATOS INFORMATIVOS – ATUALIZAÇÃO DOUTRINAL E JURISPRUDENCIAL

1. VISÃO GLOBAL

A temática do direito a extratos informativos já constituiu objeto de referência e análise relativamente abrangente em anteriores Relatórios de Regulação da ERC¹.

Trata-se de matéria em que o Conselho da Europa assumiu papel precursor através do artigo 9.º da Convenção Europeia sobre Televisão Transfronteiras² e da adoção da Recomendação n.º R (91) 5 sobre o direito a extratos (informativos) relativos a acontecimentos de particular importância objeto de direitos exclusivos para a sua transmissão televisiva num contexto transfronteiras³.

1 Cf. "Relatório de Regulação 2014", volume I, pp. 64-67, e "Relatório de Regulação 2017", volume I, pp. 85-90.

2 Adotada em 5 de maio de 1989, a Convenção entrou em vigor em 1 de maio de 1993 e foi objeto de revisão em 9 de setembro de 1998, através de um Protocolo de Alteração adotado pelo Comité de Ministros.

3 Adotada pelo Conselho de Ministros do Conselho da Europa em 11 de abril de 1991.

No plano da União Europeia, esta matéria obteve acolhimento normativo formal apenas em 2007, aquando da segunda alteração introduzida à Diretiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de outubro de 1989⁴, sendo objeto de subsequente incorporação na Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (versão codificada), em 2010⁵.

No nosso direito interno, a disciplina aplicável aos extratos informativos foi delineada pela primeira vez na Lei da Televisão de 1990⁶, sofrendo modificações de maior ou menor monta em diplomas posteriores⁷, até à configuração que consta do artigo 33.º da atual Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante, LTSAP)⁸.

Consabidamente, impendem sobre o regulador dos media responsabilidades neste particular, normativamente refletidas nos artigos 8.º, alíneas a) e j), e 24.º, n.º 3, alíneas c) e t), dos seus Estatutos⁹, e nos artigos 33.º e 93.º da LTSAP.

Está em causa matéria cuja observância se afigura de considerável importância para o legislador nacional, atentas as consequências previstas no plano sancionatório para a violação das regras estabelecidas no artigo 33.º da LTSAP.

- Assim, a violação de condições e limites atinentes ao direito a extratos informativos (artigo 33.º, n.º 4) e a restrição, sob certas premissas, da inclusão de extratos informativos em serviços audiovisuais a pedido (artigo 33.º, n.º 5), constituem contraordenações graves, em abstrato puníveis com coima de montantes situados entre os 20 000 e os 150 000 euros, sendo estes limites reduzidos a metade em caso de negligência (artigo 76.º, n.º 1, alínea a), e n.º 3);

- Por sua vez, a proibição de oposição à transmissão de extratos informativos relativos a eventos realizados em território nacional (artigo 33.º, n.º 1), bem como o incumprimento do dever de disponibilização do sinal para efeitos de extratos informativos por parte de titulares de direitos exclusivos de transmissão de eventos ocorridos fora do território nacional (artigo 33.º, n.º 3), constituem contraordenações muito graves, em abstrato puníveis com coima de montantes situados entre os 75 000 e os 375 000 euros, sendo estes limites reduzidos a metade em caso de negligência (artigo 77.º, n.º 1, alínea a), n.º 3);

- Enfim, em caso de inobservância do direito de acesso para extratos informativos a que se refere o artigo 33.º, n.º 1, da LTSAP, por parte de um serviço de programas que já tenha sido objeto de duas contraordenações da mesma gravidade, prevê o artigo 82.º, n.º 1, deste diploma legal, a possibilidade da **revogação do título habilitador** detido por esse mesmo serviço de programas televisivo.

Dão-se por assimilados os principais aspetos e questões versados com maior ou menor profundidade nos relatórios de regulação supracitados, designadamente os objetivos subjacentes à arquitetura do direito aos extratos informativos, os limites legais colocados ao seu exercício, as variadas dificuldades interpretativas e a assinalável carga de conflitualidade suscitadas pelo artigo 33.º da LTSAP vigente, mormente do seu n.º 4, e grosso modo centradas na exata determinação do seu âmbito de aplicação (material e territorial), na concreta extensão do direito em causa, e na natureza disponível ou indisponível de várias das suas disposições. Como igualmente se dá por adquirida a problemática mais especificamente abordada no relatório de regulação referente a 2017, e reportada a incidências da final do Campeonato da Europa de Futebol UEFA 2016¹⁰.

A revisitação desta matéria quatro anos volvidos, justifica-se à luz de alguns desenvolvimentos registados nos planos doutrinal e jurisprudencial e, bem assim, na conveniência em assinalar a revogação de uma Diretiva¹¹ adotada em 2014 pelo Conselho Regulador então em funções e cuja vigência ao longo de quase sete anos procurou servir de meio orientador interpretativo na matéria em referência.

4 Cf. artigo 3.º-K e os considerandos 38 a 41 da Diretiva n.º 2007/65/CE, do Parlamento e do Conselho, de 11 de dezembro.

5 Cf. artigo 15.º e os considerandos 55 a 57 da Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de março de 2010. A matéria não sofreu quaisquer alterações na revisão operada a este instrumento normativo pela Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho de 14 de novembro de 2018.

6 Cf. artigo 16.º, n.º 2, da Lei n.º 58/90, de 7 de setembro, entretanto objeto de significativas alterações pela Lei n.º 95/97, de 23 de agosto.

7 Cf. artigo 26.º da Lei n.º 31-A/98, de 14 de julho; o artigo 29.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto; e o artigo 33.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, com a redação introduzida pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril.

8 V. nota anterior. A Lei n.º 27/2007 conheceu ainda alterações por via da Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (retificada pela Declaração de Retificação n.º 2-A/2021, de 18 de janeiro), embora o seu artigo 33.º se tenha mantido inalterado.

9 Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e publicados em anexo a esta.

10 Relatório de Regulação 2017, volume I, cit.

11 Diretiva 1/2014, de 21 de maio de 2014, «sobre exercício do direito a extratos informativos e a utilização de imagens sujeitas a direitos exclusivos de transmissão televisiva», entretanto revogada pela Deliberação ERC/2021/65 (OUT), de 3 de março de 2021.

2. DESENVOLVIMENTOS DOUTRINAIS RECENTES

Desde a adoção do último relatório sobre a matéria (2017), a ERC adotou seis deliberações¹², nenhuma das quais foi até à data objeto de impugnação graciosa ou contenciosa por parte dos visados:

DELIBERAÇÃO ERC/2018/138 (DJ), de 6 de junho de 2018

Queixa da Avenida dos Aliados, S.A., contra o Gil Vicente Futebol Clube

O caso analisado pelo Conselho Regulador versou sobre uma queixa apresentada pelo operador Avenida dos Aliados, S.A., titular do serviço de programas Porto Canal, contra o Gil Vicente Futebol Clube.

De acordo com os termos da queixa, em 16 de maio de 2015, um funcionário do Denunciado, invocando o cumprimento de ordens expressas da sua Direção, teria denegado aos jornalistas da Queixosa o acesso ao recinto desportivo onde se iria realizar um desafio de futebol entre as equipas do FC Porto e Gil Vicente, cuja cobertura informativa aqueles jornalistas pretendiam assegurar, e que aliás e para tanto se encontravam já devidamente credenciados. Subjacente à denegação de acesso estaria a circunstância de os jornalistas pretenderem entrar no recinto desportivo com o seu próprio equipamento de gravação e filmagem, para exclusivos efeitos de realização de uma reportagem para inclusão do respetivo extrato informativo no telejornal do Porto Canal, tendo-lhes sido comunicado que não podiam obter qualquer imagem do jogo, pelo que teriam de deixar o material no exterior do estádio.

O clube denunciado apresentou uma versão alternativa aos factos enunciados pela Queixosa, porquanto teria dado permissão para a gravação do evento pelo período necessário para a elaboração do extrato informativo. Ora, os repórteres do Porto Canal, teriam exigido a gravação de todo o jogo e, tendo sido informados de que só estavam autorizados a gravar os minutos legais e estritamente necessários, abandonaram as instalações do clube, de livre e espontânea vontade.

Das declarações do clube denunciado resulta, assim, a um tempo, a admissão implícita da denegação indevida do direito de acesso aos jornalistas referidos e do desconhecimento dos contornos mais básicos por que se rege o regime relativo aos extratos informativos. Com efeito, a equipa de reportagem da queixosa, já devidamente credenciada, deveria ter tido a oportunidade de, querendo, gravar todo o jogo, com o seu equipamento (artigo 33.º, n.º 2, 2.ª parte, da LTSAP), com vista a poder, posteriormente, do conjunto das filmagens realizadas, seleccionar então os extratos informativos considerados editorialmente relevantes, dentro do limite legal de duração (artigo 33.º, n.º 4, da LTSAP).

Face ao exposto, o Conselho Regulador concluiu pela restrição indevida, pelo Denunciado, do direito a extratos informativos, como previsto nos n.ºs 1 e 2 do artigo 33.º da LTSAP e nos n.ºs 1 e 2 do art.º 10.º do Estatuto do Jornalista (EJ)¹³, factualidade essa indiciadora de responsabilidade contraordenacional, nos termos do artigo 77.º, n.º 1, al. a), da LTSAP. Contudo, reconhecendo que os factos apurados configuravam também a eventual prática de um crime de atentado contra a liberdade de informação, à luz do disposto no artigo 19.º do EJ, determinou a remessa do processo ao Ministério Público, nos termos e para os efeitos do artigo 20.º do Regime Jurídico do Ilícito de Mera Ordenação Social¹⁴, para apuramento da eventual responsabilidade criminal do Denunciado.

¹² Sem incluir neste universo a Deliberação ERC/2021/65 (OUT), de 3 de março de 2021, objeto de referência autónoma *infra*.

Naturalmente, desta contabilidade são também excluídos outros casos analisados pela ERC, mas que não chegaram a ser objeto de uma deliberação do regulador, por os intervenientes nos diferendos terem entretanto colocado termo aos processos, por sua própria iniciativa.

¹³ Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro.

¹⁴ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e objeto de várias alterações, a última das quais introduzida pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

DELIBERAÇÃO ERC/2018/164 (OUT-TV), de 25 de julho de 2018**Queixa da Sporting Comunicação e Plataformas, S.A., contra a CMTV**

O Conselho Regulador considerou improcedente uma queixa apresentada pela Sporting Comunicação e Plataformas, S.A., proprietária do serviço de programas Sporting TV, contra o serviço de programas televisivo CMTV, propriedade da Cofina, S.A., que sustentava no caso ter existido violação do disposto no artigo 33.º da LTSAP em razão da utilização indevida e não autorizada de imagens, pela CMTV, de uma conferência de imprensa realizada após um jogo da Liga NOS e transmitida em direto pelo serviço de programas Sporting TV.

Conquanto não tenha ficado demonstrada, no caso, a autorização da queixosa para o uso de imagens pela CMTV, conforme por esta alegado – concretamente, uma autorização de uso do sinal de emissão em direto relativamente ao evento em causa –, nem por isso daí se retirava, sem mais, a verificação dos pressupostos de aplicação do artigo 33.º da LTSAP, quer pela natureza do evento em causa (cuja suscetibilidade de constituir objeto de direitos exclusivos não seria de todo evidente), quer pela própria natureza do modo de utilização, no caso, das imagens da queixosa pela denunciada, uma vez que «não se pode reconhecer na emissão simultânea de imagens um exercício equiparável ao da emissão de extratos, porquanto estes, independentemente do meio por que tenham sido obtidos, cedência de imagens ou de utilização do sinal, correspondem a um trabalho jornalístico de seleção de excertos de um determinado espetáculo ou evento, a um trabalho editorial, o que não se pode dizer acerca da mera captação do sinal ocorrida no presente caso».

DELIBERAÇÃO ERC/2018/239 (DJ), DE 7 DE NOVEMBRO DE 2018**QUEIXA DE AVENIDA DOS ALIADOS, S.A., CONTRA ABC BRAGA ANDEBOL, SAD**

Este caso, que teve por intervenientes a Avenida dos Aliados, S.A., enquanto queixosa e proprietária do serviço de programas Porto Canal, e a ABC Braga Andebol, SAD, enquanto denunciada, apresenta significativas semelhanças com o caso apreciado e decidido pela supracitada Deliberação ERC/2018/138 (D), de 6 de junho de 2018.

Também aqui jornalistas da Queixosa viram denegado o acesso a um recinto onde se realizaria um evento desportivo (no caso, um jogo de andebol entre as equipas da ABC Braga Andebol, SAD e FC Porto, agendado para 6 de dezembro de 2017), cuja cobertura informativa esses jornalistas pretendiam assegurar, e que aliás e para tanto se encontravam já devidamente credenciados. Subjacente à denegação de acesso estaria a invocação, por um administrador da denunciada e em representação desta, de que não poderia apurar a veracidade das credenciais apresentadas, apesar de, entretanto, esta ter sido confirmada pelo Delegado de Jogo, a pedido dos jornalistas da queixosa. Os jornalistas da queixosa viram-se assim impedidos de aceder ao recinto desportivo e de aí efetivarem a captação das imagens pretendidas, única e exclusivamente para fins de caráter informativo.

Na ausência de qualquer oposição deduzida à queixa apresentada, seguiu-se o procedimento previsto no artigo 58.º, n.º 2, dos Estatutos da ERC.

Da apreciação dispensada ao caso, tornou-se evidente que a equipa de reportagem da Queixosa, estando credenciada, deveria ter podido aceder ao “Pavilhão Flávio Sá Leite”, com vista a proceder à gravação do evento desportivo que aí se realizaria à data e hora indicadas, com o seu equipamento (artigos 10.º, n.º 1 e 2, do EJ, e artigo 33.º, n.º 2, 2.ª parte, da LTSAP), por forma a poder, posteriormente, do conjunto das filmagens realizadas, selecionar então os extratos informativos considerados editorialmente relevantes, dentro do limite legal de duração (artigo 33.º, n.º 4, da LTSAP).

Face ao exposto, o Conselho Regulador concluiu pela restrição indevida, pelo Denunciado, do seu direito de acesso a locais públicos e do seu direito à emissão de extratos informativos, como previsto nos n.ºs 1 e 2 do artigo 10.º do EJ e nos n.ºs 1 e 2 do artigo 33.º da LTSAP, factualidade essa indiciadora de responsabilidade contraordenacional, nos termos do artigo 77.º, n.º 1, al. a), da LTSAP. Contudo, reconhecendo que os factos apurados configuravam também a eventual prática de um crime de atentado contra a liberdade de informação, à luz do disposto no artigo 19.º do EJ, determinou a remessa do processo ao Ministério Público, nos termos e para os efeitos do artigo 20.º do Regime Jurídico do Ilícito de Mera Ordenação Social¹⁵, para apuramento da eventual responsabilidade criminal do Denunciado.

¹⁵ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e objeto de várias alterações, a última das quais introduzida pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

DELIBERAÇÃO ERC/2021/232 (OUT-TV), DE 25 DE AGOSTO DE 2021**QUEIXA DA SPORT TV PORTUGAL, S.A. CONTRA O OPERADOR TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE, S.A.**

Na deliberação identificada foi apreciada e declarada procedente uma queixa apresentada pela Sport TV Portugal, S.A. (Sport TV), contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A. (TVI), por inobservância dos ditames legais impostos pelo artigo 33.º da LTSAP, no respeitante ao exercício do direito a extratos informativos relativos a um jogo de futebol disputado em 20 de março de 2021 entre Portimonense Futebol, SAD e a FC Porto, Futebol, SAD, integrado na Liga NOS (época desportiva 2020/21) e objeto de direitos exclusivos por parte da Sport TV.

No caso em exame, o Conselho Regulador confirmou a violação do disposto nas alíneas c) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP, por parte do serviço de programas generalista “TVI”, ao proceder à difusão de extratos informativos relativos ao evento referido utilizando imagens pertencentes ao detentor do exclusivo ainda no decurso do evento em causa (e, portanto, antes da cessação deste), e sem assegurar outrossim a devida identificação da fonte das imagens utilizadas para o efeito. Concomitantemente, foi determinada a abertura do correspondente procedimento contraordenacional, nos termos conjugados do disposto nos artigos 76.º, n.º 1, al a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, da LTSAP.

De destacar que, na sua defesa, e por um lado, veio o operador alegar que teria atuado no pressuposto de que, no momento em que procedeu à transmissão dos extratos do evento em causa, este já teria terminado. Ora, não só assenta na experiência comum a perceção generalizada de que um desafio de futebol pode ter, e muitas das vezes tem, uma duração superior aos 90 minutos regulamentarmente previstos para a sua realização, como é além disso inconcebível, para não dizer risível, que uma estrutura profissionalizada e experimentada como aquela em que assenta a atividade do operador TVI tenha iniciado um serviço informativo com uma notícia dedicada a um evento objeto de direitos exclusivos de outrem com base na “estimativa” de que tal evento já teria terminado (para mais, tendo esse mesmo operador noticiado e estando, portanto, e em primeira linha, inteirado de que o jogo em causa tinha sido a dada altura interrompido por um considerável período de tempo). Destarte, e para o regulador, constituiu ponto perfeitamente assente que a abertura de um serviço informativo com um apontamento noticioso dedicado a determinados incidentes ocorridos num evento desportivo objeto de direitos exclusivos de terceiros e ainda a decorrer correspondeu a uma opção editorial assumida.

Por seu turno, a alegação de que a transmissão dos ditos excertos teria ocorrido «ao arpejo das regras estabelecidas e comunicadas pela direção de informação da TVI aos seus jornalistas e responsáveis» é tese que não mereceu acolhimento por parte do Regulador na deliberação em causa, porquanto e desde logo o operador demandado não demonstrou minimamente a existência ou o concreto teor de tais regras, nem tão-pouco especificou de que modo, em que momento (s) e a quem especificamente teriam as mesmas sido dirigidas. Ademais, para além de clara delimitação da responsabilidade que, a nível interno, possa ser fixada relativamente a decisões editoriais tomadas em assuntos informativos (a qual, e em primeira linha, é assacável ao respetivo diretor), pela prática de factos no (s) serviço (s) de programas explorado (s) por um dado operador de televisão responde esse mesmo operador, nos termos do artigo 78.º, n.º 1, do mesmo diploma legal, não sendo para o efeito necessário indagar quem em concreto praticou ou omitiu a prática de determinado facto legalmente proibido ou devido¹⁶.

Por fim, considerou o Regulador que, no caso, o operador TVI não identificou devidamente a efetiva fonte das imagens transmitidas nos extratos, não satisfazendo assim o cumprimento do objetivo visado pela alínea d) do artigo 33.º da LTSAP, porquanto a *ratio* de proteção da norma em causa é «evidente e preclara no sentido em que se pretende que a utilização dos direitos exclusivos por operadores televisivos não gere qualquer equívoco, erro de perceção ou desvio de atenção sobre o respetivo titular do direito de transmissão, que deve ser identificado de modo imediato e direto»¹⁷. Objeto esse que, no caso, e claramente, não foi satisfeito.

¹⁶ V. a este propósito o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 11 de maio de 2019, disponível em www.dgsi.pt

¹⁷ Sentença do 1.º Juízo do Tribunal de Concorrência, Regulação e Supervisão de 5 de junho de 2019 (Proc. n.º 51/19.1YUSTR).

DELIBERAÇÃO ERC/2022/39 (OUT-TV), de 26 de janeiro de 2022**Queixa da Sport TV Portugal, S.A., contra a SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.**

Embora formalmente adotada já em 2022, justifica-se a inclusão desta deliberação no presente Relatório de Regulação por a mesma ter na sua base factos ocorridos em 2021.

Em causa estava uma queixa apresentada pela Sport TV Portugal, S.A. (Sport TV), contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A. (SIC), por inobservância, em duas situações distintas, dos ditames legais impostos pelas alíneas a) e d) do artigo 33.º da LTSAP, quanto ao exercício do direito a extratos informativos sobre eventos cujos exclusivos de transmissão eram propriedade da queixosa.

Numa das situações em exame, o operador denunciado, através do seu serviço de programas generalista SIC, difundiu, em 20 de maio de 2021, num dos seus programas informativos, imagens de um jogo de futebol disputado entre a Sporting Club de Portugal - Futebol, SAD e a Marítimo da Madeira, Futebol, SAD, objeto de exclusivos da queixosa, por um período largamente superior ao máximo legalmente autorizado.

Segundo o operador denunciado, a exibição excessiva das imagens relativas ao jogo de futebol identificado ter-se-ia devido a um «lapso circunstancial», além de que o evento em causa teria sido marcado por «diversas incidências», ditando um desvio «de reduzida expressão» de 28 segundos para além do legalmente permitido. Contudo, entendeu o Regulador que, numa estrutura organizacional como a da SIC, com vasta e comprovada experiência na matéria, e à luz das circunstâncias do caso e do conjunto de “incidências informativas” que o operador entendeu congregar no extrato transmitido, a situação assinalada não poderia plausivelmente entender-se como um «lapso circunstancial», mas antes como uma opção editorial do próprio operador, com as consequências inerentes.

Noutra das situações denunciadas, o mesmo operador, através do seu serviço de programas temático SIC Notícias, transmitiu, no dia 29 de maio de 2021, extratos do evento “Moto GP”, a partir do sinal emitido pela queixosa, titular do exclusivo, sem identificar convenientemente a fonte das respetivas imagens.

O próprio serviço de programas SIC Notícias reconheceu a ausência de identificação da respetiva fonte na transmissão de resumos do evento, e sublinhando que a situação foi «prontamente identificada e corrigida». Não obstante, certo é que não assegurou o objetivo primordial da identificação imediata e direta das imagens durante a primeira referência que fez ao evento objeto de direitos exclusivos, atentando por isso contra a *ratio* da proteção da norma da alínea d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP¹⁸, com isso prejudicando a queixosa, titular desses direitos, que incorreu em custos muito elevados para garantir a exclusividade dos mesmos.

Em conformidade, foi determinada a abertura do correspondente procedimento contraordenacional, nos termos conjugados do disposto nos artigos 76.º, n.º 1, alínea a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, da LTSAP.

DELIBERAÇÃO ERC/2022/74 (OUT-TV), de 3 de março de 2022**Queixa da Sport TV, S.A., contra a RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A.**

Apesar de adotada já em 2022, também a inclusão desta deliberação no presente Relatório de Regulação se justifica dado ter na sua base factos ocorridos em 2021.

Em causa estava uma queixa apresentada pela Sport TV Portugal, S.A. (Sport TV) contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP), denunciando a ocorrência, em dois serviços de programas deste operador, de várias situações subsumíveis à inobservância dos ditames legais impostos pelas alíneas a) e d) do artigo 33.º da LTSAP, quanto ao exercício do direito a extratos informativos sobre eventos cujos exclusivos de transmissão eram propriedade da queixosa.

¹⁸ Cf. a propósito a já referida Deliberação ERC/2021/232 (OUT-TV), de 25 de agosto, com remissão para a Sentença do 1.º Juízo do Tribunal de Concorrência, Regulação e Supervisão, de 5 de junho de 2019 (Processo n.º 51/19.1YUSTR).

Entre os dias 01 e 20 de agosto de 2021, o serviço de programas RTP Açores procedeu à difusão de resumos informativos relativos a eventos objeto de direitos exclusivos de transmissão televisiva, todos eles envolvendo a participação do CD Santa Clara em três competições desportivas diversas, e excedendo claramente, em todos os casos, os 90 segundos legalmente consagrados como limite máximo.

O operador denunciado pretendeu relativizar o número de casos detetados e denunciados, apontando-os como «ínfima amostra da totalidade dos extratos emitidos» (mais de seis mil por ano, segundo o próprio), sendo este um argumento que contudo não colhe, por «não significa[r] necessariamente que os demais [extratos emitidos] cumpram escrupulosamente os critérios e limites definidos e que não ocorram mais infrações ao longo do ano [em causa] que não foram objeto de queixa ou que simplesmente passaram despercebidas».

Como igualmente não procedeu a argumentação de que estariam em causa eventos com particularidades que determinaram uma «especial complexidade na condensação da informação transmitida ao público» e reportada, de resto, a matéria de elevado interesse jornalístico para a região, pelo que, no caso, existiria uma prevalência do direito a informar sobre os direitos exclusivos da queixosa, confrontando-se inclusive direitos dotados de diferente valia constitucional, com primazia para o direito a informar.

Na sua apreciação, o Conselho Regulador recordou a conciliação e equilíbrio essenciais consagrados no regime do artigo 33.º da LTSAP entre o direito à informação e os direitos fundamentais de iniciativa privada e de propriedade, fazendo notar que a ponderação e o equilíbrio dos interesses em jogo opera-se nos termos do disposto no n.º 4 daquele mesmo artigo, que para o efeito delimita as condições do exercício do direito a informar, impondo que os extratos informativos se limitem à duração estritamente indispensável à perceção do conteúdo essencial dos eventos e especificando que, em qualquer caso, esses extratos não poderão ultrapassar 90 segundos¹⁹, cabendo, assim, no caso concreto, ao operador denunciado, editar as suas peças televisivas de forma a cumprir o limite legal apontado, respeitando o legítimo direito de propriedade da queixosa.

Além do mais, e contrariamente ao também alegado pelo operador, os excessos assinalados não foram meramente tangenciais, tendo-se mesmo verificado num dos casos assinalados um excesso de 40 segundos ao limite legal permitido.

Sendo também de enjeitar qualquer pretensa equivalência entre o significado de infrações praticadas neste contexto com o nível (alegadamente reduzido) das audiências do serviço de programas que perpetra aquelas.

Igualmente objeto do crivo de apreciação do regulador foi a ausência de identificação conveniente da fonte de imagem, por parte do serviço de programas RTP 1, de um jogo de futebol integrado na competição na Liga Portugal Bwin, no dia 16 de agosto de 2021, em alguns extratos informativos relativos a esse jogo e transmitidos a partir do sinal emitido pela queixosa, titular do exclusivo de transmissão.

Alegou o operador demandado que a ausência de menção a “imagens de Sport TV” se deveu a um «lapso técnico», sendo de qualquer modo visível – e perceptível a um telespectador médio – em todas as peças exibidas as “palavras Sport TV” e, portanto, a pertença das imagens à queixosa. A verdade, porém, é que, no caso, o operador denunciado não logrou assegurar o objetivo primordial da identificação imediata e direta das imagens em três dos extratos informativos relativos ao evento em questão, com isso atentando contra a *ratio* da proteção da norma da alínea d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP²⁰, e assim prejudicando a queixosa, titular desses direitos.

Em consequência, foi determinada a abertura do correspondente procedimento contraordenacional, nos termos conjugados do disposto nos artigos 76.º, n.º 1, alínea a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, da LTSAP.

¹⁹ Cf. a propósito o artigo 15.º, n.º 6, da supracitada Diretiva 2010/13/UE, e o seu considerando 55.

²⁰ Cf. a propósito as já referidas Deliberações ERC/2021/232 (OUT-TV), de 25 de agosto, e ERC/2022/74 (OUT-TV), de 3 de março de 2022, com remissão para a Sentença do 1.º Juízo do Tribunal de Concorrência, Regulação e Supervisão, de 5 de junho de 2019 (Proc. n.º 51/19.1YUSTR).

3. DESENVOLVIMENTOS JURISPRUDENCIAIS RECENTES

Sendo inviável num trabalho desta natureza sintetizar e menos ainda detalhar o teor de todos os arestos produzidos nos últimos anos pelos nossos tribunais em matéria de extratos informativos, deixam-se os dados relativos aos mesmos para consulta dos interessados, sublinhando-se em todo o caso que a sucessiva jurisprudência produzida pelo Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém e pelo Tribunal da Relação de Lisboa, em regra, e no essencial, vem confirmando o sentido das posições defendidas e das decisões adotadas pela ERC neste particular, e em que pontificam como temáticas preferenciais as relativas à ponderação entre o direito à informação, o direito à propriedade e à iniciativa privada e o princípio geral de não locupletamento à custa alheia; o limite legal de 90 segundos relativo à duração dos extratos, o seu objeto e modo de contabilização; a natureza dos programas em que tais extratos podem ser transmitidos; e a identificação da fonte das imagens, quando estas têm origem no titular do exclusivo.

(i) Entre os casos impressionantes registados neste contexto, destaca-se desde logo a dificuldade litigiosa percorrida desde a adoção, pela ERC, em 2 de abril de 2014, da Deliberação 36/2014 (OUT-TV), na qual o Regulador declarou procedente uma queixa apresentada pela Sport TV contra a RTP, por utilização abusiva do direito a extratos informativos, consubstanciada no caso na violação das alíneas a), b) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP, determinando a abertura do correspondente processo contraordenacional contra o operador de serviço público, nos termos dos artigos 76.º, n.º 1, al. a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, daquele diploma legal.

Subsequentemente, por via da Deliberação ERC/2016/152 (OUT-TV-PC), de 29 de junho, veio a RTP a ser condenada no pagamento de uma coima única de 20 000 euros (vinte mil euros) pela prática de duas contraordenações, concretamente por violação das alíneas a) e d), do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP.

Desta decisão foi interposto pela RTP recurso para o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém (TCRS)²¹, o qual, confirmando embora a prática das contraordenações identificadas, reduziu para 15 000 euros (quinze mil euros) o montante da coima única inicialmente aplicada, por sentença de 24 de outubro de 2016.

A respeito da decisão precedente, a RTP recorreu perante o Tribunal da Relação de Lisboa (TRL), o qual, em 9 de fevereiro de 2017, anulou a decisão do TCRS, por entender que este supriu indevidamente uma nulidade da decisão administrativa precedente (falta de fundamentação da própria decisão), em vez de ter declarado a mesma e a ter reenviado à ERC para que esta a suprisse.

Nesta sequência, foi desencadeado novo processo contraordenacional, que culminou na Deliberação ERC/2017/110 (OUT-TV-PC), de 10 de maio, e condenada a RTP no pagamento de uma coima única de 20 000 euros (vinte mil euros) pela prática de duas contraordenações, referentes à violação das alíneas a) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP.

Uma nova impugnação judicial arguindo a nulidade da decisão administrativa foi interposta pela RTP para o TCRS, o qual, por sentença de 4 de outubro de 2017, e confirmando embora e uma vez mais a prática das contraordenações identificadas, reduziu para 12 500 euros (doze mil e quinhentos euros) o montante da coima única inicialmente aplicada.

(ii) Outro exemplo significativo é o que se retira da Deliberação 39/2014 (OUT-TV) adotada pela ERC, igualmente em 2 de abril de 2014, na qual o Regulador declarou parcialmente procedente uma queixa apresentada pela Sport TV contra a TVI, por utilização abusiva do direito a extratos informativos, consubstanciada no caso na violação das alíneas a), c) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP, determinando a abertura do correspondente processo contraordenacional contra o operador de serviço público, nos termos dos artigos 76.º, n.º 1, al. a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, daquele diploma legal.

Por via da Deliberação ERC/2019/3 (OUT-TV-PC), de 16 de janeiro de 2019, veio a TVI a ser ulteriormente condenada no pagamento de uma coima única de 30 000 euros (trinta mil euros) pela prática de três contraordenações, concretamente por violação das citadas alíneas a), c) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP.

21 Proc. 223/16.OYUSTR.

A TVI recorreu desta decisão para o TCRS, o qual, por sentença de 5 de junho de 2019²², e confirmando embora a prática das contraordenações identificadas, entendeu que as mesmas foram praticadas na forma negligente, reduzindo para 18 000 euros (dezoito mil euros) o montante da coima única inicialmente aplicada.

Inconformada, interpôs a TVI no recurso relativo à decisão precedente perante o Tribunal da Relação de Lisboa (TRL), o qual, por acórdão proferido em 5 de novembro de 2019, manteve a decisão recorrida nos seus precisos termos.

(iii) Novo exemplo clarificador no contexto aqui em apreciação é o que emerge da adoção, em 20 de junho de 2017, da Deliberação ERC/2017/137 (OUT-TV), na qual o regulador declarou parcialmente procedente uma queixa apresentada pela RTP contra o serviço de programas A Bola TV, propriedade da Vicra Comunicações, S.A., por utilização abusiva do direito a extratos informativos, consubstanciada no caso na violação das alíneas a) e b) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP, determinando a abertura do correspondente processo contraordenacional contra o operador de serviço público, nos termos dos artigos 76.º, n.º 1, al. a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, daquele diploma legal.

A referida deliberação foi, entretanto, objeto de impugnação por via de reclamação para o Regulador, requerendo a Vicra Comunicações que aquela decisão colegial fosse dada sem efeito, tendo essa pretensão sido declarada improcedente através da Deliberação ERC/2017/183 (OUT-TV), de 29 de agosto de 2017, com base nos motivos nesta explanados.

Entretanto, e por via da Deliberação ERC/2020/148 (OUT-TV-PC), de 29 de julho de 2020, veio a Vicra Comunicações a ser condenada no pagamento de uma coima de 23 000 euros (vinte e três mil euros) pela prática de uma contraordenação, por violação dolosa da alínea a), do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP.

Ulteriormente, por sentença proferida em 27 de outubro de 2020, julgou o TCRS²³ improcedente um recurso apresentado pela TVI a respeito da decisão recorrida, mantendo-a nos seus precisos termos.

Entendeu a Vicra Comunicações recorrer ainda da sentença do TCRS para o TRL (Secção de Propriedade Intelectual e da Concorrência, Regulação e Supervisão), o qual, contudo, por acórdão de 23 de fevereiro de 2021, julgou totalmente improcedente o recurso apresentado, confirmando na íntegra a sentença recorrida.

(iv) Refira-se, enfim, como outro ilustrativo exemplo dos níveis de litigância a que a matéria *sub judice* ocasionalmente conduz, aquele ocasionado pela adoção da Deliberação ERC/2017/138 (OUT-TV), igualmente em 20 de junho de 2017, na qual o Regulador declarou parcialmente procedente uma queixa apresentada pela RTP contra o operador TVI, por utilização abusiva do direito a extratos informativos, traduzida no caso na violação das alíneas a), b) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP, determinando a abertura do correspondente processo contraordenacional contra este operador, nos termos dos artigos 76.º, n.º 1, al. a), 78.º, n.º 1, e 93.º, n.º 2, daquele diploma legal.

Também a TVI entendeu impugnar por via de reclamação “parte” da decisão de que fora objeto, considerando-a ilegal, por entender que o Regulador teria na ocasião recusado a abertura de um procedimento contraordenacional supostamente peticionado pela própria TVI contra a RTP, e requerendo ainda a abertura de um procedimento contraordenacional contra o operador de serviço público por alegada violação da alínea a), do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP. Ambas as pretensões foram declaradas improcedentes por via da Deliberação ERC/2017/182 (OUT-TV), de 29 de agosto de 2017, com base nos motivos nestas explanados.

Entretanto, e por via da Deliberação ERC/2020/128 (OUT-TV-PC), de 24 de junho de 2020, foi a TVI condenada no pagamento de uma coima única de 44 000 euros (quarenta e quatro mil euros) pela violação, a título doloso, das alíneas a), b) e d) do n.º 4 do artigo 33.º da LTSAP.

Recorreu a TVI desta decisão para o TCRS, o qual, por sentença de 4 de janeiro de 2021²⁴, e confirmando embora a prática das contraordenações identificadas, entendeu reduzir para 14 000 euros (catorze mil euros) o montante da coima única inicialmente aplicada.

22 Proc. 51/19.1YUSTR, já citado.

23 Proc. 248/20.1YUSTR.

24 Proc. 180/20.9YUSTR.

4. A REVOGAÇÃO DA DIRETIVA 1/2014, DE 21 DE MAIO DE 2014

A encerrar esta exposição, resta assinalar a adoção da Deliberação ERC/2021/65 (OUT), de 3 de março de 2021, por via da qual foi aprovada a revogação da supracitada Diretiva 1/2014, de 21 de maio de 2014, «sobre exercício do direito a extratos informativos e a utilização de imagens sujeitas a direitos exclusivos de transmissão televisiva», por, em síntese, se haver entendido que, decorridos quase sete anos desde a sua adoção, se encontravam reunidas todas as condições para uma mais disciplinada e conscienciosa interpretação do artigo 33.º da LTSAP²⁵.

Assinalou o Conselho Regulador que ao longo da vigência da Diretiva 1/2014 se consolidou uma coerente prática administrativa por parte do Regulador, a qual contribuiu para clarificar as regras da atividade dos operadores televisivos exercidas ao abrigo do disposto no artigo 33.º da LTSAP, bem como para a densificação de orientações próprias de padrões de boas práticas²⁶.

Por outro lado, e no mesmo período temporal, um conjunto de decisões jurisprudenciais vieram, de forma crítica e refletida, acrescentar densidade aos conceitos e regras que enformam toda a matéria objeto da Diretiva 1/2014, entendendo-se que esta, no contexto atual, deixou de pesar como contributo essencial para o tratamento da matéria relativa ao exercício do direito a extratos informativos, sendo ultrapassada pela atualidade da jurisprudência mais recente²⁷.

²⁵ Deliberação ERC/2021/65 (OUT), cit., n.º 5.

²⁶ Idem, n.º 2.

²⁷ Ibidem, n.ºs 3 e 4.

DIREITO DE ACESSO DOS JORNALISTAS - PERÍODO DE 2019 A 2021

1. VISÃO GLOBAL

O direito de acesso dos jornalistas à informação é um direito fundamental constitucionalmente protegido, integrando o núcleo da liberdade de imprensa [artigos 37.º, n.º 1, e 38.º, n.º 2, alínea b), Constituição da República Portuguesa].

Este direito é regulado no Estatuto do Jornalista, doravante EJ (artigos 6.º, alínea b), 8.º, 9.º e 10.º) e na Lei de Imprensa, doravante LI [artigo 22.º, alínea b)], e abrange o direito de acesso a fontes oficiais de informação, e o direito de acesso a locais abertos ao público para fins de cobertura informativa, extensivo aos locais que, embora não acessíveis ao público, sejam abertos à generalidade da comunicação social.

Não podem os jornalistas ser impedidos de entrar ou permanecer nos locais referidos quando a sua presença for exigida pelo exercício da respetiva atividade profissional, sem outras limitações além das decorrentes da lei (artigos 9.º e 10.º, n.º 1, do EJ).

Nos espetáculos ou outros eventos com entradas pagas em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos de acesso, poderão ser estabelecidos sistemas de credenciação de jornalistas por órgão de comunicação social, em condições de igualdade por quem controle o referido acesso (artigo 9.º, n.ºs 3 e 4, do EJ). Nestes casos, em que os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento (artigo 10.º, n.º 3, do EJ).

Em caso de desacordo entre os organizadores do espetáculo e os órgãos de comunicação social na efetivação dos direitos de acesso aos locais referidos, qualquer dos interessados pode requerer a intervenção prévia da ERC para arbitrar o litígio, tendo as suas deliberações natureza vinculativa e o seu não acatamento configurando crime de desobediência [artigo 10.º, n.º 4, do EJ, e artigo 39.º, n.º 1, al. a) da CRP, artigo 8.º, alíneas a) e d), e artigo 24.º, n.º 3, alínea t), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro].

Por outro lado, o regime sancionatório para a violação do direito de acesso dos jornalistas, prevê o crime de atentado à liberdade de informação, punido com pena de prisão até um ano ou com multa até 120 dias, ou, se o infrator for agente ou funcionário do Estado ou de uma pessoa coletiva pública e agir nessa qualidade, com prisão até dois anos ou com multa até 240 dias (artigo 19.º do EJ).

De notar que a apresentação de queixa à ERC após a realização do evento inviabiliza a efetivação coerciva do direito de acesso, limitando-se a intervenção do Regulador à apreciação de factos pretéritos e, sendo caso disso, à respetiva participação ao Ministério Público.

Nos relatórios de regulação de 2014, 2016 e 2018, a ERC fez um enquadramento desenvolvido e detalhado do regime do direito de acesso dos jornalistas, na vertente do acesso a fontes de informação e na vertente do acesso a locais públicos, explicitando a sua atividade regulatória nesta matéria, a que aqui se dá sequência.

No período agora considerado, a atividade regulatória da ERC desenvolveu-se nos seguintes eixos:

- Comunicado visando a garantia do direito de acesso dos jornalistas durante a pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e da declaração, e renovação, do estado de emergência em Portugal;
- Adoção de deliberação vinculativa em arbitragem de litígio e apreciação de queixas de órgãos de comunicação social sobre violação do direito de acesso dos jornalistas.

Acresce que, em março de 2021, o Conselho Regulador da ERC tomou conhecimento, com particular preocupação, do relatório enviado pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (doravante, CCPJ), circunstanciando ameaças à liberdade de informação durante o período eleitoral, o qual foi também apresentado ao Presidente da República, ao Presidente da Assembleia da República, ao Primeiro-Ministro, à Procuradora-Geral da República, à Provedora de Justiça, à Comissão Nacional de Eleições e ao Sindicato dos Jornalistas. Nessa ocasião, a ERC repudiou a presença de intimidações e ameaças sobre o trabalho jornalístico seja em que circunstância for, mantendo a expectativa de que as ocorrências relatadas tenham sido pontuais e sem desenvolvimentos futuros. Considerando o envio pela CCPJ à Procuradoria-Geral da República do referido Relatório, a ERC solicitou à CCPJ informação sobre eventuais decisões que a final venham a ser tomadas, designadamente, quanto às condutas ali relatadas suscetíveis de constituir ilícito criminal.



2. COMUNICADO SOBRE EXERCÍCIO DO DIREITO DE ACESSO DOS JORNALISTAS DURANTE A PANDEMIA

No comunicado do Conselho Regulador de 29/06/2020¹, a ERC recordou o teor dos decretos de declaração de estado de emergência, cujos efeitos «não afetam, em caso algum, as liberdades de expressão e de informação», notando que, fora dos casos legalmente previstos, o direito de acesso não pode ser objeto de compressão por parte de quem, tendo na prática o poder de o facultar ou de o impedir, o deve respeitar.

A ERC alertou também todas as entidades que lidam com os *media* para a necessidade de respeitar escrupulosamente a legislação aplicável em matéria de direito de acesso à informação, incluindo o direito de acesso a locais públicos, abertos ao público ou à generalidade da comunicação social.

Mais notou que os sistemas de credenciação de jornalistas que, nos termos da lei, seja necessário adotar, não podem ser discriminatórios e devem, quando os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, dar prioridade aos órgãos de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento (n.º 3, do artigo 10.º do EJ).

E concluiu, exortando os órgãos de comunicação social a solicitar, com a devida antecedência, aos organizadores de espetáculos ou outros eventos públicos, as credenciais necessárias para a respetiva cobertura informativa, de modo a que possam suscitar a intervenção atempada da ERC na resolução dos diferendos concretos que se possam desencadear.

¹ <https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvlijtzOjM5OijtZWRpYS9jbGlwcGluZ3Mvb2JqZWNOb19vZmZsaW5lLzI3O55wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvlijtzOjUwOijb211b-mijYWRvLWRvLWNvbNlBghvLXJlZ3VsYWRvci1zb2JyZS1kaXJlaXRvLWRvLWVlZ3V5fQ==/comunicado-do-conselho-regulador-sobre-direito-de->

3. DELIBERAÇÕES SOBRE QUEIXAS

EM MATÉRIA DE DIREITO DE ACESSO A FONTES OFICIAIS DE INFORMAÇÃO

No período considerado, a ERC pronunciou-se por cinco vezes sobre o direito de acesso dos jornalistas a fontes oficiais de informação - deliberação ERC/2019/27 (DJ) | deliberação ERC/2019/28 (DJ) | deliberação ERC/2019/102 (DJ) | deliberação ERC/2019/291 (DJ) | deliberação ERC/2021/231 (DJ).

Destacam-se as seguintes conclusões:

- Tendo sido apresentadas queixas simultaneamente perante a ERC e perante a CADA (Comissão de Acesso aos Documentos Administrativos), ambas as entidades exercem as suas competências separada e autonomamente; todavia, num caso em que foi suscitada a especial classificação dos procedimentos de fiscalização, que pode levar à interdição do acesso aos respetivos documentos administrativos para não afetar a eficácia da fiscalização (artigo 6.º, n.º 7, alínea a), da Lei do Acesso aos Documentos Administrativos), foi entendido que a competência para aferir dessa classificação, bem como da interdição do acesso, cabe à CADA;
- Nos casos em que a entidade esteja impossibilitada de prestar as informações solicitadas, é seu dever dar conhecimento aos interessados do fundamento dessa impossibilidade, sob pena de se considerar que está a recusar indevidamente o acesso às fontes de informação legalmente reconhecido aos jornalistas;
- Tendo uma Câmara Municipal deixado de enviar a um jornal local comunicados de imprensa e convites para eventos e conferências, foi entendido que tal procedimento constitui violação do direito de acesso às fontes de informação, instando-se a autarquia a respeitar, de modo pontual e sem discriminações, o direito de acesso às fontes de informação legalmente assegurado aos jornalistas;
- Embora resulte do artigo 20.º, n.º 6, do EJ que a violação do disposto no seu artigo 8.º (que consagra o direito de acesso à informação) constitui contraordenação, cuja competência instrutória cabe à ERC, a verdade é que nenhum dos números desse mesmo artigo 20.º prevê o montante da coima aplicável a tal violação, pelo que, perante essa lacuna inexplicável do legislador, na ausência de norma expressa que preveja a respetiva sanção, e em obediência aos princípios da legalidade e do “*nullum crimen, nulla poena sine lege*”, não é possível considerar verificada qualquer contraordenação em face da violação do direito de acesso à informação.

EM MATÉRIA DE DIREITO DE ACESSO A LOCAIS PÚBLICOS

No período considerado, a ERC pronunciou-se por sete vezes sobre a denegação do exercício do direito de acesso a locais públicos por jornalistas para efeitos informativos, com particular incidência sobre questões resultantes dos sistemas de credenciação dos jornalistas criados pelas entidades organizadoras dos eventos - deliberação ERC/2021/380 (DJ) | deliberação ERC/2021/357 (DJ) | deliberação ERC/2021/280 (DJ) | deliberação ERC/2020/196 (DJ) | deliberação ERC/2020/42 (DJ) | deliberação ERC/2019/311 (DJ) | deliberação ERC/2019/59 (DJ).

Destacam-se as seguintes conclusões:

- Em apenas um caso o órgão de comunicação social (Jornal de Notícias) suscitou tempestivamente a intervenção da ERC, abrindo, em tempo útil, a possibilidade da arbitragem do Regulador na garantia do direito de acesso dos seus jornalistas, em futuros eventos, ao recinto do Estádio da Luz, através de uma **decisão com efeito vinculativo** para a Sport Lisboa e Benfica - Futebol SAD, na qualidade de entidade organizadora. A entidade organizadora recusara a credenciação de jornalista do Jornal de Notícias para cobertura informativa dos seus jogos enquanto esta publicação não se demarcasse publicamente da conduta adotada por um seu jornalista numa conferência de imprensa realizada no Brasil. Tal foi qualificado pela ERC como «uma conduta ilegal e discriminatória, à luz do disposto nos artigos 9.º e 10.º do Estatuto do Jornalista, e passível de configurar um crime de atentado à liberdade de informação» - deliberação ERC/2019/311 (DJ);

- Nos restantes seis casos, a intervenção da ERC resultou de queixas apresentadas já decorridos os eventos aos quais foi denegado o acesso, o que inviabilizou a efetivação coerciva pela ERC do direito dos jornalistas. O sentido da intervenção da ERC foi, num dos casos, o arquivamento da queixa - deliberação ERC/2021/380 (DJ); num outro a sensibilização da entidade organizadora para o cumprimento do quadro legal na adoção de critérios de credenciação e respetiva comunicação aos órgãos de comunicação social - deliberação ERC/2019/59 (DJ); e, em quatro casos, a **participação ao Ministério Público** dos factos apurados pela ERC - deliberação ERC/2021/357 (DJ) | deliberação ERC/2021/280 (DJ) | deliberação ERC/2020/196 (DJ) | deliberação ERC/2020/42 (DJ);
- A ERC reafirmou que «(...) o direito de acesso a locais públicos para fins de cobertura informativa não pode subordinar-se a considerações de conveniência, oportunidade ou de mérito por parte do proprietário ou gestor do local (público) em causa ou do organizador do evento que neste se realize», notando que «quaisquer restrições (legalmente admissíveis) em sede de direito de acesso devem respeitar, desde logo, o princípio da igualdade, estando **vedada a adoção de quaisquer condutas de base discriminatória**» - deliberação ERC/2020/42 (DJ);
- A ERC recordou, ainda, que, para garantir o acesso dos jornalistas em condições de igualdade, as entidades organizadoras devem dar **conhecimento prévio dos critérios de credenciação a adotar**, bem como os termos efetivos da sua aplicação - deliberação ERC/2021/357 (DJ) | Deliberação ERC/2020/196 (DJ) | Deliberação ERC/2019/59 (DJ);
- A ERC verificou, também, existirem indícios de violação do direito de acesso dos jornalistas ao ser recusada a credenciação de um órgão de comunicação social com fundamento no esgotamento da lotação da tribuna de imprensa, quando para essa tribuna se encontravam credenciadas entidades que não eram órgãos de comunicação social - deliberação ERC/2021/280 (DJ);
- De destacar as decisões da ERC, quanto às **limitações impostas ao exercício do direito de acesso fundamentadas nas restrições do combate à pandemia da COVID-19**: a ERC pronunciou-se em dois casos, sublinhando que «tendo o direito de acesso dos jornalistas às fontes de informação consagração constitucional, o seu exercício pode ser limitado apenas nos casos expressamente previstos na lei, e as restrições resultantes da pandemia da COVID-19 não podem ser utilizadas para limitar este direito fundamental dos jornalistas» [deliberação ERC/2021/380 (DJ)]. Ademais, neste contexto, a propósito da recusa de acreditação de um órgão de comunicação social com fundamento na insuficiência de espaço na tribuna de imprensa, estando o estádio vazio por o público se encontrar impedido de assistir ao jogo, a ERC considerou ser de questionar a razoabilidade do próprio estabelecimento de um sistema de credenciação nos termos previstos no artigo 9.º, n.º 3, do EJ – «no caso dos espetáculos ou outros eventos com entradas pagas em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos de acesso – porquanto não se verificava a respetiva premissa» - deliberação ERC/2021/280 (DJ).

VOLUME I

Os Meios



OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

1. VISÃO GLOBAL

É objetivo do presente capítulo fornecer uma visão geral dos *media* em Portugal em 2021, 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 para cada meio de comunicação social, sob dois ângulos: o da oferta e o do consumo.

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.

Por seu lado, o número de assinantes de televisão por subscrição tem vindo aumentar nos últimos anos, como o indica o relatório “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição 2021”, da ANACOM¹. No final de 2021, por cada 100 famílias 93,4 pagaram pelo serviço de distribuição de sinal de TV, o que representa um aumento de 0,5 pontos percentuais (p.p.) face a 2020.

A ANACOM refere que o crescimento do número de assinantes em 2021 foi o mais baixo desde 2017, bem como a pandemia de Covid-19 não teve efeitos na evolução de assinantes².

Em termos do número de serviços de programas que oferece cada plataforma, a TDT em Portugal Continental disponibiliza ao público seis serviços de programas³, 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.

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)

Quanto à 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 assinantes⁴, são transmitidos 268 serviços de programas. A MEO é o operador com maior número, especificamente 210, a NOS disponibiliza 176, a Vodafone transmite 164 e a Nowo apresenta uma oferta de 96 serviços de programas.

Comparados com a TDT, os operadores de distribuição de sinais de televisão oferecem mais serviços de programas temáticos, destacando-se os de informação, desporto, entretenimento e filmes/séries/novelas. Já os serviços de programas generalistas (nacionais e internacionais) representam 13,4 % do total identificado nos quatro operadores.

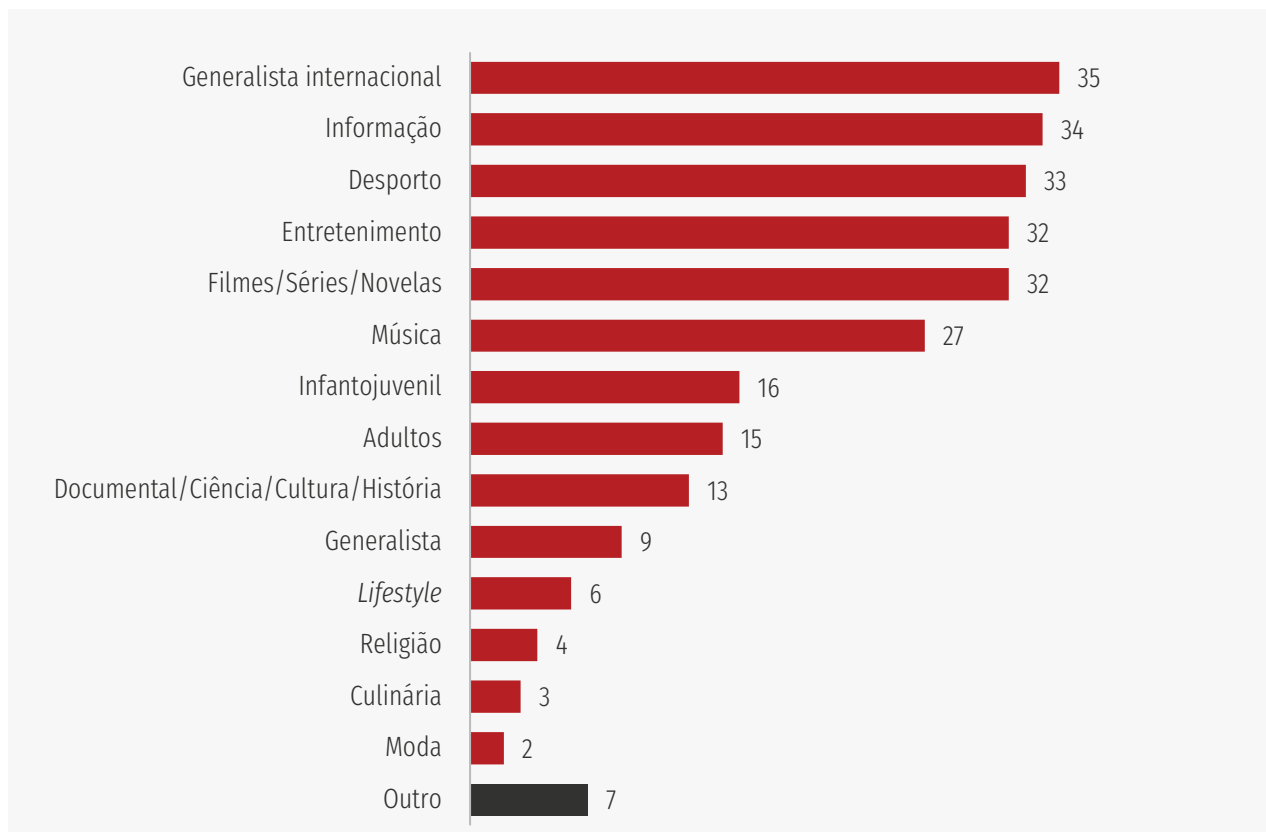
¹ ANACOM (2022). “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição 2021”.

² *Ibidem*, p. 7.

³ Os serviços de programas generalistas RTP Madeira e RTP Açores também são transmitidos pela TDT nas respetivas Regiões Autónomas.

⁴ Segundo a ANACOM, no relatório “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição 2021”, no final de 2021 o operador de distribuição MEO tinha uma quota de assinantes de 40,6 %, seguido pela NOS com 37,8 %, a Vodafone com 18,3 % e Nowo com 3,2 %. Os quatro operadores totalizaram 99,9 % da quota de assinantes da televisão paga.

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 abril de 2022. O serviço de programa de informação Russia Today (RT) encontra-se, na data de recolha destes dados, temporariamente indisponível por decisão do Conselho Europeu (Regulamento EU 2022/350 do Conselho, de 1 de março).

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 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 um do que em 2020. Deste conjunto, 14 são generalistas e 48 são temáticos ou dirigidos a públicos-alvo específicos (v. Anexo Figura A1)⁵.

CONSUMO

Em 2021, segundo a Marktest⁶, 86,3 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos contactaram com a televisão. Valor que representa uma diminuição 1,1 p.p. face a 2020, mas que é superior comparativamente aos valores registados antes da pandemia de Covid-19.

O perfil das audiências de TV não sofreu alterações com a pandemia. As mulheres, os mais idosos (indivíduos com mais de 64 anos) e os indivíduos das classes sociais mais baixas (D e E), foram os principais grupos que contactaram com a televisão.

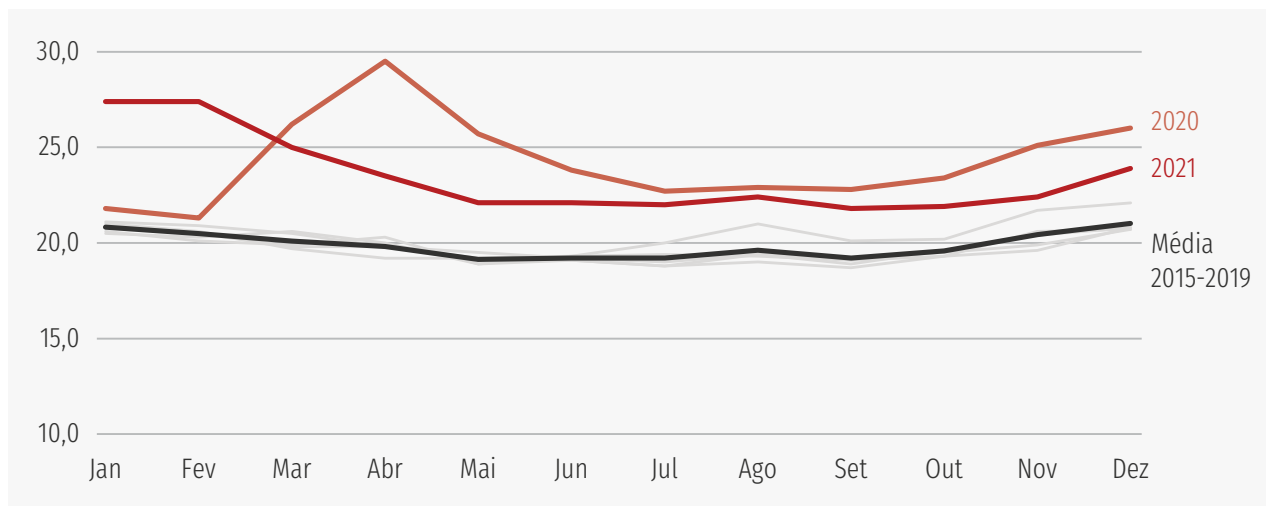
⁵ Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social".

⁶ "Media & Advertising Global Report 2021". As análises das audiências de televisão, apresentadas nesta plataforma digital da Marktest, são realizadas com os dados da CAEM e da MediaMonitor.

A mesma fonte refere que cada português viu, em média, 5 horas e 38 minutos de televisão por dia, o que significa uma redução de cerca de 11 minutos face a 2020.

Os períodos de confinamento em 2021 coincidem com um aumento da audiência média. Especificamente os meses de janeiro e fevereiro, quando foram aprovados vários estados de emergência com medidas restritivas semelhantes ao regime de março e abril de 2020 (início da pandemia), apresentam os valores de *rating* mais altos de 2021. Nestes meses os portugueses despenderam na TV mais de seis horas e meia. Depois, os valores de consumo diminuem gradualmente consoante o levantamento progressivo das medidas restritivas, ainda assim os valores registados são superiores aos do período 2015-2019.

FIG. 3 – RATING MENSAL TOTAL TELEVISÃO, 2015-2021



Rating (%): Trata-se da Audiência Média por minuto. Para o seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte.
 Fonte: Marktest. "Media & Advertising Global Report".



Os serviços de programas generalistas SIC e TVI aumentaram as suas audiências durante os meses de janeiro e fevereiro, no entanto, o *rating* da TVI nos meses seguintes, ao contrário da SIC, teve um comportamento similar ao registado entre 2015 e 2020. Já os níveis de audiência dos serviços de programas generalistas do operador de serviço público apresentaram valores similares aos registados no período 2015-2019 (v. Anexo Figura A2).

Quanto aos serviços de programas cujo acesso está condicionado à televisão por assinatura, o *rating* mensal foi mais expressivo nos meses com maiores restrições de circulação. Por seu lado, o visionamento de serviços de programas não auditados, consumo diferido e outras utilizações do televisor como *streaming* e consolas (categoria *Outros*) além de registar valores altos nos primeiros meses do ano, os meses de agosto, setembro e outubro destacam-se com valores de *rating* acima da média (v. Anexo Figura A2).

FIG. 4 - TEMPO MÉDIO DE VISIONAMENTO TELEVISIVO E SHARE DE AUDIÊNCIA, 2020-2021

Serviço de programa	2020		2021		Variação Share (p.p)
	ATV	Share (%)	ATV	Share (%)	
RTP1	00:41:46	11,9	00:37:38	11,1	-0,8
RTP2	00:03:53	1,1	00:03:34	1,1	0
SIC	01:09:04	19,8	01:05:21	19,3	-0,5
TVI	00:52:59	15,2	00:57:11	16,9	1,7
Pay TV	02:10:08	37,2	02:01:02	35,8	-1,4
Outros	00:46:12	13,2	00:48:48	14,4	1,2
Total	05:49:37	100,0	05:38:04	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 2020 é igual a 1,6 % e para 2021 soma 1,4 %.

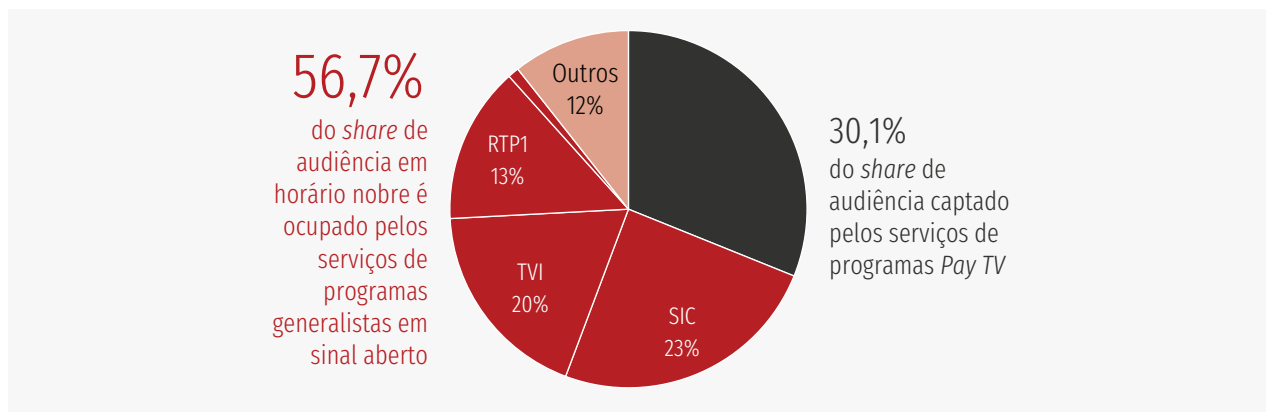
A categoria "Outros" considera o visionamento em diferido, de serviços de programas não medidos e de conteúdos "não TV" (DVD, VCR, jogos, *streaming*, etc.).

Fonte: Marktest. "Media & Advertising Global Report".

Em 2021, os três serviços de programas mais vistos – SIC, TVI e RTP1 – concentraram 47,3 % da quota de audiência e o tempo médio de visionamento, comparado com 2020, diminuiu aproximadamente quatro minutos nestes serviços de programas, com exceção da TVI, que aumentou cerca de quatro minutos. A SIC liderou as audiências pelo terceiro ano consecutivo, mas a TVI foi o único serviço de programas que aumentou, entre 2020-2021, o seu *share* de audiências.

No horário nobre a quota de audiências dos serviços de programas generalistas em sinal aberto é maior, especificamente a SIC, TVI, RTP1 e RTP2 concentram 56,7 % do *share*. Já o consumo da categoria *Outros* e dos serviços de programas da televisão por subscrição diminuí neste horário.

FIG. 5 - SHARE DE AUDIÊNCIA EM HORÁRIO NOBRE (20H - 23H), 2021



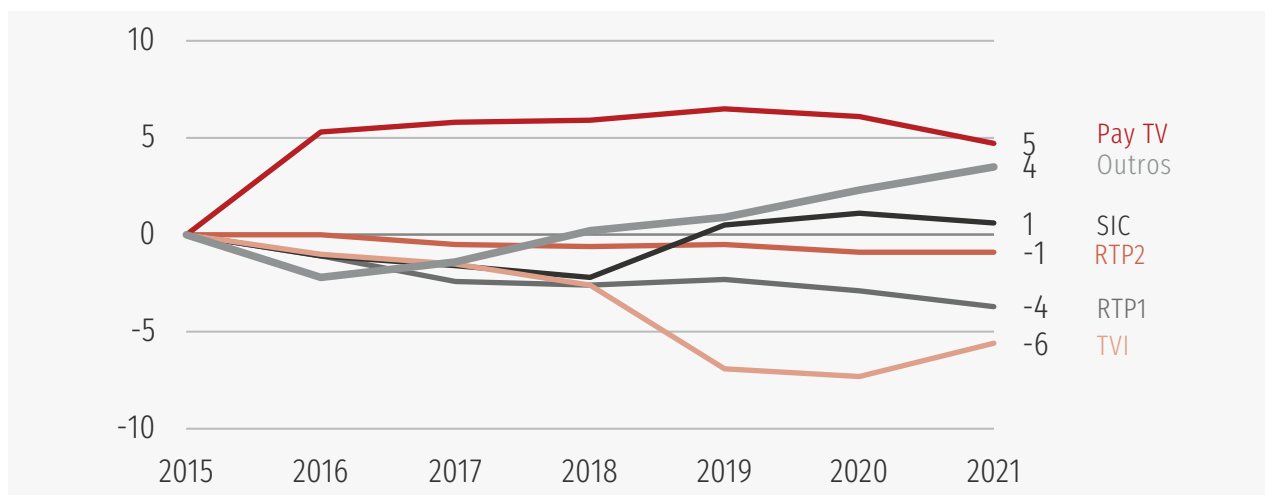
Fonte: Marktest. "Media & Advertising Global Report 2021".

A análise evolutiva do *share* de audiência permite afirmar que os serviços de programas cujo acesso está condicionado à televisão por assinatura têm aumentado, comparativamente com 2015, em cerca de 5 p.p. Salienta-se que desde 2020 estes serviços de programas têm diminuído a sua quota de audiência. Por seu lado, o consumo de serviços de programas não auditados, em diferido e em *streaming*, entre outros, tem um crescimento contínuo desde 2017.

Já a quota de audiência dos serviços de programas de acesso livre tem um comportamento irregular quando comparado com os valores de 2015. A SIC e a TVI apresentam as diferenças mais expressivas, com avanços e recuos nas suas quotas de audiências, devido a concorrência mais marcada entre ambos os serviços de programas.

FIG. 6 – EVOLUÇÃO DO SHARE DE AUDIÊNCIA, 2015 – 2021

(Índice de Base Fixa 2015 = 0 p.p.)



Fonte: Marktest. "Media & Advertising Global Report".

Como nos anos anteriores, 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 2021, cinco competições foram transmitidas pela TVI, três pela RTP1 e duas pela SIC. O jogo do Campeonato Europeu de Futebol de 2020 entre Bélgica e Portugal, transmitida pela TVI, foi o programa mais visto com uma audiência média de 3,80 milhões de espectadores e uma quota de audiência de 69,7 %.

FIG. 7 - TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	TVI	27/jun	EURO 2020: OITAVOS DE FINAL - BÉLGICA X PORTUGAL	40,2	69,7
2	RTP1	23/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X FRANÇA	36,7	68,8
3	TVI	19/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X ALEMANHA	28,2	64,3
4	TVI	17/fev	LIGA DOS CAMPEÕES - FC PORTO X JUVENTUS	25,3	42,1
5	TVI	23/mai	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD - SP. BRAGA X BENFICA	25,3	45,8
6	TVI	09/mar	LIGA DOS CAMPEÕES - JUVENTUS X FC PORTO	24,7	43,3
7	RTP1	14/nov	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X SÉRVIA	24,7	43,9
8	SIC	15/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - HUNGRIA X PORTUGAL	24,3	67,7
9	RTP1	11/jul	EURO 2020: FINAL - ITÁLIA X INGLATERRA	23,8	45,3
10	SIC	20/jan	FUTEBOL - ALLIANZ CUP: FINAL FOUR - SP. BRAGA X BENFICA	23,3	38,1

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Excluindo as competições de futebol, os programas de entretenimento, ficção e informação encontram-se entre os mais vistos. No *ranking* apresentado, oito programas são transmitidos pela SIC e dois pertencem à grelha de programação da TVI. A entrevista de Tony Carreira transmitida pela TVI ocupou o primeiro lugar com um *rating* igual a 19,9 % e uma quota de audiência de 34,4 %.

FIG. 8 - TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, EXCLUINDO O FUTEBOL, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	TVI	17/mai	TONY CARREIRA - A ENTREVISTA - ESPECIAL	19,9	34,4
2	SIC	06/jan	PRESIDENCIAIS 2021: DEBATES - ANDRÉ VENTURA/MARCELO REBELO DE SOUSA	19,5	32,4
3	SIC	07/mar	TERRA BRAVA - FINAL	18,1	30,2
4	SIC	02/jan	A MÁSCARA - ESPECIAL	17,7	29,9
5	SIC	01/dez	GALA DOS SONHOS - ESPECIAL	17,6	34,1
6	SIC	12/set	ISTO É GOZAR COM QUEM TRABALHA - 4ª VARIANTE	17,6	31,7
7	SIC	04/abr	HELL'S KITCHEN: O INFERNO	17,5	30,9
8	SIC	30/mai	QUEM QUER NAMORAR COM O AGRICULTOR? IV - ENCONTROS IMEDIATOS	17,4	33,5
9	TVI	27/jun	ALL TOGETHER NOW: A FINAL - PRIMEIROS DUELOS	17,2	31,9
10	SIC	07/fev	JORNAL DA NOITE	16,7	27,2

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 Figura A3) e na TVI (v. Anexo Figura A6), onde todas as posições são ocupadas pelos jogos de futebol.

No *ranking* da RTP2, outras modalidades desportivas encontram-se entre os programas mais vistos, como o andebol, o ciclismo, entre outras que fizeram parte dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020. Os programas de ficção (“O Jovem Montalbano”, “A Floresta”, “O Deserto” e “Reunião”), informativos (“Jornal 2”) e cultura e conhecimento (“Cuidado com a Língua!”) posicionam-se entre os dez mais vistos (v. Anexo Figura A4).

Relativamente à SIC, as primeiras cinco posições são ocupadas por transmissões de jogos de futebol (v. Anexo Figura A5), as restantes são preenchidas por programas informativos (o debate das eleições presidenciais de 2021 entre André Ventura e Marcelo Rebelo de Sousa), ficção (“Terra Brava”) e entretenimento (“A Máscara”, “Gala dos Sonhos” e “Isto é Gozar com quem Trabalha”).

Na televisão por assinatura, os serviços de programas de filmes e séries continuaram a ser os preferidos dos espectadores, seguidos pelos de informação e infantis.

FIG. 9 - TEMPO MÉDIO DE VISIONAMENTO E SHARE DE AUDIÊNCIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA TELEVISÃO POR ASSINATURA POR MACROGÉNEROS, 2020-2021

Macro género	2020		2021		Variação Share (p.p)
	ATV	Share (%)	ATV	Share (%)	
Filmes e séries	00:43:25	12,3	00:31:32	9,3	-3,0
Informação	00:35:49	10,2	00:27:45	8,2	-2,0
Infantil	00:24:40	7,0	00:16:16	4,8	-2,2
Generalista	00:12:33	3,6	00:09:11	2,7	-0,9
Entretenimento/ <i>Lifestyle</i>	00:11:22	3,2	00:09:28	2,8	-0,4
Desporto	00:09:16	2,6	00:09:47	2,9	0,3
Documentário	00:05:57	1,7	00:04:43	1,4	-0,3

Nota: A classificação dos macrogéneros é realizada pela Markttest.
Fonte: Markttest. “Media & Advertising Global Report”.

Nos anexos apresentam-se os programas mais vistos transmitidos nos serviços de programas generalistas de acesso livre pelos géneros televisivos: informativo, ficção, entretenimento, desportivo (excluindo o futebol), cultura e conhecimento e infantil-juvenil.

3. RÁDIO

OFERTA

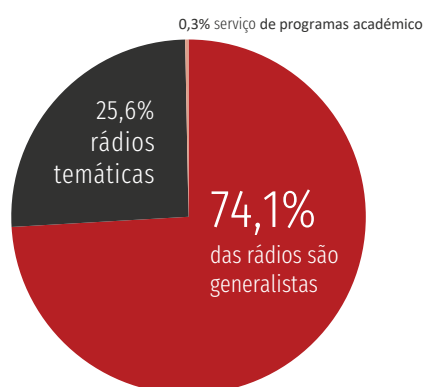
Em 2021, segundo os registos da ERC, 328 serviços de programas estão ativos. Considerando a área de cobertura, seis são nacionais, cinco regionais, uma regional-local e 314 locais, todos estes emitem através da faixa de frequências modulada (FM). Apenas duas rádios são transmitidas internacionalmente sem frequências no território português⁷.

Salienta-se que a faixa de FM é o meio principal do serviço de radiodifusão sonora em Portugal. Contudo, a área de cobertura das frequências em FM não dificulta o acesso, pois grande parte dos serviços de programas disponibiliza a sua emissão pela internet. Outra faixa de frequências existente no país é a onda média (AM), a qual se caracteriza por contar com um número reduzido de serviços de programas, também presentes em FM⁸.

No que diz respeito à tipologia dos serviços de programas radiofónicos, 74,1 % são rádios generalistas, com uma componente informativa que devem cumprir, e as restantes são temáticas, destacando-se as musicais (62 estações). Apenas uma rádio está registada como um serviço de programas académico, a Rádio Universitária do Algarve (RUA FM) de âmbito local, sediada em Faro⁹.

FIG. 10 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS POR COBERTURA E TIPO DE PROGRAMAÇÃO, 2021

Cobertura/Tipo de programação	Serviços de programas
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	234
· Temático	79
· Académico	1
Total Geral	328



N = 328
Fonte: ERC.

Apesar de a maioria das rádios ser generalista, o número de serviços de programas temáticos tem aumentado. Entre 2008 e 2021, o número de rádios temáticas passou de 22 para 85, o que se traduz num aumento de 286,4 %. Entre os fatores que explicam esta evolução estão as alterações de projetos das rádios locais, que devido a questões financeiras e económicas, optam por adotar um modelo de programação temático musical que lhes permita reduzir custos¹⁰. Identifica-se esta tendência após a entrada em vigor da Lei 54/2010 que elimina a restrição da lei anterior que, no mesmo concelho, um serviço de programas só poderia ser temático se o outro fosse generalista.

⁷ Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social".

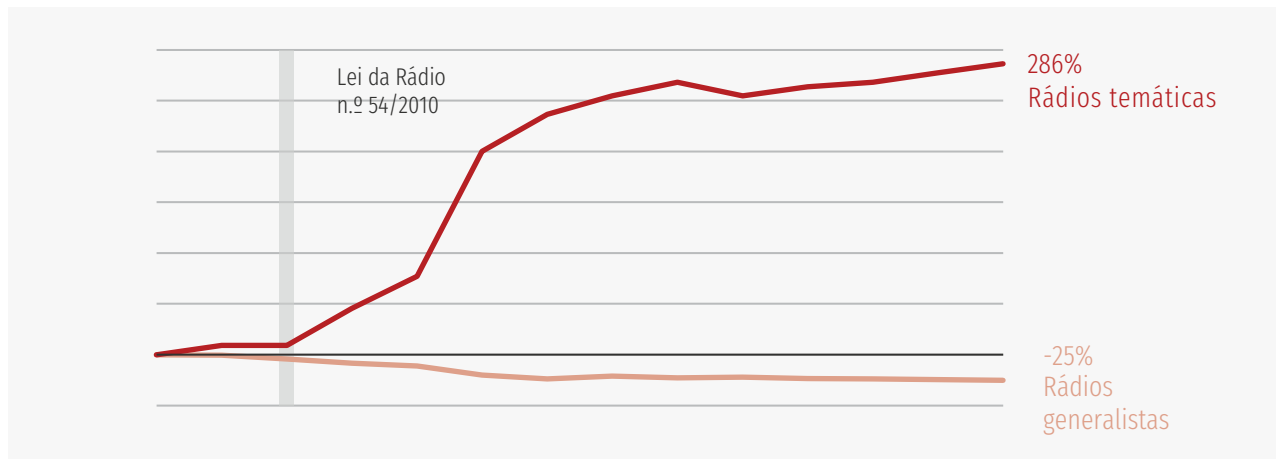
⁸ O site da ANACOM apresenta os serviços de programas transmitidos na faixa de onda média.

⁹ A Lei da Rádio n.º 54/2010, de 24 de dezembro, prevê no artigo 9.º a constituição de serviços de programas académicos. Estes serviços de programas não são abrangidos pelo artigo 38.º, ou seja, não estão obrigados a funcionar 24 horas por dia, e apenas podem transmitir programação própria, sendo-lhes em tudo o mais aplicável o disposto para os serviços de programas temáticos de âmbito local.

¹⁰ Para conhecer as alterações de projeto em 2021, consultar no presente Relatório de Regulação o capítulo "Título Habilitadores para o Exercício de Radiodifusão Sonora".

FIG. 11 - EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS POR TIPO DE PROGRAMAÇÃO, 2008-2021

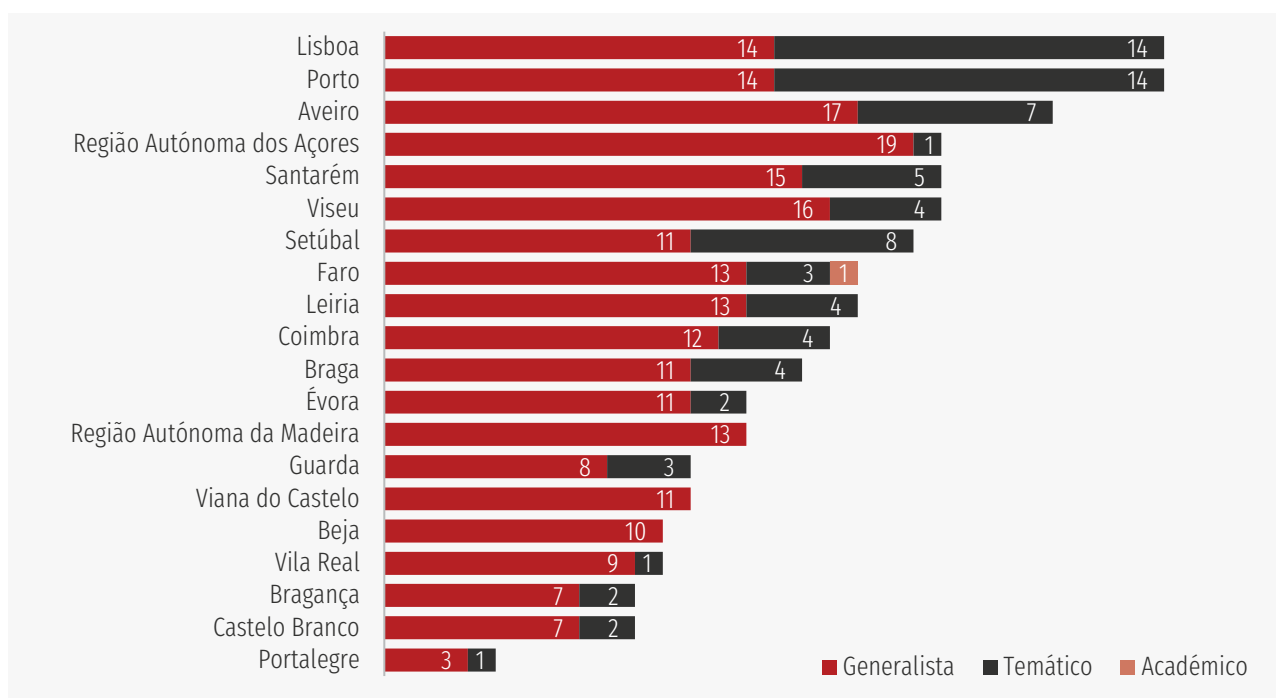
(Índice de Base Fixa 2008 = 0%)



Fonte: ERC.

Por outro lado, entre os serviços de programas locais, Lisboa e Porto concentram o maior número, com 28 cada distrito. Já no interior do país, o número de rádios diminui, sendo Portalegre (4), Castelo Branco (9), Bragança (9), Vila Real (10) e Beja (10) os distritos com o menor número de serviços de programas. Tendo em conta o tipo de programação por distrito, todas as estações da Região Autónoma da Madeira, Viana do Castelo e Beja são generalistas; já no Porto e em Lisboa os serviços de programas temáticos estão mais presentes, mas não ultrapassam os serviços de programas generalistas.

FIG. 12 - SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE COBERTURA LOCAL POR DISTRITO, 2021



Fonte: ERC.

CONSUMO

Segundo a Markttest¹¹, em 2021, 59,3 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos ouviram rádio, o que significa um aumento de 3,5 p.p. face a 2020, aproximando-se ao valor de 2019, quando a audiência acumulada de véspera atingiu 60,0 %.

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. Já o tempo médio de escuta de rádio foi de 3 horas e 10 minutos, ou seja, seis minutos mais do que em 2020, e mais dois minutos comparativamente a 2019.

No que diz respeito ao suporte de escuta, o autorrádio é o principal com 78,6 % dos ouvintes, seguido do telemóvel com 27,0 %.

Por seu lado, o consumo da rádio pela internet mantém a tendência de crescimento desde setembro de 2019. Em abril de 2021, 37,4 % dos residentes em Portugal Continental com 15 anos e mais afirmaram ouvir rádio pela internet, sendo os mais jovens dos 25 aos 34 anos e as classes sociais mais altas, os grupos que apresentam maior afinidade com este hábito¹².

O serviço de programas generalista Rádio Comercial, do grupo radiofónico Media Capital, foi o mais ouvido, com uma audiência acumulada de véspera de 19,0 %, seguido da rádio RFM, serviço de programas generalista do Grupo Renascença, com 18,1 %. Ambos os serviços de programas são de cobertura nacional.

Comparando os indicadores de audiência entre 2020 e 2021, as rádios dos principais grupos de *media* analisadas mostraram um aumento no valor médio de ouvintes, com exceção da Antena 2 (-0,2 p.p.), Antena 3 (-0,1 p.p.) e TSF (0,0 p.p.).

FIG. 13 - TEMPO MÉDIO DE AUDIÊNCIA E AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA 2020 – 2021

Grupos/Estações	Tipo de programação	2020		2021		Variação AAV (p.p)
		ATSL	AAV (%)	ATSL	AAV (%)	
Grupo Media Capital		02:34	25,7	02:33	28,8	3,1
• Rádio Comercial	Generalista	02:22	17,3	02:25	19,0	1,7
• M80	Temático - Musical	02:19	7,4	02:21	7,5	0,1
• Cidade FM	Temático - Musical	01:41	3,1	01:38	4,1	1,0
• Smooth FM	Temático - Musical	02:31	0,9	02:19	1,0	0,1
• Vodafone	Temático - Musical	01:43	0,3	01:34	0,5	0,2
Grupo Renascença		02:21	23,8	02:23	25,8	2,0
• RFM	Generalista	02:25	15,8	02:22	18,1	2,3
• R. Renascença	Generalista	01:57	6,1	02:11	6,3	0,2
• Mega Hits	Temático - Musical	01:28	2,8	01:26	3,3	0,5
Grupo RDP		02:06	6,4	02:08	6,2	-0,2
• Antena 1	Generalista	02:00	4,3	02:04	4,4	0,1
• Antena 3	Temático - Segmento de Público (Jovem)	01:51	1,7	02:04	1,6	-0,1
• Antena 2	Temático - Cultural	02:01	0,6	01:43	0,4	-0,2
TSF	Temático - Informativo	01:43	3,3	01:37	3,3	0,0
Total Rádio		03:04	55,8	03:10	59,3	3,5

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: Markttest. "Media & Advertising Global Report".

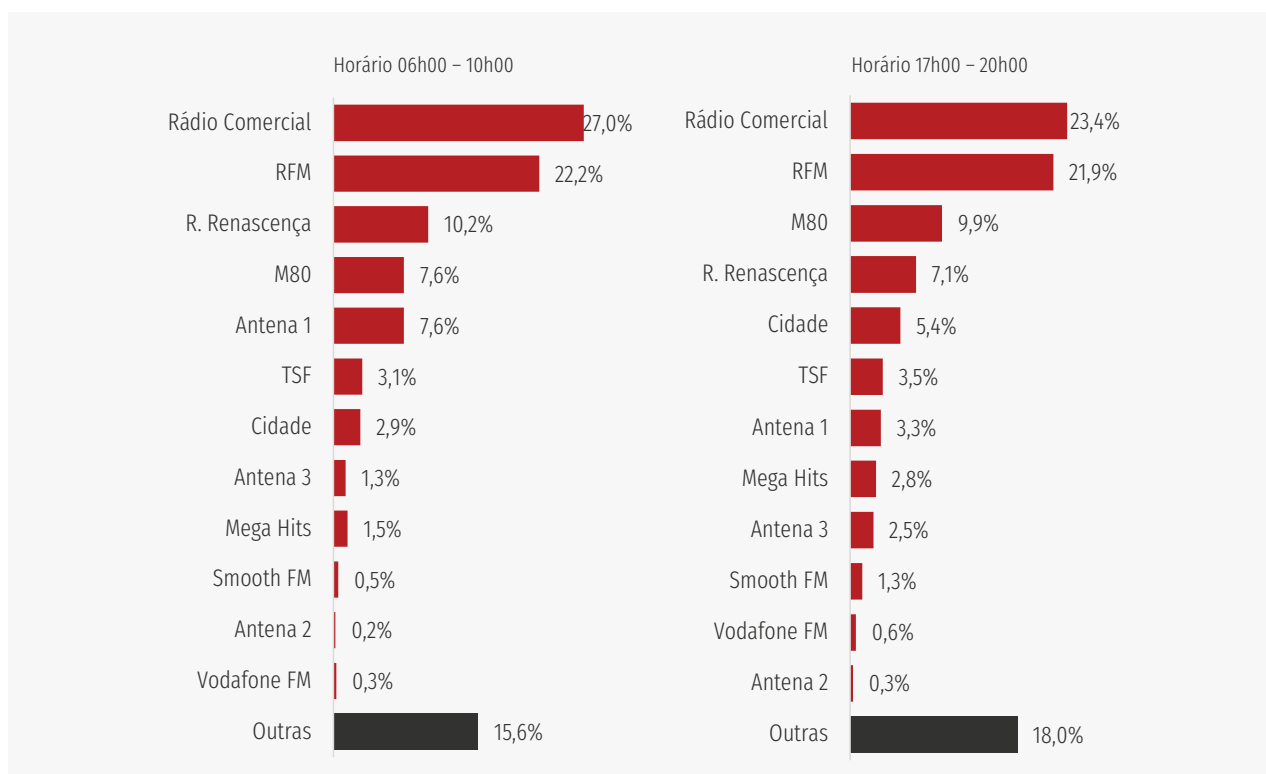
11 "Media & Advertising Global Report 2021". As análises das audiências de rádio são realizadas com os dados do estudo "Bareme Rádio" da Markttest.

12 Markttest. "Bareme Rádio".

Em Portugal, o consumo diário de rádio apresenta dois picos de audiência, um no horário entre as 06h00 e as 10h00 (30,7 % de AAV) e outro entre as 17h00 e as 20h00 (27,0 % de AAV), ambos influenciados pelos ouvintes de rádio no carro durante os dias de semana.

Analisando a quota de audiência em ambos os horários, a Rádio Comercial e RFM concentraram 49,2 % 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 45,3 %, com os programas transmitidos nos dias de semana “Já Se Faz Tarde”, da Rádio Comercial, e “Wi-Fi”, da RFM.

FIG. 14 - SHARE DE AUDIÊNCIA DAS PRINCIPAIS FRANJAS HORÁRIAS, 2021



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. “Media & Advertising Global Report 2021”.



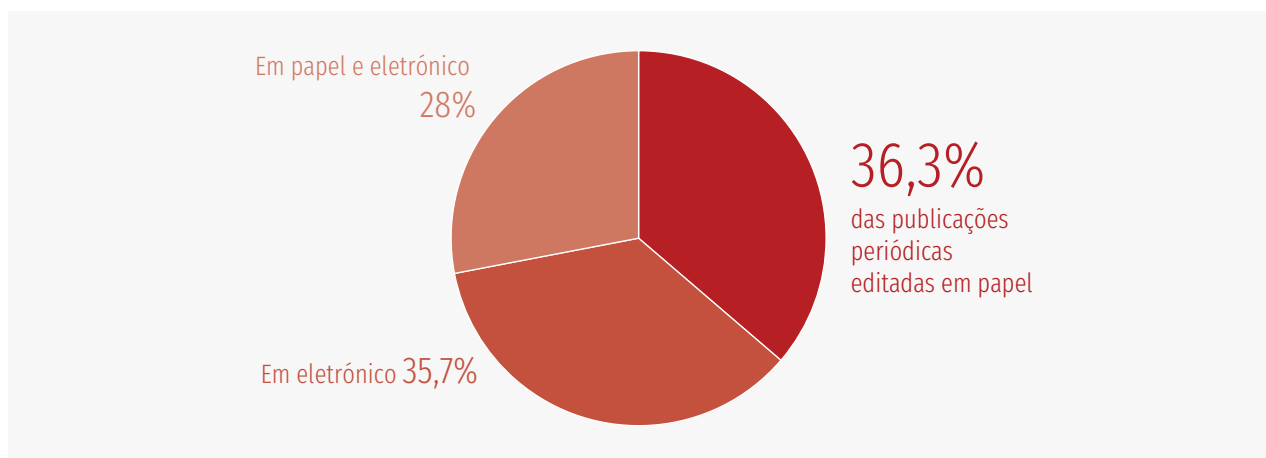
4. IMPRENSA

OFERTA

No final de 2021, nos registos da ERC encontram-se 1728 publicações periódicas ativas, mais 12 do que no ano anterior, das quais 56,9 % são de âmbito nacional, 42,8 % regional e 0,3 % de alcance internacional (cinco publicações)¹³.

Em termos de suporte, grande parte da imprensa portuguesa é produzida em papel (36,3 %). No entanto, o suporte eletrónico aproxima-se do impresso, cobrindo 35,7 % das publicações. Já as produzidas em ambos suportes equivalem a 28,0 %.

FIG. 15 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS ATIVAS POR SUPORTE DE DIFUSÃO, 2021

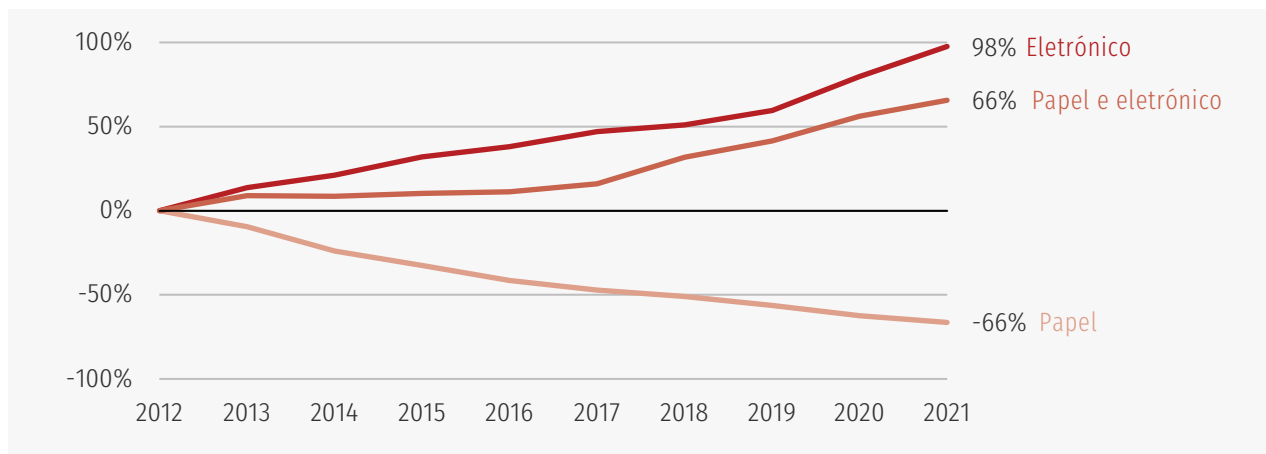


N = 1728
Fonte: ERC.

Salienta-se que a imprensa é o setor mais afetado pelo consumo de informação digital. Anualmente, o número de publicações impressas continua a diminuir. Entre 2012 e 2021, 66,3 % 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. 16 – EVOLUÇÃO DAS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS ATIVAS POR SUPORTE DE DIFUSÃO, 2012 – 2021

(Índice de Base Fixa 2012 = 0%)



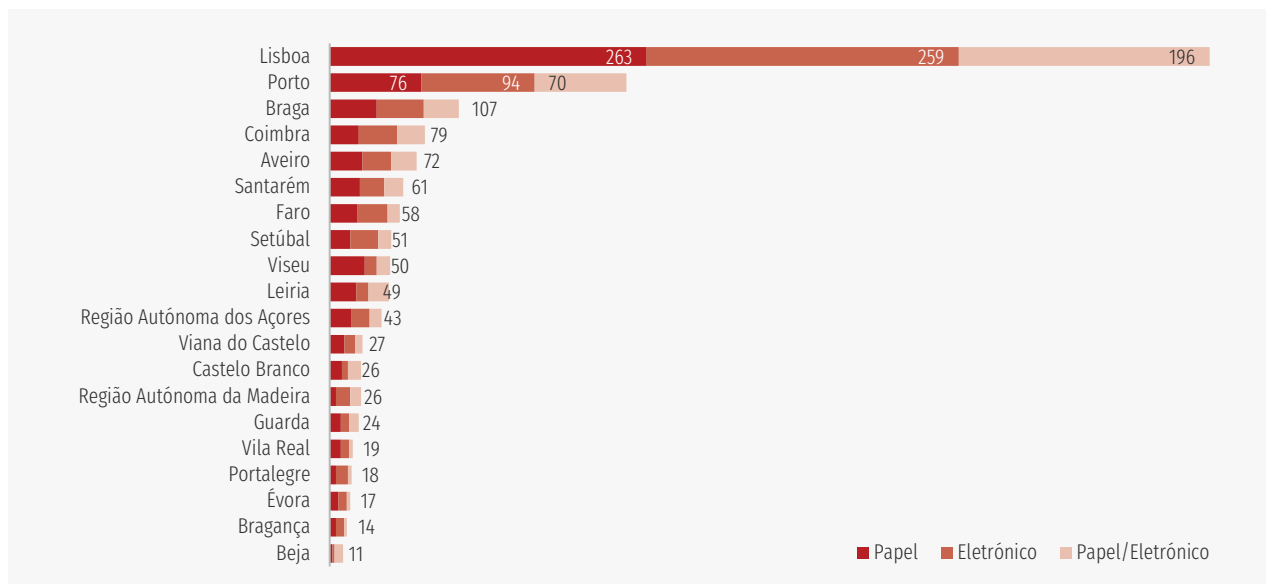
Fonte: ERC.

¹³ Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social".

O distrito de Lisboa apresenta o maior número de publicações periódicas registadas (730), seguido do Porto (246). Por seu lado, os distritos no interior do país, como Beja (11), Bragança (14), Évora (17), Portalegre (18) e Vila Real (19) apresentam o menor número de publicações registadas.

Considerando o suporte das publicações por distrito, em Viseu domina os títulos impressos com 58,0 %. Em Portalegre destacam-se as publicações *online* (55,6 %) e em Beja os títulos publicados em papel e eletrónico simultaneamente (63,6 %).

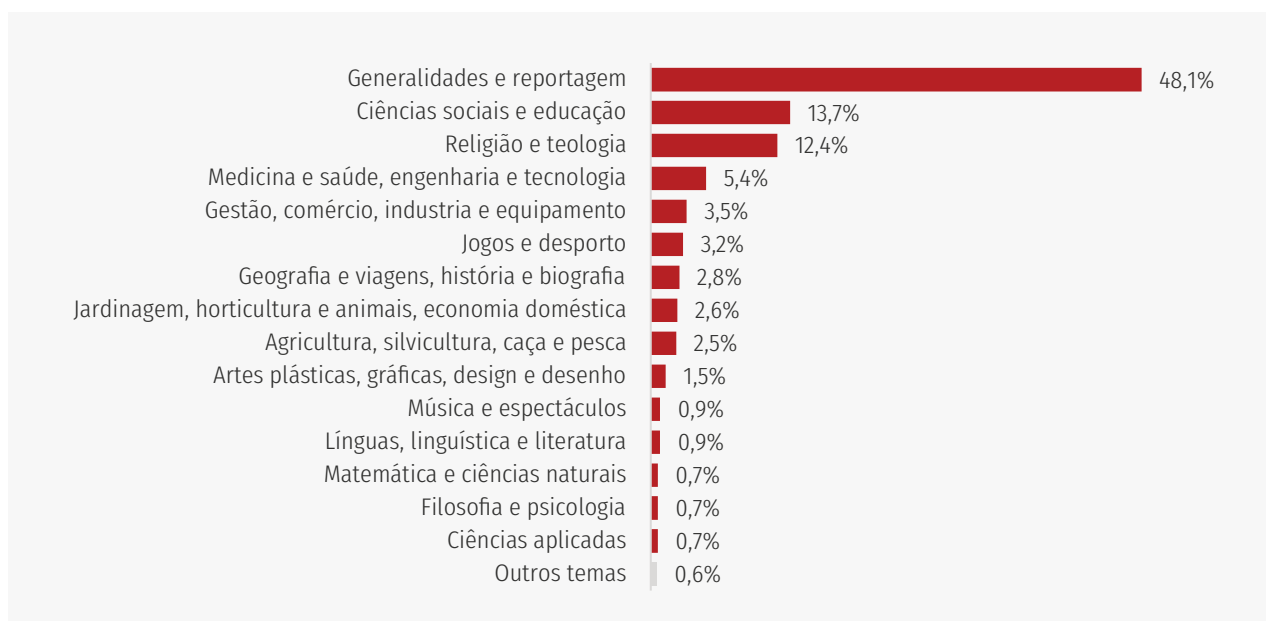
FIG. 17 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS ATIVAS POR SUPORTE DE DIFUSÃO, SEGUNDO O DISTRITO DA SEDE DE REDAÇÃO, 2021



Fonte: ERC.

Tendo em conta o tema do conteúdo principal, os dados do “Inquérito às publicações periódicas de 2020”, do Instituto Nacional de Estatística (INE), 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 (48,1 %).

FIG. 18 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS SEGUNDO O TEMA DO CONTEÚDO PRINCIPAL, 2021



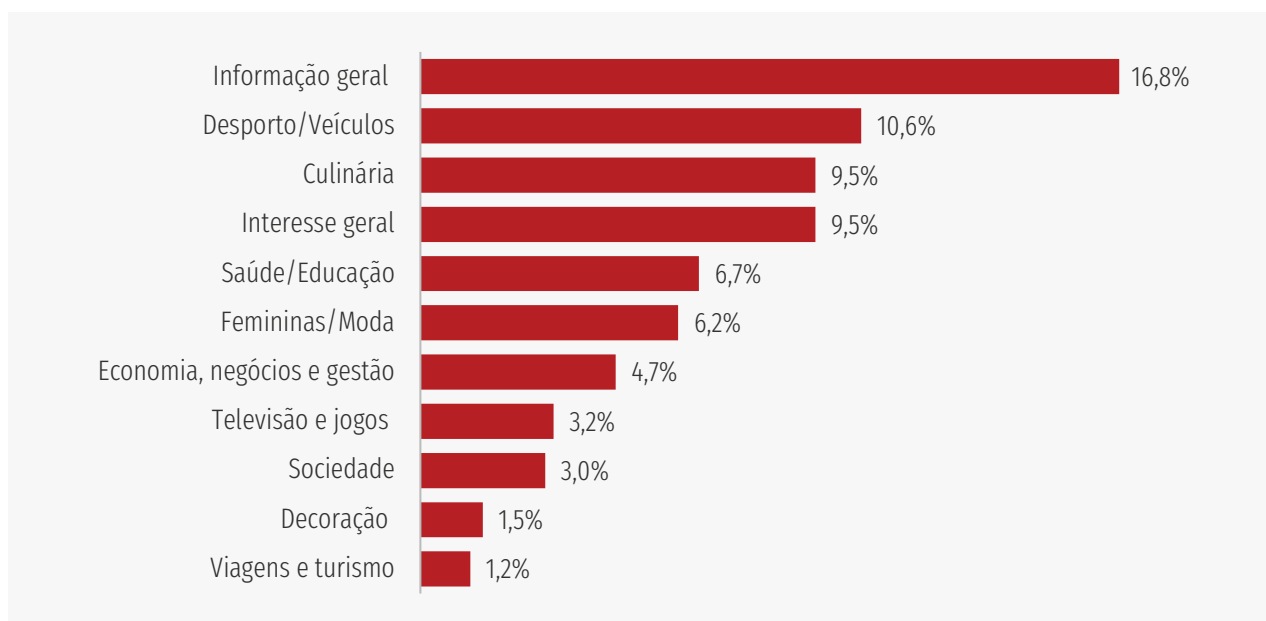
Fonte: INE. “Estatísticas da Cultura, 2021”.

CONSUMO

De acordo com a Markttest¹⁴, 66,6 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos leram ou folhearam um título de imprensa, menos 3,3 p.p. face a 2020. Os homens, os indivíduos entre os 45 e os 54 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 16,8 %, seguidas pelas publicações de desporto/veículos com 10,6 %, culinária com 9,5 % e interesse geral com 9,5 %.

FIG. 19 - AUDIÊNCIA MÉDIA POR TIPO DE PUBLICAÇÃO, 2021



Fonte: Markttest. "Media & Advertising Global Report 2021".

Os dados consultados da Markttest 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 consumo¹⁵. 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 Figura A13), o jornal semanal Expresso registou a maior circulação, com 50,6 mil assinaturas e o jornal Público foi o diário digital com mais assinaturas, especificamente 40,6 mil. Em 2021, ambas as publicações aumentaram o número de assinaturas face a 2020, especificamente a circulação digital do Público cresceu 26,9 % e do Expresso 12,7 %.

A revista semanal Sábado destaca-se com o maior aumento neste segmento, 258,9 % face a 2020, seguida do jornal diário Correio da Manhã com 45,2 %, ambas as publicações do grupo Cofina. Já o Jornal de Notícias e o Diário de Notícias, do grupo Global Notícias – Media Group, diminuíram o número de assinantes com quebras de 45,0 % e 41,2 %, respetivamente.

No que diz respeito à informação especializada, as publicações setoriais apresentaram a maior circulação digital com o jornal semanal The News Portugal (110,2 mil) e a revista mensal da Ordem dos Advogados (32 mil). Outras publicações de informação especializada que se destacaram no digital são o jornal semanal de economia, políticas públicas, finanças e negócios O Jornal Económico (6,9 mil) e o jornal diário Jornal de Negócios (6,6 mil).

¹⁴ "Media & Advertising Global Report 2021". As análises das audiências de imprensa apenas consideram as publicações impressas e são realizadas com os dados do estudo "Bareme Imprensa" da Markttest.

¹⁵ A APCT divulga dados de tiragem e circulação das publicações dos seus editores associados e não calcula, como a Markttest, a população que contacta com cada edição de um determinado título. O "Boletim Informativo Jan/Dez 2021", da APCT, mostra os dados de 55 títulos no mercado português.

5. INTERNET

OFERTA

A oferta de *sites* na internet, para além dos *sites* dos grupos de *media*, conta com um conjunto quase ilimitado de informação que resulta impossível abordar neste relatório. Contudo, neste ponto apresenta-se os serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet registados na ERC.

FIG. 20 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DISTRIBUÍDOS EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET, 2021

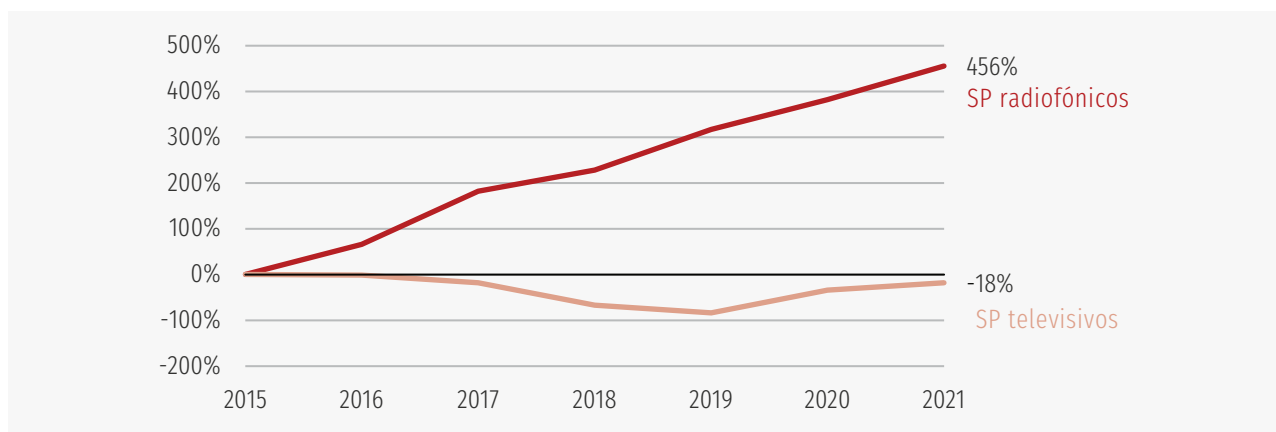


N = 149
Fonte: ERC.

Em 2021, encontram-se registados 149 serviços de programas cuja difusão é exclusiva através da internet, mais 20 do que no ano anterior, dos quais 96,6 % são radiofónicos e 3,4 % televisivos (cinco serviços de programas)¹⁶. Salienta-se que desde 2015 o número de serviços de programas radiofónicos exclusivos *online* aumentou mais de cinco vezes, passando de 26 para 144.

FIG. 21 – EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DISTRIBUÍDOS EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET POR TIPO DE SERVIÇO DE PROGRAMAS, 2015 – 2021

(Índice de Base Fixa 2015 = 0%)



Fonte: ERC.

¹⁶ Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social".

CONSUMO

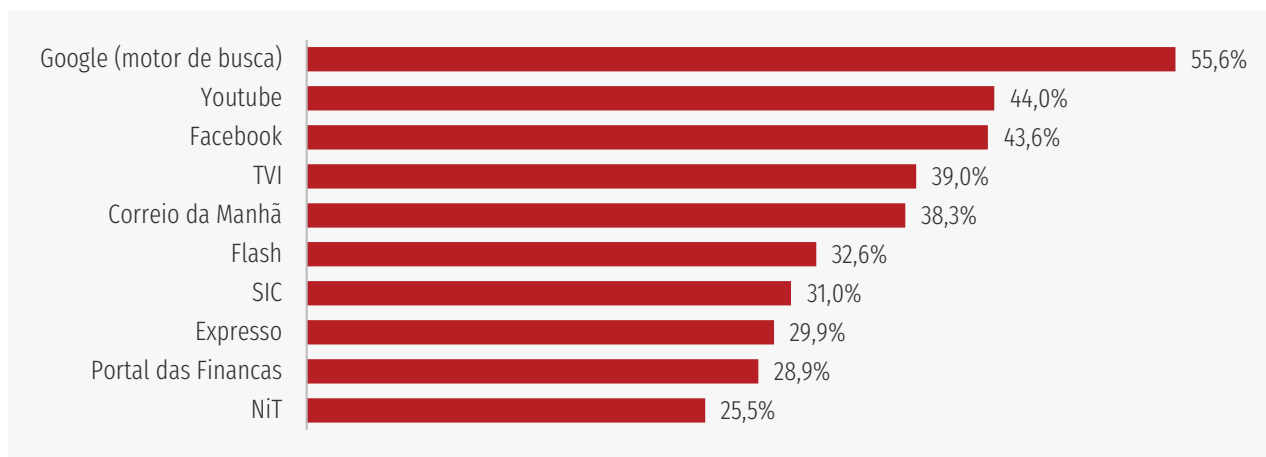
Segundo o INE¹⁷, em 2021, 82,3 % dos residentes em Portugal entre os 16 e os 74 anos referiram já ter usado a internet em algum momento, mais 2,8 p.p. do que em 2020. O uso da rede foi mais frequente entre os homens, as pessoas entre os 16 e os 44 anos, as que completaram o ensino secundário ou o ensino superior e as que pertencem a agregados domésticos com rendimentos mais elevados (4º e 5º quintil).

A mesma fonte refere que a utilização da *net* para ler notícias é uma prática comum para 81,3 % dos utilizadores, menos 4,4 p.p. face a 2020. Já 46,1 % dos utilizadores afirmam ver TV pela internet, o que representa um aumento de 2,7 p.p. face ao ano anterior.

Analisando as audiências, segundo os dados do “*Media & Advertising Global Report 2021*”, da Marktest¹⁸, o motor de busca Google obteve o maior *reach* em 2021, alcançando 55,6 % dos residentes em Portugal Continental com 15 anos e mais, o equivalente a 4,8 milhões indivíduos. A segunda e terceira posições são ocupadas pela plataforma de vídeos YouTube e pela rede social Facebook, com 44,0 % e 43,6 %, respetivamente.

Os *sites* dos grupos de *media* também fazem parte deste *ranking*, destacando-se o *site* da TVI, com um alcance de 39,0 %, ou seja, 3,3 milhões de indivíduos. Outras entidades do setor posicionam-se entre os dez *sites* com maior *reach*, estes são: Correio da Manhã, Flash, SIC, Expresso e New In Town (NiT).

FIG. 22 - TOP 10 DAS ENTIDADES EM REACH, 2021



Fonte: Marktest. “*Media & Advertising Global Report 2021*”.

Em 2021, o *site* do serviço de programas televisivo TVI, além de obter o maior *reach*, liderou em *pageviews*, ou seja, no número de vezes que a página foi mostrada. Já o da SIC, apresentou um aumento do número de visitantes na ordem dos 3,9 p.p. face a 2020.

FIG. 23 - REACH E PAGEVIEWS DOS SITES DE TELEVISÃO, 2020-2021

Entidade	2020		2021		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
TVI	147 812	39,2	146 234	39,0	-0,2
SIC	37 552	27,1	38 942	31,0	3,9
RTP	23 770	22,3	21 780	20,9	-1,4

Fonte: Marktest. “*Media & Advertising Global Report*”.

¹⁷ “Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2021”.

¹⁸ “*Media & Advertising Global Report 2021*”. As análises das audiências de internet são realizadas com os dados do estudo “netAudience”, da Marktest.

Considerando os primeiros cinco *sites* de rádio com maior alcance, em 2021, a RFM ocupa a primeira posição, com 15,0 % de *reach*, o que representa um aumento de 6,3 p.p. face ao ano anterior. A RFM e a Rádio Comercial, foram os *sites* de rádio com o maior número de visualizações.

FIG. 24 - REACH E PAGEVIEWS DOS SITES DE RÁDIO, 2020-2021

Entidade	2020		2021		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
RFM	53 940	8,7	57 034	15,0	6,3
Observador	15 962	13,8	10 477	11,2	-2,6
Rádio Renascença	8159	13,2	7553	8,7	-4,5
Rádio Comercial	77 030	6,5	87 489	7,5	1,0
M80*	-	-	18 683	1,0	0,0

Nota: Consideram-se apenas os cinco *sites* de rádio com maior *reach* em 2021.

*Dado que a M80 não entrou no TOP 100 das entidades com maior *reach* em 2020, os seus dados não são apresentados no "Anuário de *Media* & Publicidade 2020" da Marktest. Fonte: Marktest. "*Media* & Advertising Global Report".

Nos *sites* de informação, o Correio da Manhã teve o maior alcance e o maior número de visualizações, especificamente 38,3 % dos portugueses contactaram com este *site*, totalizando cerca de 89 milhões de visualizações em 2021.

FIG. 25 - REACH E PAGEVIEWS DOS SITES DE INFORMAÇÃO, 2020-2021

Entidade	2020		2021		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
Correio da Manhã	107 838	41,3	89 794	38,3	-3,0
Expresso	36 048	29,7	35 858	29,9	0,2
Impala	14 845	15,6	14 224	17,6	2,0
Sábado	5887	19,7	3425	13,8	-5,9
Diário do Distrito	523	3,8	706	5,4	1,6

Nota: Consideram-se apenas os cinco *sites* de informação com maior *reach* em 2021.

Fonte: Marktest. "*Media* & Advertising Global Report".





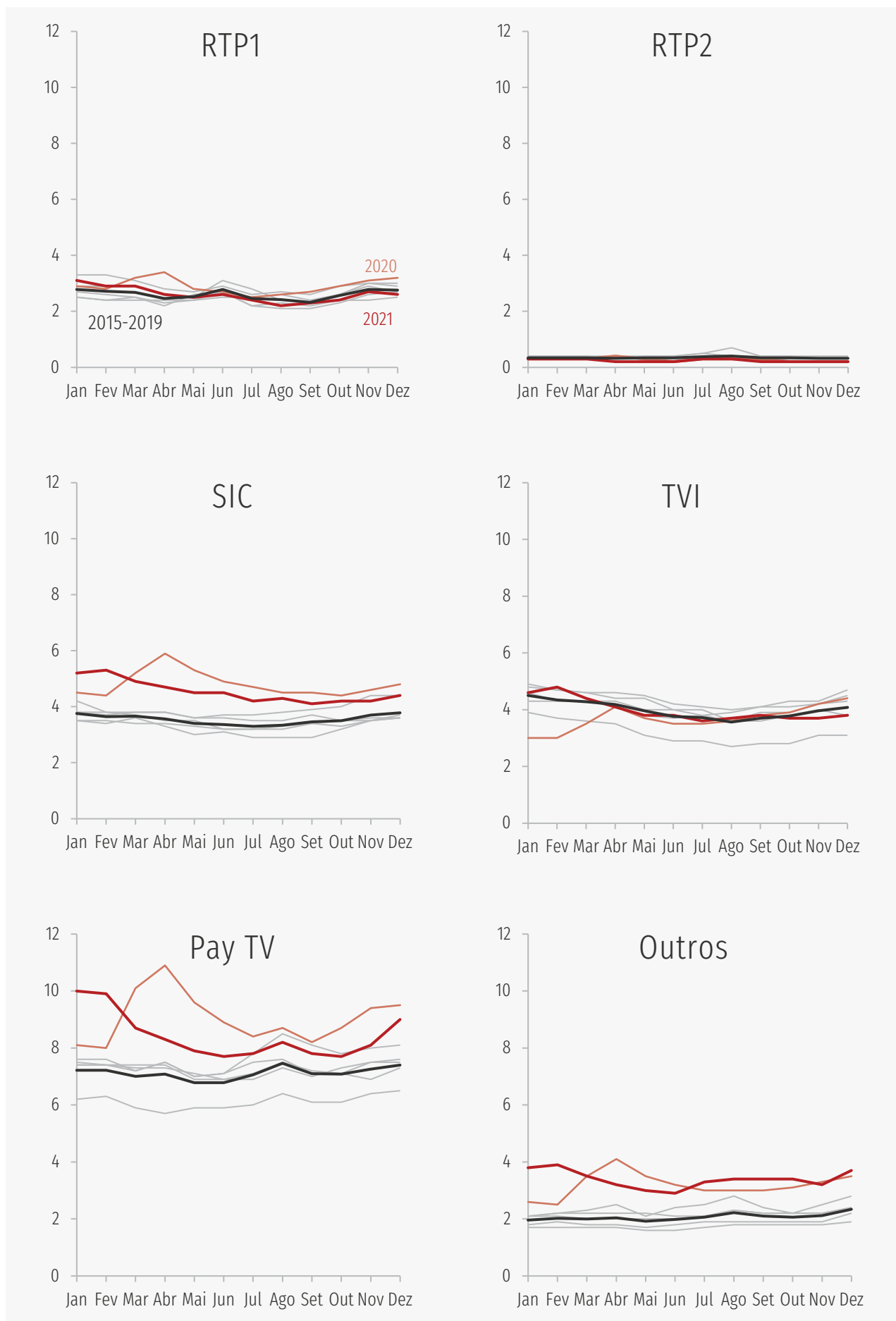
ANEXOS

FIG.A1 - SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM LICENÇA/AUTORIZAÇÃO ATIVOS EM PORTUGAL, 2021

Tipologia	Nº de serviços de programas	Designação dos serviços de programas
Generalistas	14	Correio da Manhã TV
		Correio da Manhã TV Internacional
		Porto Canal
		RTP 1
		RTP 2
		RTP Açores
		RTP África
		RTP Internacional
		RTP Madeira
		SIC
		SIC Internacional
		TVI
		TVI África
		TVI Internacional
Desporto	13	11
		A Bola TV
		BTV 1
		Fuel TV
		Sport TV +
		Sport TV 1
		Sport TV 2
		Sport TV 3
		Sport TV 4
		Sport TV 5
		Sport TV 6
		Sport TV África 1
		Sporting TV
Filmes e séries	9	Canal BLAST
		Cinemundo
		DStv Pipoca
		Hollywood
		NOS Studios
		TV Cine Action
		TV Cine Edition
		TV Cine Emotion
TV Cine Top		
Entretenimento	6	Q
		SIC Caras
		SIC Radical
		TVI Reality
		ZAP Viva
		ZAP Viva Internacional
Informação	3	RTP 3
		SIC Notícias
		CNN Portugal
Infantojuvenil	5	Canal Panda
		Panda Biggs
		Panda Kids
		SIC K
		Txillo

Tipologia	Nº de serviços de programas	Designação dos serviços de programas
Religião	2	Kuriakos TV
		TV Canção Nova Portugal
Outros	10	Canal 180
		Canal NOS
		Casa e cozinha
		Hot TV
		Localvisão TV
		RTP Memória
		S+
		SIC Mulher
		TVI Ficção
		ZAP Novelas

FIG. A2 – RATING MENSAL TOTAL TELEVISÃO, 2015-2021



Fonte: Marktest. "Anuário de Média & Publicidade".

FIG. A3 - TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NA RTP1, 2021

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	23/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X FRANÇA	36,7	68,8
2	14/nov	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X SÉRVIA	24,7	43,9
3	11/jul	EURO 2020: FINAL - ITÁLIA X INGLATERRA	23,8	45,3
4	06/jun	FUTEBOL - CAMPEONATO DA EUROPA SUB-21 2021: FINAL - ALEMANHA X PORTUGAL	23,1	44,3
5	27/mar	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - SÉRVIA X PORTUGAL	22,8	39,6
6	30/mar	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - LUXEMBURGO X PORTUGAL	21,7	38,9
7	24/mar	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X AZERBAIJÃO	20,9	35,9
8	11/nov	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - REP. IRLANDA X PORTUGAL	20,8	40,8
9	01/set	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X REP. IRLANDA	20,7	41,1
10	12/out	FUTEBOL - MUNDIAL 2022: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LUXEMBURGO	20,3	40,3

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

FIG. A4 TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NA RTP2, 2021

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	24/jan	ANEBOL - CAMP.MUNDO - PORTUGAL X FRANÇA	2,2	3,4
2	06/ago	JOGOS OLÍMPICOS TÓQUIO 2020	1,8	4,7
3	17/jan	O JOVEM MONTALBANO	1,8	3,1
4	30/mar	JORNAL 2	1,7	2,9
5	03/jul	CICLISMO - VOLTA A FRANÇA	1,6	5,2
6	14/mar	DESPORTO 2:	1,5	2,4
7	01/ago	CUIDADO COM A LÍNGUA!	1,5	4,2
8	05/mar	A FLORESTA	1,4	2,6
9	08/fev	O DESERTOR	1,4	2,8
10	21/abr	REUNIÃO	1,4	2,6

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A5 - TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NA SIC, 2021

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	15/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - HUNGRIA X PORTUGAL	24,3	67,7
2	20/jan	FUTEBOL - ALLIANZ CUP: FINAL FOUR - SP. BRAGA X BENFICA	23,3	38,1
3	18/fev	FUTEBOL - LIGA EUROPA - BENFICA X ARSENAL	22,5	38,5
4	23/jan	FUTEBOL - ALLIANZ CUP: FINAL FOUR (FINAL) - SPORTING X SP. BRAGA	22,4	35,4
5	19/jan	FUTEBOL - ALLIANZ CUP: FINAL FOUR - SPORTING X FC PORTO	21,4	35,7
6	06/jan	PRESIDENCIAIS 2021: DEBATES - ANDRÉÉVENTURA/MARCELO REBELO DE SOUSA	19,5	32,4
7	07/mar	TERRA BRAVA - FINAL	18,1	30,2
8	02/jan	A MÁSCARA - ESPECIAL	17,7	29,9
9	01/dez	GALA DOS SONHOS - ESPECIAL	17,6	34,1
10	12/set	ISTO É GOZAR COM QUEM TRABALHA - 4ª VARIANTE	17,6	31,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A6 - TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NA TVI, 2021

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	27/jun	EURO 2020: OITAVOS DE FINAL - BÉLGICA X PORTUGAL	40,2	69,7
2	19/jun	EURO 2020: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X ALEMANHA	28,2	64,3
3	17/fev	LIGA DOS CAMPEÕES - FC PORTO X JUVENTUS	25,3	42,1
4	23/mai	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD - SP. BRAGA X BENFICA	25,3	45,8
5	09/mar	LIGA DOS CAMPEÕES - JUVENTUS X FC PORTO	24,7	43,3
6	20/out	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X BAYERN MUNIQUE	23,3	44,8
7	23/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - BARCELONA X BENFICA	22,2	42,2
8	29/mai	LIGA DOS CAMPEÕES: FINAL - MANCHESTER CITY X CHELSEA	21,3	44,6
9	13/abr	LIGA DOS CAMPEÕES - CHELSEA X FC PORTO	21,2	38,2
10	03/mar	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD - FC PORTO X SP. BRAGA	20,7	35,3

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A7 - TOP 5 DOS PROGRAMAS INFORMATIVOS MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	06/jan	PRESIDENCIAIS 2021: DEBATES - ANDRÉ VENTURA/MARCELO REBELO DE SOUSA	19,5	32,4
2	SIC	07/fev	JORNAL DA NOITE	16,7	27,2
3	SIC	31/jan	PRIMEIRO JORNAL	14,5	26,8
4	TVI	10/jan	JORNAL DAS 8	13,8	22,3
5	SIC	24/jan	PRESIDENCIAIS 2021	12,8	20,2

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A8 - TOP 5 DOS PROGRAMAS DE FICÇÃO MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	07/mar	TERRA BRAVA - FINAL	18,1	30,2
2	SIC	01/mar	AMOR, AMOR	16,5	28,7
3	TVI	28/abr	FESTA É FESTA	16,4	28,8
4	SIC	23/fev	A SERRA	16,4	30,9
5	SIC	08/jan	NAZARÉ - 2ª TEMPORADA	16,0	30,1

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A9 - TOP 5 DOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	TVI	17/mai	TONY CARREIRA - A ENTREVISTA	19,9	34,4
2	SIC	02/jan	A MÁSCARA	17,7	29,9
3	SIC	01/dez	GALA DOS SONHOS	17,6	34,1
4	SIC	12/set	ISTO É GOZAR COM QUEM TRABALHA - 4ª VARIANTE	17,6	31,7
5	SIC	04/abr	HELL'S KITCHEN: O INFERNO	17,5	30,9

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A10 - TOP 5 DOS PROGRAMAS DESPORTIVOS, EXCLUINDO O FUTEBOL, MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	RTP1	03/out	FUTSAL - CAMPEONATO DO MUNDO: FINAL - ARGENTINA X PORTUGAL	11,9	27,6
2	RTP1	30/set	FUTSAL - CAMPEONATO DO MUNDO - PORTUGAL X CAZAQUIS-TÃO	7,6	21,4
3	RTP1	14/ago	CICLISMO - VOLTA A PORTUGAL	6,5	20,5
4	RTP1	24/set	FUTSAL - CAMPEONATO DO MUNDO - PORTUGAL X SÉRVIA	5,4	15,4
5	RTP1	17/nov	HÓQUEI EM PATINS - CAMP. DA EUROPA - PORTUGAL X ITÁLIA	4,7	10,4

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A11 - TOP 5 DOS PROGRAMAS DE CULTURA E CONHECIMENTO MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	07/mar	VIDA SELVAGEM	10,8	28,6
2	TVI	25/dez	CONCERTO TONY CARREIRA	9,9	20,8
3	SIC	13/fev	OS SONHOS NÃO TÊM TETO	9,5	21,6
4	SIC	24/jan	O NOSSO MUNDO	9,4	23,5
5	TVI	04/abr	MESA NACIONAL	7,3	20,8

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A12 - TOP 5 DOS PROGRAMAS INFANTIS-JUVENIS MAIS VISTOS NOS CANAIS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2021

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	RTP2	16/jan	ZIG ZAG	0,7	2,7
2	TVI	13/mar	CURIOUS GEORGE	0,6	13,8
3	SIC	30/out	AS AVENTURAS DO MAX	0,6	12,0
4	SIC	27/jun	MARVEL SPIDER-MAN	0,5	8,4
5	SIC	09/mai	GUARDIÕES DA GALÁXIA: MISSÃO EVASÃO	0,4	11,4

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM

FIG. A13 - CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES NACIONAIS DE INFORMAÇÃO GERAL (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	Cofina Media S.A.	53 716	-11,1	2648	45,2	56 364	-9,4
	Jornal Destak (Gratuito)	Cofina Media S.A.	55 000	0,2	-	-	55 000	0,2
	Público	Público – Comunicação Social, S.A.	12 140	-11,4	40 646	26,9	52 786	15,5
	Jornal de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	24 724	-15,0	4000	-45,0	28 724	-21,0
	Diário de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	2975	-27,5	2031	-41,2	5006	-33,8
Jornal (Semanal)	Expresso	Impresa Publishing, S.A.	53 386	-6,8	50665	12,7	104 051	1,8
Jornal (Bimestral)	Tempo Livre	Fundação INATEL	90 260	-3,8	-	-	90 260	-3,8
Revista (Semanal)	Visão	Trust In News, Unipessoal, Lda.	27 140	-11,6	3006	-14,5	30 146	-11,9
	Sábado	Cofina Media S.A.	23 870	-25,0	5032	258,9	28 902	-13,1
Revista (Bimestral)	Visão História	Trust In News, Unipessoal, Lda.	12 127	-16,2	312	-1,9	12 439	-15,9
Revista (Mensal)	Seleções do Reader's Digest	Global Family Editions, S.A.	26 417	-5,5	-	-	26 417	-5,5
	Courrier Inter-nacional	Trust In News, Unipessoal, Lda.	8315	-10,4	1014	-3,1	9329	-9,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A14 - CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES DE INFORMAÇÃO REGIONAL (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Diário)	Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira Lda.	6307	-5,0	1327	2,6	7634	-3,8
	Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda.	6572	-5,7	302	344,1	6874	-2,3
	Diário de Aveiro	Diário de Aveiro, Lda.	3518	-13,0	52	20,9	3570	-12,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A15 - CIRCULAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES DE ECONOMIA, NEGÓCIOS E GESTÃO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Diário)	Jornal de Negócios	Cofina Media S.A.	2255	-29,7	6572	21,4	8827	2,4
Jornal (Semanal)	O Jornal Económico	Megaфин – Sociedade Editora, S.A.	1016	-37,5	6992	-11,3	8008	-15,8
	Vida Económica	Vida Económica – Editorial, S.A.	2665	-23,9	-	-	2665	-23,9
Revista (Mensal)	Marketeer	Multipublicações, Lda.	13 352	-13,2	40	-67,5	13 392	-13,7
	Executive Digest	Multipublicações, Lda.	12 590	-6,2	37	-33,9	12 627	-6,3
	Exame	Trust In News, Unipessoal, Lda.	4696	-12,9	1314	16,3	6010	-7,8

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A16 - CIRCULAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES DE DESPORTO E VEÍCULOS (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Diário)	Record	Cofina Media S.A.	19 105	-1,2	2 237	-4,2	21 342	-1,5
	O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	8546	-9,3	1 891	-5,6	10 437	-8,6
Revista (mensal)	Carros & Motores	Editorial GrupoV Portugal, Lda.	18 933	-2,8	-	-	18 933	-2,8
	Automotive	Prosa Serena Unipessoal, Lda.	8983	-8,1	-	-	8983	-8,1
	Autofoco	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	6986	16,6	163	239,6	7149	18,4
	Turbo	Terra de Letras - Comunicação Unipessoal, Lda.	6240	-6,3	-	-	6240	-6,3

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A17 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS FEMININAS/MODA (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Semanal	Maria	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	55 443	-13,7	35	25,0	55 478	-13,7
	Telenovelas	Trust In News, Unipessoal, Lda.	21 290	-12,9	177	27,3	21 467	-12,6
Mensal	Saber Viver	How - House of Words, Lda.	18 344	-15,7	-	-	18 344	-15,7
	Activa	Trust In News, Unipessoal, Lda.	10 942	-20,4	608	-37,3	11 550	-21,5
Bimestral	Women's Health (digital)	Global Notícias - Media Group, S.A.	-	-	523	13,9	523	13,9
Trimestral	Women's Health (impressa)	Global Notícias - Media Group, S.A.	9040	-30,1	-	-	9040	-30,1

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A18 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS MASCULINAS (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	Men's Health	Global Notícias - Media Group, S.A.	5029	-5,9	744	-3,3	5773	-5,5

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A19 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE SOCIEDADE (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Semanal	Nova Gente	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	40 146	-9,9	14	40,0	40 160	-9,9
	Caras	Trust In News, Unipessoal, Lda.	15 712	-13,5	168	18,3	15 880	-13,3

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A20 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE TELEVISÃO/JOGOS (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Semanal	TV 7 Dias	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	42 413	-9,7	21	61,5	42 434	-9,7
	TV Guia	Cofina Media S.A.	39 660	1,7	320	-34,0	39 980	1,2
	TV Mais	Trust In News, Unipessoal, Lda.	18 794	-15,6	124	34,8	18 918	-15,4

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A21 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE AMBIENTE/DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda.	14 276	-6,0	33	-87,1	14 309	-7,4

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A22 - CIRCULAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES DE CULTURA/ESPETÁCULO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Períodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Quinzenal)	Jornal de Letras, Artes & Ideias	Trust In News, Unipessoal, Lda.	5414	-1,5	1558	1,0	6972	-1,0
Revista (Trimestral)	Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	3439	0,1	-	-	3439	0,1

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A23 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS JUVENIS (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	Visão Júnior	Trust In News, Unipessoal, Lda.	6388	-13,2	798	-44,5	7186	-18,3

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A24 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE CULINÁRIA (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	Continente Magazine (Impressa)	Público - Comunicação Social, S.A.	67 101	-9,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A25 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE DECORAÇÃO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Bimestral	Attitude	TVF II, Comunicação e Editores Unipessoal, Lda.	4104	-7,9	1900	44,2	6004	3,9
Mensal	Caras Decoração	Trust In News, Unipessoal, Lda.	6413	-9,5	-	-	6413	-9,5

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A26 - CIRCULAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES DE SAÚDE/EDUCAÇÃO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Períodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Mensal)	O Jornal Dentistry	Medianext Professional Information, Lda.	4994	10,1	6399	-1,4	11 393	3,4
Revista (Mensal)	PREVENIR	How - House of Words, Lda.	15 674	-14,4	-	-	15 674	-14,4
Revista (Bimensal)	ph + informação com a sua farmácia	How - House of Words, Lda.	75 000	-1,5	-	-	75 000	-1,5
	Visão Saúde	Trust In News, Unipessoal, Lda.	7552	-23,4	259	-7,8	7811	-23,0

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A27 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	Exame Informática	Trust In News, Unipessoal, Lda.	6593	-16,0	6040	-17,0	12 633	-16,5

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A28 - CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE VIAGENS E TURISMO (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Mensal	Volta ao Mundo	Global Notícias - Media Group, S.A.	3070	-21,4	1236	1,5	4306	-15,9

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

FIG. A29 - CIRCULAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES SECTORIAIS (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2021

Tipo de publicação (Períodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2020/21 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2020/21 (%)
Jornal (Semanal)	The Portugal News	AngloPress - Edições e Publicidade, Lda.	14 957	-0,4	110 229	-7,9	125 186	-7,1
Revista (Mensal)	Boletim da Ordem dos Advogados	Ordem dos Advogados, Lda.	-	-	32 000	0,0	32 000	0,0
	IT CHANNEL	Medianext Professional Information, Lda.	1835	-12,3	5567	-10,4	7402	-10,9

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2021".

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 2011 e 2021 e destacando as diferenças entre os últimos anos para conhecer os efeitos da pandemia neste setor.

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 defrontarmo-nos 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 pelo Omnicom², entidade especializada em consultoria 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.

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, com a ressalva que estes valores não consideram os descontos praticados no setor.

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 2021 (2021=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 (2011). Assim, os valores superiores ou inferiores a 0 % indicam um crescimento ou redução em relação ao ano base.

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.

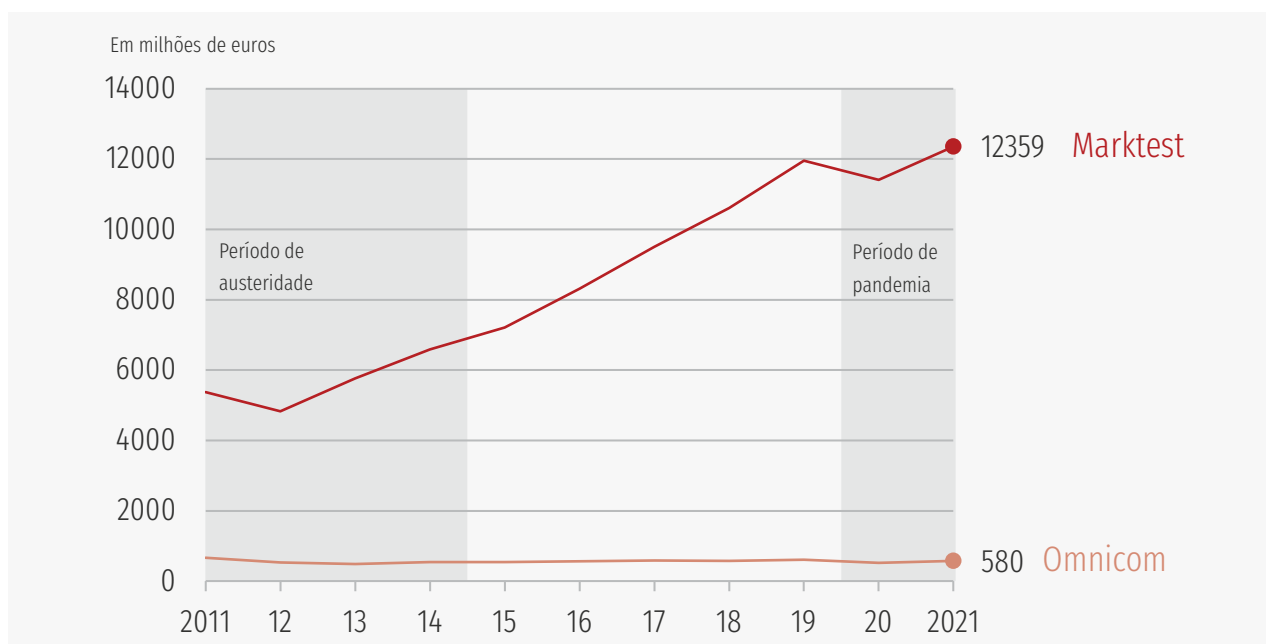
² O Omnicom Media Group faz parte do grupo Omnicom Group, fundado em 1986 nos Estados Unidos da América. O Omnicom Media Group presta diversos serviços direcionados ao setor dos *media*, especificamente na área de *marketing*, publicidade e comunicação. No ano 2000, o grupo iniciou as suas atividades em Portugal. <https://www.omnicommediagroup.com/>

2. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS

São notórias as disparidades entre os dados da Marktest e do 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 2021, o mercado publicitário totalizou 12,4 mil milhões de euros, cerca de 7 mil milhões de euros mais do que em 2011, o que significa um aumento de 130 %. Por seu lado, os dados do Omnicom estimam uma contração, dos 667 milhões de euros em 2011, para os 580 milhões em 2021, ou seja, uma queda de 13 %.

FIG. 1 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO, 2011-2021



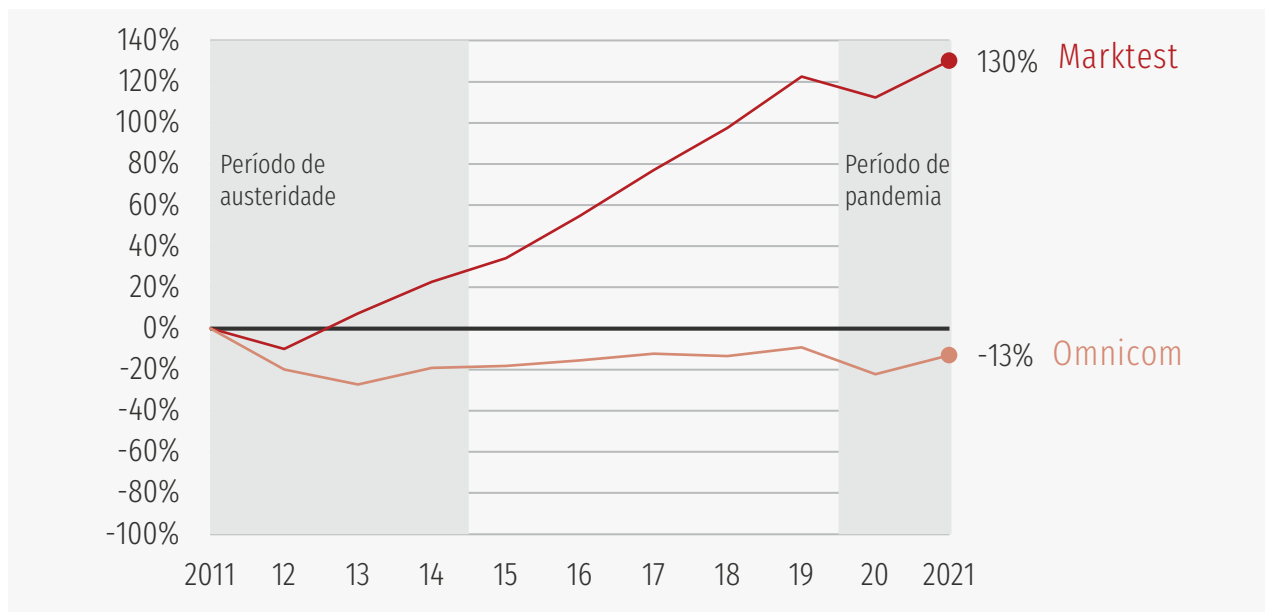
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Observando os valores de cada fonte, é evidente a discrepância entre os preços tabelados da Marktest e as estimativas do Omnicom, o que demonstra a elevada dimensão dos descontos praticados. Em 2011, o desconto médio está na ordem dos 88 %, valor que aumenta para os 95 % em 2021.

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 do Omnicom.

FIG. 2 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; 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 o Omnicom, mostra uma desaceleração média anual de -7 % durante a austeridade e um ritmo de crescimento médio anual lento de 2 % nos anos seguintes, ou seja, que considerando uma aproximação dos valores reais praticados segundo esta fonte, o investimento publicitário ainda não se recuperou da última crise econômica.

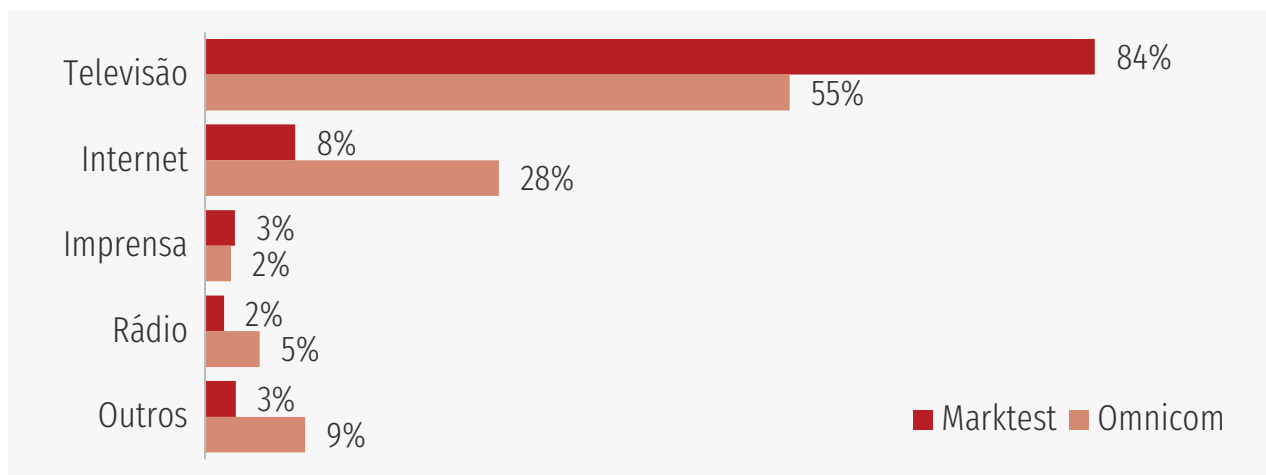
Salienta-se que a pandemia em 2020 afetou o investimento publicitário em todos os meios de comunicação. É a primeira vez, depois do período de austeridade, que o mercado publicitário recuou. Segundo a Marktest a queda entre 2019 e 2020 foi de 5 %; para o Omnicom a diminuição é maior, especificamente 14 %. Contudo, ambas as fontes estimaram uma recuperação do mercado em 2021, com aumentos de 8 %, segundo a Marktest, e 12 %, de acordo com o Omnicom.

No que diz respeito à distribuição do investimento publicitário nos diferentes meios de comunicação, também 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 2021, 84 % do investimento total foi dirigido à televisão, segundo a Marktest; para o Omnicom este meio representa 55 %. A publicidade digital encontra-se na segunda posição, recolhendo 8 % do mercado publicitário para a Marktest e 28 % segundo o Omnicom.

A imprensa e a rádio têm um peso substancialmente menor. No caso da imprensa em 2021, a Marktest aponta para 3 %; já o Omnicom 2 %. Por outro lado, a sua ordem varia. Para a Marktest a imprensa ocupa a terceira posição, mas para o Omnicom esta passa para o quarto lugar, pois é a rádio que se posiciona acima, com 5 % do investimento publicitário.

Outros segmentos considerados pelas fontes são a publicidade outdoor e no cinema, que por não serem setores regulados pela ERC, não são considerados nesta análise.

FIG. 3 – REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO, 2021

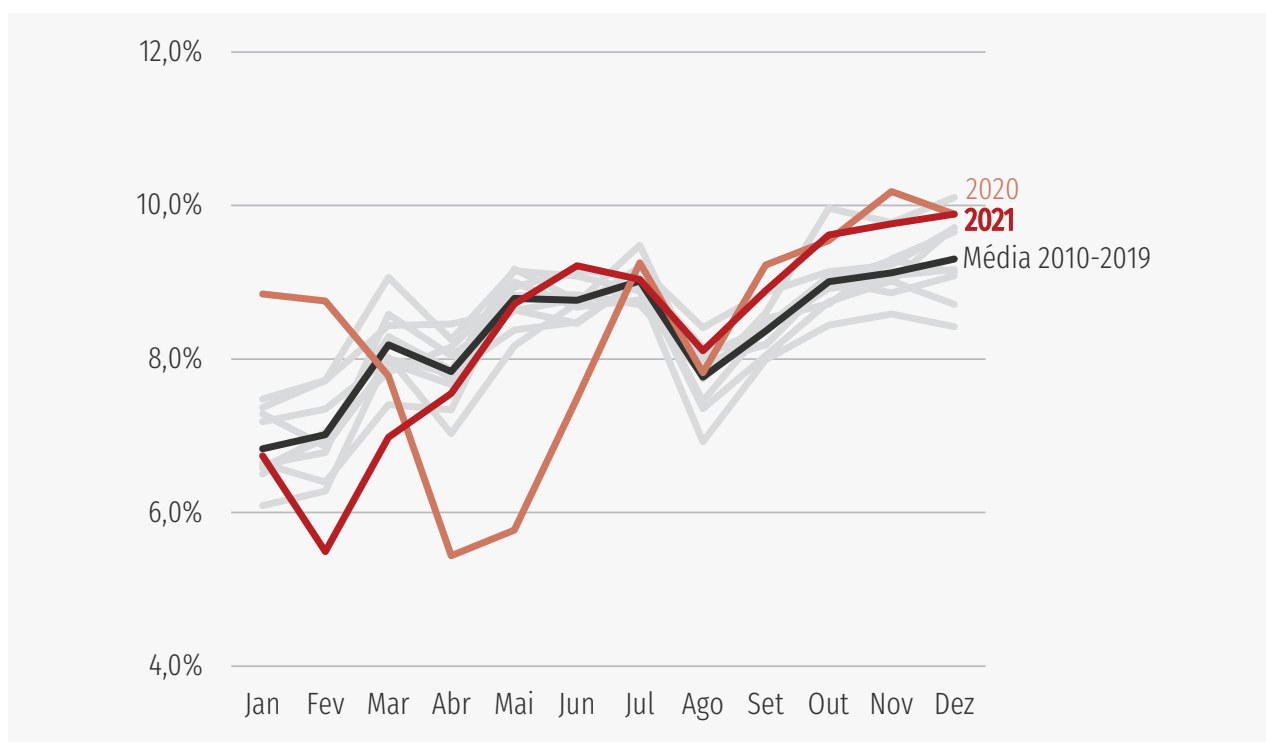


Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021"; Omnicom.

Os dados da Marktest permitem conhecer a evolução mensal do mercado publicitário. Analisando a percentagem do investimento por mês, entre 2010 e 2021, identifica-se um comportamento sazonal, caracterizado pelo menor investimento nos primeiros meses do ano, mas com um sucessivo aumento até março, ao qual se segue um abrandamento em abril, para logo crescer entre maio e junho. 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.

Observa-se na análise mensal de 2021 que os primeiros meses do ano, nomeadamente janeiro, fevereiro e março, registaram um menor investimento, facto que, para além da tendência sazonal já referida, poderá estar relacionado com as medidas restritivas aprovadas para combater a pandemia, levando as empresas a investir menos em publicidade. Os meses seguintes do ano mostram uma recuperação dos valores, tendo um comportamento similar ao registado nos anos anteriores.

FIG. 4 – DISTRIBUIÇÃO MENSAL DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO, 2010-2021



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

3. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO

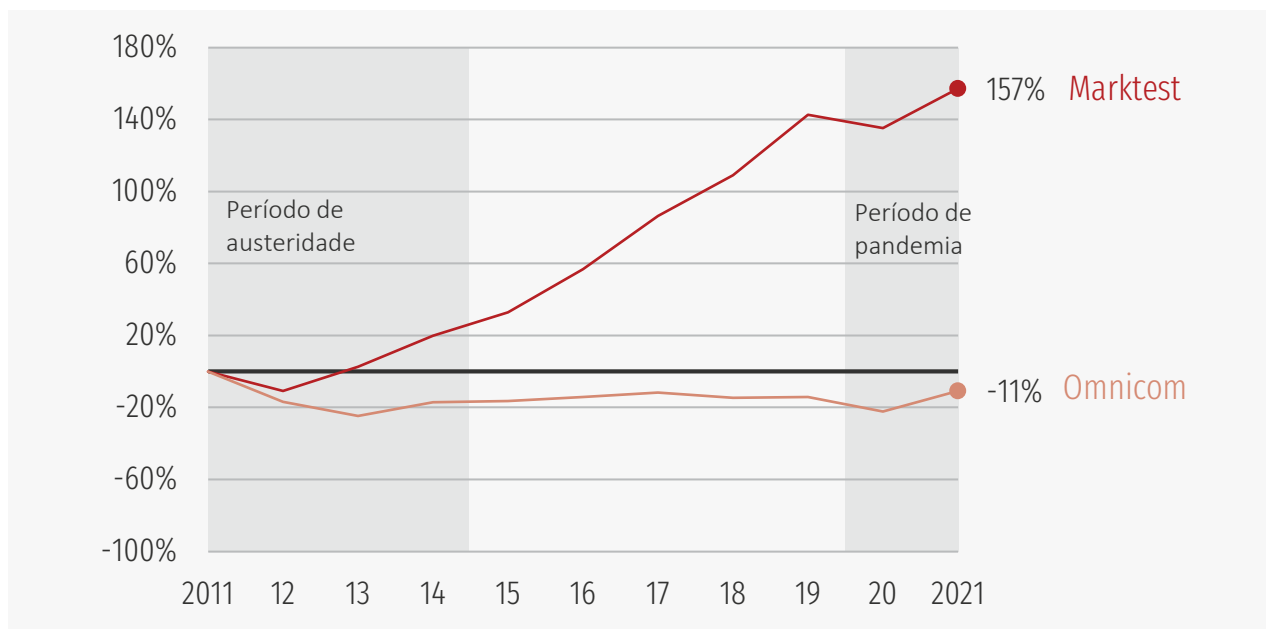
Sendo a televisão o meio privilegiado pelos investidores, captando mais de metade das receitas publicitárias, espera-se que a evolução seja parecida à do mercado total analisado no ponto anterior. De facto, a televisão é o segmento que influencia os valores totais. Por outras palavras, o mercado publicitário português depende do investimento em televisão, pois este continua a ser um dos meios de comunicação mais usados na sociedade portuguesa.

Em 2021, a televisão captou, a preços de tabela, cerca de 10,4 mil milhões de euros de acordo com a Marktest, mas segundo o Omnicom o investimento foi de 320 milhões de euros. Isto quer dizer que a televisão sofreu, em média, descontos na ordem dos 97 %. Comparando com 2011, há diferenças na evolução do investimento entre as fontes citadas. Para a Marktest o investimento cresceu 157 % e segundo o Omnicom os valores recuaram 11 %.

Devido à crise gerada pela pandemia, entre 2019 e 2020, o investimento publicitário em televisão sofreu quebras, segundo a Marktest na ordem dos 3 % e para o Omnicom de 9 %. Em 2021, registou-se um crescimento face a 2020 segundo ambas as fontes, de 9 % para a Marktest e de 15 % de acordo os dados do Omnicom.

FIG. 5 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO, 2011-2021

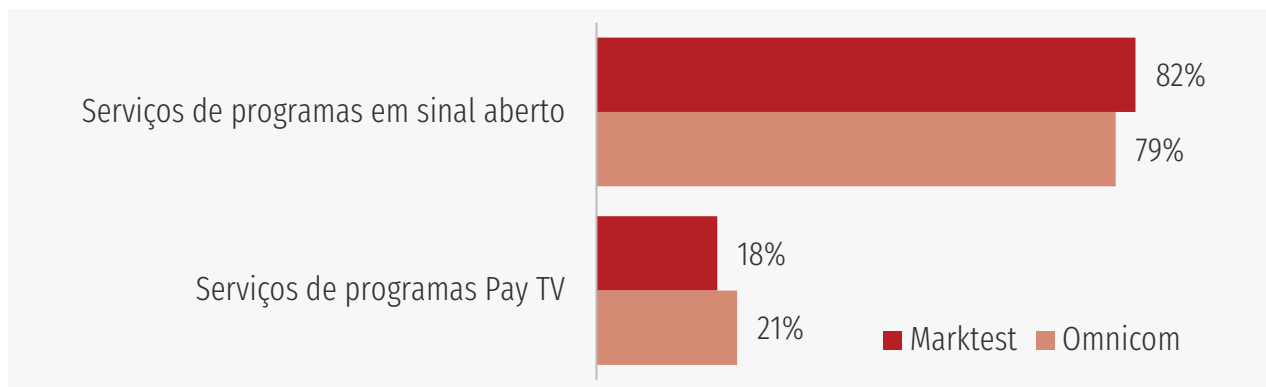
(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; 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 seguintes, obtendo um ritmo de crescimento médio anual de 8 %, entre 2011 e 2021. Em sentido contrário, os dados do 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 2 % no período em análise.

FIG. 6 – REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO, SEGUNDO O TIPO DE ACESSO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS, 2021



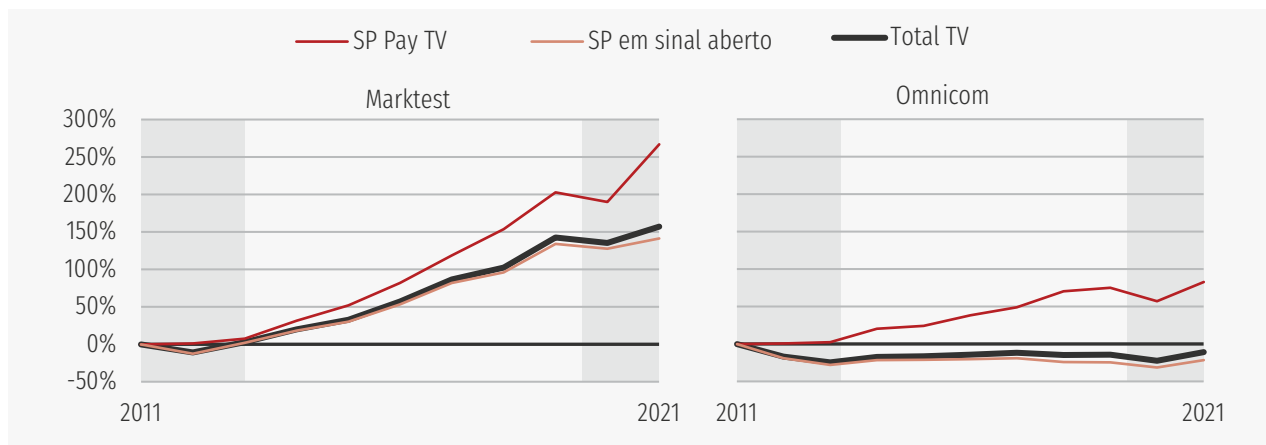
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021"; Omnicom.

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 13 %, já o Omnicom de 6 %.

Entre 2019 e 2020 a crise gerada pela pandemia afetou mais os serviços de programas transmitidos na televisão por subscrição (Marktest: -4 %; Omnicom: -10%) do que os transmitidos em sinal aberto (Marktest: -3 %; Omnicom: -9 %). No entanto, as taxas de variação entre 2020 e 2021 demonstram um crescimento na televisão paga (Marktest: 26 %; Omnicom: 16 %) maior que nos serviços de programas free-to-air (Marktest: 6 %; Omnicom: 14 %).

FIG. 7 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO, SEGUNDO O TIPO DE ACESSO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



SP: Serviços de programas.

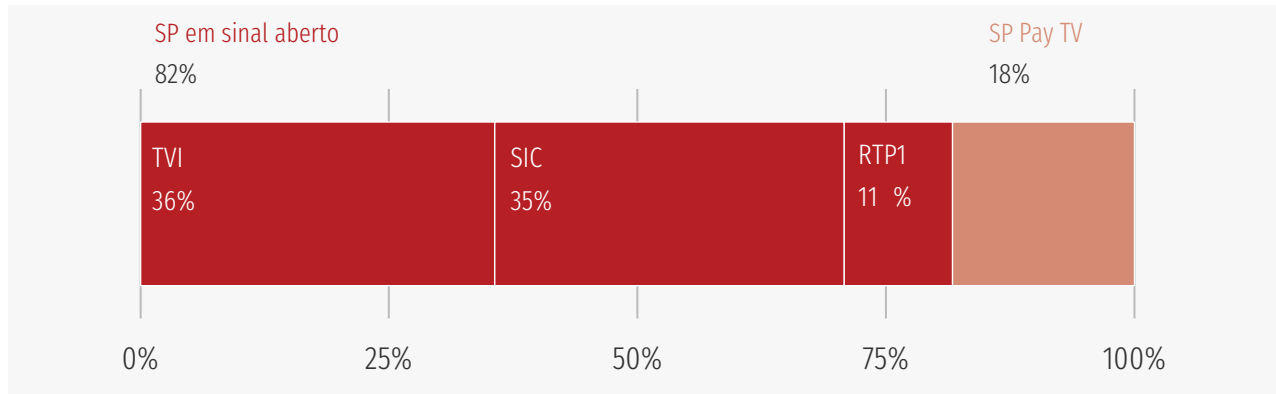
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Os dados fornecidos pela Marktest permitem conhecer os primeiros dez serviços de programas com maior investimento publicitário (v. anexo Fig. A1). Em 2021, os canais generalistas em sinal aberto dos operadores privados – TVI e SIC – concentraram cerca de 70 % do investimento total em televisão. O operador de serviço público RTP1 captou apenas 11 %. 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.

3 Cf. No presente Relatório de Regulação, o capítulo "Análise económico-financeira do setor de *media* em Portugal".

FIG. 8 – REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO, 2021

SP: Serviços de programas.



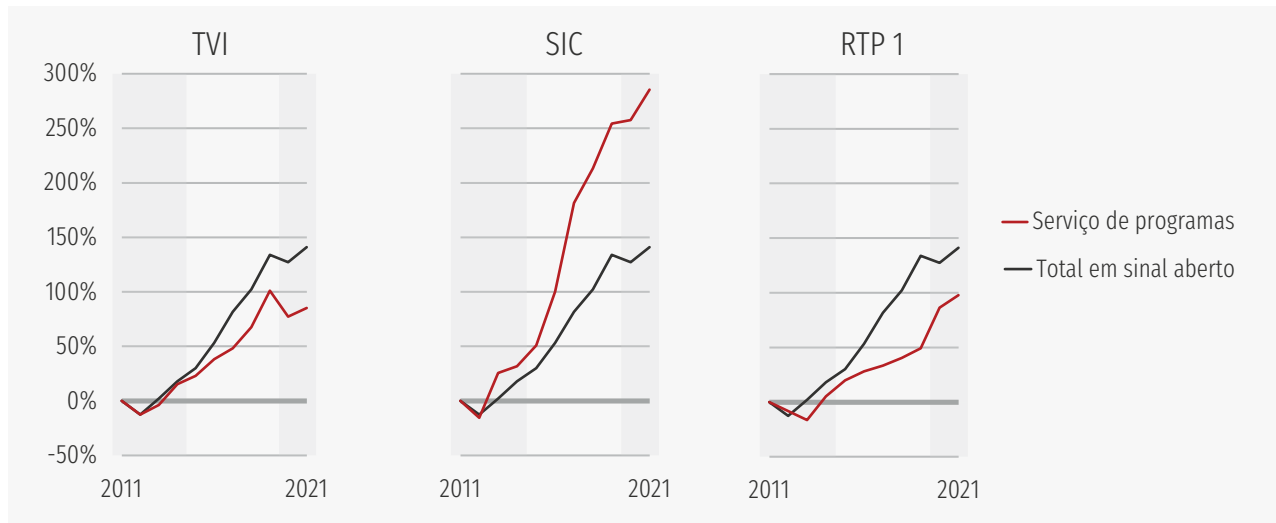
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

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 2011 e 2021 (SIC: 13 %, TVI: 6 % e RTP1: 6 %), destacando-se a SIC como o serviço de programas que mostrou o maior crescimento quando comparado com a TVI e a RTP1.

No ano da pandemia, o investimento a preços de tabela diminuiu na TVI 12 % face a 2019. A SIC e a RTP1 registaram um aumento de 1 % e 25 %, respetivamente. Em 2021, os três serviços de programas aumentaram as suas receitas provenientes da publicidade face a 2020, destacando-se a SIC com o maior crescimento (SIC: 8 %, RTP1: 6 % e TVI: 4 %).

FIG. 9 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NA TVI, SIC E RTP1, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

Por outro lado, por cada 100 euros investidos em publicidade na televisão, 18 euros são destinados aos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura. Os serviços de programas CMTV, TVI24⁴, Record TV e Fox captaram, em 2021, 50 % do investimento total dirigido aos canais da televisão por assinatura.

Considerando que a CMTV iniciou a sua transmissão em 2013, este serviço de programa não pode ser comparado com os restantes mencionados. Ainda assim, pode-se afirmar que a CMTV aumentou no seu período de transmissão cerca de 22 vezes as suas receitas de publicidade, passando de 22 milhões de euros, em 2014, para 486 milhões de euros, em 2021. Salienta-se que no período 2019-2020 a CMTV aumentou as suas receitas em publicidade, a preços de tabela, em 3 % e no período 2020-2021 o aumento foi de 56 %.

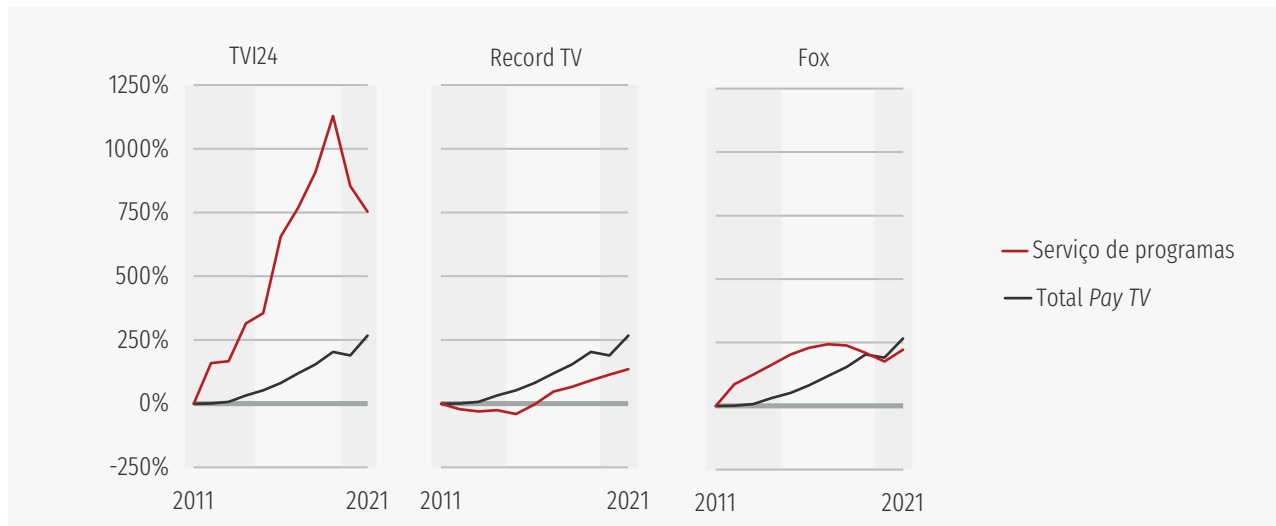
4 A TVI24 cessou as suas emissões a 22 de novembro de 2021, sendo substituída pela CNN Portugal, serviço de programas que faz parte do operador TVI.

Entre 2011 e 2021, a TVI24 aumentou aproximadamente nove vezes as suas receitas de publicidade. 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, no período analisado, na ordem dos 8 %. Já a Fox mostrou uma evolução positiva com um crescimento médio anual de 11 %.

O impacto da pandemia em 2020, considerando os preços de tabela, afetou a TVI24 e a Fox, com quebras de 22 % e 11 %, respetivamente, face a 2019. A Record TV cresceu 12 % no período 2019-2020. No período 2020-2021, a Fox e a Record TV viram crescer as suas receitas 17 % e 9 %, respetivamente; a TVI24 registou uma diminuição de 11 %.

FIG. 10 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NA TVI24, RECORD TV E FOX, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

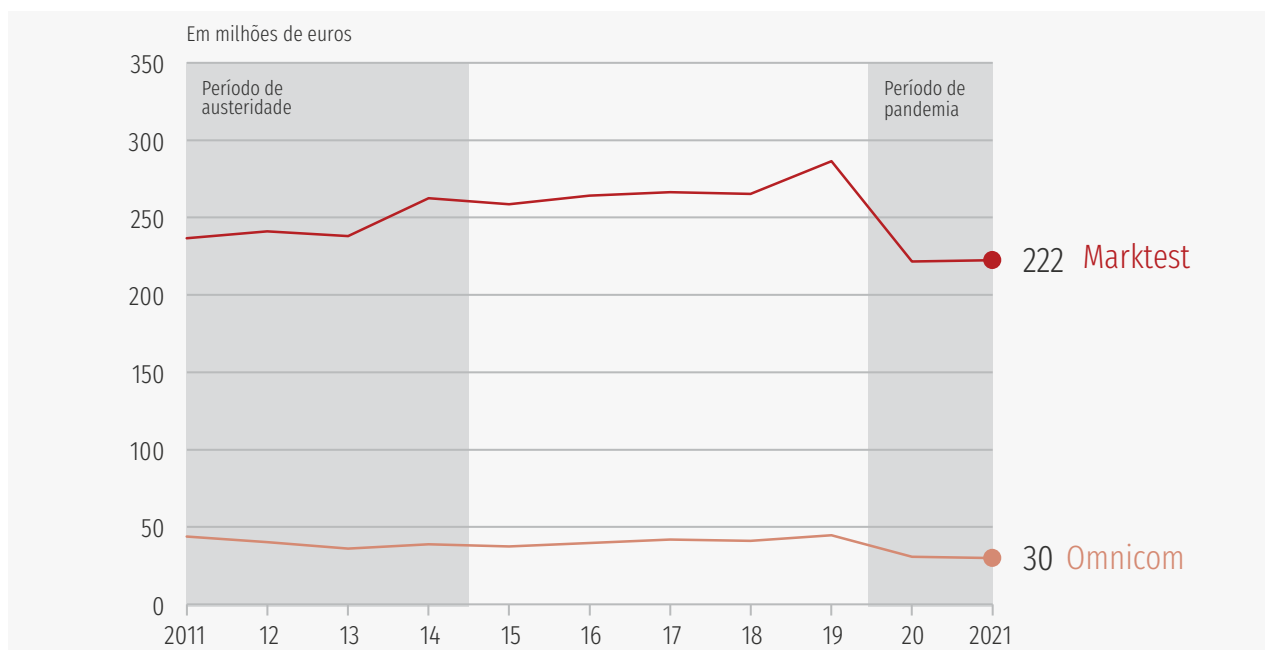


4. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO

Segundo a Marktest, em 2021 o investimento total em rádio foi de 222 milhões de euros, o que representou uma diminuição de 6 % face a 2011. A evolução foi diferente de acordo com os dados do Omnicom, no final do período analisado o investimento cifrou-se em 30 milhões de euros, representado uma queda de 31 % entre 2011 e 2021.

Para ambas as fontes, devido à crise pandémica de 2020 registaram-se os valores mais baixos no período analisado. A contração neste setor foi de 23 % face a 2019, segundo a Marktest; já para o Omnicom o decréscimo foi maior, 31 % quando comparado com 2019. Em 2021, observa-se um pequeno aumento 0,4 % face a 2020, segundo a Marktest; já as estimativas do Omnicom assinalam uma redução de 3 %.

FIG. 11 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO, 2011-2021



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

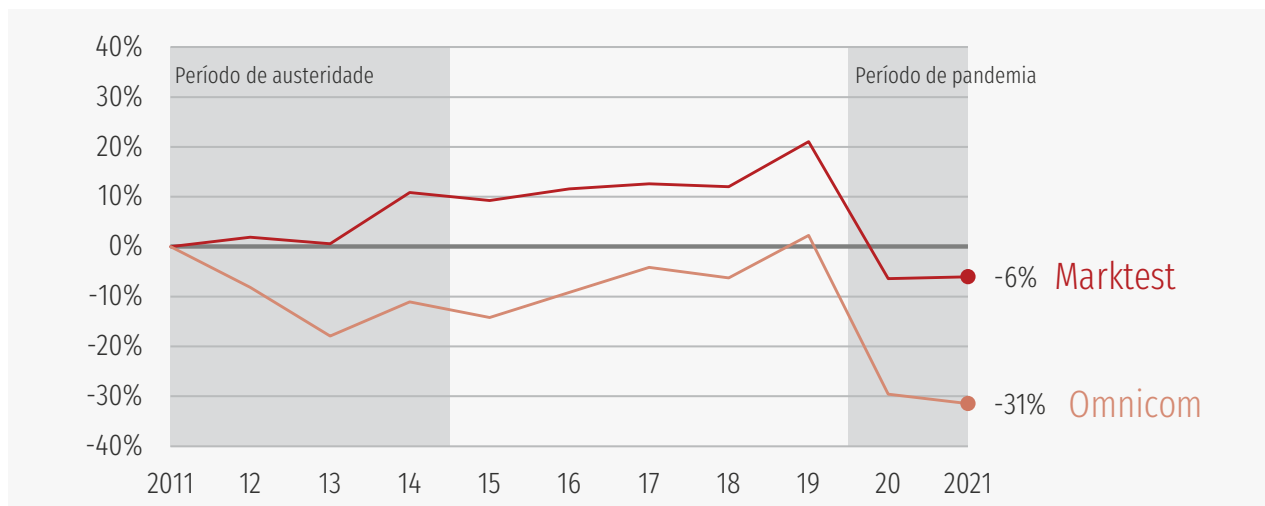
Analisando os valores a preços de tabela da Marktest, observa-se que no período de austeridade o investimento publicitário na rádio não foi afetado pelos efeitos da recessão, pois entre 2010 e 2014 teve uma evolução média positiva na ordem dos 3 %. Contudo, no período pós-austeridade, após um lento crescimento, o investimento em rádio está marcado pela pandemia, pois em 2020 os valores recuaram próximos aos atingidos em 2009. O pequeno crescimento entre 2020 e 2021 não permitiu recuperar os valores registados antes da pandemia, não ultrapassando os de 2009.

As estimativas do Omnicom, indicam que, para o período de austeridade o investimento teve uma evolução negativa, com uma taxa de variação média de -2 %, já entre 2015 e 2019 a publicidade em rádio mostrou sinais de recuperação com um crescimento médio anual de 4 %. No período marcado pela pandemia, os valores atingidos são os mais baixos desde que há registo no Omnicom⁵. A queda de 2021, apesar de não ser pronunciada, demonstra que ainda o investimento no setor não se recupera da crise gerada pela pandemia.

⁵ O Omnicom recolhe dados do investimento publicitário em Portugal desde 2002.

FIG. 12 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)

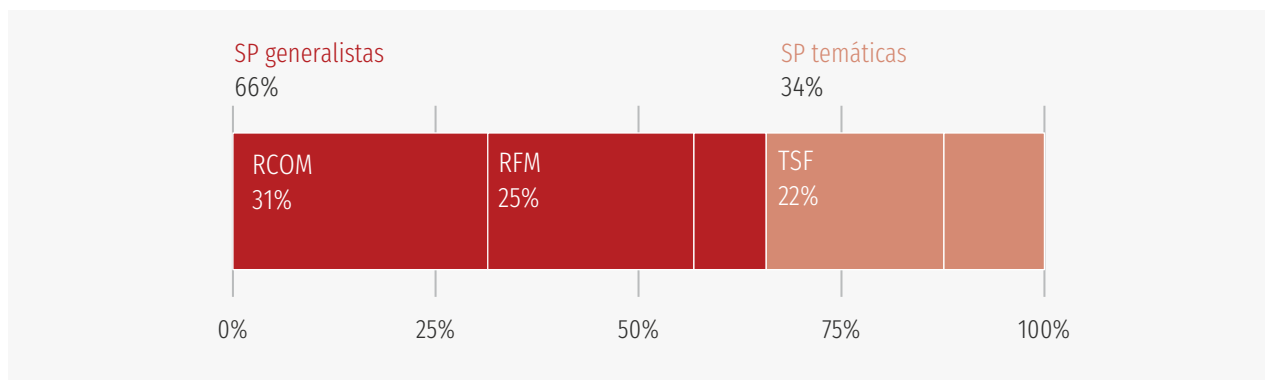


Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Por outro lado, os valores de ambas as fontes, em 2021, sugerem que na rádio sejam praticados, em média, descontos na ordem dos 87 %.

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 Fig. A2). Os serviços de programas generalistas são os que, anualmente, recebem a maior parte das receitas publicitárias. Em 2021, as rádios generalistas Rádio Comercial e RFM arrecadaram 31 % e 25 % do investimento, respetivamente. Entre as temáticas, a rádio de informação TSF recolheu 22 % do investimento total em rádio. Como se observa, cerca de 79 % do investimento em rádio dirige-se a estes três serviços de programas.

FIG. 13 – REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO, 2021



SP: Serviços de programas.

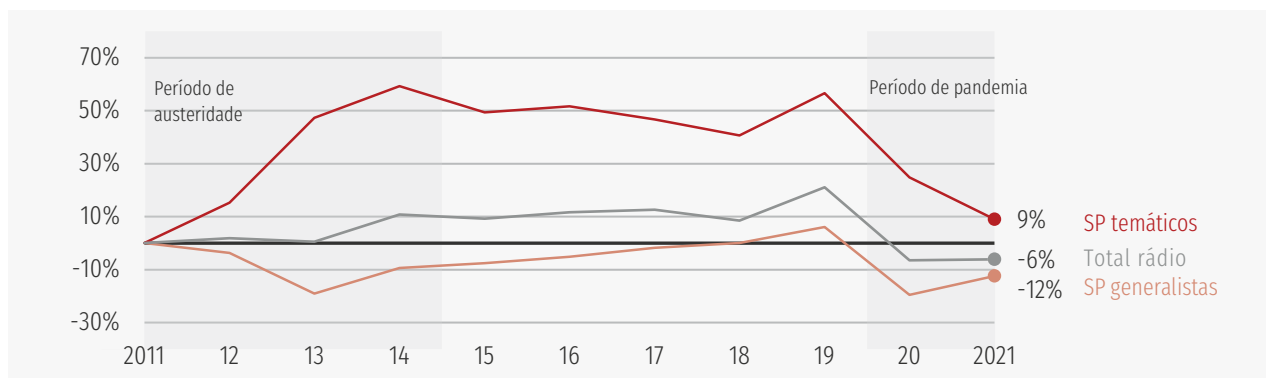
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

Analisando a evolução do investimento a preços de tabela entre 2011 e 2021, verifica-se que as rádios temáticas registam um crescimento médio anual de 0,8 % e as generalistas uma taxa de variação média negativa de 1 %, ambos os valores influenciados pela redução no primeiro ano da pandemia.

A taxa de variação entre 2019 e 2020, indica que a queda foi maior nos generalistas (-24 %) do que nos temáticos (-20 %), mas no período 2020-2021 as rádios generalistas aumentaram as suas receitas em publicidade (9 %) e as temáticas continuaram a diminuir (-13 %).

FIG. 14 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO, SEGUNDO O TIPO DE PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



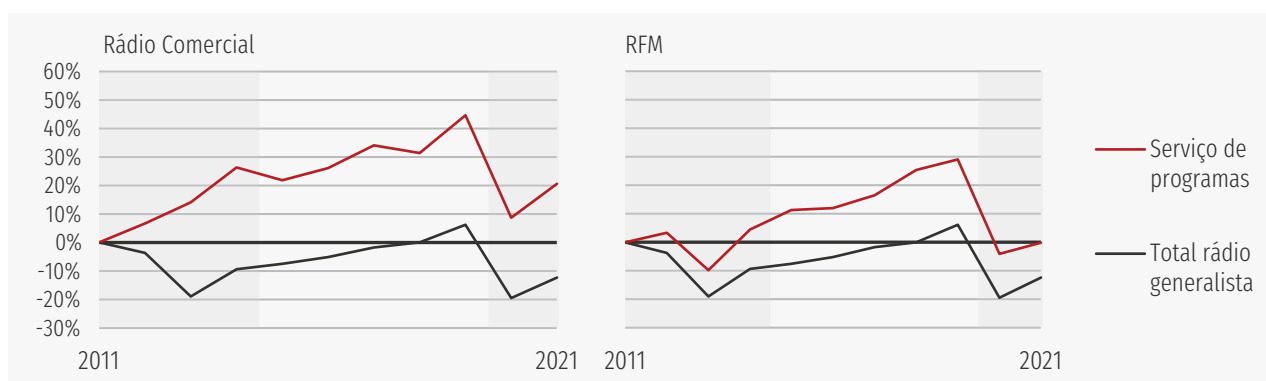
SP: Serviços de programas.

Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

Uma análise mais detalhada revela que a Rádio Comercial teve uma evolução positiva entre 2011 e 2019, com um crescimento médio anual de 4 %; em 2020, as receitas de publicidade recuaram 25 % face a 2019, mas em 2021 aumentaram 11 % face ao ano anterior. A RFM parece mais afetada pelos efeitos negativos do período de austeridade tendo uma taxa de variação média anual de 3 % entre 2011 e 2019; já em 2020 as receitas diminuíram 26 % face a 2019, e em 2021 aumentaram 4 % face a 2020.

FIG. 15 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NA RÁDIO COMERCIAL E RFM, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)

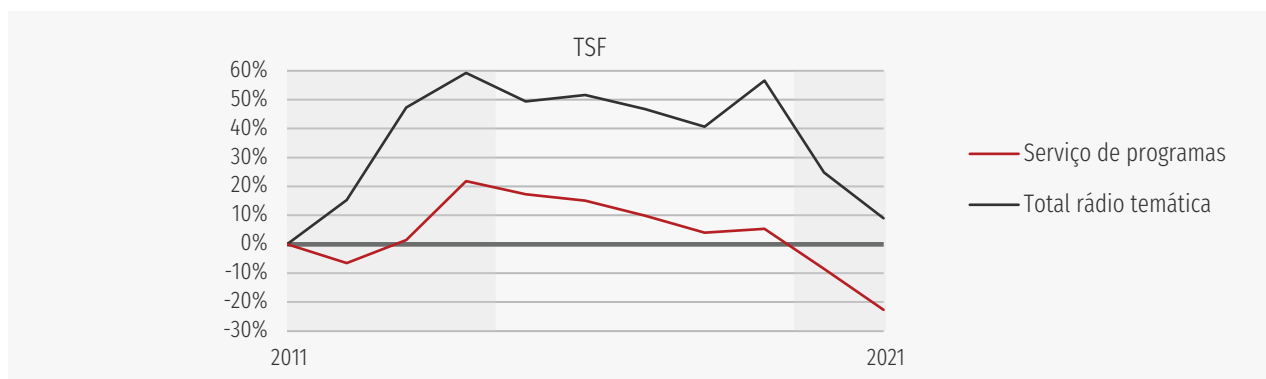


Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

Por seu lado, a TSF tem sido mais afetada no período pós-austeridade e com a chegada da pandemia. No período 2011-2021, regista uma taxa de variação média negativa de 2 %. As quebras entre 2019-2020 e 2020-2021, são as maiores registadas no período analisado, de -13 % e -16 %, respetivamente.

FIG. 16 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NA TSF, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

5. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA

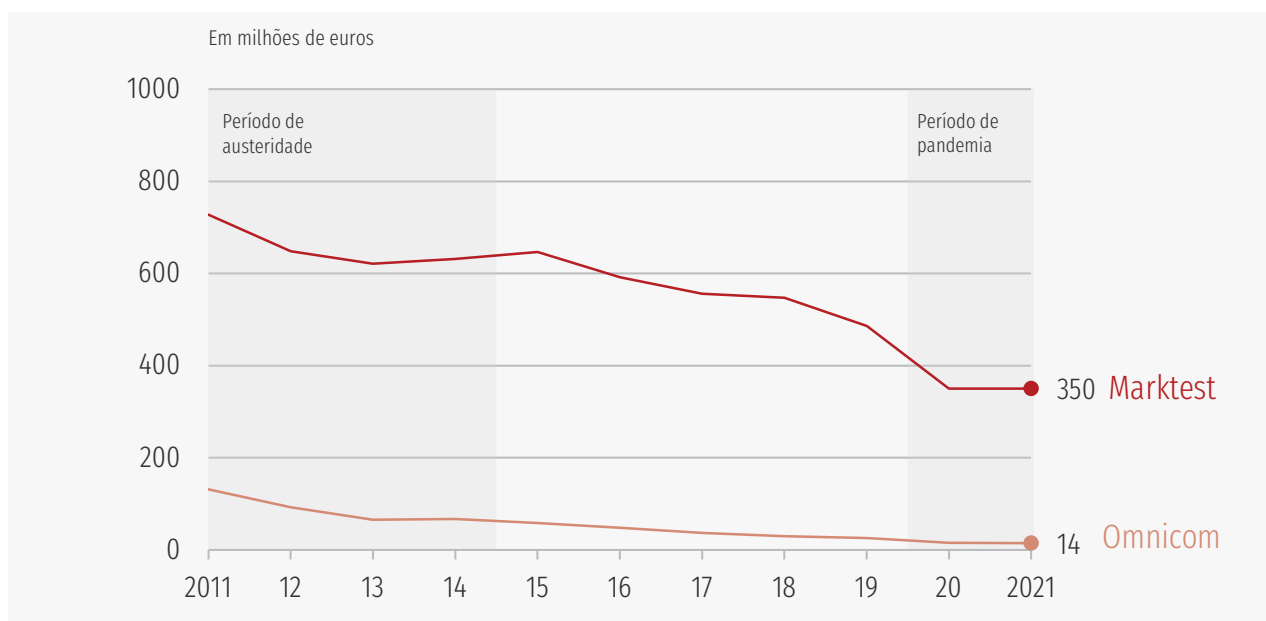
A imprensa é o segmento mais afetado pelas novas dinâmicas de consumos de informação digital, caracterizando-se pela contínua queda anual da circulação das publicações impressas. Esta tendência leva a que este meio receba anualmente menos receitas por circulação e, por conseguinte, afeta negativamente outra fonte importante de receitas para o setor como é o investimento publicitário.

Em 2021, segundo os dados da Marktest, a imprensa recebeu 350 milhões de euros, um volume menor do que o registado em 2011, quando obteve mais de 728 milhões de euros, isto quer dizer que o investimento reduziu 52 %. As estimativas do Omnicom mostram a mesma tendência, contudo a queda é mais pronunciada, especificamente 89 %, com valores iguais a 131 milhões e 14 milhões de euros entre 2011 e 2021, respetivamente. A discrepância entre os valores de ambas as fontes sugere a prática de descontos, em média, na ordem dos 96 %.

Além das novas formas de consumo que afetam este setor, o primeiro ano da pandemia veio acentuar mais as quebras da circulação das publicações impressas, tendo um impacto nas receitas de publicidade nas empresas de imprensa. Entre 2019 e 2020, conforme a Marktest, o investimento direcionado a este suporte caiu 28 %; já o Omnicom estimou uma queda de 39 %.

No entanto, a comparação dos valores entre 2020 e 2021 indicam um ligeiro aumento das receitas em publicidade segundo a Marktest (0,1 %) e, por seu lado, as estimativas do Omnicom demonstram uma pequena redução (-9 %).

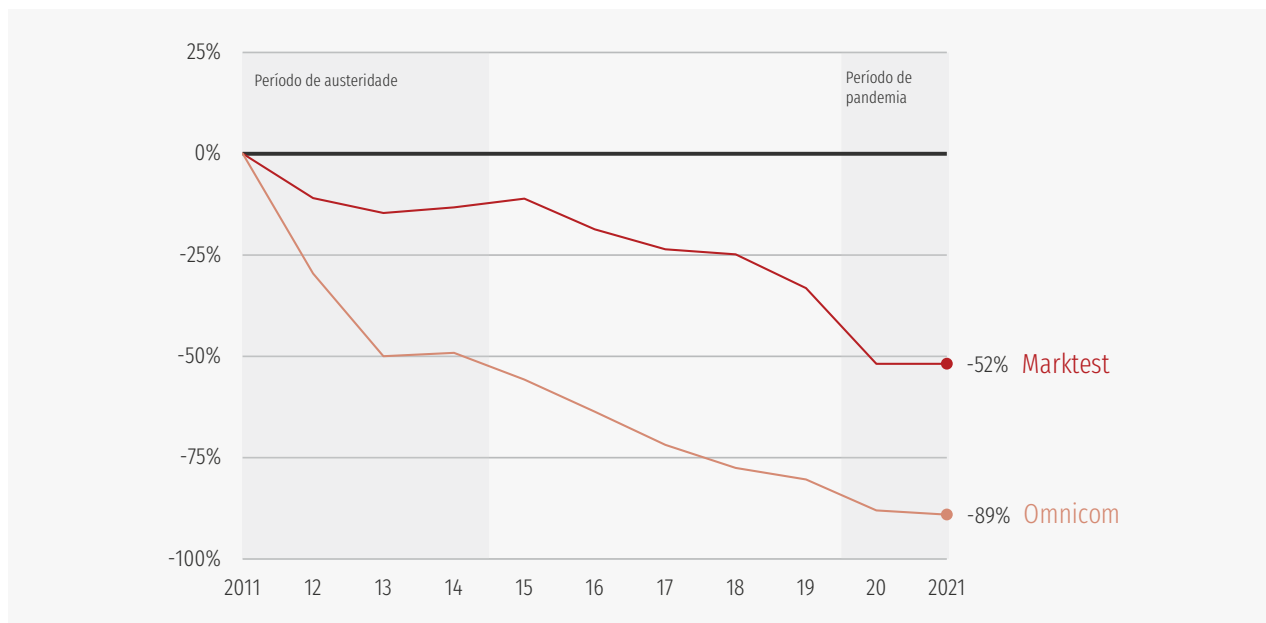
FIG. 17 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA, 2011-2021



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

FIG. 18 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



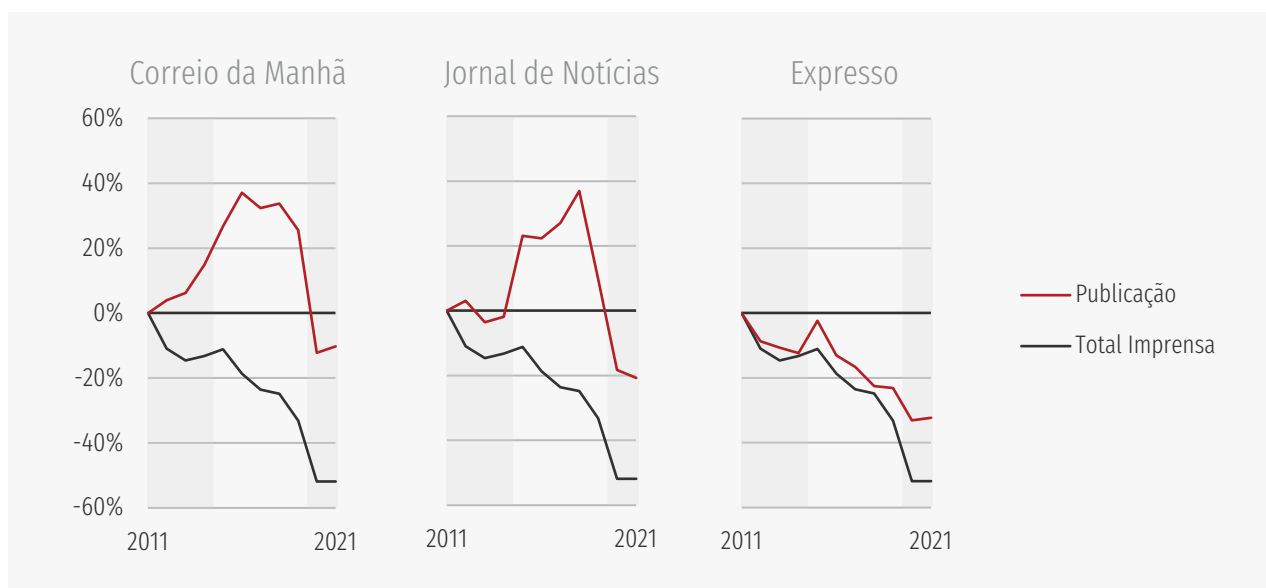
Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Quando analisadas as três publicações com maior investimento publicitário (v. anexo Fig. A3), isto é, o Correio da Manhã (17%), o Jornal de Notícias (15%) e o Expresso (9%), 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 com a crise pandémica acentuando as quebras. A comparação dos valores entre 2020 e 2021 apontam para um crescimento de 2% no Correio de Manhã e uma redução de 3% no Jornal de Notícias. Tendo em conta a taxa de variação média anual para o período analisado, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias mostraram um ritmo médio anual negativo de 1% e 2%, respetivamente.

FIG. 19 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NO CORREIO DA MANHÃ, JORNAL DE NOTÍCIAS E EXPRESSO, 2011-2021

(Índice de Base Fixa 2011 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".

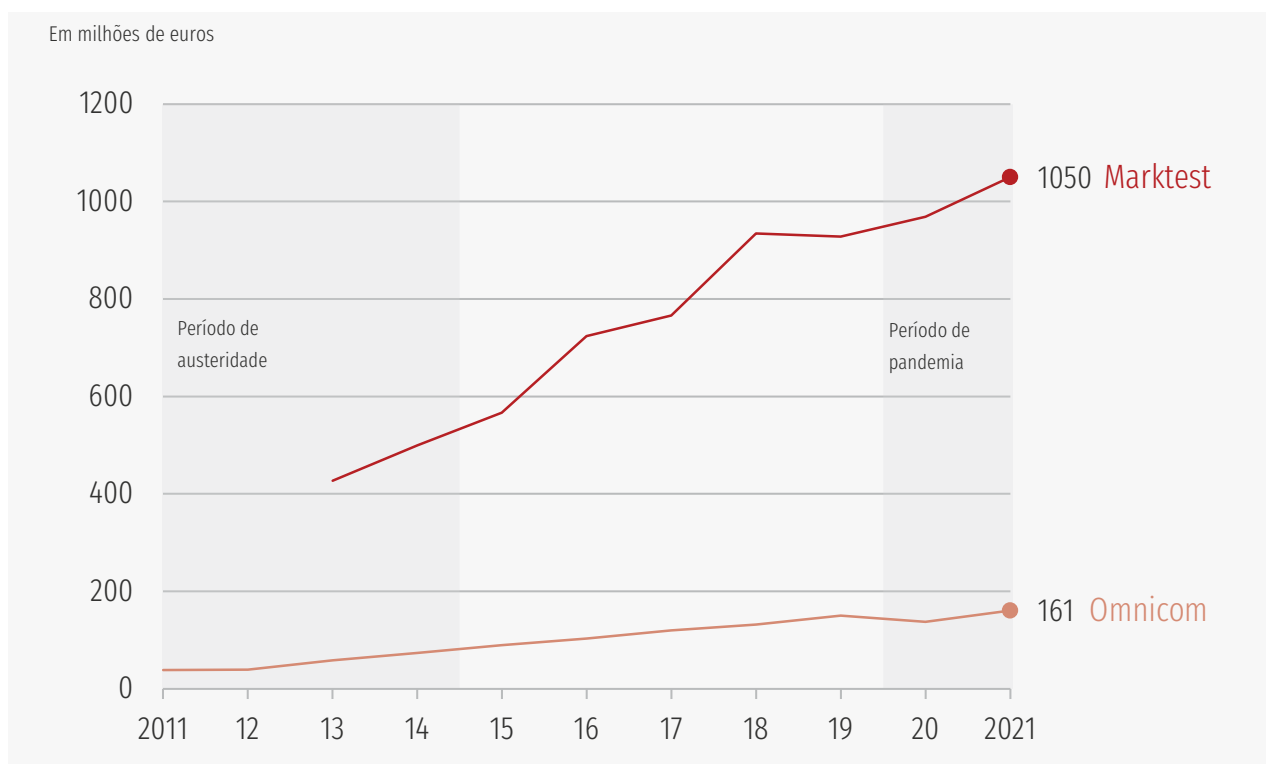
6. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INTERNET

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 do Omnicom, entre 2011 e 2021 a publicidade digital aumentou mais de quatro vezes o seu valor, passando dos 38 milhões de euros para os 161 milhões de euros. Por seu lado, o investimento publicitário em internet, publicado pela Marktest desde 2013, totalizou 427 milhões de euros a preços de tabela, valor que foi aumentando ao longo dos anos, atingindo os 1050 milhões de euros em 2021. Neste sentido, pode-se afirmar que os descontos neste setor rondam os 85 %.

O investimento publicitário em internet é o menos afetado pela crise gerada pela pandemia, assim o demonstra os dados da Marktest, que apontam para um crescimento de 4 % entre 2019 e 2020; e considerando os valores do Omnicom, já com os descontos aplicados, indicam uma diminuição de 8 % no mesmo período. Já entre 2020 e 2021, ambas as fontes assinalam um aumento das receitas no digital (Marktest: 8 %; Omnicom: 17 %).

FIG. 20 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INTERNET, 2011-2021

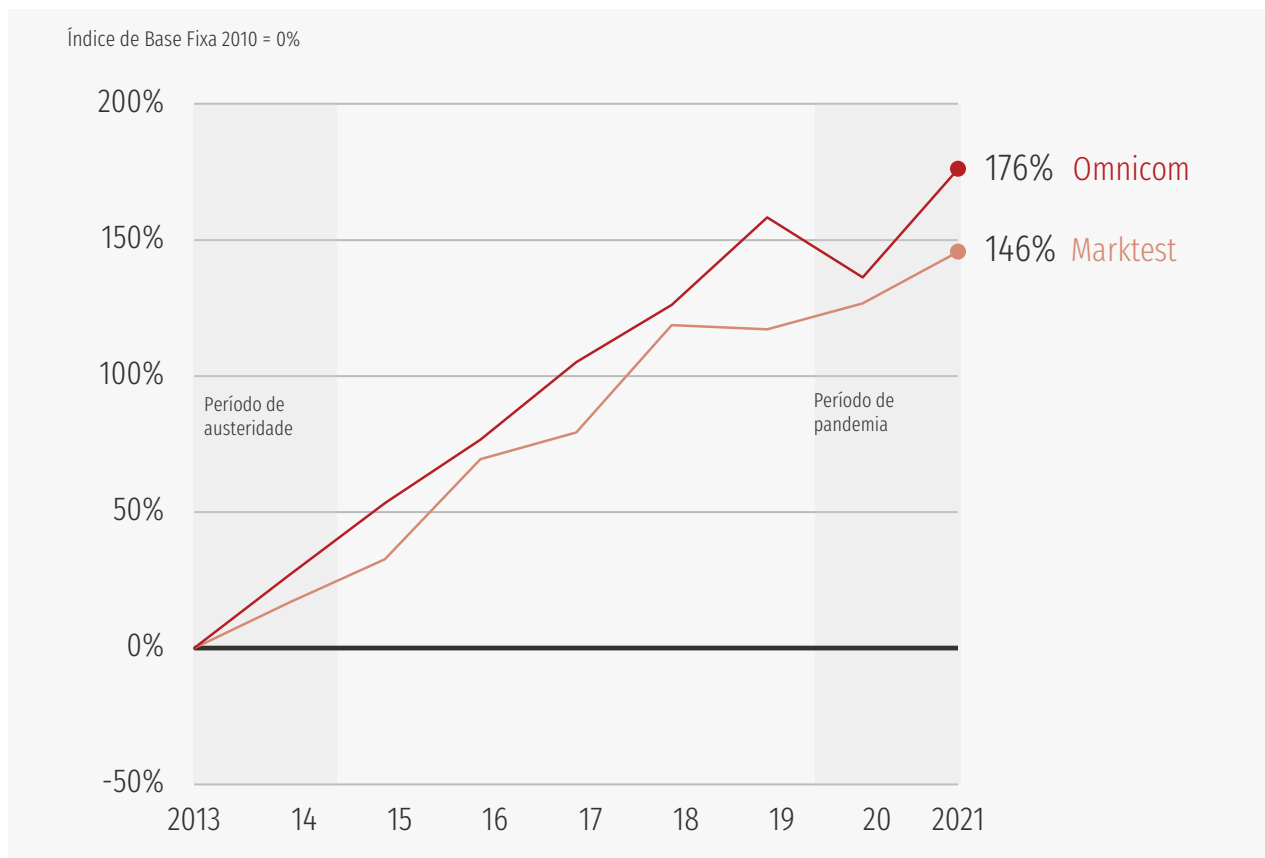


Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Considerando apenas os anos em que se podem comparar os dados de ambas as fontes, observa-se que, entre 2013 e 2021, o crescimento da receita publicitária da internet para o Omnicom (176 %) foi maior do que para a Marktest (146 %).

FIG. 21 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INTERNET, 2013-2021

(Índice de Base Fixa 2013 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report"; Omnicom.

Por outro lado, o período de austeridade 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.

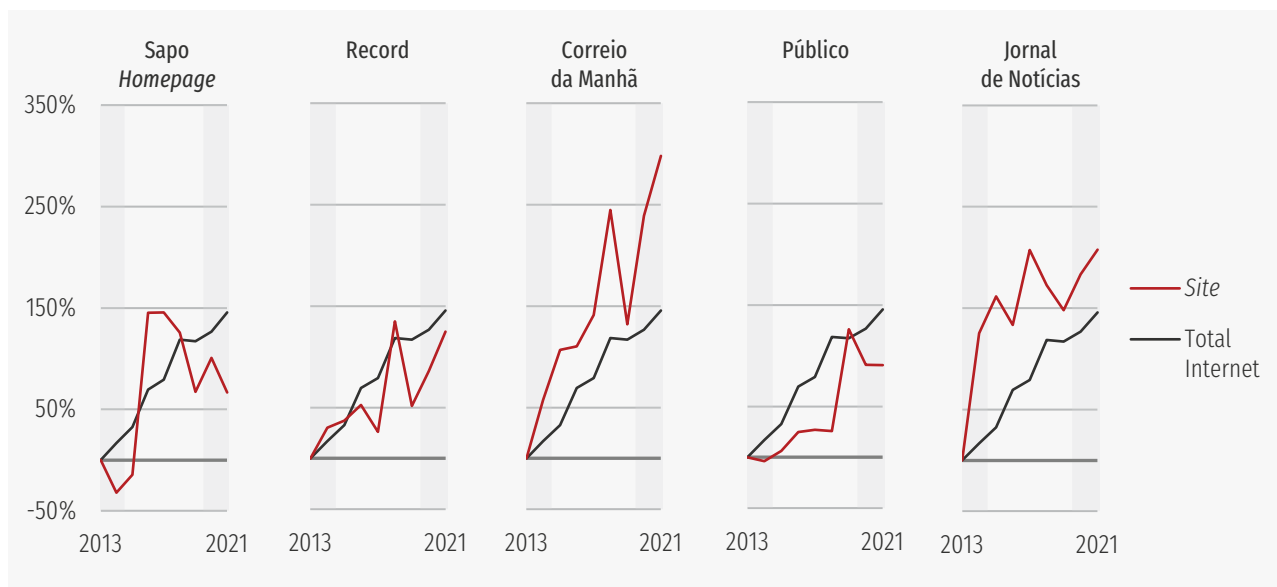
Em termos da distribuição do investimento publicitário em internet pelos *sites* dos grupos de *media*, em 2021, os dados da Marktest revelam que as cinco entidades com maiores receitas concentram 33 % do investimento total digital (v. anexo Fig. A4), estas são: Sapo *Homepage* (11 %), Record (6 %), Correio da Manhã (6 %), Público (5 %) e Jornal de Notícias (5 %).

Os *sites* de informação Correio da Manhã e Jornal de Notícias destacam-se pela evolução positiva das suas receitas publicitárias, com uma taxa de variação média anual de 17 % e 13 %, respetivamente. Já os restantes *sites* apresentam um ritmo de crescimento médio menor (Record: 9 %, Público: 7 % e Sapo *Homepage*: 6 %).

Entre 2019 e 2020, o *site* do Público foi o único que diminuiu as suas receitas publicitárias (-16 %). Na comparação dos valores entre 2020 e 2021, observa-se que os *sites* do Sapo e do Público registaram quebras na ordem dos 17 % e 0,1 %, respetivamente; já os restantes aqui analisados aumentaram as suas receitas em publicidade.



FIG. 22 – EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO NO SAPO, PÚBLICO, EXPRESSO, O JOGO E RECORD, 2013-2021
 (Índice de Base Fixa 2013 = 0%)



Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report".



ANEXOS

FIG. A1 - TOP 10 DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO

(em milhares de euros), 2021

Posição	Serviço de programas	Investimento	%
1	TVI	3 700 072	35,65%
2	SIC	3 648 728	35,15%
3	RTP1	1 131 931	10,91%
4	CMTV	485 573	4,68%
5	TVI24	174 724	1,68%
6	TV Record	143 108	1,38%
7	Fox	141 262	1,36%
8	SIC Notícias	135 204	1,30%
9	Globo	108 977	1,05%
10	Fox Life	94 323	0,91%

Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

FIG. A2 - TOP DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE RÁDIO

(em milhares de euros), 2021

Posição	Serviço de programas	Investimento	%
1	RCOM	69 806	31,40%
2	RFM	56 504	25,42%
3	TSF	48 640	21,88%
4	RENASCENCA	19 830	8,92%
5	M80	15 247	6,86%
6	MEGA HITS	6587	2,96%
7	CIDADE FM	4494	2,02%
8	SMOOTH FM	1179	0,53%
9	VODAFONE FM	36	0,02%

Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

FIG. A3 - TOP 10 DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR PUBLICAÇÃO

(em milhares de euros), 2021

Posição	Serviço de programas	Investimento	%
1	CORREIO DA MANHÃ	57 747	16,48%
2	JORNAL DE NOTÍCIAS	53 555	15,29%
3	EXPRESSO	31 186	8,90%
4	DIÁRIO DE NOTÍCIAS	16 117	4,60%
5	RECORD	14 465	4,13%
6	PÚBLICO	12 992	3,71%
7	JORNAL DE NEGÓCIOS	10 498	3,00%
8	SÁBADO	10 427	2,98%
9	MARKETEER	8323	2,38%
10	VISÃO	6802	1,94%

Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

FIG. A4 - TOP 10 DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR SITE DE INTERNET

(em milhares de euros), 2021

Posição	Serviço de programas	Investimento	%
1	SAPO HOMEPAGE	116 186	11,07%
2	SPOTIFY	76 106	7,25%
3	RECORD	69 445	6,61%
4	CORREIO DA MANHÃ	59 926	5,71%
5	PÚBLICO	55 818	5,32%
6	JORNAL DE NOTÍCIAS	48 029	4,57%
7	EXPRESSO	45 844	4,37%
8	OLX	44 022	4,19%
9	OBSERVADOR	37 897	3,61%
10	JORNAL DE NEGÓCIOS	34187	3,26%

Fonte: Marktest, "Media & Advertising Global Report 2021".

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.

A ERC verifica e fiscaliza o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência aplicáveis às 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 de 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.

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.

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 5000€».

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.

Em 2021, foram comunicadas **93 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **30 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **12 507 407,87 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **3 090 278,51 euros** a meios de comunicação social de **âmbito regional/local**, o que corresponde a **25%** do total investido na aquisição de espaços publicitários.

Cerca de **25 campanhas** foram realizadas através de agências de publicidade, movimentando um total de **5 350 515,25 euros**.

Em comparação com os dados de 2020, verifica-se que, em 2021, ocorreu um aumento significativo no número de campanhas, tendo sido comunicadas mais **23 campanhas**.

Quanto ao valor global registou-se um aumento de 10 475 501,69 euros, o qual se refletiu também no investimento direcionado para os meios regionais/locais, que aumentou **2 442 803,13 euros**.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais, foram identificadas **seis campanhas** de publicidade institucional do Estado em que foi investida neste tipo de órgãos de comunicação social, uma parcela **inferior a 25%** do valor unitário da campanha.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações resultantes do incumprimento dos deveres na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional.

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 do referido diploma.

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.

As entidades que realizam campanhas de publicidade institucional do Estado devem ainda investir em «órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25% do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

A fim de obter os dados necessários para a verificação e fiscalização da lei aplicável, a ERC desenvolveu uma plataforma digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam as despesas de aquisição de espaços publicitários, que deverão ser comunicadas de forma agregada por campanha.

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico www.erc.pt.

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 do 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.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, em 2021, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado, efetuando uma análise comparativa em relação aos investimentos comunicados no ano anterior.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados atingiram um total de **12 507 407,87 euros**, dos quais **3 090 278,51 euros** foram atribuídos a meios de comunicação social de âmbito regional/local.

Na Figura 1 apresentam-se os investimentos totais comunicados, por entidade, com indicação dos investimentos destinados a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2021

Entidade	Total	Total Local + Regional	Total Local + Regional
Agência para a Modernização Administrativa	10 126,04 €	0,00€	0%
Instituto Nacional de Estatística	1 234 678,29 €	311 133,26 €	25%
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	530 001,45 €	191 279,40 €	36%
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	10 775,00 €	0,00€	0%
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	992 429,14 €	204 583,96 €	21%
Centro de Recrutamento da Força Aérea	110 926,38 €	27 851,78 €	25%
Secretaria Geral do Ministério da Justiça	1202,94 €	0,00€	0%
Instituto Politécnico de Viseu	4530,00 €	3730,00 €	82%
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	549 928,68 €	219 928,69 €	40%
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego	7580,00 €	1910,00 €	25%
Centro Hospitalar Cova da Beira	4363,00 €	300,00€	7%
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	2850,00 €	0,00€	0%
Direção-Geral da Saúde	5 893 943,96 €	959 813,26 €	16%
Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 584,00 €	17 584,00 €	100%
Instituto Politécnico de Lisboa	2038,54 €	0,00€	0%
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	303 595,52 €	74 777,45 €	25%
OPART - Organismo de Produção Artística	30 195,00 €	14 540,00 €	48%
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	76 535,66 €	29 230,36 €	38%
Docapesca - Portos e Lotas	25 761,28 €	15 769,36 €	61%
EPAL	59 210,15 €	7025,65 €	12%
Águas do Vale do Tejo, S.A.	1488,20 €	1488,20 €	100%
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	31 554,00 €	8917,00 €	28%
SPMS - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	249 919,93 €	63 398,55 €	25%
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	566 639,63 €	205 955,78 €	36%
Autoridade de Gestão do Mar 2020	80 625,00 €	0,00€	0%
Turismo de Portugal	677 771,07 €	341 031,34 €	50%
Estrut. Missão Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação comandada pelo navegador português Fernão de Magalhães	23 305,00 €	12 681,00 €	54%
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	944 775,01 €	360 916,97 €	38%
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano	885,00€	885,00€	100%
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	62 190,00 €	15 547,50 €	25%
Totais	12 507 407,87 €	3 090 278,51 €	25%

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

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.

Nestes casos, as entidades promotoras, nos termos do n.º 3 do artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de atividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade».

Em 2021, foram comunicadas **25** campanhas de publicidade em que ocorreu a intervenção de agências de publicidade, envolvendo um investimento total de **5 350 515,25 euros**.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidade	Campanhas c/ agência (n.º)	Campanhas c/ agência (€)
Instituto Nacional de Estatística	2	1 234 678,29
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	267 245,72
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	1	398 954,58
Centro de Recrutamento da Força Aérea	3	110 926,38
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	549 928,68
Direção-Geral da Saúde	2	364 426,97
Instituto Politécnico de Lisboa	1	1300,54
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	2	298 605,52
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	1	74 117,66
SPMS – Serv. Partilhados do Ministério da Saúde	1	249 919,93
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	2	115 674,90
Turismo de Portugal	1	677 771,07
Secretaria-Geral do Minist. da Administração Interna	4	944 775,01
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	62 190,00
Totais	25	5 350 515,25

5. INVESTIMENTOS POR CAMPANHA

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 5000€».

Em 2021, foram comunicadas **51 campanhas** de publicidade institucional do Estado que envolveram investimentos **superiores a 5 mil euros** na aquisição de espaços publicitários, das quais seis investiram uma parcela inferior a 25% em órgãos de comunicação social regionais e locais.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações irregulares resultantes do incumprimento do dever previsto no artigo 8.º. da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

FIG. 3 – INVESTIMENTOS POR CAMPANHA

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Não deixes cair a máscara*	398 954,58	166 835,03	42%	SEA
A segurança é a sua praia*	593 474,56	37 748,93	6%**	
Projetos PRR*	10 126,04	0,00	0%**	AMA
Webinars - Resultados e desafios	4950,00	0,00	0%	Adc
Divulgação do Dia da Europa	4325,00	0,00	0%	
Portugal 2030: Um desafio estratégico	1500,00	0,00	0%	
Não vá ao engano! Lixo não é no cano!	1488,20	1488,20	100%	Águas Vale do Tejo
Branding AGM*	80 625,00	0,00	0%**	AGM 2020
Aldeia Segura Pessoas Seguras*	62 190,00	15 547,50	25%	ANPC
Lisbon Motorcycle Film Fest	4990,00	0,00	0%	ANSR
Avance para 2021 com toda a segurança*	75 802,69	18 950,67	25%	
O melhor presente é continuar presente*	222 802,83	55 826,78	25%	
Combate ao Assédio Moral e Sexual	1890,00	0,00	0%	CITE
Dia Nacional da Igualdade Salarial	1890,00	0,00	0%	
41.º Aniversário da CITE - 20.09.2020	1890,00	0,00	0%	
Formação de Públicos Estratégicos - POISE	1800,00	1800,00	100%	
Públicos Estratégicos 2 - POISE	110,00	110,00	100%	CRFA
Formação de Oficiais, Sargentos e Praças*	77 571,46	19 437,64	25%	
Academia da Força Aérea_2021*	20 378,25	5167,25	25%	
Formação de Oficiais e Praças*	12 976,67	3246,89	25%	CHCB
Divulgação do Projeto eSG3ID	4063,00	0,00	0%	
Divulgação CHUCB	300,00	300,00	100%	

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Nossa Língua- Nosso Chão (2.ª edição)	1500,00	1500,00	100%	DRCA
Agenda Cultural da Região Alentejo*	16 084,00	16 084,00	100%	
Campanha COVID-19*	5 107 105,69	754 750,68	15%**	DGS
Massificação de testagem COVID-19*	279 478,00	68 625,04	25%	
COVID-19 Não deixes o vírus entrar*	422 411,30	105 545,58	25%	
Utilização segura de antibióticos*	84 948,97	30 891,96	36%	
Espécies de Pescado*	14 146,12	4154,20	29%	Docapesca
O Melhor Peixe é Nosso*	11 615,16	11 615,16	100%	
Magalhães -500 anos do Desc.do Estreito*	23 305,00	12 681,00	54%	EMCFM
Wone 1	3977,00	0,00	0%	EPAL
Wone 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep1	1350,00	0,00	0%	
Valor da Água na Comunidade	1100,00	0,00	0%	
Waterbeep 2	1 190,00	0,00	0%	
Jarro Gota todas as Cores	4540,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira	1500,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira 2	1150,00	0,00	0%	
App H2O Quality	1350,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 1	720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 2	1400,00	0,00	0%	
Academia da EPAL 2021-2022	4720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 3	1350,00	0,00	0%	
App H2O Quality 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep	820,00	0,00	0%	
Projeto 0% Energia*	8657,00	2420,00	28%	
Academia de Formação da EPAL	4050,00	0,00	0%	
Pós-Graduação T. e Gestão da Água*	12 968,15	4605,65	36%	
0% Energia*	6928,00	0,00	0%**	
Redução dos incêndios rurais 2021*	549 928,68	219 928,69	40%	
Concursos - Promoção Público Comunitária	450,00	450,00	100%	IHRU
Concurso Arrendamento Acessível	1 428,00	888,00	62%	
Concurso Arrendamento Acessível 2	540,00	0,00	0%	
Programa de Arrendamento Acessível*	74 117,66	27 892,36	38%	IRN
Renovação Automática do CC*	14 150,50	3542,00	25%	
Reforço Renovação do CC*	17 403,50	5375,00	31%	INE
CENSOS 2021*	1 168 628,32	294 263,29	25%	
Recrutamento Censos 2021*	66 049,97	16 869,97	26%	

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Publicidade IPL	1300,54	0,00	0%	IPL
Divulgação de duas Pós Graduações	738,00	0,00	0%	
Divulgação 1ª Fase CNAES	4530,00	3730,00	82%	IPV
Divulgação LNEG	2100,00	0,00	0%	LNEG
Institucional LNEG	750,00	0,00	0%	
Temporada 2021*	5200,00	5200,00	100%	OPART
Projetos OPART 2021*	24 055,00	8400,00	35%	
Companhia Nacional de Bailado 2021	940,00	940,00	100%	
Reposicionamento do SNS 24*	249 919,93	63 398,55	25%	SPMS
Evolui -Resultados 30 setembro 2021*	15 675,00	5775,00	37%	SGEC
Evolui - Projetos Educação e Formação*	40 045,40	40 045,40	100%	
Resultados POCH a 30/06/2021*	15 492,00	6220,00	40%	
Geração PRO- Cursos de Aprendizagem*	99 999,90	25 000,00	25%	
Estudo em Casa*	215 401,94	81 279,55	38%	
Escola em segurança*	73 883,27	19 398,61	26%	
E. volui*	81 581,12	21 902,22	27%	
POCH -Qualificar para Crescer*	24 561,00	6335,00	26%	
Violência Doméstica*	15 567,70	4083,70	26%	
Violência Doméstica 2 – SECI*	152 975,27	50 795,29	33%	
Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF*	58 627,75	47 500,09	81%	SGPCM
Portugal Chama - Limpeza Terrenos*	112 397,10	37 757,81	34%	
AGIF - PNA (Plano Nacional de Ação)	3690,00	0,00	0%	
Lit. Mediática -200 Anos Lei da Imprensa*	9178,00	2378,00	26%	
Portugal Chama - Comportamento de Risco	1600,00	0,00	0%	
Apoio a Imigrantes – SEIM*	16 889,14	10 090,92	60%	
Informação Oficial ao seu Alcance INCM	96 220,87	23 738,97	25%	
No Natal Compre Cultura *	62 855,62	14 934,62	24% **	
Aldeia Segura, Pessoas Seguras*	301 625,92	158 479,56	52%	
Limpeza de terrenos -SGMAI*	38 089,96	38 089,96	98%	
Eleição Presidente da República 2021*	405 274,56	101 953,88	25%	
Eleição das Autarquias Locais 2021*	199 784,57	62 393,57	31%	
20 anos da Lei da Liberdade Religiosa	1202,94	0,00	0%	SGMJ
Visita Portugal*	677 771,07	341 031,34	50%	TP
Campanha Prevenção do Suicídio	885,00	885,00	100%	ULSNA

(*) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros

(**) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros e investimento inferior a 25% em meios regionais/locais

6. INVESTIMENTOS POR MEIOS

A publicidade institucional do Estado em 2021 foi distribuída por 699 órgãos de comunicação social, dos quais **611 são de âmbito regional /local**, cerca de **87%**.

No que respeita à análise por tipo de meio, verifica-se que foram utilizados **309** títulos de imprensa, **264** serviços de programas de rádio, **103** meios digitais e **23** serviços de programas televisivos.

Destaca-se o valor destinado ao meio Televisão, que recebeu mais de metade do valor total comunicado, cerca de **6,8 milhões de euros**, seguindo-se a Rádio, com cerca de **2,6 milhões**, a Imprensa com cerca de **2,4 milhões** e, finalmente, o meio digital com pouco mais de **218 mil euros**. Nos suportes que não se enquadram no conceito de OCS, designadamente redes sociais, plataformas digitais e Mupis, foram investidos cerca de 479 mil euros.

Nos meios regionais/locais a publicidade institucional do Estado foi distribuída pela Imprensa (**265**), seguindo-se a Rádio (**256**) e, por último, o Digital (**90**).

No que se refere aos meios de âmbito regional ou local, o investimento mais elevado foi destinado à Rádio, com cerca de **1,8 milhões de euros**, seguiu-se a Imprensa, com pouco mais de **1,1 milhão** e, por fim, o meio digital com apenas **1400 euros**.

FIG.4 – INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS

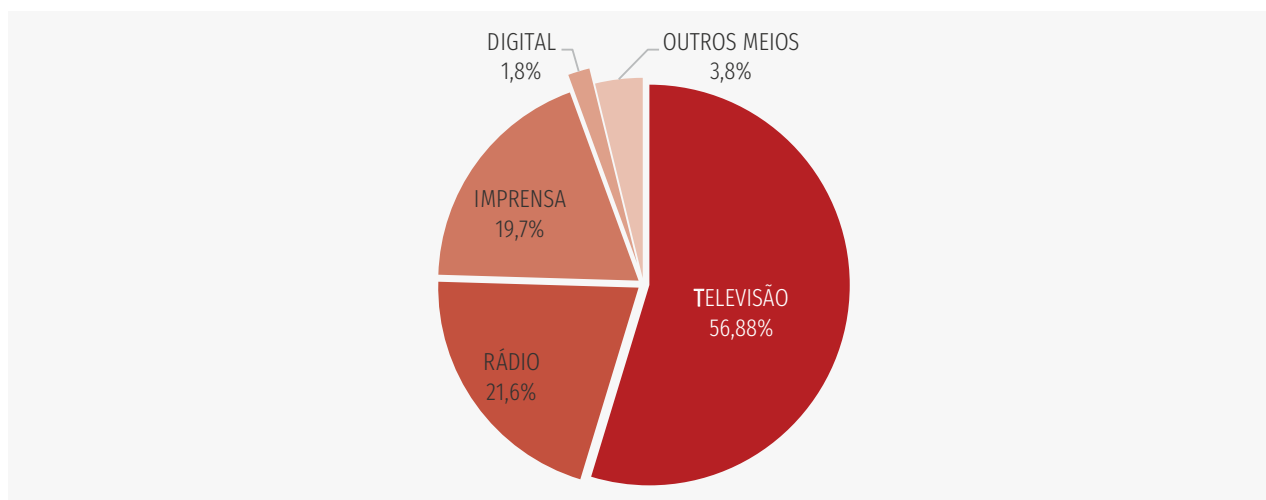
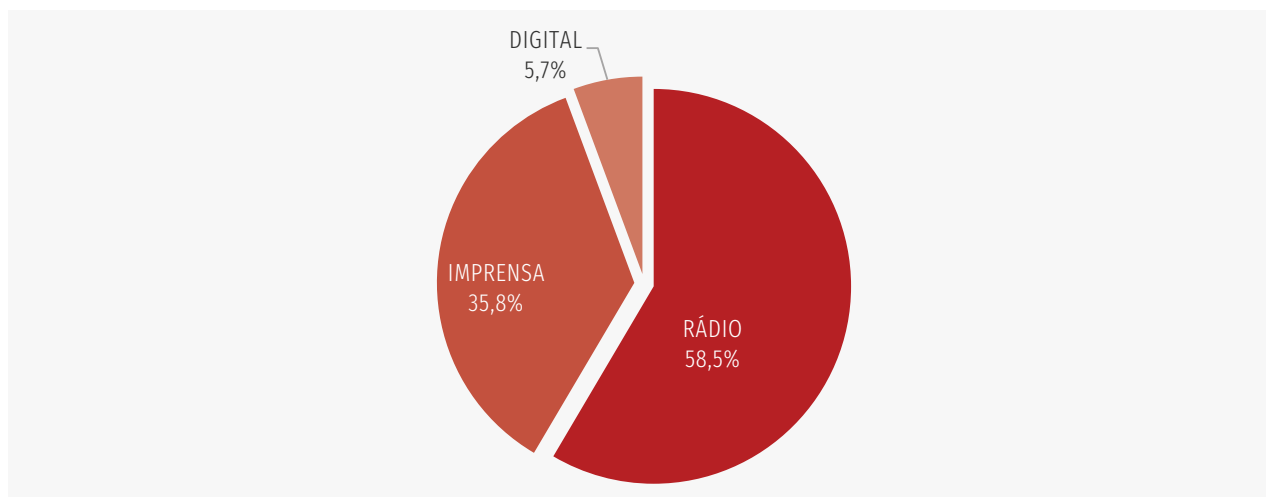


FIG. 5 – INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS



7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS -2020/2021

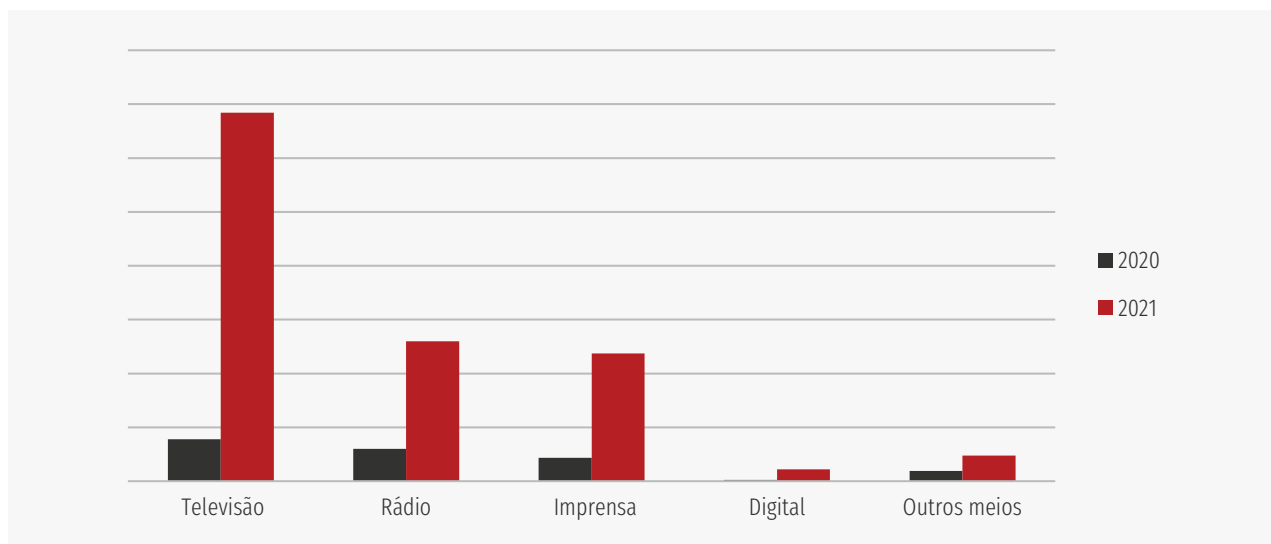
Face ao ano anterior, regista-se um aumento das campanhas comunicadas à ERC, bem como do montante investido.

O número de OCS subiu de 271 para 699, com crescimento expressivo em todos os tipos de meios, quer de âmbito nacional, quer regional/local.

FIG. 6 – DISTRIBUIÇÃO DA PUBLICIDADE POR TIPO DE MEIO

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
TELEVISÃO	12	23
RÁDIO	123	264
IMPrensa	127	309
DIGITAL	9	103
TOTAL	271	699
MEIO	2020 (€)	2021 (€)
TELEVISÃO	779 473,67	6 841 320,10
RÁDIO	600 593,38	2 598 027,59
IMPrensa	435 834,66	2 370 674,05
DIGITAL	26 133,60	218 638,36
OUTROS MEIOS	189 870,87	478 747,77
TOTAL	2 031 906,18	12 507 407,87

FIG. 7 – INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS (EUROS)

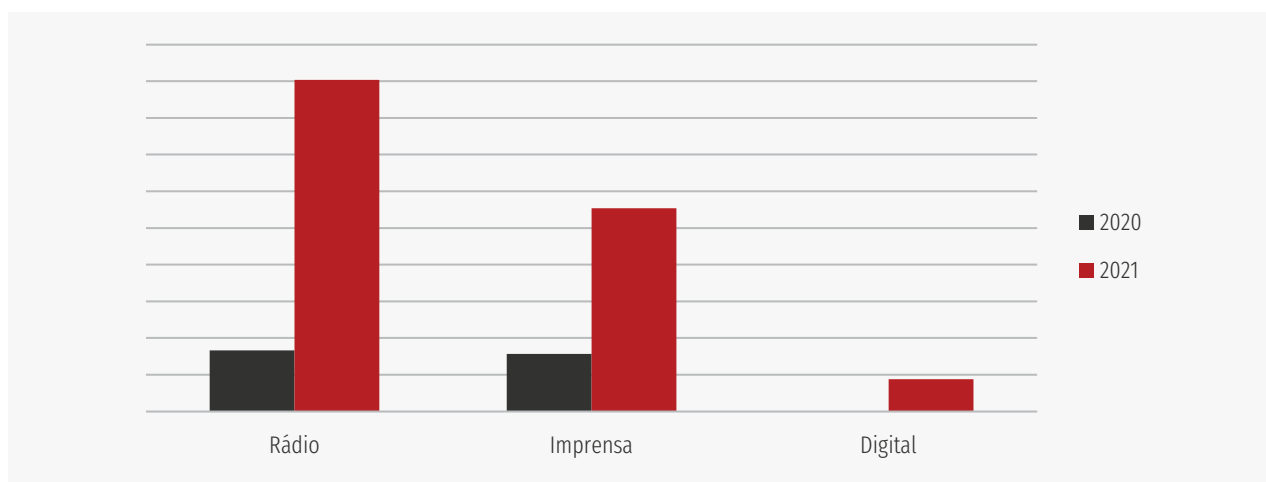


O investimento global comunicado em 2021 regista, face ao ano anterior, um aumento expressivo, cerca de dez milhões de euros, em todos os meios, com destaque para a Televisão, seguindo-se a Rádio, a Imprensa e, por último, o Digital.

FIG. 8 – INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS (NÚMERO)

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
RÁDIO	118	256
IMPRESA	101	265
DIGITAL	2	90
TOTAL	221	611
MEIO	2020 (€)	2021 (€)
RÁDIO	331 856,22	1 807 507,09
IMPRESA	314 219,16	1 107 766,11
DIGITAL	1400	175 005,31
TOTAL	647 475,38	3 090 278,51

FIG. 9 – INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS (EUROS)



O investimento regional/local regista igualmente um aumento expressivo, quase 2,5 milhões de euros, salientando-se a Rádio, seguida da Imprensa. Ainda distanciado destes meios, mas revelando tendência de crescimento, situam-se os meios exclusivamente digitais.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. VISÃO GLOBAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade, e, por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas, das denominações dos serviços de programas de rádio e televisão, serviços audiovisuais a pedido e plataformas de partilha de vídeos.

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

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas e, consequentemente, assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização 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 7/2021, de 6 de dezembro, a ERC, no decurso de 2021, 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. ORGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTO

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus Estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:

REGISTOS

PP

Publicações periódicas

EJ

Empresas jornalísticas

EN

Empresas noticiosas

OR

Operadores de rádio e respetivos serviços de programas

OT

Operadores de televisão e respetivos serviços de programas

OD

Operadores de distribuição

SPDEI

Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet

OSAP

Operadores de serviços audiovisuais a pedido e respetivos serviços audiovisuais a pedido

FPPV

Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos e respetivas plataformas de partilha de vídeos

De salientar que o registo dos operadores de serviços audiovisuais a pedido e respetivos serviços audiovisuais a pedido, bem como dos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos e respetivas plataformas de partilha de vídeos, só entra em vigor a 1 de janeiro de 2022.

3. ATOS REGISTRAIS

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.º 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado.

São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional.

Em conclusão, todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob a marca de editor português, não podem iniciar a sua publicação sem que previamente tenham efetuado o registo na ERC.

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).

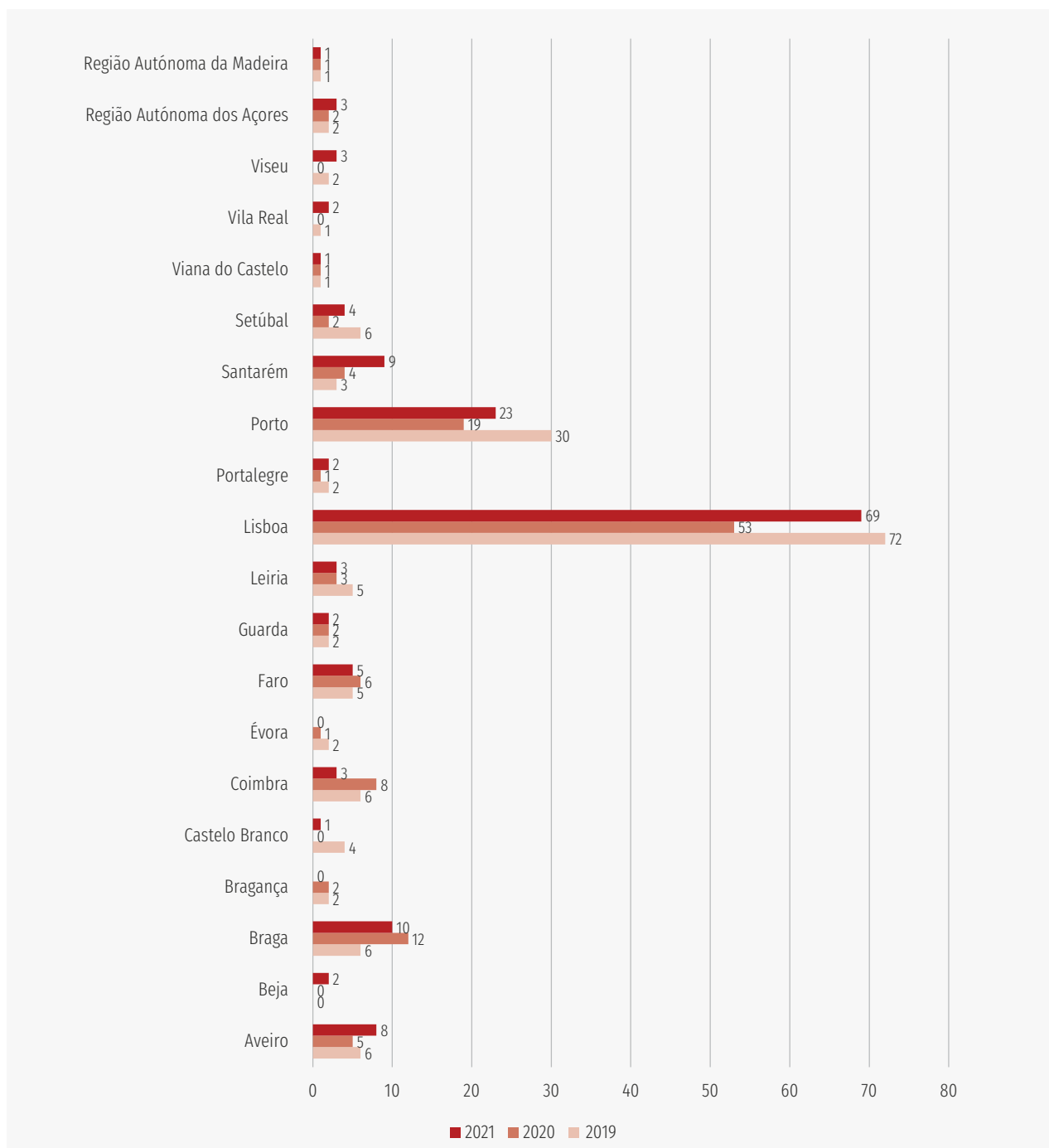
São elementos de registo:

- Título, logótipo, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária, domicílio ou sede e sua natureza jurídica, endereço de correio eletrónico, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal (n.º 1, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial (n.º 2, do art.º 15.º, Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

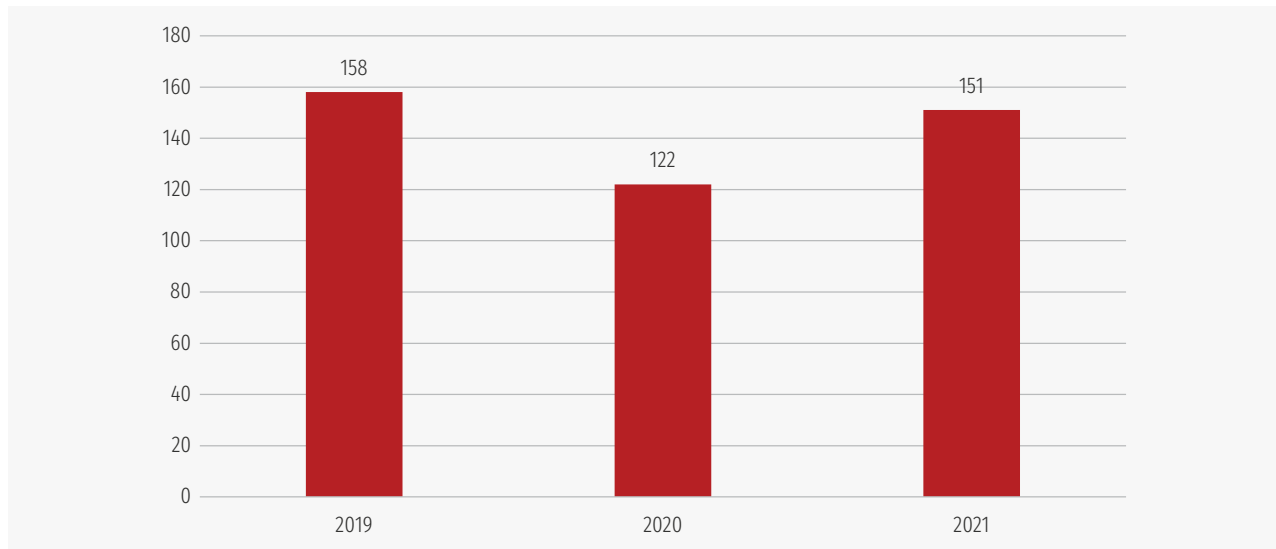
Nesta conformidade, durante 2021, foram registadas provisoriamente 151 publicações (duas anotadas), das quais 107 converteram-se em definitivas, oito caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito), e transitaram, para 2022, 34 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

FIG. 1 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS POR DISTRITO, DE 2019 A 2021



É de realçar que os distritos com mais inscrições durante 2021 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 69 e 23 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

FIG. 2 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS DE 2019 A 2021



De salientar que em 2021 verifica-se uma subida (29) no número de inscrições de publicações periódicas, em relação ao ano transato, sendo que 94 registos se referem a publicações periódicas apenas em suporte *online*, seguidas de 44 em suporte papel e *online* e 13 em suporte papel.



EMPRESAS JORNALÍSTICAS

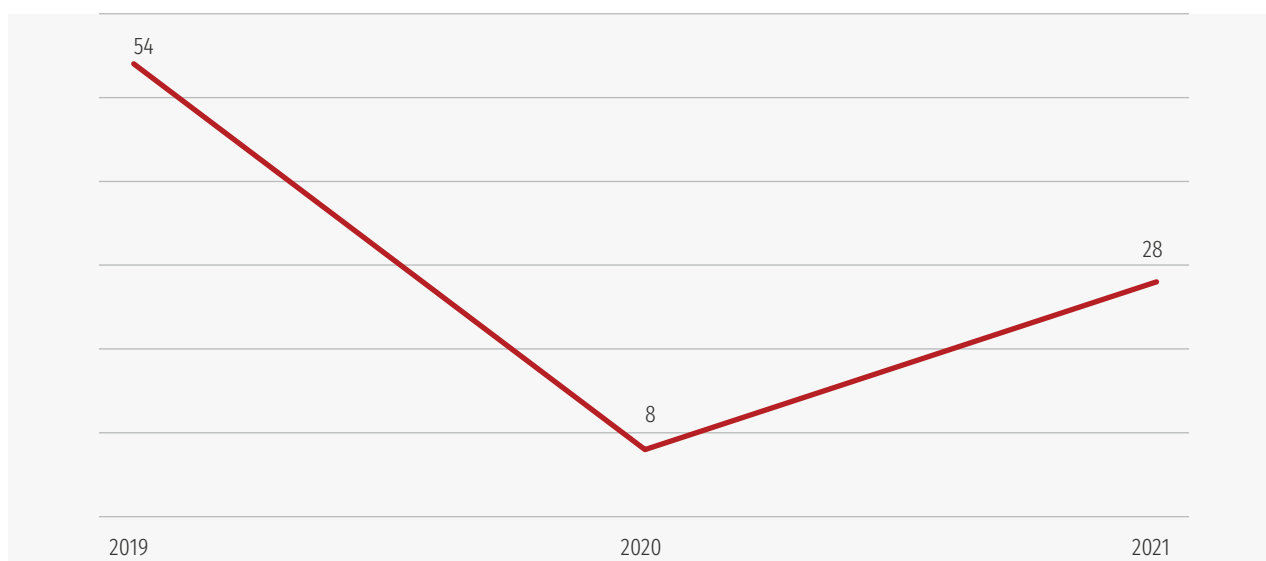
São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- Denominação da empresa e sua natureza jurídica, endereço de correio eletrónico, e sede (n.º 2, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 28 empresas, em 2021.

FIG. 3 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS INSCRITAS DE 2019 A 2021



Da leitura da Figura 3, infere-se que, em 2021, inscreveram-se 28 empresas jornalísticas, sendo que houve uma subida substancial do número de inscrições em relação ao ano transato, o aumento verificado 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 distribuição de notícias, comentários ou imagens (art.º 8.º da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- Nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, endereço de correio eletrónico, e sede (art.º 24.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Não houve qualquer inscrição de empresa noticiosa no decorrer de 2021.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPETIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com caráter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio (alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

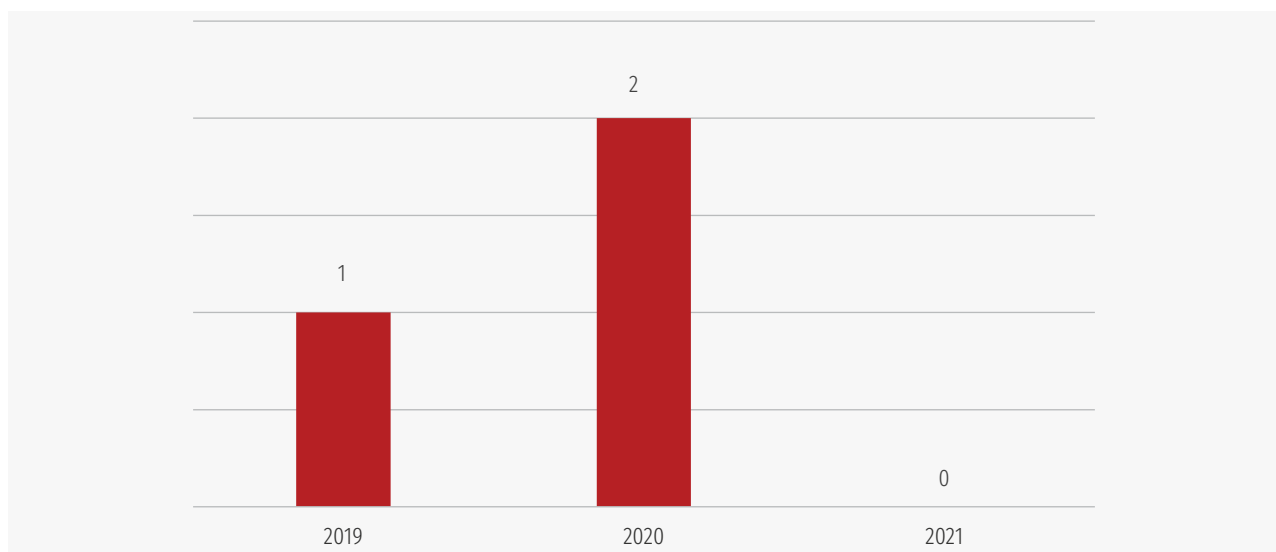
Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).



São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, responsáveis pelas áreas de programação e informação, endereço de correio eletrónico localização das instalações emissores, 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 oficialmente efetuados pela ERC (segunda parte do art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

FIG. 4- OPERADORES DE RÁDIO INSCRITOS DE 2019 A 2021



Como se verifica na Figura 4, em 2021 não houve qualquer inscrição de operador de rádio nem de serviço de programas de rádio.

OPERADORES DE TELEVISÃO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, responsáveis pelas áreas de programação e informação, endereço de correio eletrónico, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações (art.º 33.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.

Durante 2021, não houve qualquer inscrição de operadores de televisão, mas foram inscritos quatro serviços de programas televisivos.

FIG. 5 – OPERADORES TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2019 A 2021

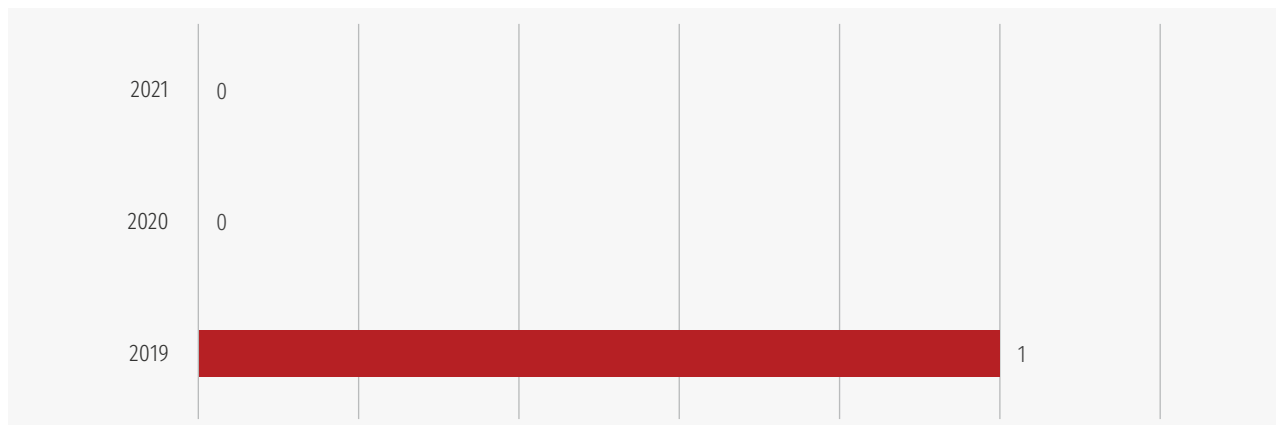
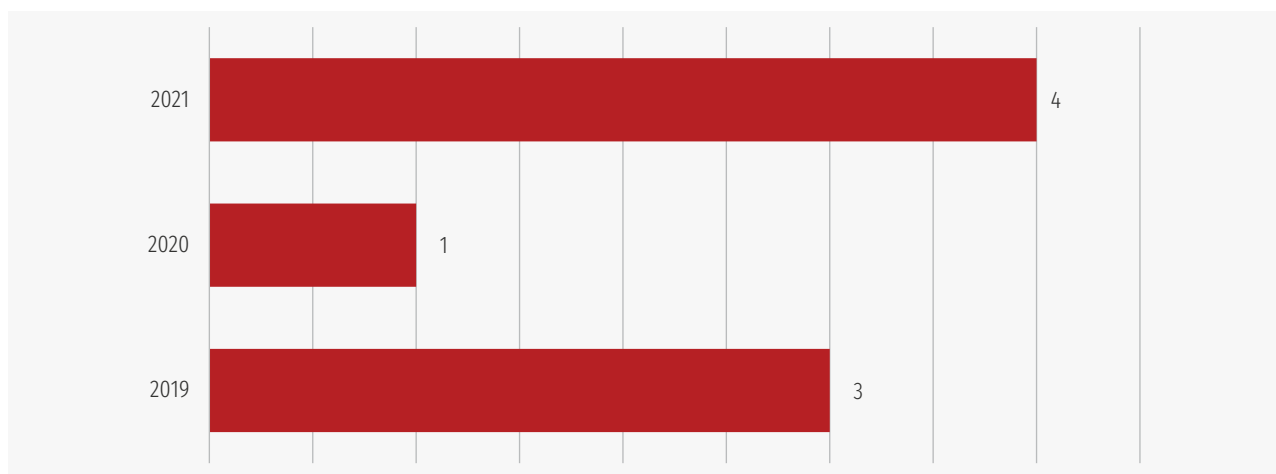


FIG. 6 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2019 A 2021



Na Figura 6, verifica-se uma subida de inscrições de serviços de programas televisivos, em relação aos anos anteriores.

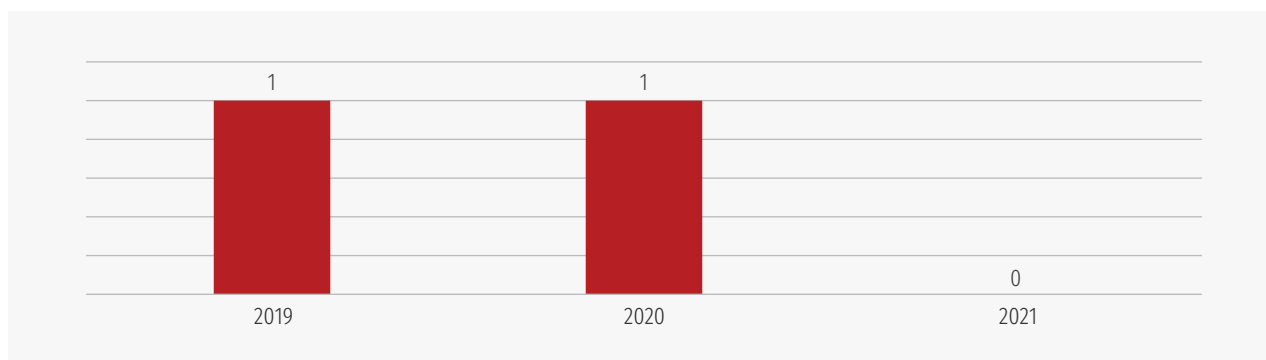
OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações eletrónicas (alínea l), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, endereço de correio eletrónico, serviços de programas que compõem a sua oferta e respetiva ordenação, data de emissão e prazo da licença, bem como das suas renovações, quando aplicáveis (art.º 36.º A do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

FIG. 7 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO INSCRITOS DE 2019 A 2021



Em 2021 não houve qualquer inscrição de operador de distribuição.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho).

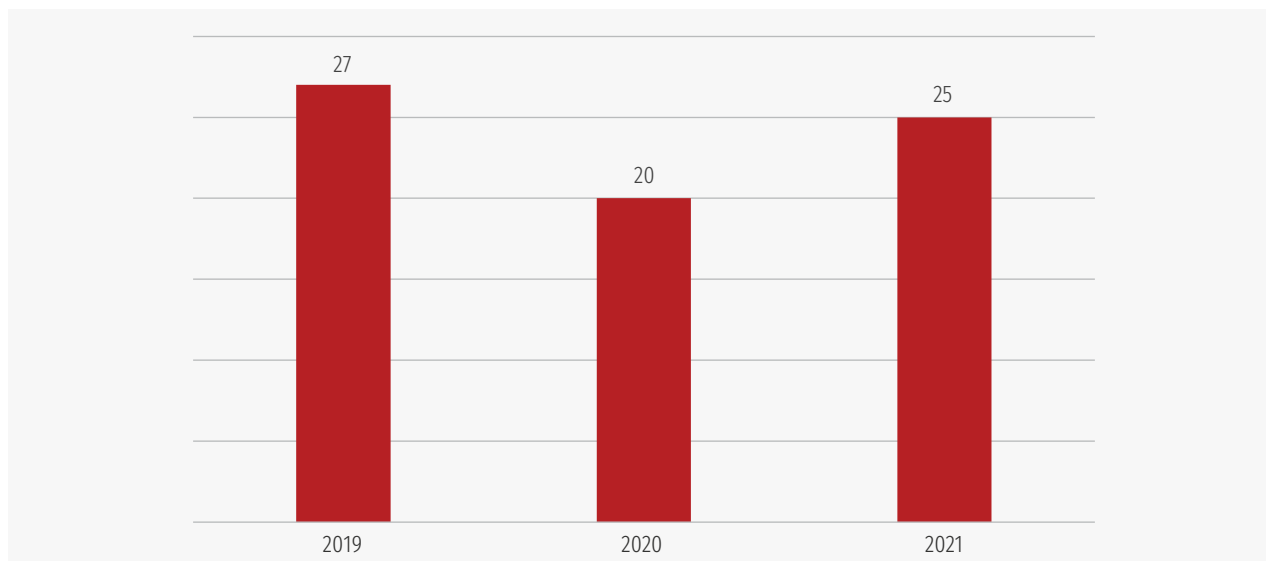
São elementos de registo:

- Designação do serviço de programas, identificação do proprietário e do seu domicílio ou sede, endereço de correio eletrónico, sítio na internet, responsáveis pela programação e informação (art.º 36.º-C do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, conjugado com o n.º 8, do art.º 13.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Em 2021, observaram-se 25 registos de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, dos quais 24 são de rádio e um televisivo.



FIG. 8 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET, DE 2019 A 2021

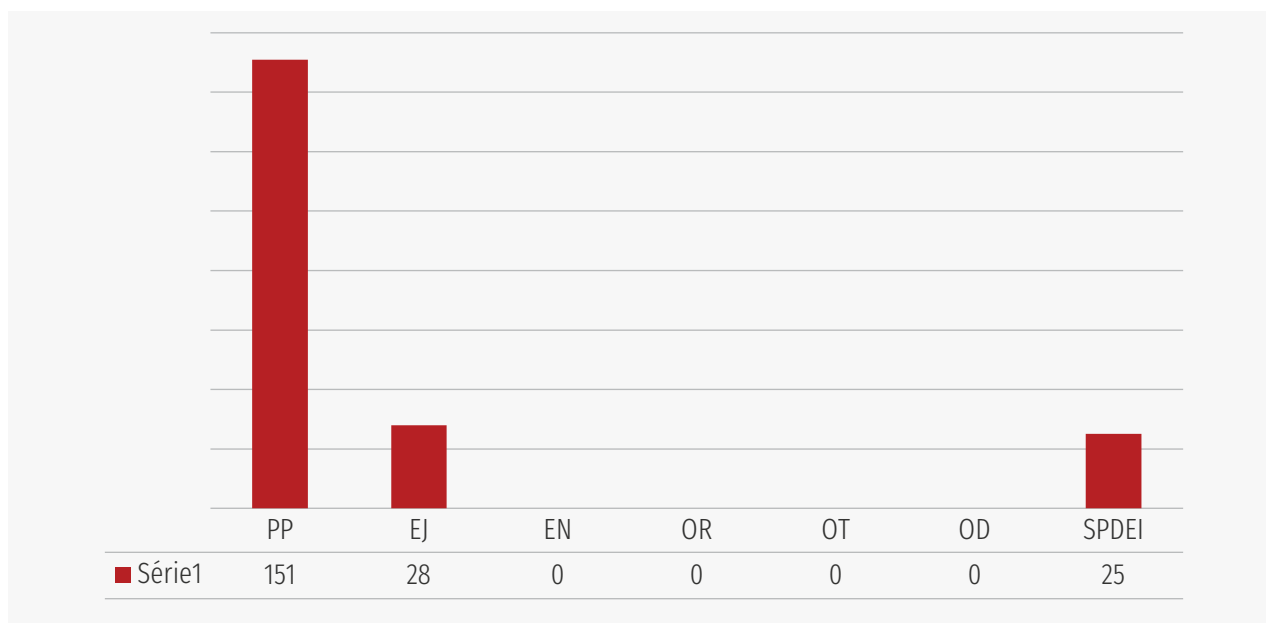


Na Figura 8 apura-se que em 2021 houve uma subida do número de inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, em comparação com o ano anterior.

INSCRIÇÕES

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2021, a 204 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 2021



Da análise do gráfico, claramente se verifica que é nas publicações periódicas que se regista o maior número de inscrições, seguidas das empresas jornalísticas e dos serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, de referir ainda que houve um aumento de 33 % em comparação com o ano transato, atendendo que também foi um ano de pandemia.

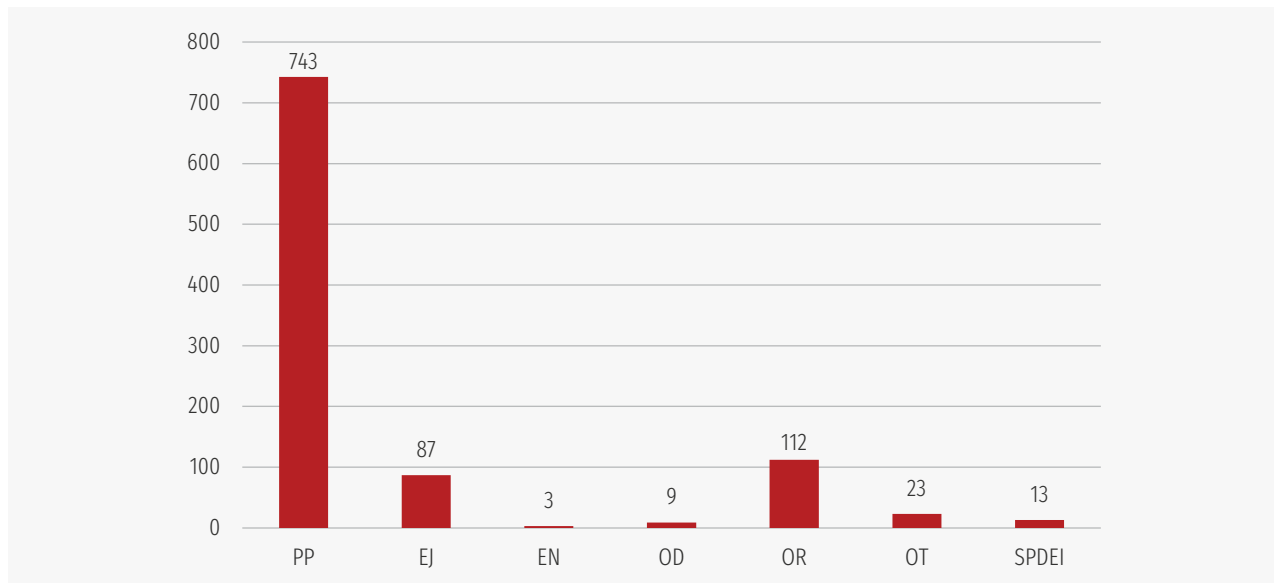
AVERBAMENTOS

O averbamento é um ato registral 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.

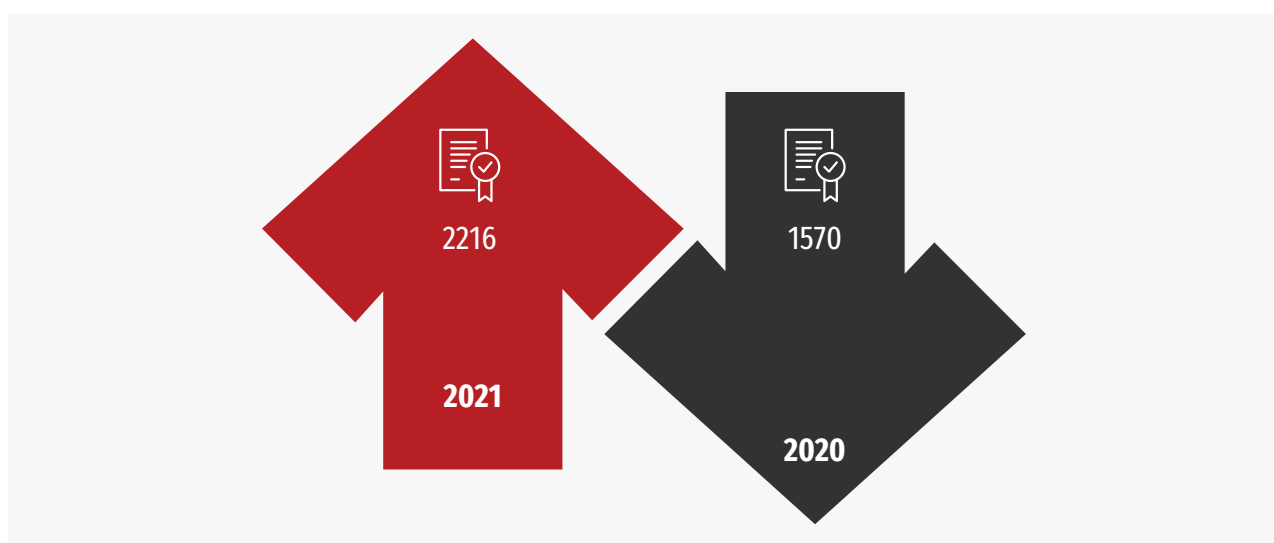
Durante 2021, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 2216 averbamentos (atos registais), dos quais 990 foram alterações aos elementos de registo.

FIG. 10 – AVERBAMENTOS NO REGISTO DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2021



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 2021 E 2020



De salientar que em 2021 houve um aumento de averbamentos de cerca de 29 % em relação ao ano anterior, devido ao facto de ter sido implementado um novo sistema informático de registos e da necessidade de correção de vários registos.

CANCELAMENTOS

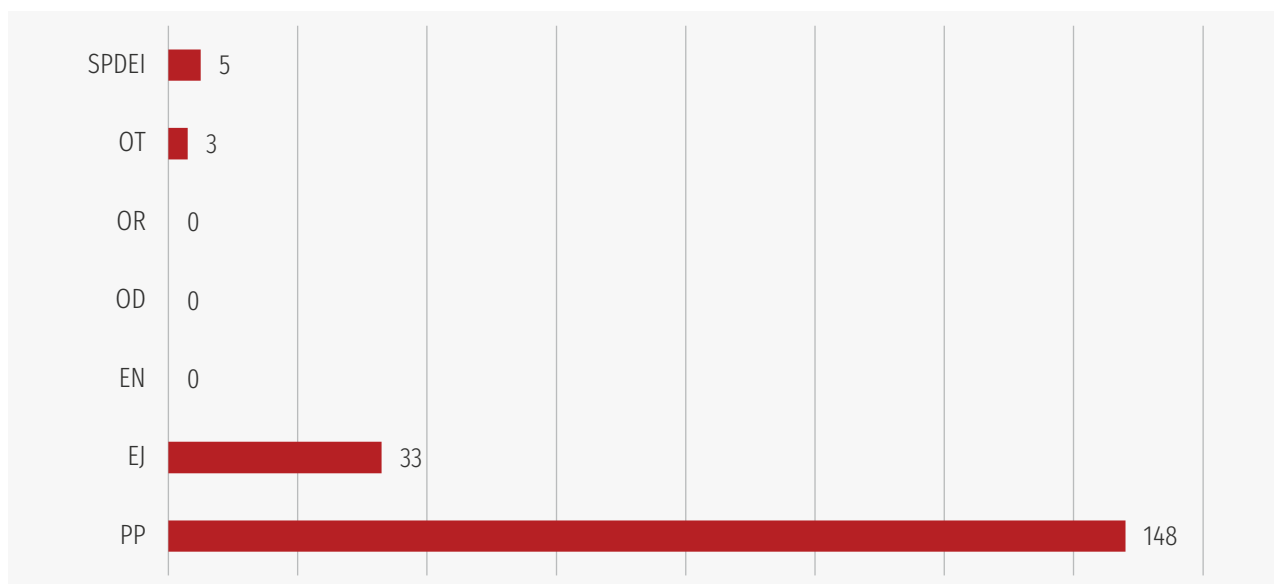
O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou da cessação da atividade da sua empresa (art.º 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Assim, a ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

- Nas publicações periódicas:
 - Cessaçã o da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição;
- Nas empresas jornalísticas:
 - Cessaçã o da atividade da empresa;
 - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas;
 - Deixar de ter como atividade principal a edição de publicações periódicas;
- Empresas noticiosas:
 - Cessaçã o da atividade da empresa;
- Serviços de programas difundidos exclusivamente pela internet:
 - Cessaçã o de emissã o;
- Operadores de serviços audiovisuais a pedido:
 - Cessaçã o de emissã o;
- Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos:
 - Cessaçã o de emissã o;
- Atividades sujeitas a licenciamento ou autorizaçã o:
 - Cessaçã o da validade da licença ou autorizaçã o.

FIG. 12 – CANCELAMENTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2021



Na Figura 12 apura-se que foi nas publicações periódicas que se verificou o maior número de registos inativos: 148, dos quais 40 foram cancelamentos efetuados a pedido dos proprietários e 93 efetuados oficiosamente pela ERC, sendo os restantes 15 devido a caducidades de registo.

4. PANORAMA ATUAL

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

POR DISTRITO

Encontravam-se registadas 1728 publicações periódicas, distribuídas pelos seguintes Distritos e Regiões Autónomas:

FIG. 13 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR DISTRITO/REGIÃO

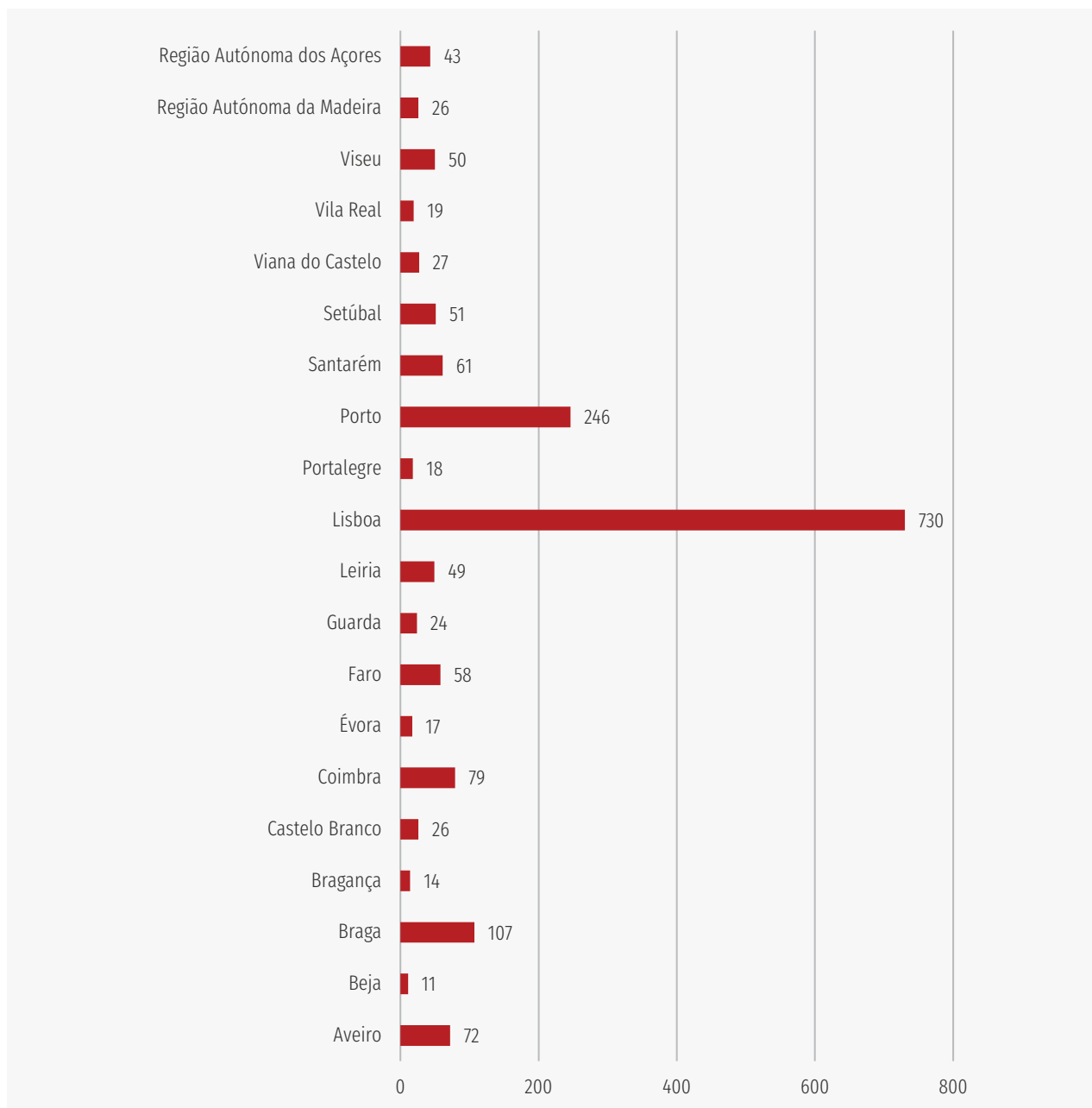
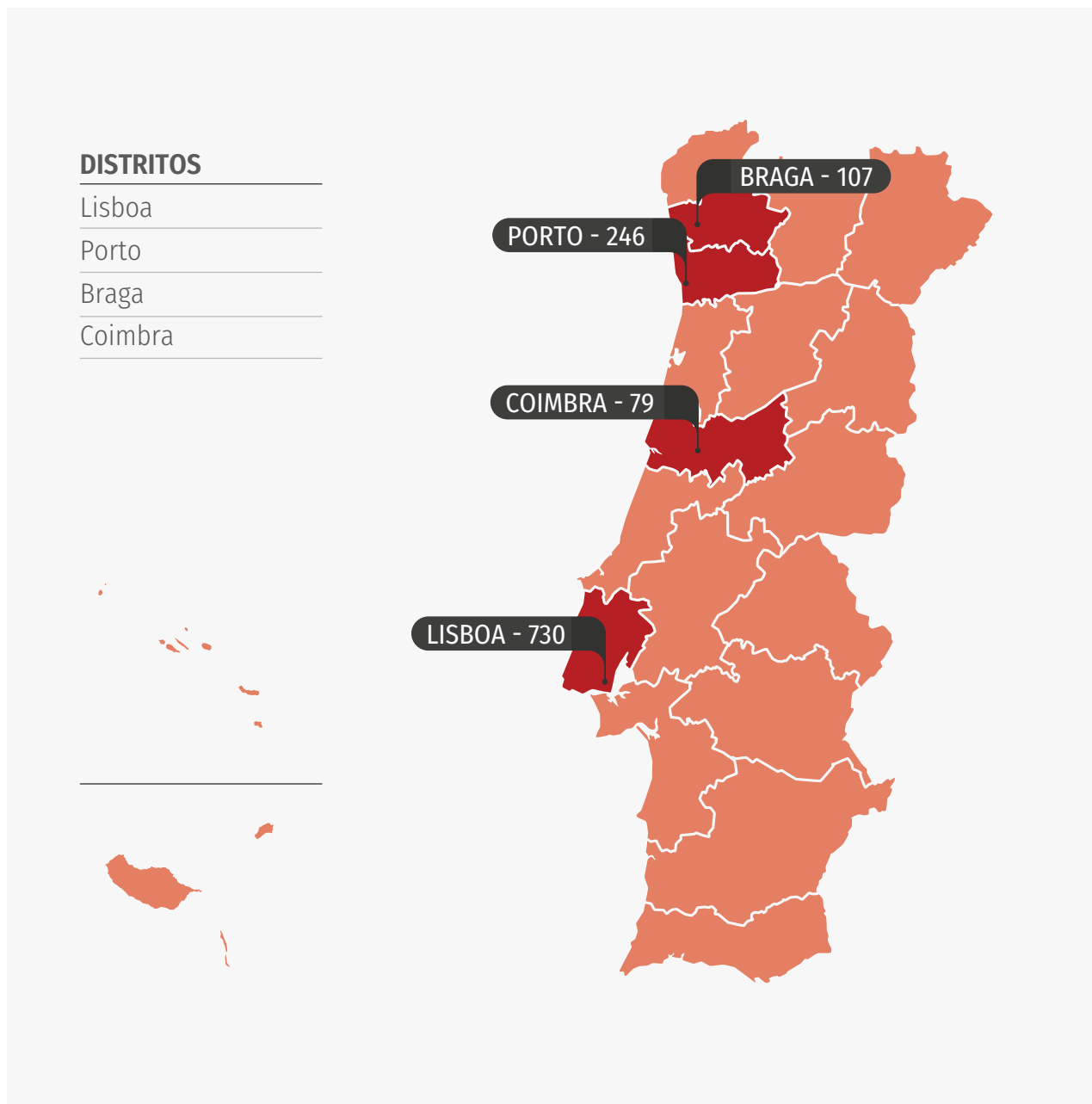


FIG. 14 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM MAIOR NÚMERO DE REGISTOS ATIVOS - DISTRITOS

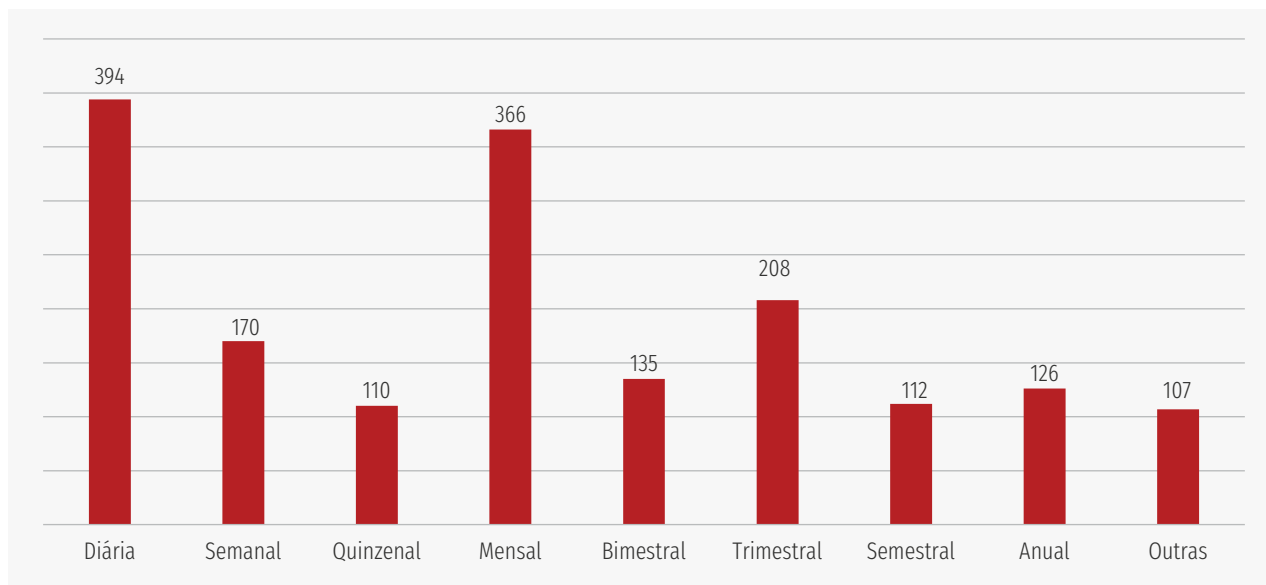


É de realçar que os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 730 e 246 publicações registadas, seguidos de Braga, com 107, e Coimbra, com 79. Já os distritos com menor número de publicações registadas são Beja, com 11, e Bragança, com 14.

De salientar que do universo das publicações periódicas registadas, 114 são jornais de âmbito nacional, 472 de âmbito regional e duas das comunidades portuguesas no estrangeiro.

PERIODICIDADE

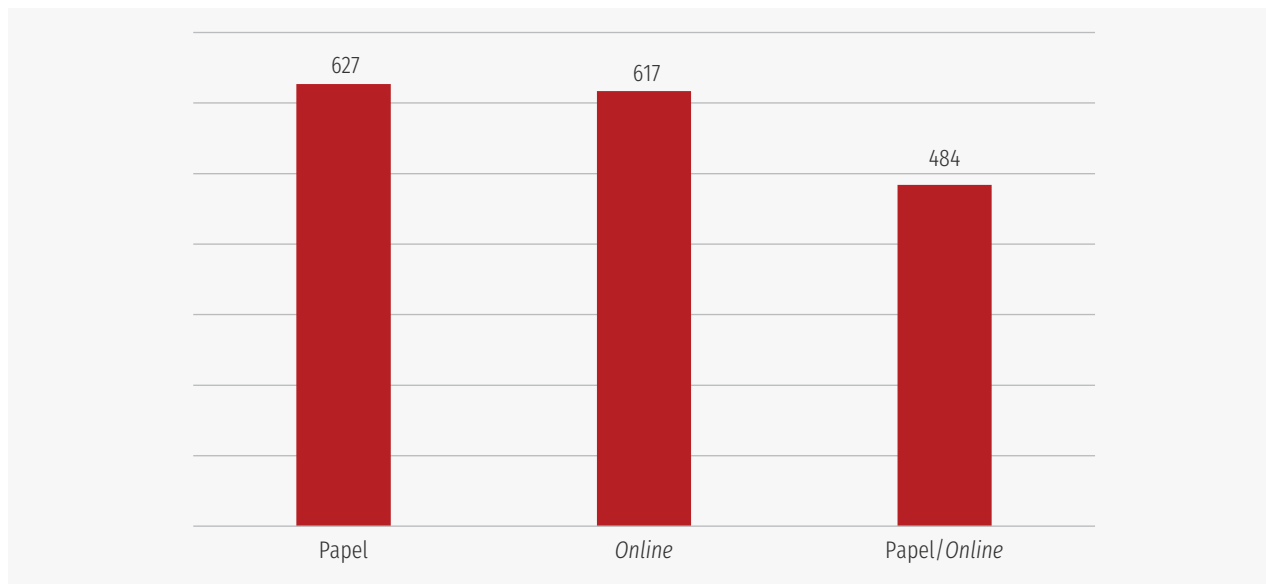
FIG. 15 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR PERIODICIDADE



Como resulta da análise do gráfico, a periodicidade que mais se destaca é a diária, seguindo-se a mensal e a trimestral.

SUPORTE

FIG. 16 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR SUPORTE



A Figura 16 é ilustrativa de como as publicações periódicas continuam a ter como suporte maioritário o papel (tendo vindo gradualmente a descer ao longo dos últimos anos), seguindo-se as publicações com suporte *online*.

ÂMBITO GEOGRÁFICO

FIG. 17 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR ÂMBITO GEOGRÁFICO

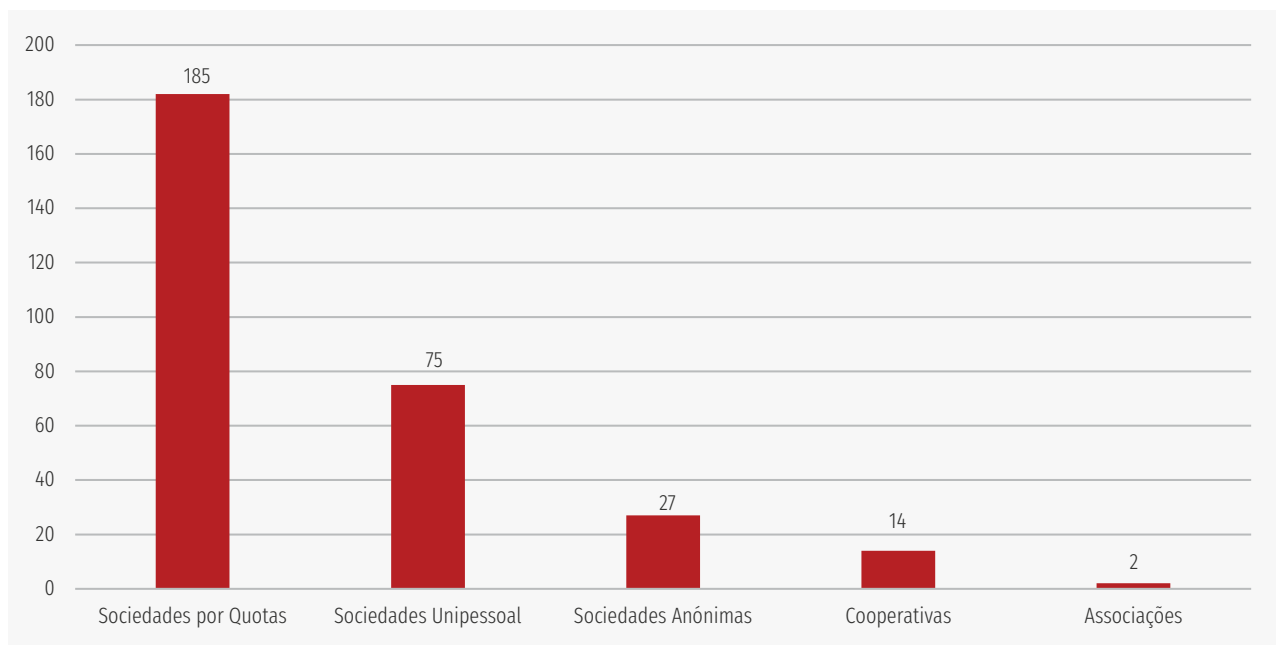


A Figura 17 destaca que o âmbito geográfico onde se verifica maior número de publicações periódicas registadas é nacional.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Encontravam-se registadas, em 2021, 300 empresas jornalísticas.

FIG. 18 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – 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

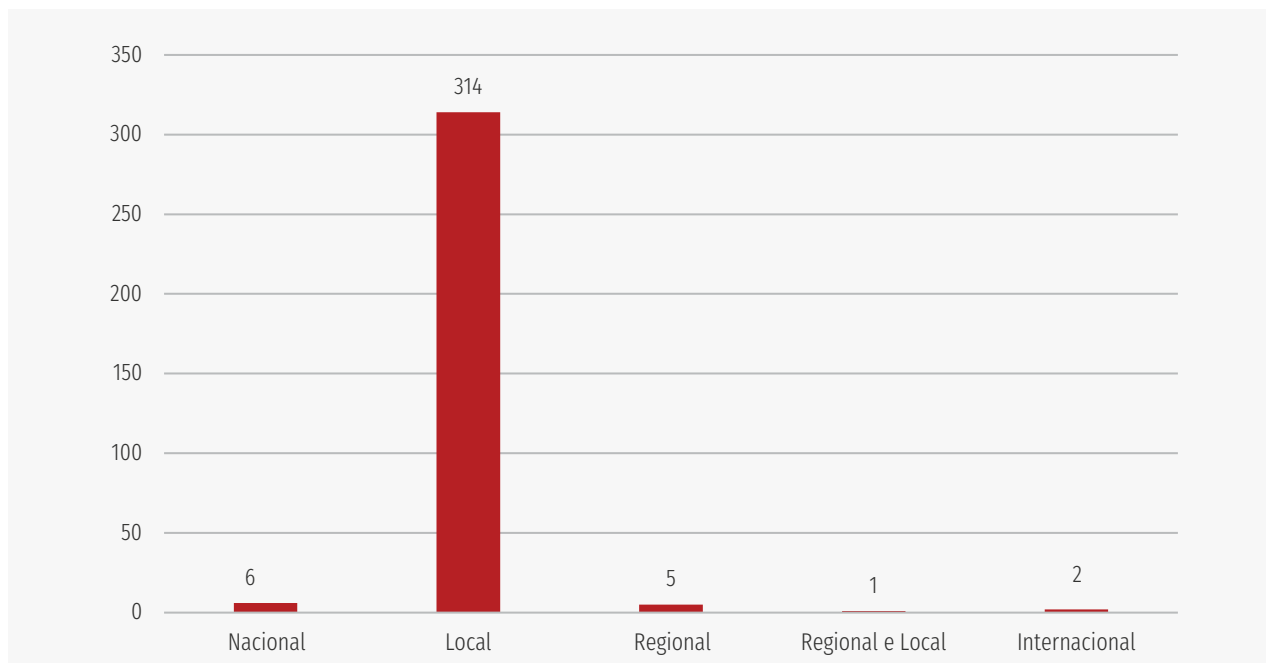
Encontravam-se apenas duas empresas noticiosas registadas, em 2021.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Em 2021 encontravam-se registados 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 284 operadores de rádio.

POR ÁREA DE COBERTURA

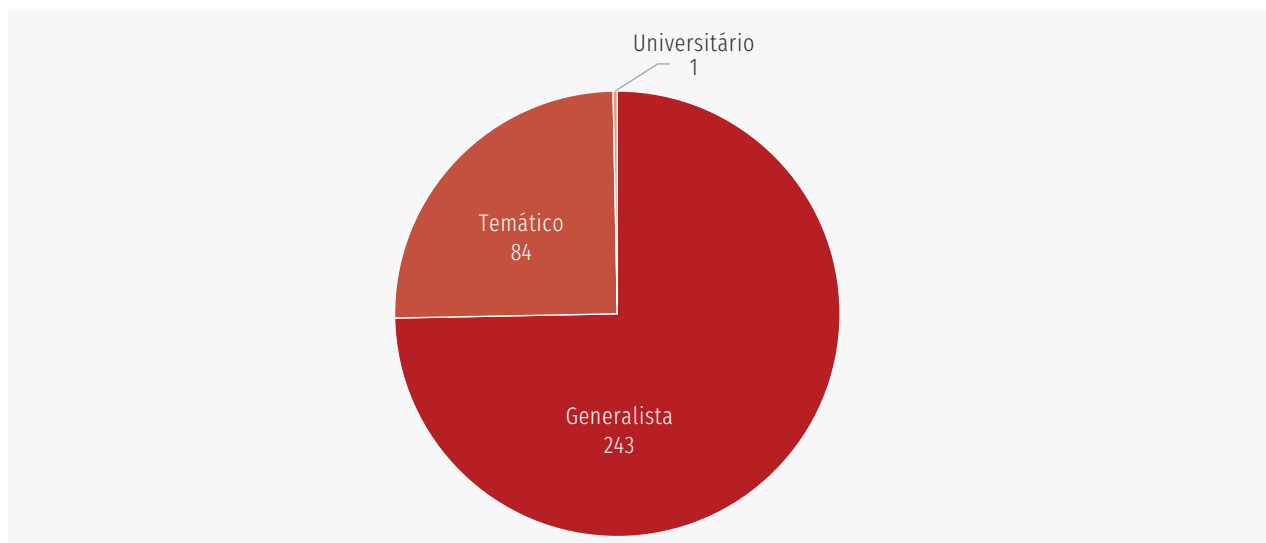
FIG. 19 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR ÁREA DE COBERTURA



Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm a área de cobertura Local.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

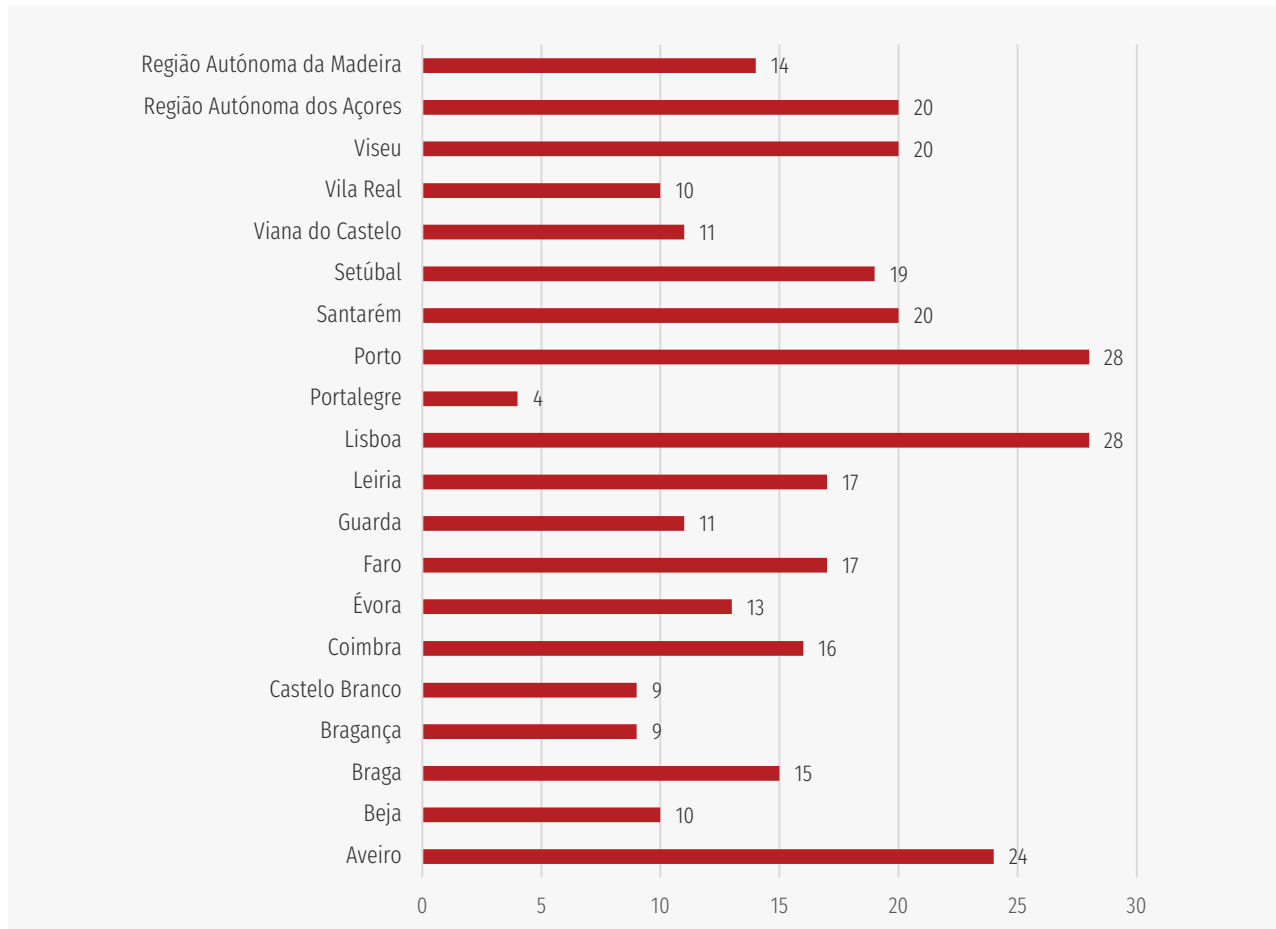
FIG. 20 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Como se pode aferir da leitura do gráfico da Figura 20, os serviços de programas de rádio com a tipologia de programação generalista representam a maioria, com 243 registos.

POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO

FIG. 21 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS LOCAIS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO



A Figura 21 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo os distritos de Lisboa e Porto, seguidos do distrito de Aveiro, onde existem mais licenças.

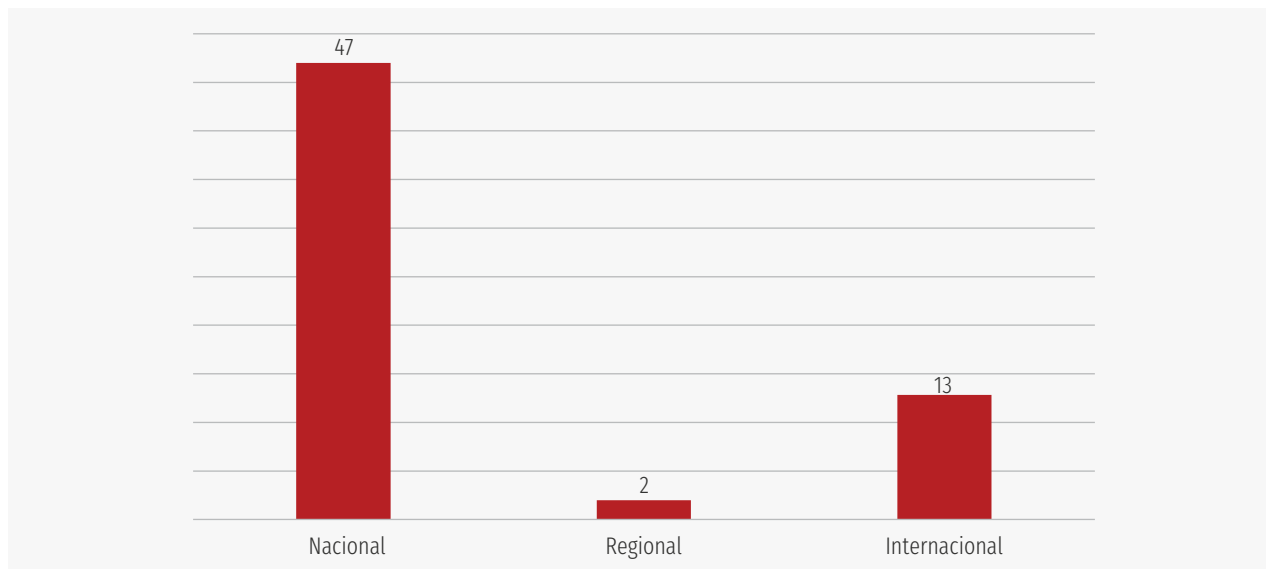


OPERADORES TELEVISIVOS E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Encontravam-se registados, em 2021, 62 serviços de programas televisivos, distribuídos por 22 operadores televisivos.

POR ÁREA DE COBERTURA

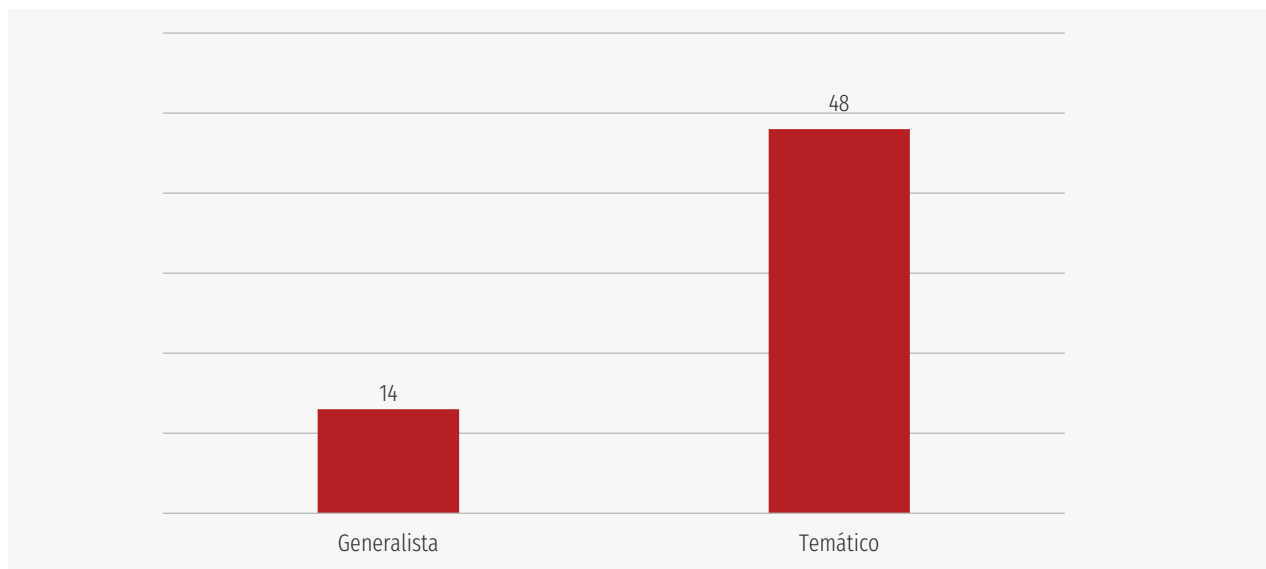
FIG. 22 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR ÁREA DE COBERTURA



Da análise da Figura 22, confere-se que 76 % dos serviços de programas registados são de cobertura Nacional.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

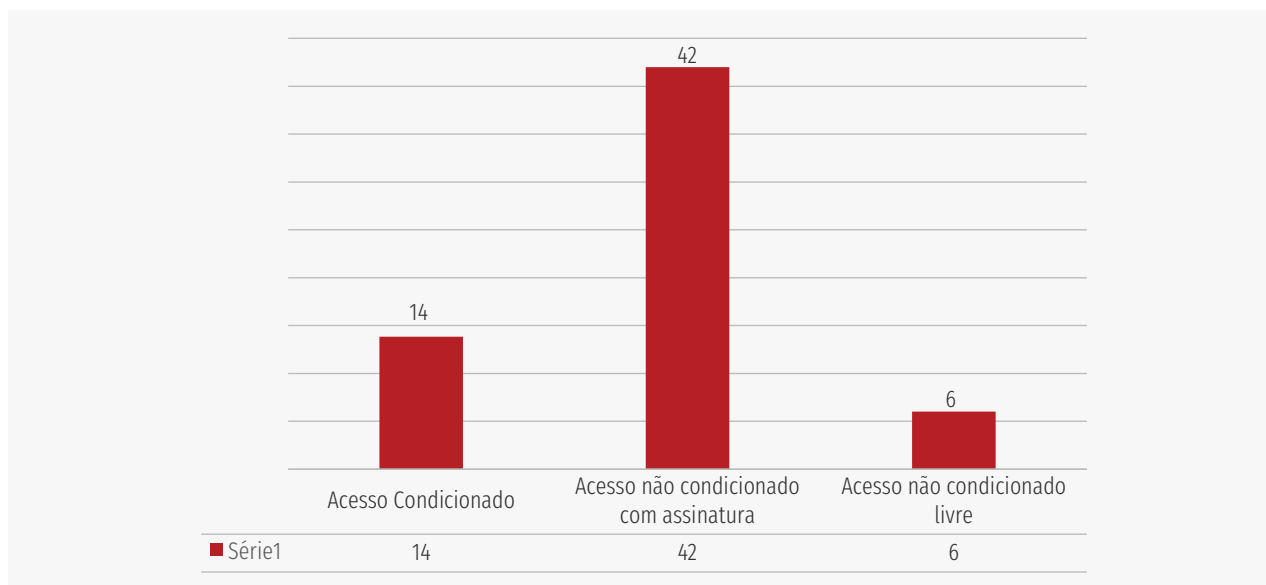
FIG. 23 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Na Figura 23 salienta-se a tipologia de programação Temático, com cerca de 77 % dos serviços de programas televisivos registados.

POR TIPO DE ACESSO

FIG. 24 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR TIPO DE ACESSO



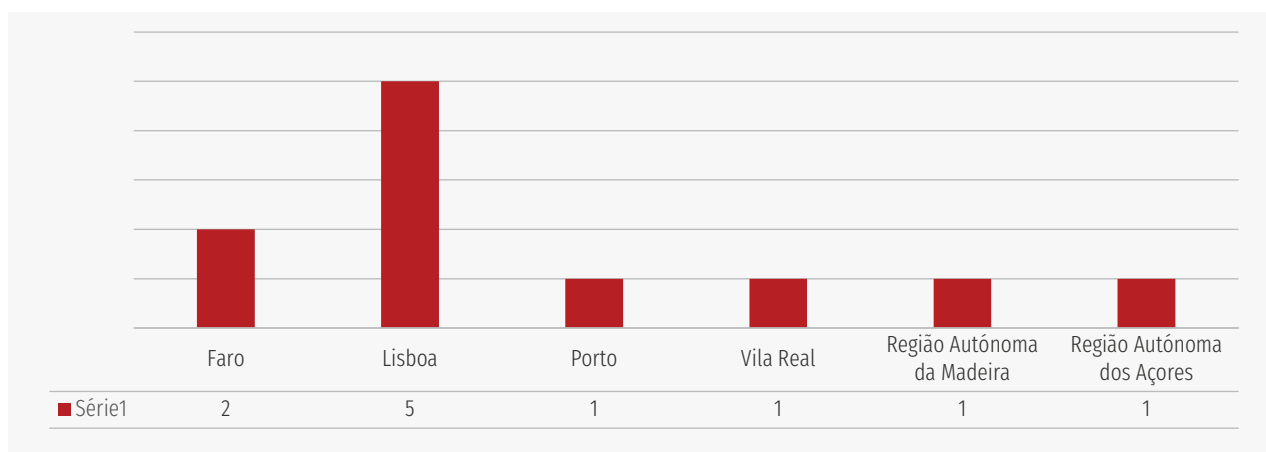
Verifica-se que os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam cerca de 68 % dos serviços de programas televisivos registados.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Em 2021, encontravam-se registados onze operadores de distribuição.

POR ÁREA GEOGRÁFICA

FIG. 25 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO COM REGISTO ATIVO EM 2021 – POR ÁREA GEOGRÁFICA

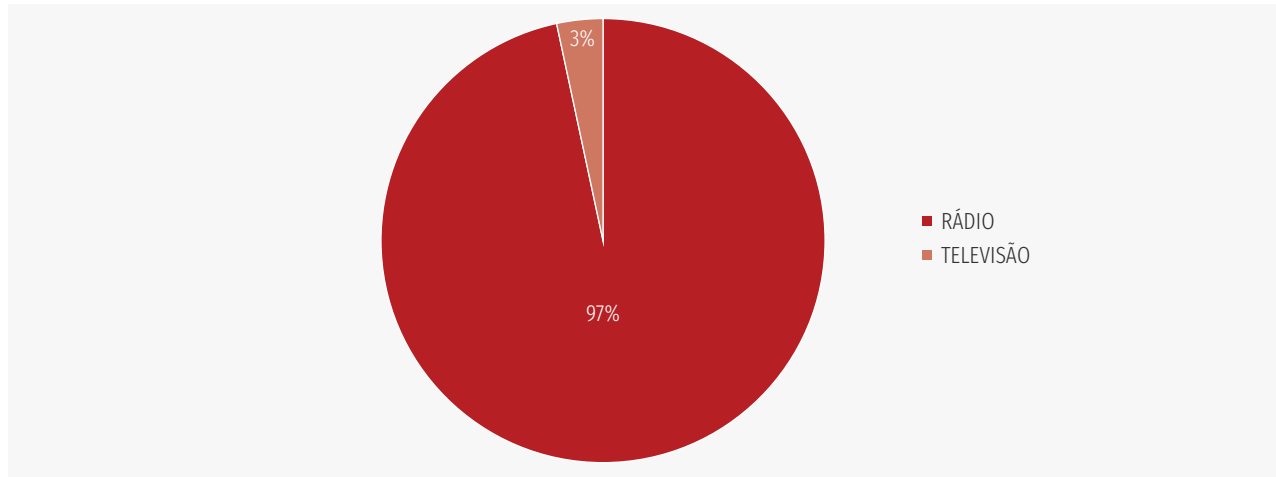


Lisboa é o distrito com maior número de operadores de distribuição registados.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Encontravam-se registados, em 2021, 149 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

FIG. 26 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET COM REGISTO ATIVO EM 2021– POR TIPO

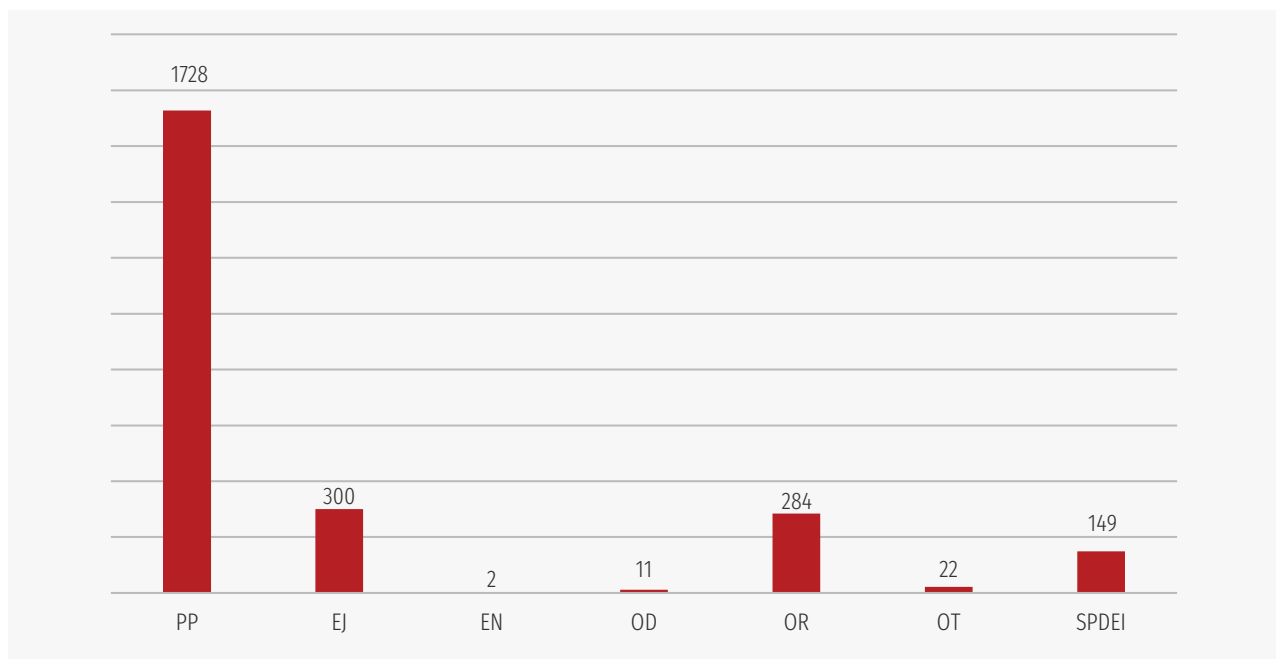


Na Figura 26 apura-se que 97 % dos serviços de programas distribuídos exclusivamente através da internet registados são de rádio.

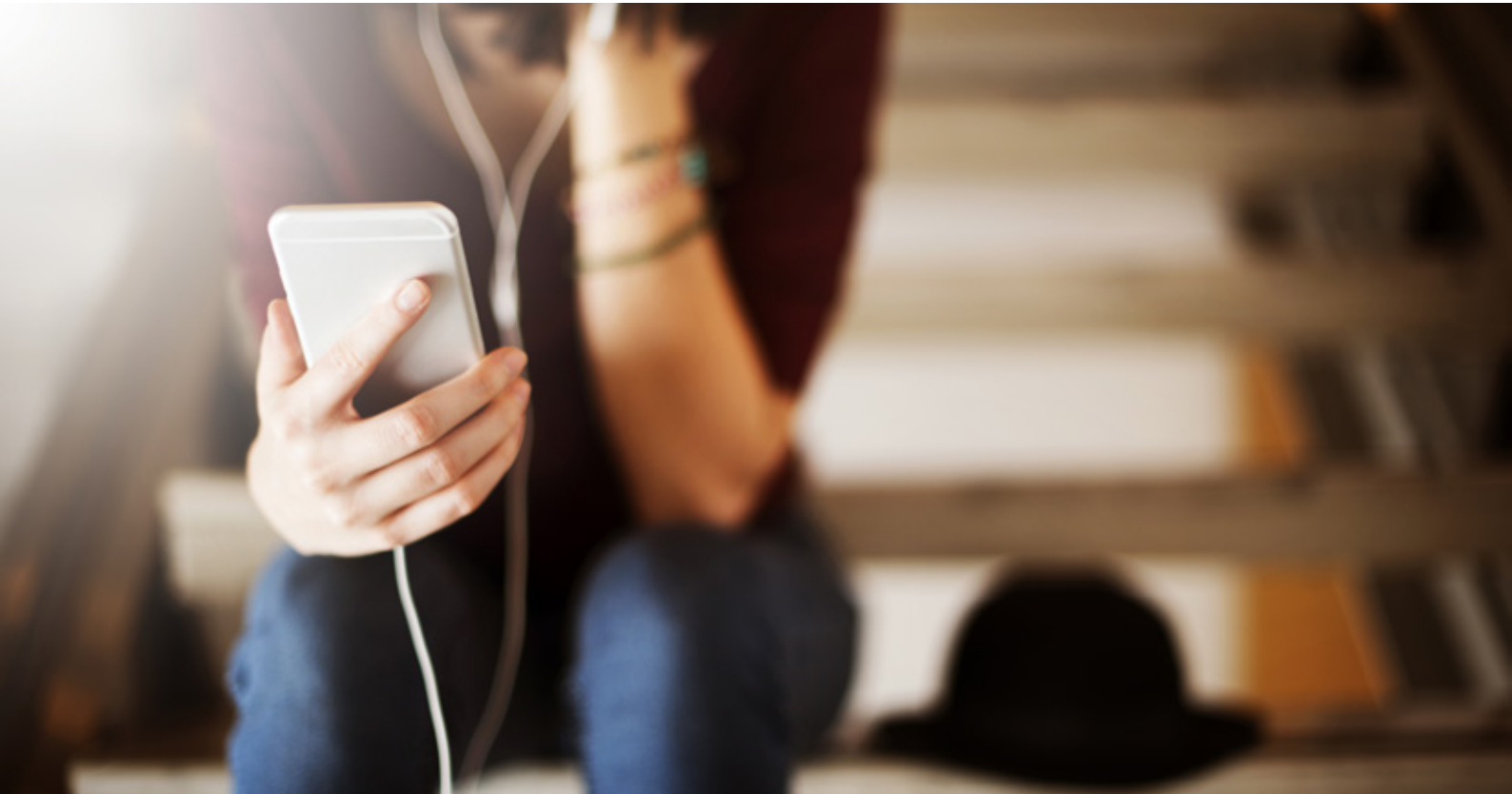
CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2021, encontram-se ativos 2496 registos, distribuídos pelas diversas categorias, conforme a Figura 27.

FIG. 27 – REGISTOS ATIVOS EM 2021



Claramente, é nas publicações periódicas que assenta o maior número de registos, seguidas das empresas jornalísticas e dos operadores de rádio.



Publicações periódicas (PP)

Em 2021, encontravam-se inscritas 1728 publicações periódicas.

Do universo das publicações ativas em 2021, 588 são jornais, sendo 114 de âmbito nacional e 472 de âmbito regional.

Empresas jornalísticas (EJ)

Em 2021, encontravam-se inscritas 300 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (182) e as sociedades unipessoais (75).

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 284 operadores.

Operadores de televisão (OT)

Em 2021, encontravam-se inscritos 22 operadores e 62 serviços de programas televisivos.

Operadores de distribuição (OD)

Em 2021, estavam inscritos 11 operadores de distribuição.

Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI)

Em 2021, encontravam-se inscritos 149 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 144 são radiofónicos e cinco televisivos).

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

1. VISÃO GLOBAL

O objetivo do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2021, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor em comparação com anos anteriores, particularmente em relação a 2020 (ano transato), 2017 (ano de eleições autárquicas) e 2016 (ano de eleições presidenciais).

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise aqui desenvolvida resultam do tratamento de informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens (em vigor desde 2011), a qual acompanha o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens), indicando-se, sempre que tal se justificar, as alterações metodológicas e de nomenclatura resultantes da adaptação das informações pré-existentes 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 sítio eletrónico¹, de acordo com as regras fixadas pela Deliberação 1/SOND/2009. Realce-se que a possibilidade de consulta pública dos depósitos decorreu de uma iniciativa do Regulador, no sentido de reforçar a transparência e a confiança nas sondagens.

O presente capítulo estrutura-se em torno de cinco pontos centrais. O primeiro caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2021. O segundo ponto apresenta as características metodológicas das sondagens depositadas. O terceiro, ainda com dados provisórios, vislumbra os dados relativos à divulgação de sondagens. O quarto ponto incide sobre os estudos eleitorais depositados durante o ano. Finalmente, o quinto apresenta dados acerca dos procedimentos iniciados e encerrados em matéria de sondagens e inquéritos de opinião.

¹ Os depósitos de sondagens estão disponíveis para consulta pública em <http://www.erc.pt/pt/sondagens>.

2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

2.1 ENTIDADES CREDENCIADAS

À data de 31 de dezembro de 2021, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 17 entidades (v. Figura 1), crescendo o número de licenças em vigor no último dia do ano face a 2020 e a 2019 (16 e 14 licenças, respetivamente). Relativamente às alterações ao cadastro, 2021 foi um ano de pouco movimento procedimental, registando-se duas caducidades devido à ausência de depósitos por um período de dois anos consecutivos (Consulmark2 e UA/CIMAD), três novas credenciações (Ipsos-Apeme, Consulmark2 e UA-CIMAD), uma renovação de licença (Multidados) e uma alteração do responsável técnico pela área das sondagens (Aximage).

FIG. 1 – SITUAÇÃO DAS ENTIDADES CREDENCIADAS PELA ERC A 31 DE DEZEMBRO DE 2021

Entidades credenciadas em 31 de dezembro de 2021	Alterações ao registo em 2021
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	Alteração da responsabilidade técnica
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	Caducidade e nova Credenciação
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	--
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.	--
G.Triplo, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.	--
GfK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	--
ICS/ISCTE – Instituto de Ciências Sociais/Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	--
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	--
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	--
IPSOS-APEME – Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.	Nova Credenciação
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	--
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.	Renovação
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	--
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	--
Qmetrics	--
UA/CIMAD – Centro de Investigação em Marketing e Análise de Dados da Universidade de Aveiro	Caducidade e nova Credenciação
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	--

A realização de sondagens políticas está intimamente ligada à sazonalidade eleitoral, ainda que existam outros fatores, relacionados com o contexto social e político, que estimulem a sua produção. À proximidade das eleições corresponde um aumento dos estudos depositados, variando o perfil dos seus responsáveis de acordo com a natureza das mesmas (autárquicas, legislativas, presidenciais, etc.) e a concentração dos depósitos no tempo mediante o tipo (regular ou antecipado) dos atos eleitorais. Evidentemente que o contexto social e político específico de cada eleição também afetará o movimento dos depósitos, mas essa será uma análise casuística e de âmbito politológico que não se enquadra no objeto deste relatório.

Quando as eleições são repentinas e inesperadas, tende a haver picos de estudos pré-eleitorais, como se verificou em 2007 com as eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa (15 depósitos no espaço de dois meses) ou

em 2011 com as eleições legislativas antecipadas (19 depósitos nos 12 dias de campanha eleitoral). Por sua vez, nas eleições regulares também é possível e normal a ocorrência de picos de depósitos com a aproximação da data das eleições, decorrentes do próprio contexto sociopolítico, das dinâmicas da corrida eleitoral e das estratégias de cobertura informativa que forem seguidas pelos *media* (particularmente se houver aposta na publicação de *tracking polls*, como foi o caso das eleições Presidenciais em 2006 e 2021 e das Legislativas em 2011, 2015 e 2019).

Todavia, nas eleições regulares o movimento de depósitos começa a manifestar-se com maior antecedência face à data da eleição; cerca de um a dois anos antes, no caso das eleições autárquicas e presidenciais, cerca de um ano nas eleições regionais, seis meses nas eleições europeias e quase imediatamente (no próprio mês ou no mês seguinte) no caso das eleições legislativas, já que os barómetros mensais regularmente contratados pelos *media* contemplam, normalmente, a questão do voto legislativo.

Quanto à natureza dos atos eleitorais, o histórico de depósitos permite diferenciar dois perfis-tipo de empresas por âmbito dos estudos e natureza dos clientes com que operam: i) um grupo alargado de empresas que trabalham predominantemente com clientes regionais/locais e com maior presença de depósitos em anos autárquicos; e ii) um grupo restrito de empresas que tanto trabalham em estudos regionais/locais mais ou menos pontuais, como produzem e depositam regularmente sondagens para divulgação em órgãos de comunicação social nacionais e regionais, sejam estas barómetros políticos regulares ou estudos pontuais e orientados para uma temática específica (por exemplo, eleições europeias, desempenho em debates televisivos entre candidatos à liderança de partidos, medidas de austeridade, Orçamento de Estado, etc.). Este segundo grupo coincide, normalmente, com as empresas com mais depósitos anuais registados na ERC (Eurosondagem, Aximage, Intercampus, UCP/CESOP, Pitagórica, Markttest e ICS/ISC-TE) (v. Anexo Figura A1).

Caracterizando-se 2021 pela realização de dois escrutínios regulares – eleições presidenciais, em 24 de janeiro, e eleições autárquicas, em 26 de setembro – era expectável grande dinamismo no setor das sondagens até ao final do terceiro trimestre do ano, acabando mesmo por se registar mais do dobro dos depósitos de sondagens (165) do que os registados em todo o ano de 2020 (81). Já no último trimestre do ano, o chumbo do Orçamento do Estado (em outubro), a dissolução da Assembleia da República (5 de dezembro) e a consequente marcação de eleições legislativas antecipadas, para 30 de janeiro de 2022, vieram novamente impulsionar a produção de sondagens políticas para divulgação. No final de 2021 acumularam-se 183 depósitos de sondagens, o que representa um crescimento de cerca de 125,9 % face a 2020.

Em termos de movimentos mensais, setembro foi o mês em que se verificou o pico de depósitos (78), observando-se um crescimento de 20,0 % face ao período homólogo de 2017 (incluindo-se neste período o dia 1 de outubro de 2017, por ter sido o dia das eleições autárquicas). Segue-se agosto, com 19 depósitos, e janeiro, com 17 depósitos (v. Anexo Figura A2). Relativamente a janeiro, importa comparar com 2016, por também ter sido ano de Eleição Presidencial. Ainda que o número de depósitos seja muito aproximado (17 em 2021 e 15 em 2016), uma análise mais fina permite verificar que as eleições presidenciais estão mais presentes nas sondagens em 2021 (15 do total de 17 depósitos) do que em 2016 (11 do total de 15 depósitos). Nos meses de fevereiro, março e outubro, registaram-se os números mínimos de depósitos (quatro *Ex aequo*), valor historicamente alto para mínimo mensal de depósitos e que ilustra bem o dinamismo que o setor adquiriu em 2021. Em média, foram efetuados 15,7 depósitos de sondagem por mês em 2021, valor que desce para 9,5 depósitos por mês quando se exclui do cálculo da média o mês de setembro devido ao pico de depósitos que registou (78).

Em termos de concentração e de pluralismo no mercado dos estudos depositados não se verificaram grandes diferenças no domínio dos barómetros políticos nacionais, continuando a ser possível o confronto de estudos produzidos por entidades credenciadas distintas. Foram 13 as empresas a realizar depósitos de sondagens em 2021, número igualado em 2009 e apenas ultrapassado em 2006 e em 2013 (anos em que 14 empresas depositaram sondagens). Face ao ano anterior verificaram-se mais quatro empresas a produzir sondagens para divulgação pública. Este aumento no pluralismo está diretamente relacionado com as eleições autárquicas, não se verificando alterações no número de empresas que produziram barómetros políticos nacionais.

Em termos das quotas, 2021 foi um ano de grande desconcentração do setor das sondagens realizadas para divulgação pública, registando-se o menor valor acumulado (73,2 %) para as cinco empresas com mais depósitos desde a criação da ERC. Olhando para o histórico, ressalta que além de 2021, só mesmo em 2007 (79,0 %) e em 2008 (79,2 %) é que as cinco empresas com mais depósitos não concentraram mais de 80 % dos depósitos anuais. Face a 2020, verificou-se uma diferença de menos sete pontos percentuais, mas se a comparação for com o ano eleitoral autárquico de 2017, a diferença do acumulado das cinco empresas com mais depósitos é de menos 16,1 pontos percentuais.

A empresa mais representativa do setor, pelo volume de estudos depositados (20,8 %, correspondendo a 38 depósitos), voltou a ser a Eurosondagem, embora em 2021 apresente uma posição muito mais diluída do que em anos anteriores. Ainda assim, é de destacar que desde 2010 (e com exceção de 2019, ano em que dividiu a liderança com a Pitagórica) a Eurosondagem foi sempre a empresa com maior volume de depósitos anual. Segue-se, com a segunda maior quota (18,0 %, correspondendo a 33 depósitos) a Intercampus e, depois, *Ex aequo*, a Aximage e a Multidados com quotas de 12,6 % (correspondendo a 23 depósitos). Destaque ainda para a UCP-CESOP, a Pitagórica, o IPOM e o ICS-ISCTE, por terem um registo igual ou superior a dez depósitos em 2021 e que equivale, no acumulado, a 30,1 % do total anual de depósitos. As restantes empresas (Metris, DOMP, Markttest, G.Triplo e UA-CIMAD) não ultrapassaram individualmente os cinco depósitos, acumulando em si apenas 5,7 % do total de depósitos de 2021. Por fim, é ainda de destacar que todas as empresas que realizaram sondagens para divulgação pública em 2021 aumentaram o número de depósitos face ao ano transato.

FIG. 2 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS POR EMPRESA (2016-2021)

	2016		2017		2018		2019		2020		2021		Var. Absoluta 2020-2021
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Eurosondagem	19	40,4	49	40,5	14	51,9	22	25	26	32,1	38	20,8	↑
Intercampus	2	4,3	8	6,6	1	3,7	7	8	12	14,8	33	18,0	↑
Aximage	12	25,5	18	14,9	12	44,4	16	18,2	11	13,6	23	12,6	↑
Multidados	*	*	*	*	-	-	3	3,4	4	4,9	23	12,6	↑
UCP-CESOP	4	8,5	16	13,2	-	-	7	8	5	6,2	17	9,3	↑
Pitagórica	-	-	-	-	-	-	22	25	7	8,6	16	8,7	↑
Ipom	6	12,8	15	12,4	-	-	-	-	-	-	12	6,6	↑
ICS-ISCTE	*	*	*	*	*	*	6	6,8	5	6,2	10	5,5	↑
Metris	1	2,1	-	-	-	-	3	3,4	2	2,5	5	2,7	↑
Domp	-	-	1	0,8	-	-	1	1,1	-	-	2	1,1	↑
Markttest	1	2,1	-	-	-	-	1	1,1	9	11,1	2	1,1	↑
G.Triplo	-	-	2	1,7	-	-	-	-	-	-	1	0,5	↑
UA-CIMAD	-	-	2	1,7	-	-	-	-	-	-	1	0,5	↑
Consulmark2	1	2,1	10	8,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Norma Açores	1	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Apeme	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-	-	-
Qmetrics	*	*	*	*	*	*	*	*	-	-	-	-	-
Total	47	100%	121	100%	27	100%	88	100%	81	100%	183	100%	%

A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente, primeiro pelo ano de 2021, depois 2020 e assim subsequentemente.

Total de entidades que depositaram sondagens: N=9 (2016), N=9 (2017), N=3 (2018), N=10 (2019), N=9 (2020) e N=13 (2021).

* O ICS/ISCTE, a Multidados a IPSOS-Apeme e a Qmetris não detinham credenciação para a realização de sondagens nos anos assinalados.

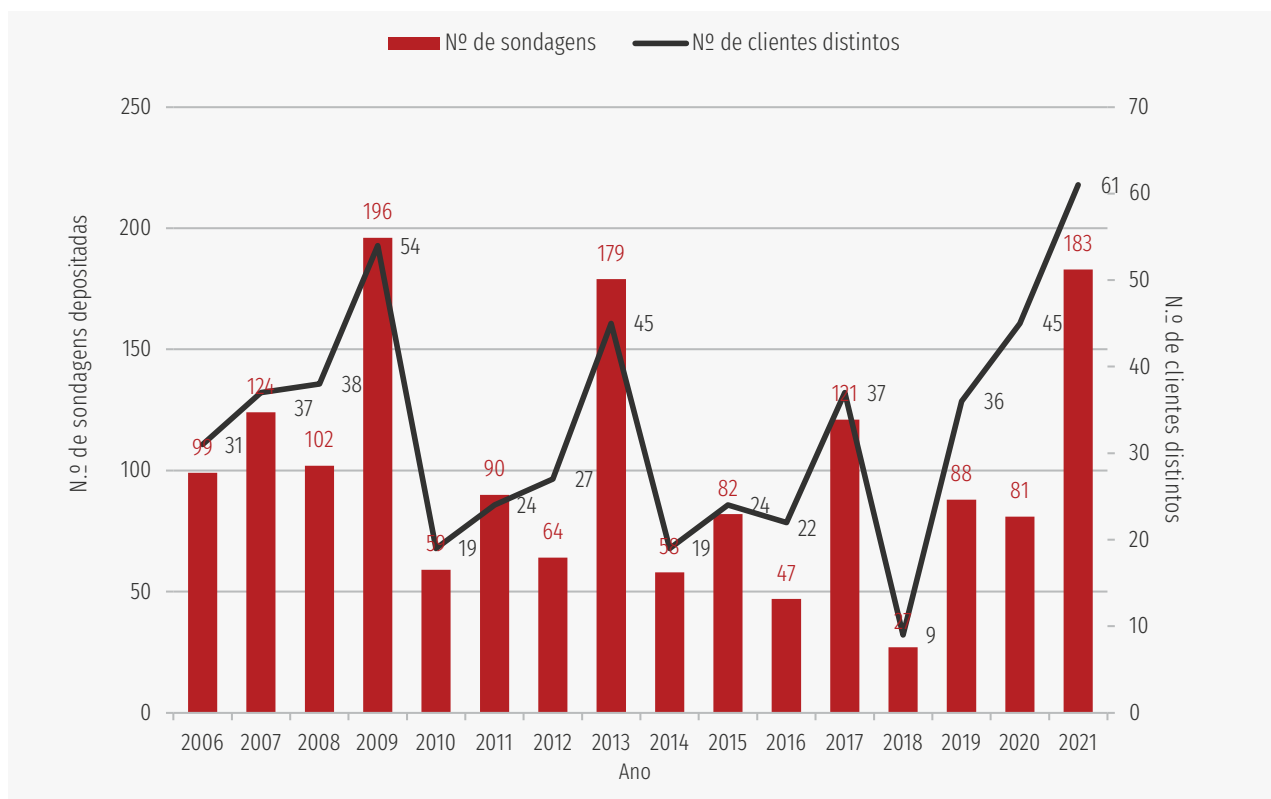
Das dinâmicas acima explanadas são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2021:

- A manutenção da Eurosondagem como a empresa mais representativa do setor, em termos de volume de sondagens depositadas;

- A continuação da *tracking poll* semanal da Pitagórica, iniciada em dezembro de 2020, para a TVI e para o Observador, relativa às eleições presidenciais de 2021;
- A realização pela Intercampus de um barómetro regional na Madeira para o jornal JM-Madeira;
- O crescimento e dinamismo do mercado das sondagens, impulsionado pelas eleições autárquicas e presidenciais de 2021 e pelas eleições legislativas antecipadas para janeiro de 2022;
- O pluralismo de atores, tanto ao nível das entidades que produziram sondagens sobre popularidade e intenções de voto legislativo, presidencial e autárquico, como no domínio dos órgãos de comunicação social (nacionais e regionais) que encomendaram e divulgaram esses estudos.

No lado da procura, verifica-se, face ao ano anterior, um grande crescimento no número de clientes distintos a contratar sondagens para divulgação pública (61 em 2021 contra os 45 registados em 2020) (v. Figura 3). Aliás, a análise longitudinal permite ver que o número de clientes distintos registados em 2021 é mesmo o mais alto desde 2006, ultrapassando os números registados em 2009 (54), 2013 (45) e 2017 (37), também estes anos de eleições autárquicas, onde tendencialmente o número de clientes distintos é mais elevado, fruto da contratação de sondagens de universo concelhio por parte de órgãos de comunicação social de cariz regional.

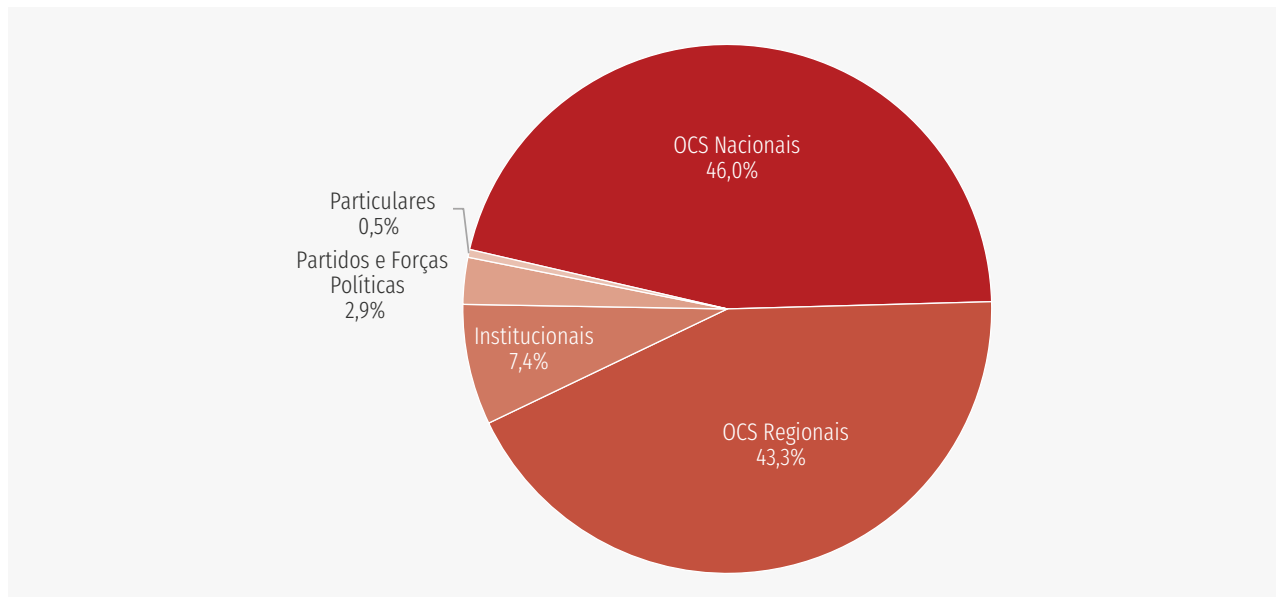
FIG. 3 – NÚMERO DE CLIENTES E DE SONDAJENS DEPOSITADAS (2006 A 2021)



Seguindo uma tendência já verificada em anos anteriores, uma parte das sondagens depositadas é associada a mais do que um cliente, daí que ao total dos 183 depósitos verificados em 2021 correspondam 420 entradas de clientes. Agrupando os clientes identificados nas fichas técnicas de depósito por tipo, consoante a sua área de atividade (*media*, institucionais e forças políticas) e natureza (nacionais ou regionais, apenas no caso dos *media*), verifica-se uma alteração no tipo predominante face ao ano anterior, passando os *media* nacionais a ser o grupo com mais presenças nas fichas técnicas de depósito, representando 46,0 % do total de clientes referenciados nos depósitos, quando em 2020 representava 37,2 %. Este aumento no peso do peso *media* nacionais reflete não só os três atos eleitorais que estimularam a procura de sondagens em 2021 (eleições presidenciais e autárquicas de 2021 e legislativas antecipadas de 2022), como também um maior pluralismo em termos de órgãos divulgadores com sondagens próprias. Por sua vez, os *media* regionais surgem na segunda posição, com uma representação próxima (43,3%), a qual diminuiu ligeiramente o seu peso relativo face a 2020 (44,7 %). Em terceiro lugar, e representando 7,4 % do total de clientes referenciados, surgem os clientes institucionais, e por fim, com valores mais residuais, aparecem os partidos e forças políticas (2,9 %) e os clientes particulares (0,5 %) (v. Figura 4).



FIG. 4 – TIPO DE CLIENTES DE SONDAGENS EM 2021 (EM PORCENTAGEM)



Total de depósitos N=183 (2021).

Total de clientes referenciados em depósitos N=420 (2021).

Total de clientes distintos N=61 (2021).

Em termos da importância dos clientes, medida pela frequência da sua presença em depósitos, quem mais se destacou em 2021 foi o Diário de Notícias da Madeira, o qual acumulou a sua participação enquanto um dos clientes dos barómetros políticos mensais e estudos especiais presidenciais da Eurosondagem, com a encomenda de sete estudos autárquicos em concelhos da Região Autónoma da Madeira. No total, o Diário de Notícias da Madeira é identificado como cliente em 22 depósitos de sondagens. Segue-se, com presença em 19 depósitos, o jornal Viva Douro, o qual contratou à Multidados, no período da campanha eleitoral, 19 sondagens exclusivamente dirigidas ao voto autárquico em outros tantos concelhos da região histórica de Trás-os-Montes e Alto Douro. Em terceiro lugar, surgem os órgãos da Cofina Media (Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios), com presença, *Ex aequo*, em 18 depósitos realizados pela Intercampus, 11 dos quais barómetros mensais e sete referentes a sondagens à boca da urna em dias de eleição (uma sobre o voto presidencial e seis sobre o voto autárquico exercido). Segue-se a estação pública de Rádio e Televisão (RTP), com presença em 17 depósitos de sondagens, de índole variada (barómetros políticos, sondagens autárquicas e presidenciais) e cuja realização foi da responsabilidade da UCP-CESOP.

Do conjunto dos *media* de natureza nacional, realce ainda para o Nascer do Sol, SIC, Porto Canal, TVI, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Expresso e TSF, pela presença entre 10 a 15 depósitos. Nos *media* regionais, e também pela presença entre 10 a 15 depósitos, destacam-se o Diário de Aveiro, o Açoriano Oriental, o Diário de Coimbra, o Diário de Leiria, o Diário de Viseu, o Diário Insular e o jornal O Setubalense, todos estes órgãos que integram a parceria dos barómetros políticos mensais da Eurosondagem. Por fim, e já no domínio dos clientes institucionais, realce para a Oeiras Atual, boletim municipal da autarquia de Oeiras, e para o Grupo Libertas, com empresas no ramo do imobiliário, pela presença, respetivamente, em 14 e 9 depósitos, também como integrantes na parceria dos barómetros políticos e das sondagens especiais produzidas pela Eurosondagem.

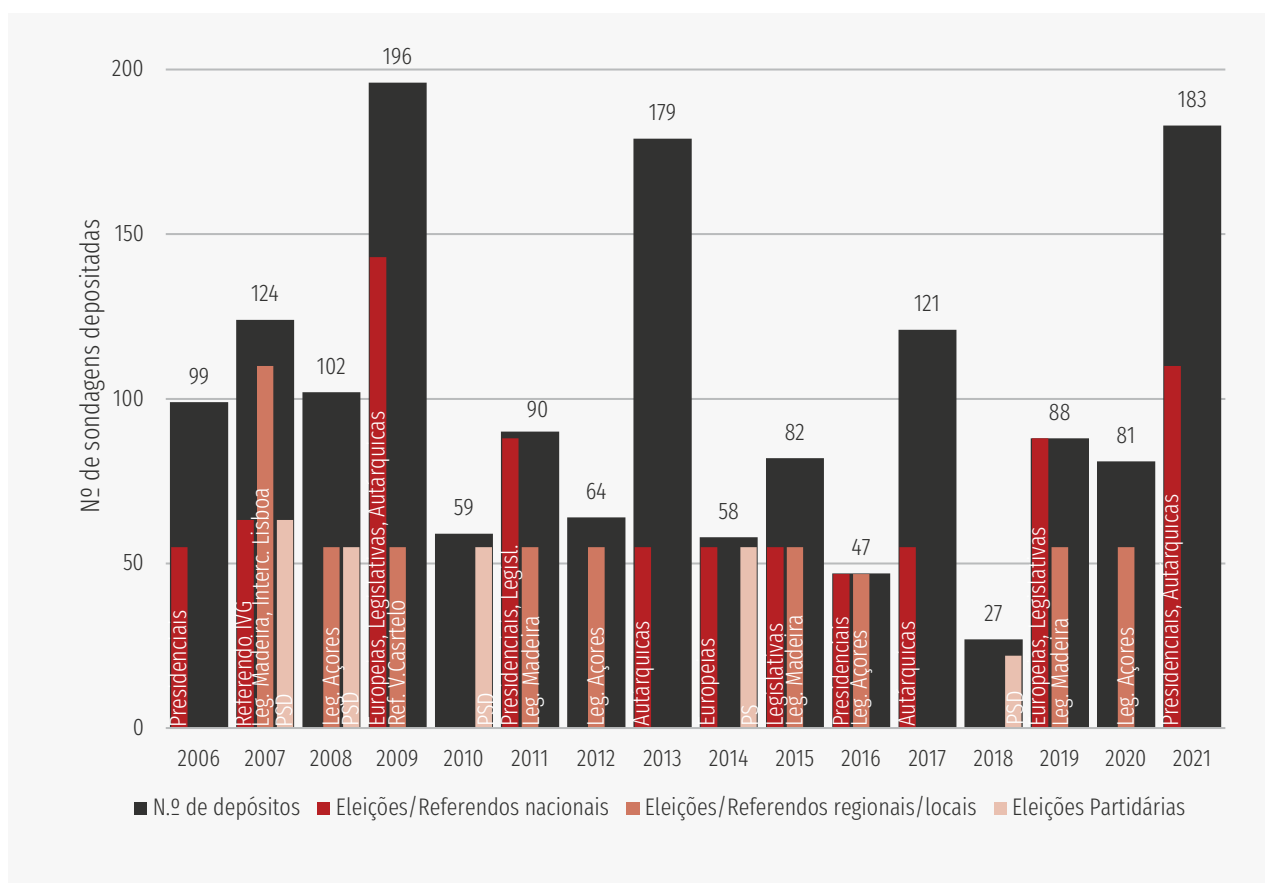
2.2 DEPÓSITOS²

Em 2021, foram efetuados 183 depósitos de sondagens (v. Figura 5). Pode-se observar que este número cresceu fortemente face 2020 (125,9 %), ano em que se contabilizaram 81 de depósitos.

Quando comparado o volume de depósitos com 2013 e 2017, anos com algumas similaridades em matéria de calendário eleitoral, designadamente pela realização de eleições autárquicas, também se verifica um crescimento no número de depósitos (mais 7,8 % e mais 51,2 %, respetivamente). Numa perspetiva mais global e considerando a totalidade dos depósitos registados na ERC ao longo dos seus dezasseis anos de existência (1654 depósitos entre os anos de 2006 e 2021), verifica-se que o número registado em 2021 (183 depósitos) é muito superior à média anual para o período considerado (103,4 depósitos por ano), sendo apenas superado em número de sondagens pelo ano de 2009 (196 depósitos) (v. Figura 5). Este dado é revelador da importância que as eleições autárquicas têm no setor dos estudos de opinião. De resto, e cruzando os objetivos das sondagens com o universo alvo da amostra, é possível estimar que as eleições autárquicas tenham estimulado, em 2021, cerca de 125 do total de 183 depósitos de sondagens registado.

No domínio dos barómetros regulares com acompanhamento das intenções de voto legislativo e da imagem e popularidade dos atores políticos, manteve-se o mesmo volume registado em 2019 e em 2020 (na casa das quatro dezenas), números mais altos da última década e bons indicadores em matéria de pluralismo.

FIG. 5 – DISTRIBUIÇÃO ANUAL DAS SONDAJENS DEPOSITADAS E DOS ATOS ELEITORAIS REALIZADOS (2006 A 2021)



Total de depósitos N=1654 (2006-2021).

² Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

2.3 TEMAS ABORDADOS

2.3.1 ABORDAGEM DOS TEMAS DAS SONDAGENS

As sondagens depositadas na ERC são classificadas quanto às temáticas sobre as quais incidem. O plano de codificação utilizado foi elaborado com o objetivo de responder de forma adequada às obrigações da regulação no domínio das sondagens e inquéritos de opinião, de acordo com o disposto no «Objeto» da Lei das Sondagens (Cf. artigo 1.º da Lei 10/2000, de 21 de junho).

A tipologia temática organiza-se em três níveis: no primeiro nível encontram-se nove grandes grupos temáticos, sendo que os oito primeiros refletem a operacionalização das temáticas que emanam do disposto no já referido artigo 1.º da Lei das Sondagens:

- Grupo 1 - 'Atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes';
- Grupo 2 - 'Competências e organização dos órgãos constitucionais';
- Grupo 3 - 'Avaliação dos órgãos constitucionais e dos atores políticos';
- Grupo 4 - 'Atividades e organização dos partidos e das forças políticas';
- Grupo 5 - 'Intenção e sentido de voto';
- Grupo 6 - 'Cenários e representações relacionadas com escrutínios';
- Grupo 7 - 'Sistema político';
- Grupo 8 - 'Outros temas relacionados com órgãos constitucionais'.

O nono grupo foi criado especificamente para compreender o segmento de sondagens ou estudos depositados que não se insiram no âmbito do citado diploma.

Os segundo e terceiro níveis de análise temática segmentam os nove grandes grupos temáticos de forma a possibilitar uma análise específica e pormenorizada das diversas temáticas sobre as quais incidem as sondagens depositadas. Denominam-se, respetivamente, tema (subgrupo temático) e referência temática (v. Figura A5).

2.3.2 OS TEMAS ABORDADOS EM 2021

Os dados relativos à distribuição dos depósitos, de acordo com os grandes grupos temáticos, mostram que aqueles que se referem à 'intenção e sentido de voto', às 'atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes' e à 'avaliação dos órgãos e dos atores políticos' foram os que tiveram maior proeminência nas sondagens depositadas em 2021, sendo observáveis em, respetivamente, 90,2 %, 48,6 % e 41,5 % dos depósitos (v. Figura 6). Face a 2020, é de notar a passagem das temáticas relacionadas com a 'intenção e sentido de voto' da terceira para a primeira posição, o que é relativamente expetável já que, conforme várias vezes notado, 2021 é marcado pois dois atos eleitorais nacionais.

Com efeito, a análise diacrónica dos temas mais proeminentes mostra que as temáticas relacionadas com os atos eleitorais tendem a evidenciar-se por serem aquelas que tanto clientes como público consideram ter maior interesse informativo. A realização de eleições autárquicas, em 2021, explica o enorme aumento da presença de questões referentes à 'intenção de voto autárquico' (presença em 111 depósitos de 2021 face a duas presenças nos depósitos de 2020). O segundo grupo temático a evidenciar-se em 2021 agrega as referências temáticas relativas às 'atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes'. Neste grupo, destacam-se, fruto dos contextos pandémico e eleitoral, as referências temáticas relativas às 'políticas para a saúde' e aos 'problemas locais/concelhios', notando-se, quantos às restantes, uma grande heterogeneidade e dispersão dos assuntos versados. No terceiro grande grupo temático mais representado encontramos os temas relativos à 'avaliação dos órgãos e dos atores políticos'. A saliência deste grande grupo temático decorre, em grande parte, da produção regular de barómetros políticos no âmbito dos quais os inquiridos são confron-

tados com perguntas relativas à atuação dos detentores de cargos políticos, nomeadamente do Presidente da República, do Primeiro-Ministro e dos líderes partidários.

FIG. 6 – PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS PELAS SONDAgens EM 2021

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto (Presente em 90,2 % dos depósitos)	Voto autárquico	111
	Intenção de ir votar	63
	Voto legislativo	45
	Voto anterior	22
Grupo 1 - Atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes (Presente em 48,6 % dos depósitos)	Políticas para a Saúde	29
	Questões/problemas locais/concelhios	23
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e dos atores políticos (Presente em 41,8 % dos depósitos)	Imagem do Presidente da República	46
	Imagem do Primeiro-Ministro	36
	Imagem dos líderes partidários	36
	Imagem do Governo	34
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios (Presente em 36,6 % dos depósitos)	Imagem do Parlamento	22
	Previsão de resultados eleitorais	28
	Expectativas eleitorais	22

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 20 ocorrências.

Total de depósitos N=183 (2021).

Total de temas distintos registados N=120 (2021).

Total de referências temáticas N=1020 (2019).

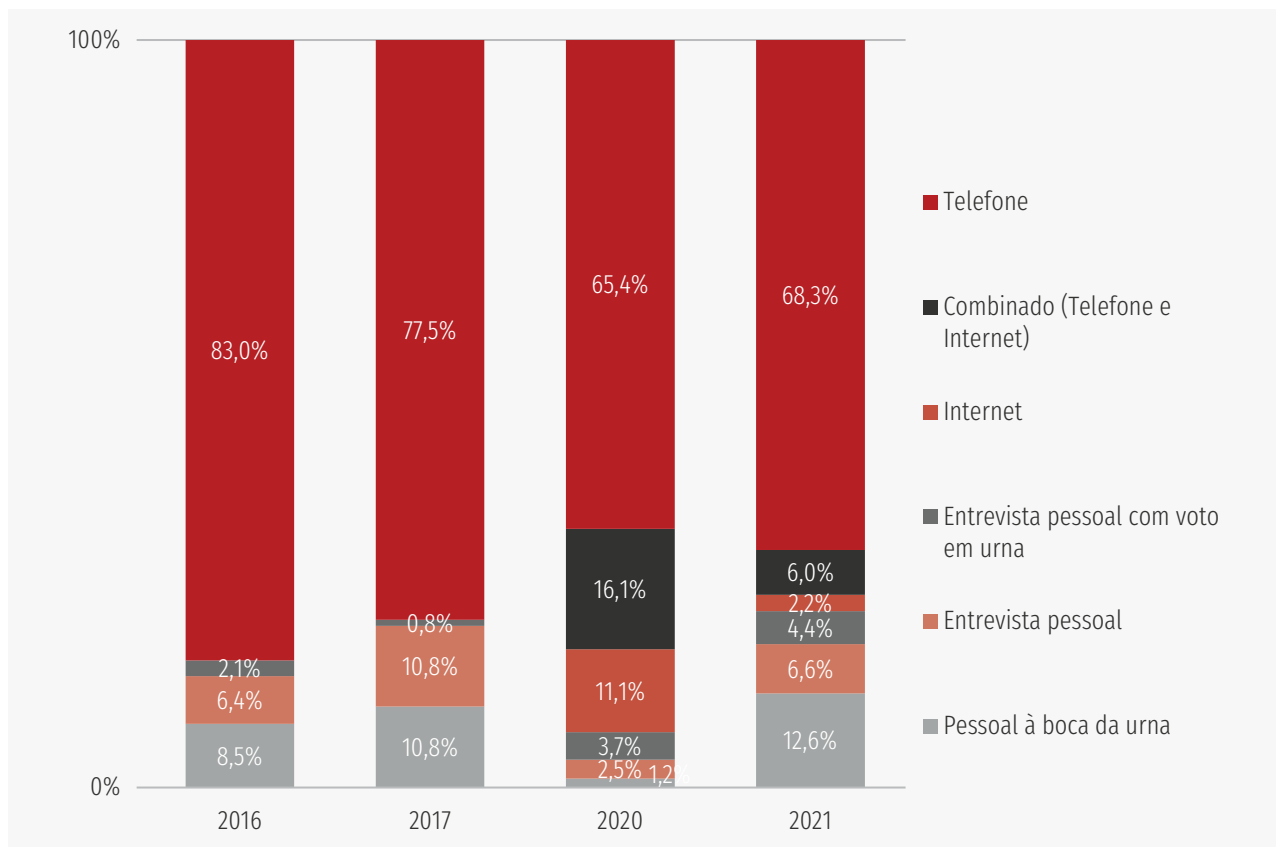
3. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAgens

3.1 MÉTODOS DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

No que concerne às técnicas de recolha da informação utilizadas nas sondagens depositadas, 2021 seguiu o padrão dos anos precedentes, observando-se que 76,5 % foram realizadas através de entrevistas não presenciais. A entrevista telefónica continua a ser a técnica mais utilizada (68,3 %), ainda que o seu peso relativo tenha baixado face a 2016 e a 2017 (v. Figura 7). Seguem-se duas técnicas presenciais, a entrevista à boca da urna (12,6 %) e a entrevista pessoal ao domicílio (11,0 %, incluindo as entrevistas com recolha de voto em urna).

Na esfera dos métodos não presenciais, nota para as sondagens realizadas através das técnicas combinadas (entrevistas telefónicas através de CATI, mais entrevistas *online* via CAWI) e para as sondagens em que a recolha da informação se realizou exclusivamente *online* (6,0 % e 2,2 %, respetivamente). Ainda que o peso relativo das sondagens com recolha da informação através de técnicas combinadas ou exclusivamente *online* seja pouco expressivo em 2021 (8,2 %), é de assinalar a sua existência, já que em anos anteriores a 2019 eram raras ou mesmo inexistentes as sondagens depositadas com recurso a estas técnicas.

FIG. 7 – PERCENTAGEM DE SONDAGENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (2016, 2017, ..., 2020 E 2021)

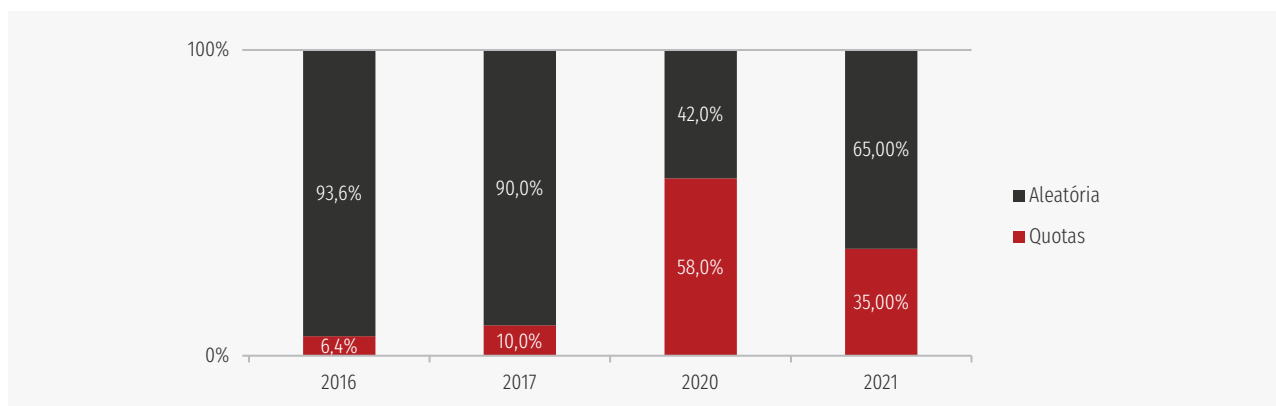


Total de depósitos: N=47 (2016); N=121 (2017); N=81 (2020); N=183 (2021).

3.2 MÉTODOS DE SELEÇÃO DE AMOSTRAS

No campo dos métodos de seleção das amostras, regressou a predominância das amostras aleatórias (65,0 %) (v. Figura 8). Esta alteração nada tem a ver com o rigor das metodologias em si, antes reflete, face a 2020, maior atividade quanto ao número de depósitos por parte das entidades credenciadas que privilegiam os métodos aleatórios na seleção das suas amostras.

FIG. 8 – PERCENTAGEM DE SONDAGENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE SELEÇÃO DAS AMOSTRAS³ (2016, 2017, ..., 2020 E 2021)



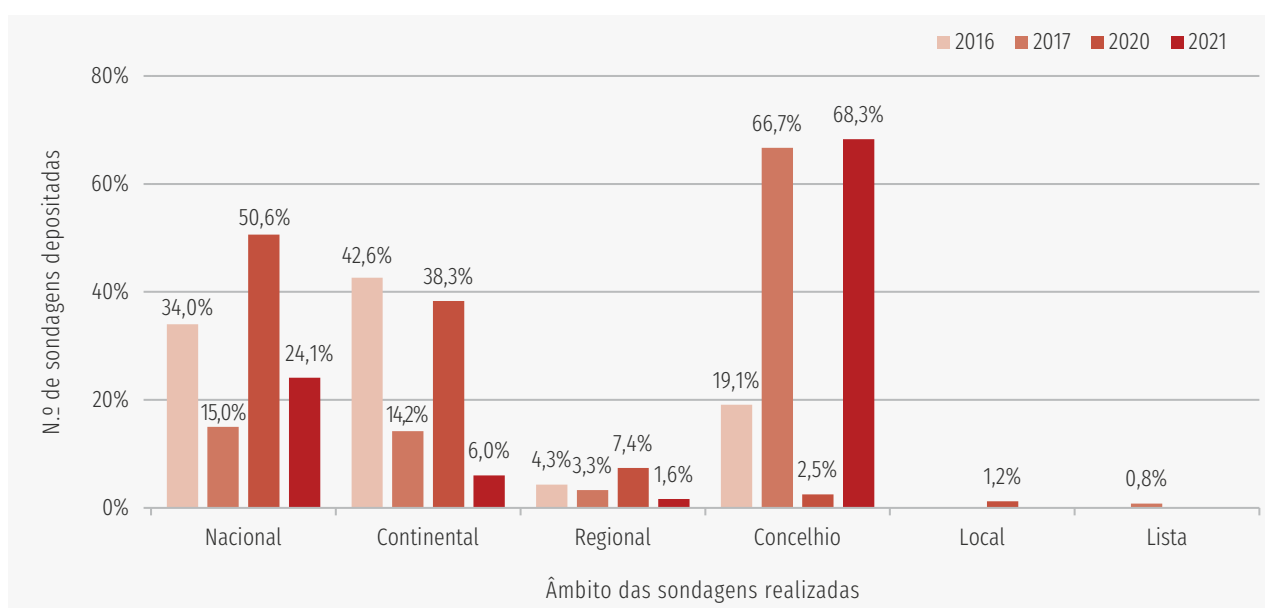
Total de depósitos: N=47 (2016); N=121 (2017); N=81 (2020); N=183 (2021).

³ A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na base de dados anterior. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método **misto** que vinha sendo apresentado em relatórios de anos anteriores, considerando-se que a seleção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), complementada com o recurso à definição de **quotas** nas variáveis demográficas dos indivíduos a entrevistar, se enquadra no método de seleção por quotas.

3.3 ÂMBITO GEOGRÁFICO DOS ESTUDOS

O âmbito geográfico traduz, a partir do universo alvo definido nas fichas técnicas, a incidência territorial (nacional, continental, regional, concelhio, local, lista.) dos estudos depositados. Este indicador, ainda que não esteja diretamente relacionado com eleições (dado que há sondagens que não abordam temas eleitorais), é algo sensível ao calendário eleitoral. As sondagens com amostras de âmbito concelhio foram predominantes em 2021 (68,3%), sendo de destacar que a esmagadora maioria destas sondagens (88,8%) visou perscrutar o sentido de voto autárquico. Como é visível na Figura 9, a percentagem de depósitos com amostras concelhias é muito similar nos anos eleitorais autárquicos de 2017 e 2021, ainda que tenha crescido ligeiramente (1,6 p.p.) em 2021. Seguem-se, com valores muito menos expressivos, os estudos com amostras de âmbito nacional (24,1%) e continental (6,0%), dos quais a grande maioria diz respeito a barómetros políticos e a sondagens realizadas no âmbito das eleições presidenciais. Por fim, e já com um valor meramente marginal, surgem os estudos com amostras de âmbito regional (1,6%), não se verificando, em 2021, estudos com amostras de âmbito local ou de lista (v. Figura 9).

FIG. 9 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR ÂMBITO GEOGRÁFICO DAS AMOSTRAS (2016, 2017, ..., 2020 E 2021)



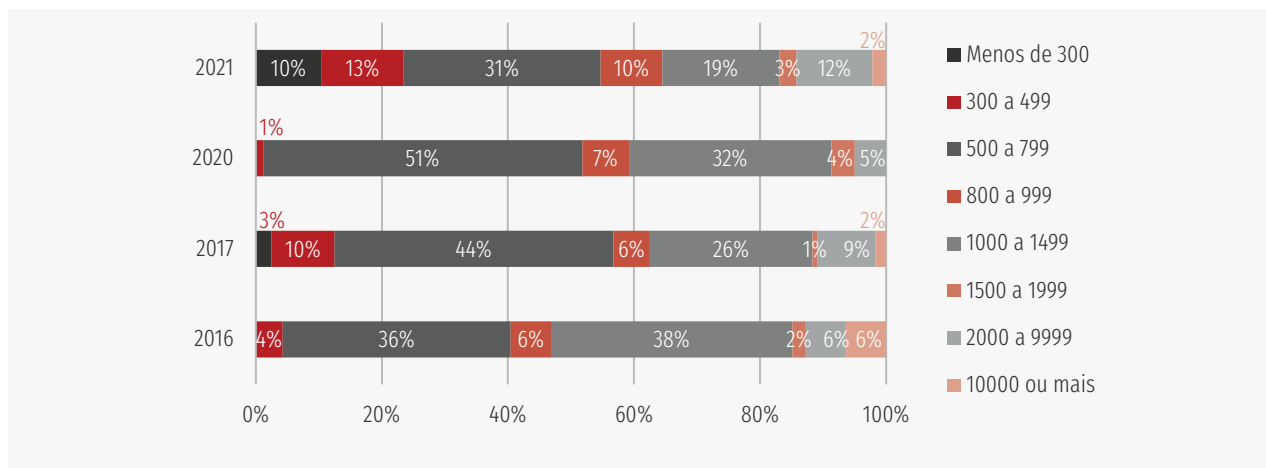
Total de depósitos: N=47 (2016); N=121 (2017); N=81 (2020); N=183 (2021).

3.4 DIMENSÃO DAS AMOSTRAS

Em 2021, foram realizadas 295 406 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, tendo sido realizadas e validadas mais 217 436 entrevistas do que em 2020. Este grande aumento no número de entrevistas realizadas relaciona-se diretamente com o calendário eleitoral e o aumento de depósitos de sondagens à boca de urna. Desde a entrada em atividade da ERC, em 2005, este é o segundo ano com mais entrevistas validadas, sendo apenas ultrapassado pelo ano de 2009 (420 238 entrevistas validadas), ano que, recorde-se, é marcado por três atos eleitorais nacionais.

A média de inquiridos com entrevista validada por sondagem em 2021 fixou-se em 1614,2 inquiridos. Excluindo as 23 sondagens pós-eleitorais à boca de urna, essa média baixa para 736,3 inquiridos por sondagem, valor inferior ao verificado para 2020 (867,5 inquiridos), quando também desconsideradas, para efeitos comparativos, as sondagens pós-eleitorais. As amostras mais frequentes dos depósitos realizados em 2021 inserem-se, à semelhança dos anos anteriores, no intervalo amostral entre 500 a 799 (presentes em 31% do total de depósitos de 2021) (v. Figura 10). Tal como no ano eleitoral autárquico de 2017, voltou a verificar-se um aumento das pequenas amostras em 2021, representando as amostras com menos de 500 inquiridos 23% do total. Já no que respeita o número máximo de inquiridos em uma sondagem no ano (28 162), foi atingido no estudo pós-eleitoral à boca das urnas realizada pela Pitagórica para a TVI no dia da Eleição para Presidente da República.

FIG. 10 – PERCENTAGEM ACUMULADA DE SONDAGENS POR ESCALÃO DE DIMENSÃO DAS AMOSTRAS (2016, 2017, ..., 2020 E 2021)



Total de depósitos: N=47 (2016); N=121 (2017); N=81 (2020); N=183 (2021).

4. DIVULGAÇÃO DE SONDAGENS⁴

4.1 ENQUADRAMENTO

O acompanhamento regular da cobertura informativa realizado pela ERC em matéria de sondagens de opinião permitiu sinalizar para análise, em 2021, 11 725 peças noticiosas.

Há registo provisório* de divulgação pública de 170 sondagens realizadas em 2021, o que corresponde a 92,9 % do total de sondagens depositadas em 2021 (N=183). A percentagem de sondagens com divulgação identificada por ano de depósito foi superior à verificada em 2017 e 2020 (86,6 % e 87,7 %, respetivamente) (v. Figura 11). É importante salientar que, dado o elevado número de peças sinalizado para análise, os dados de 2021 são provisórios, reportando-se apenas aos primeiros oito meses do ano. Não obstante, é possível verificar um grande aumento na divulgação de sondagens em 2021, quando comparado com os anos de 2017 e de 2020.

FIG. 11 – SONDAGENS DEPOSITADAS E DIVULGAÇÕES IDENTIFICADAS (2017, ..., 2020 E 2021)

	2017	2020	2021
Sondagens depositadas	120	81	183
Sondagens com divulgação identificada	104	71	170*
% de depósitos com divulgação identificada	86,6 %	87,7 %	92,9 %*
Total de sondagens com divulgação identificada	108	84	180*
Total de divulgações com depósito associado	1462	1856	3004*

*Números provisórios, respeitantes ao período de janeiro a agosto de 2021.

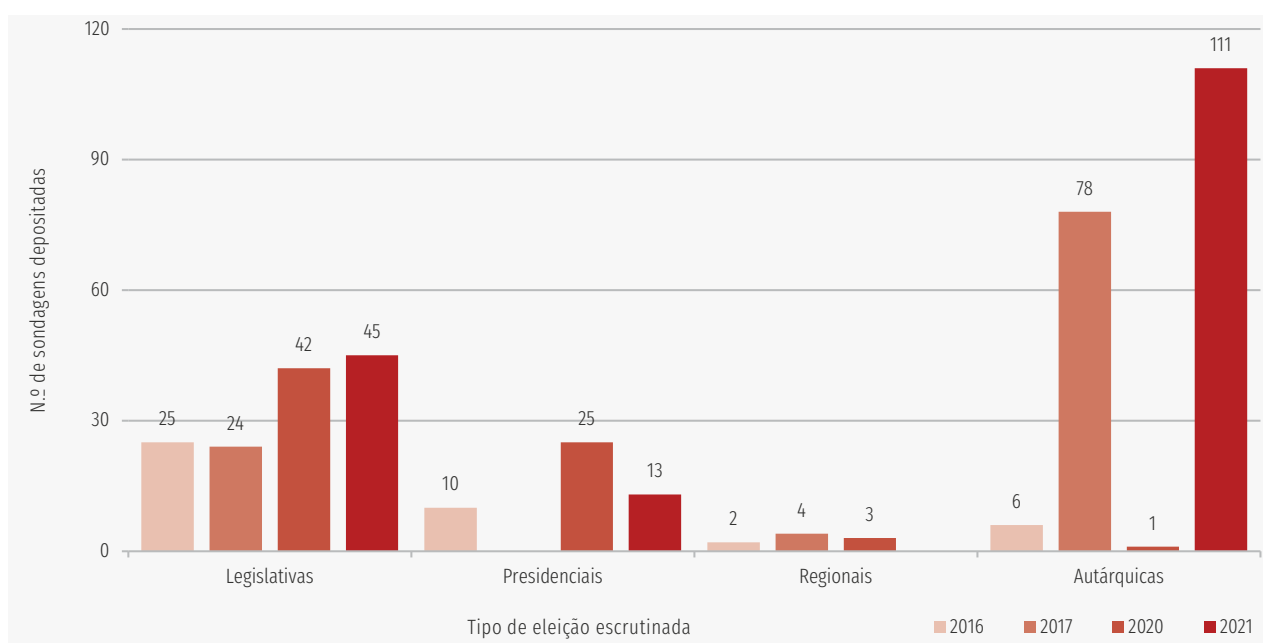
⁴ A metodologia de contabilização das divulgações foi alvo de revisão, pelo que os números do presente relatório podem apresentar ligeiras variações face aos números reportados em Relatórios de Regulação anteriores. São contabilizadas como divulgações todas as peças (de imprensa, televisão, rádio e internet) identificadas pela ERC que se subsumam no objeto da Lei das Sondagens (cf. artigo 1º da Lei N.º 10/2000, de 21 de julho).

5. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2021

5.1 CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 160 das 183 sondagens depositadas em 2021 (87,4 %), proporção superior à apurada para o ano anterior (67,9 %) (v. Figura 12). O tipo de voto mais visado nas sondagens realizadas para divulgação pública em 2021 foi o autárquico (presente em 111 depósitos, 93 dos quais relativos a sondagens pré-eleitorais e 18 relativos a sondagens à boca da urna), seguido pelo legislativo (presente em 45 depósitos) e o presidencial (presente em 13 depósitos, nove relativos a sondagens pré-eleitorais e quatro a sondagens à boca da urna).

FIG.12 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR TIPO DE VOTO (2016, 2017, ..., 2020 E 2021)



Total de depósitos: N=47 (2016); N=121 (2017); N=81 (2020); N=183 (2021).

A análise evolutiva dos depósitos de sondagens considerando o tipo de intenção de voto perscrutada permite observar que o acompanhamento do sentido de voto legislativo despertou movimento semelhante entre 2020 e 2021 (42 e 45 depósitos, respetivamente). Comparando estes dois anos com 2016 e 2017 (25 e 24 depósitos, respetivamente), é visível o aumento do pluralismo em matéria de sondagens para divulgação sobre voto legislativo. Com efeito, no último biénio, a procura por estudos e barómetros políticos com análise do voto legislativo foi muito grande, verificando-se depósitos com amostras continentais ou nacionais por parte de sete empresas (Aximage, Eurosondagem, ICS-ISCTE, Intercampus, GFK-Metris, Pitagórica e UCP-CESOP)

Mudando o foco para o acompanhamento do sentido de voto presidencial, constata-se um decréscimo nos depósitos face a 2020 (de 25 para 13), o qual, no entanto, não traduz uma desaceleração na produção de estudos sobre voto presidencial, já que é preciso considerar que a eleição para Presidente da República se realizou a 24 de janeiro de 2021. De facto, desde o início do ano até ao encerramento das urnas no dia da eleição, foi produzida em média, a cada dois dias, uma sondagem com perscrutação de voto presidencial. Aliás, contrastando os depósitos de 2021 com os de 2016, também este ano de eleições para a Presidência da República (a 24 de janeiro de 2016), verifica-se um ligeiro aumento nas sondagens com análise de voto presidencial (13 contra 10, respetivamente).

No domínio do acompanhamento do sentido de voto autárquico, o crescimento dos depósitos foi expressivo, mesmo quando comparado com o anterior ano eleitoral autárquico, verificando-se 111 depósitos com recolha de voto autárquico, mais 33 do que o registado em 2017. Comparando os três últimos anos de eleições autárquicas, verifica-se que em 2021 cresceu o número de concelhos com intenção de voto estudada (61 concelhos em 2021, contra 33 e 49 concelhos em 2017 e 2013, respetivamente) (v. Figura 13). Também é possível observar que o número de concelhos com sondagens realizadas por empresas distintas voltou a subir ligeiramente em 2021 (14 concelhos), depois de ter descido de 2013 para 2017 (de 16 para 11 concelhos, respetivamente). Todavia, continua a ser muito mais comum verificar-se municípios em que apenas uma empresa realizou sondagens para publicação, fixando-se em 2021 a taxa de concelhos com sondagens de uma só empresa em 77,1 %.

Do ponto de vista regulatório seria desejável verificar maior diversidade ao nível da produção de sondagens pré-eleitorais sobre voto concelhio, de forma a permitir o confronto de metodologias diferentes, tanto ao nível da construção da amostra, como dos modelos de distribuição dos indecisos. Num cenário ideal, registar-se-iam várias sondagens por concelho, da responsabilidade de entidades distintas, permitindo a comparação e a identificação de tendências, à imagem do que acontece a nível nacional com o acompanhamento do voto legislativo. Evidentemente que o número de entidades que realizam sondagens por concelho está apenas dependente do mercado, variando a procura, pelo menos nos casos em que os clientes são órgãos de comunicação social, de múltiplos fatores tais como: a importância do concelho no mapa eleitoral, a menor ou maior previsibilidade do vencedor, as estratégias editoriais e a capacidade económica dos *media* com interesse na publicação de sondagens.

Nas eleições autárquicas de 2021 os concelhos que mais atenção despertaram, pelo número de depósitos, de clientes e de entidades responsáveis, foram três: 1.º Lisboa, com oito sondagens depositadas, realizadas por seis entidades credenciadas (Aximage, Eurosondagem, ICS-ISCTE, Intercampus, Pitagórica e UCP-CESOP), para mais de 20 clientes distintos, todos órgãos de comunicação social, nacionais ou regionais; 2.º Porto, com cinco sondagens, realizadas por quatro entidades credenciadas (Aximage, ICS-ISCTE, Pitagórica e UCP-CESOP), para órgãos de comunicação social de natureza nacional; e 3.º Funchal, com seis sondagens, realizadas por três entidades distintas (Aximage, Eurosondagem e Intercampus), para três clientes distintos, todos órgãos de comunicação social de natureza ou edição regional.

Por fim, nota de que foram dez as empresas a realizar sondagens pré-eleitorais sobre intenção de voto autárquico.

FIG. 13 NÚMERO DE EMPRESAS COM DEPÓSITOS DE SONDAJENS PRÉ-ELEITORAIS COM INTENÇÃO DE VOTO AUTÁRQUICO POR CONCELHO (2013, 2017 E 2021)

Ano	2013		2017		2021	
	Concelhos	N.º de sondagens por concelho	Concelhos	N.º de sondagens por concelho	Concelhos	N.º de sondagens por concelho
6 empresas	--	--	--	--	Lisboa.	8
5 empresas	Matosinhos; V.N. de Gaia	10	Oeiras.	7	--	--
			Coimbra.	6		
4 empresas	Porto.	12	Porto.	9	Porto.	5
	Lisboa.	10	Lisboa.	7		
	Sintra.	7	Sintra.	4		
3 empresas	Braga.	7	Matosinhos.	4	Funchal.	6
	Bragança.	4	Braga; Maia.	3	Batalha.	4
	Valongo.	3			Amadora; Coimbra; Vila Real.	3
2 empresas	Aveiro; Vila Real.	4	São João da Madeira	5	Almada; Figueira da Foz; Paços de Ferreira; Ponta do Sol; Porto Santo; Santana; São João da Madeira.	2
	Gondomar.	3	Guimarães.	4		
	Faro; Oeiras; São João da Madeira; São Pedro do Sul; Vinhais.	2	Leiria.	2		

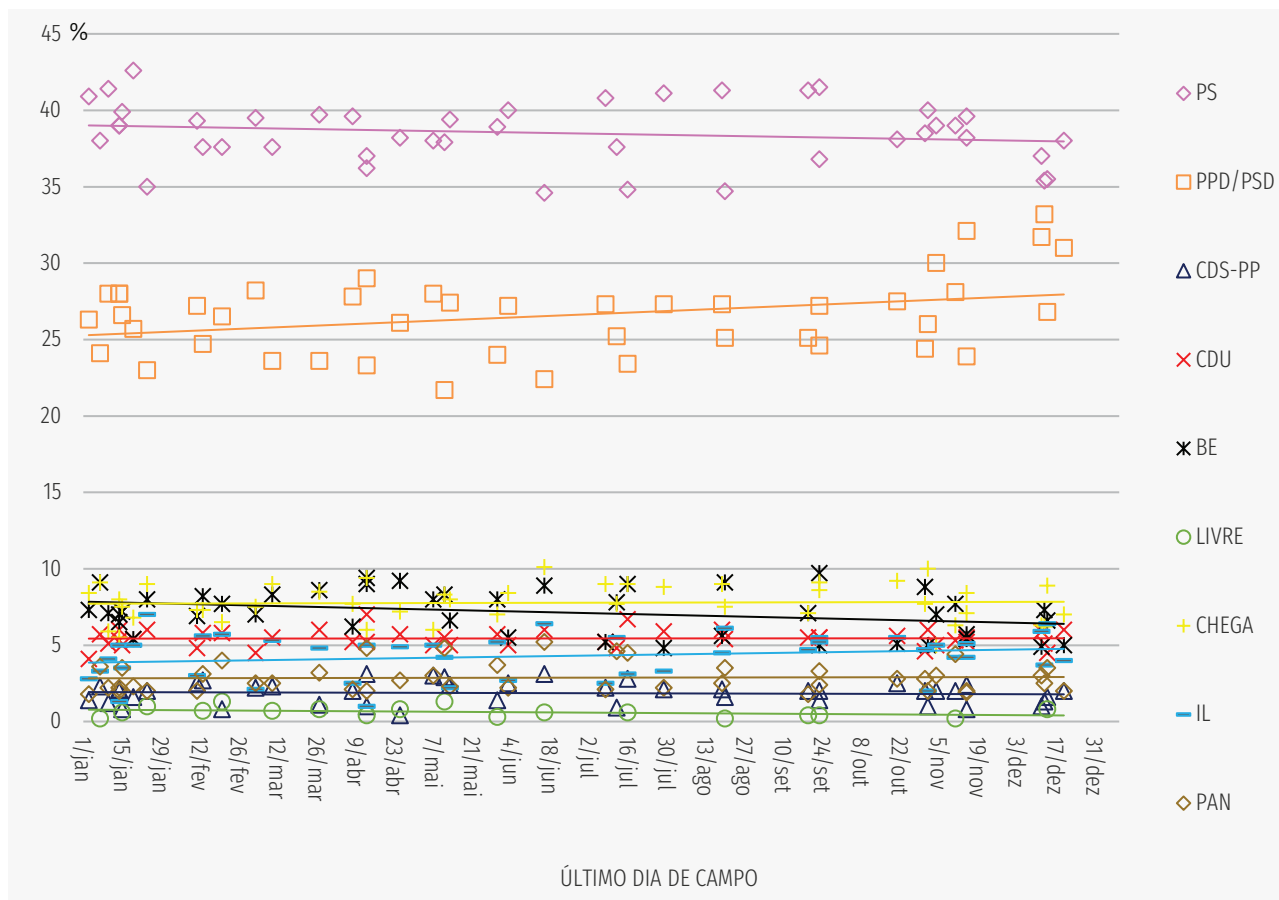
Ano	2013		2017		2021	
N.º de empresas a realizar sondagens por concelho	Concelhos	N.º de sondagens por concelho	Concelhos	N.º de sondagens por concelho	Concelhos	N.º de sondagens por concelho
1 empresa	Viseu; Guimarães.	4	Funchal.	3	Alcobaça; Alijó; Armamar; Aveiro; Barcelos; Braga; Cabeceiras de Basto; Carrazeda de Ansiães; Elvas; Famalicão; Freixo de Espada à Cinta; Gondomar; Guarda; Lamego; Leiria; Loures; Marinha Grande; Matosinhos; Mesão Frio; Moimenta da Beira; Montijo; Murça; Nazaré; Ourém; Palmela; Penafiel; Penedono; Peso da Régua; Pombal; Porto de Mós; Póvoa do Lanhoso; Praia da Vitória; Sabrosa; Santa Cruz; Santa Marta de Penaguião; Santarém; São João da Pesqueira; Seixal; Sernancelhe; Sintra; Tabuaço; Tarouca; Torre de Moncorvo; V.F. de Xira; V.N. Foz Côa; V.N. de Gaia; Viseu.	1
	Funchal; Viana do Castelo.	3				
	Batalha; Coimbra; Guarda; Loures.	2				
	Porto de Mós; Évora; Santarém; Golegã; Leiria; Mogadouro; Chaves; Santa Maria da Feira; Cascais; Vale de Cambra; Paredes; Vagos; São Vicente; Pombal; Marinha Grande; Cinfães; Lousada; Penafiel; Covilhã; Santa Cruz; Paços de Ferreira; Alcobaça; Ourém; Barcelos; Grândola.	1	Alcobaça; Aveiro; Batalha; Chaves; Évora; Fafe; Gondomar; Loures; Marinha Grande; Odivelas; Ovar; Pedrógão Grande; Pombal; Ponta do Sol; Póvoa de Lanhoso; Ribeira Brava; Santa Cruz; Soure; Valongo; V.N. de Gaia; Vila Real de Santo António.	1		
Total	49	131	33	78	61	93

Foram sete as empresas que realizaram depósitos de sondagens sobre voto legislativo em 2021, ainda que uma delas, o IPOM, tenha utilizado uma amostra com um universo alvo concelhio, já que o estudo em questão tinha como foco principal as eleições autárquicas. Tal como nos dois anos anteriores, em 2021 continuou a verificar-se pluralismo no mercado de sondagens, quer no domínio da oferta (empresas de sondagens), quer no domínio da procura (clientes). No total, foram realizadas 43 sondagens, com amostras nacionais ou continentais, sobre intenção de voto legislativo (v. Figura 14). A Intercampus e a Eurosondagem destacam-se por terem realizado, cada uma, 11 sondagens com perscrutação de voto legislativo, no âmbito dos seus barómetros políticos mensais.





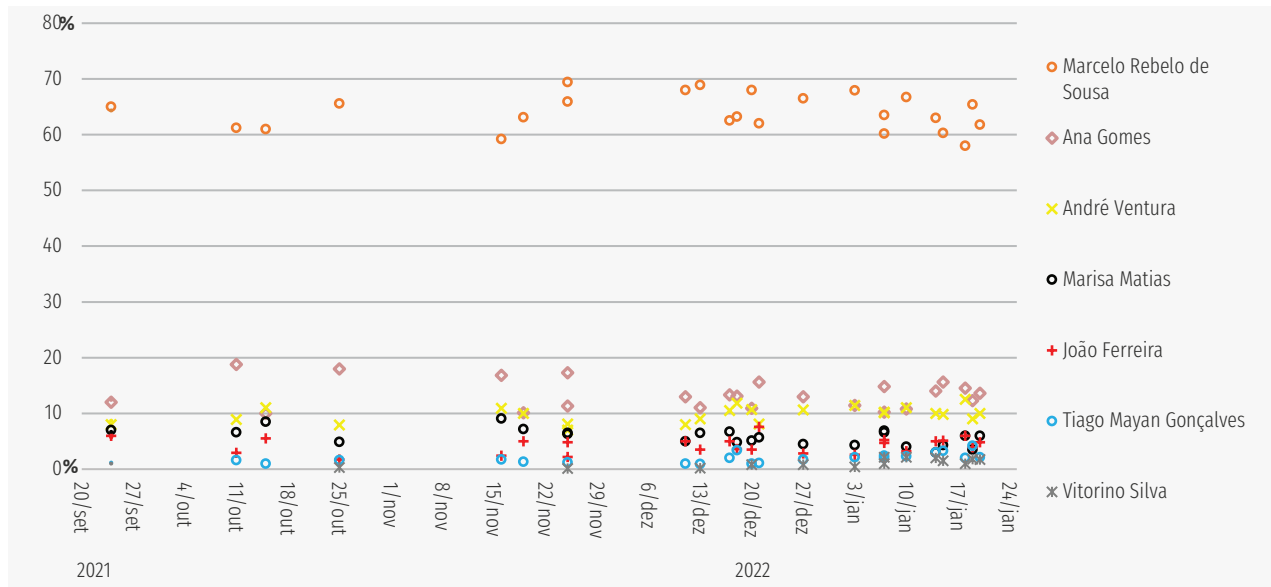
FIG.14 – TENDÊNCIA DA EVOLUÇÃO DAS INTENÇÕES DE VOTO LEGISLATIVO EM 2021



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas para a Assembleia da República: N=43 (2021). Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

Mudando o foco para as sondagens com recolha do sentido de voto presidencial, também é observável diversidade de produtores e difusores, dando-se continuidade à cobertura iniciada no final de 2020. A Pitagórica produziu mais três vagas do *tracking poll* presidencial contratado pela TVI e o Observador. A Eurosondagem realizou mais duas sondagens especiais sobre as eleições presidenciais, para o seu consórcio alargado de clientes (Açoriano Oriental, Diário de Aveiro, Diário de Coimbra, Diário de Leiria, Diário Viseu, Diário Insular, DN Madeira, Nascer do Sol, Oeiras Atual e Porto Canal). Por sua vez, a Aximage (Diário de Notícias, Jornal de Notícias e TSF), o ICS-ISCTE (SIC e Expresso), a Intercampus (CMTV, Correio da Manhã e Jornal de Negócios) e a UCP-CESOP (RTP e Público), realizaram mais uma sondagem cada, durante a campanha eleitoral no mês de janeiro. No total, foram nove as sondagens pré-eleitorais presidenciais realizadas em janeiro de 2021, totalizando 24 depósitos quando considerandos os depósitos realizados a partir de outubro de 2020 (v. Figura 15).

FIG.15 – INTENÇÃO DE VOTO PRESIDENCIAL (SETEMBRO DE 2020 A JANEIRO DE 2021)



Depósitos de sondagens com o último dia de campo entre 24 de setembro de 2020 e 20 de janeiro de 2021, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições presidenciais para a Assembleia da República (N=24).

Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados, os indecisos e não respondentes e os votos brancos e nulos.

No âmbito da precisão das sondagens, o balanço dos estudos pós-eleitorais para as eleições presidenciais e autárquicas de 2021 é positivo, estando os intervalos de confiança das sondagens realizadas ‘à boca da urna’ geralmente em linha com os resultados eleitorais apurados para os diversos candidatos. No caso da eleição presidencial, também é observável proximidade entre as estimativas das sondagens pré-eleitorais e o resultado da eleição (cf. Figuras 15 e 16). Contudo, é obrigatório salientar que a comparação entre as estimativas de sondagens pré-eleitorais e os resultados finais de eleições, sejam elas quais forem, é um exercício que deve ser realizado com as devidas ressalvas pois são confrontados valores que dizem respeito a duas realidades distintas: no caso das sondagens pré-eleitorais, à projeção (filtrados os abstencionistas e redistribuídos os indecisos) da intenção de voto declarada num dado momento do tempo relativamente a uma eleição que ainda não ocorreu; e, no caso dos resultados eleitorais, à contabilização dos votos expressos pelos eleitores que participaram no escrutínio. Como resulta evidente, e por maior que seja o rigor empregue para minorar os potenciais erros previstos pela própria teoria estatística, não se pode olhar para as mesmas como se se tratassem de previsões (até porque a distribuição de indecisos varia consoante o modelo utilizado), mas sim de meras estimativas, construídas a partir de uma observação num dado momento no tempo e assumindo determinados pressupostos que podem não se verificar no dia das eleições. Basta atentar no caso do concelho de Lisboa, onde em 2021 foram produzidas oito sondagens pré-eleitorais para divulgação, da responsabilidade de seis entidades credenciadas distintas, seguindo diversas metodologias e cujas estimativas apontavam um cenário diferente do que o que veio a resultar da eleição. A velocidade e o pragmatismo empregues na comunicação podem ser um dos obstáculos à compreensão do sentido e limites das sondagens pré-eleitorais, devendo ser claro que as mesmas não são previsões e de que a sua avaliação se faz a partir das metodologias utilizadas e não do simples confronto direto com os resultados eleitorais.

No caso das sondagens pós-eleitorais, realizadas ‘à boca da urna’, a situação é distinta, pois as entrevistas são realizadas junto dos locais de voto e apenas a indivíduos que já exerceram o seu direito de voto. Não é por acaso que as sondagens ‘à boca da urna’ evidenciam maior precisão face aos resultados das eleições (como também se verificou no caso de Lisboa) do que as projeções realizadas com base em estudos pré-eleitorais. São mais precisas porque questionam o sentido de voto a quem já votou (ao contrário das sondagens pré-eleitorais, que visam a intenção de voto num dado momento do tempo, anterior ao da votação, e cuja concretização no dia da eleição é incerta).

No caso das eleições presidenciais de 2021 o desvio médio global, entre as projeções das quatro sondagens realizadas à boca das urnas e os resultados eleitorais, foi inferior a um ponto percentual (0,83). Por sua vez, nas sondagens à boca

da urna para a eleição da Câmara Municipal de Lisboa o desvio médio global das quatro sondagens face aos resultados eleitorais, para as sete candidaturas mais votadas (Novos Tempos Lisboa, Mais Lisboa, CDU, B.E., CH, IL e PAN), foi de 0,78 pontos percentuais.

FIG.16 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA A ELEIÇÃO DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA 2021

		%						
		Marcelo Rebelo de Sousa	Ana Gomes	André Ventura	João Ferreira	Marisa Matias	Tiago Mayhan Gonçalves	Vitorino Silva
Resultados eleitorais⁵		60,70	12,97	11,90	4,32	3,95	3,22	2,94
Projeções sondagens à boca da urna	Intercampus	[55,8;60,6]	[12,7;16,3]	[10,1;13,7]	[2,9;5,3]	[3,1;5,5]	[3,0;5,4]	[1,6;4,0]
	Metris	[55,5;60,5]	[13,1;17,1]	[10,1;14,1]	[3,3;6,3]	[2,4;5,4]	[2,3;5,3]	[1,3;3,3]
	Pitagórica	[56,4;60,4]	[12,2-16,2]	[9,9;13,9]	[2,1;6,1]	[2,2;6,2]	[2,3;6,3]	[0,9;4,9]
	UCP/CESOP	[57,0;62,0]	[13,0;16,0]	[9,0;12,0]	[3,5;5,5]	[3,5;5,5]	[3,0;5,0]	[2,0;4,0]

5 Secretária-Geral da Administração Interna. Acedido a 30 de maio de 2022 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/presidenciais2021/resultados/globais>.

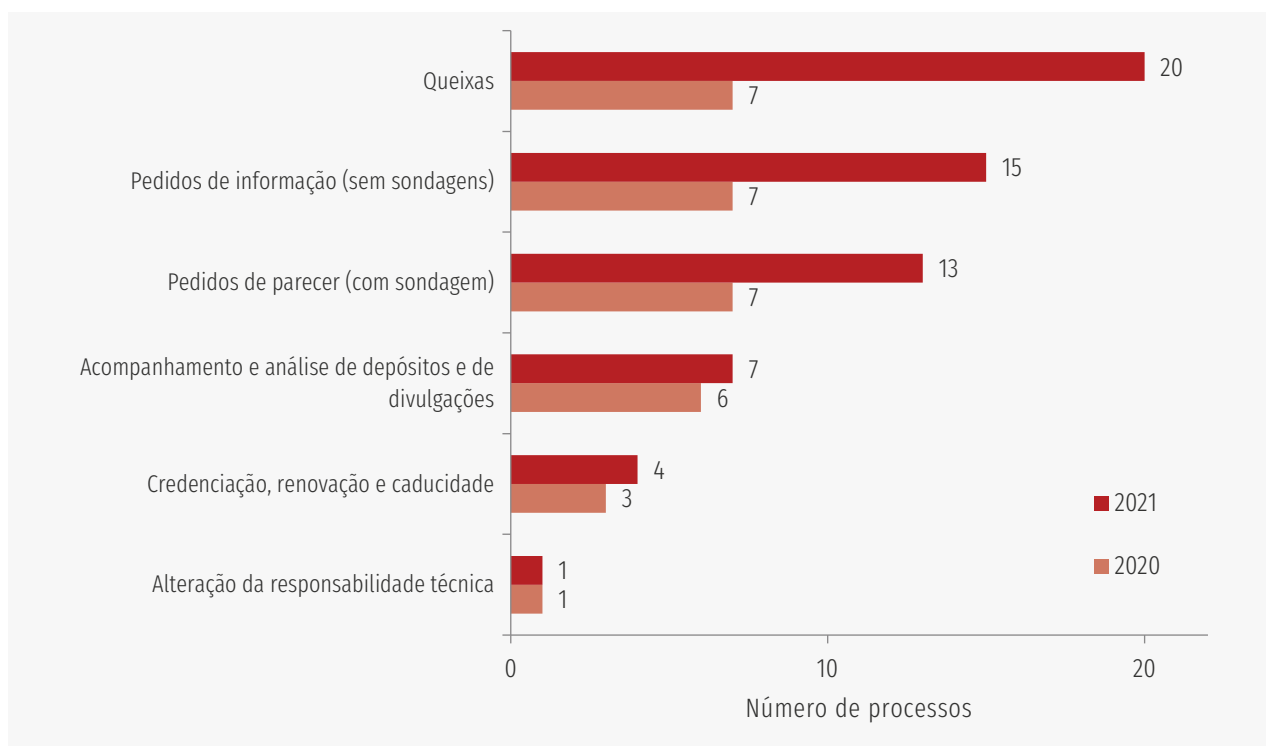


6. PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES⁶

6.1 NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

Em 2021 foram desencadeados 60 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa, praticamente, o dobro dos procedimentos iniciados em 2020 (N=31). Este grande crescimento processual é reflexo do enorme aumento na produção de estudos de opinião realizados para divulgação pública no âmbito das eleições presidenciais e, sobretudo, das eleições autárquicas. Atendendo ao conjunto de procedimentos desencadeados em 2021, em matéria de sondagens e inquéritos de opinião, verifica-se que a maioria foi resultante de 'Queixas' (20), de 'Pedidos de informação' relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (15) e de 'Pedidos de parecer sobre sondagens' (13). Os restantes processos decorreram do 'Acompanhamento e fiscalização de depósitos e divulgações de estudos de opinião' (7), da 'Concessão, renovação e caducidade de licenças' para realização de sondagens (4) e da 'Alteração da responsabilidade técnica' das entidades credenciadas (1) (v. Figura 17).

FIG. 17- NÚMERO DE PROCESSOS DESENCADEADOS (2020 E 2021)



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=31 (2020); N=60 (2021).

⁶ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas ou finalizadas na ERC em 2020 no âmbito da aplicação da Lei n.º 10/2000 (acompanhamento dos depósitos e das divulgações de sondagens, credenciações, queixas, pedidos de esclarecimento, orientações e contraordenações, entre outros). Face aos Relatórios de Regulação anteriores a 2012, é de salientar a inclusão dos procedimentos e decisões de natureza contraordenacional no universo considerado, informação anteriormente ausente por não estar devidamente tratada e sistematizada. Dada esta alteração metodológica, os dados apresentados nos Relatórios de Regulação posteriores a 2012, relativamente aos processos, deliberações e atos deliberatórios registados entre 2006 e 2011, podem não coincidir com os dados reportados nos relatórios anteriores.

Foram encerrados, em 2021, um total de 47 procedimentos, dos quais 37 foram desencadeados no próprio ano e dez iniciados em anos anteriores, entre 2016 e 2020 (v. Figura 18). De salientar que os processos mais antigos, com trânsito do ano de 2016, são de natureza contraordenacional. Os procedimentos resultantes de ‘pedidos de informação’ relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (13), de ‘pedidos de parecer sobre sondagens’ (10) e de ‘queixas’ (8) foram o tipo de processos encerrados mais registados. A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se na casa dos 62 %.

À semelhança de anos anteriores, a ERC procurou atuar dentro de uma lógica preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. De resto, e tal como no passado, os serviços do Departamento de Análise de *Media* da ERC mantiveram ativos os canais de comunicação para esclarecimentos e apoio aos produtores e difusores de sondagens.

FIG.18 – PROCESSOS ENCERRADOS EM 2021 POR TIPO E ANO DE ABERTURA

ANO	2016	2017	2019	2020	2021	Total
Pedidos de informação (sem sondagens)				1	12	13
Pedidos de parecer (com sondagem)				1	9	10
Queixas				3	5	8
Acompanhamento e análise de depósitos e de divulgações				1	6	7
Credenciação, renovação e caducidade					4	4
Contraordenações	3					3
Alteração da responsabilidade técnica			1		1	2
Total	3		1	6	37	47

Glossário

Âmbito geográfico das amostras	Nacional - sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas; Continente - sondagens realizadas em Portugal continental; Regional - sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores); Local - sondagens de âmbito concelhio; Lisboa e Porto - sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto; Lista - sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa que consubstancia a divulgação de determinada sondagem previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel; Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular; CATI - Entrevistas telefónicas assistidas por computador; CAWI - Entrevistas web assistidas por computador; Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada; Pessoal - sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal; Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral; Postal - estudos com entrega e receção dos questionários por via postal; E-mail - estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico; Internet - estudos realizados <i>online</i> através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de seleção das amostras	Aleatório - método de seleção em que cada membro do universo (ou sub-universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe; Quotas - método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública.
Tipo de suporte	Imprensa - órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local; Rádio - órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais; Televisão - serviços de programas, generalistas ou temáticos; Internet - portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet.

ANEXOS

FIG. A1 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS PELAS CINCO EMPRESAS COM MAIS DEPÓSITOS (2006 A 2021)

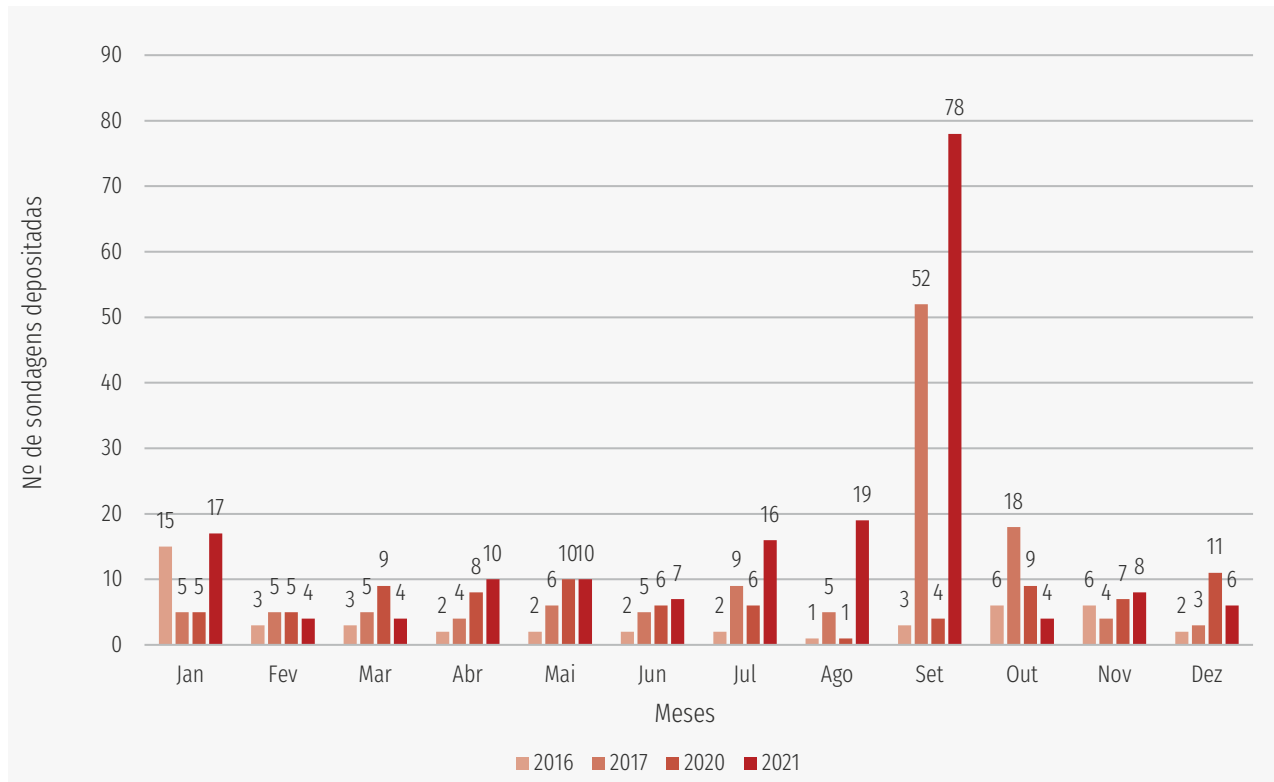
Ranking de depósitos por ano e empresa	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º	Acumulado das 5 empresas com mais depósitos	% em relação ao total de depósitos	Depósitos das restantes empresas	N.º de empresas com sondagens depositadas
2021	Eurosondagem 38	Intercampus 33	Aximage Multidados 23 (ex aequo)	--	UCP/CESOP 17	134	73,20%	49	13
2020	Eurosondagem 26	Intercampus 12	Aximage 11	Markttest 9	Pitagórica 7	65	80,20%	16	9
2019	Eurosondagem Pitagórica 22 (ex aequo)	--	Aximage 16	Intercampus UCP 7 (ex aequo)	--	74	84,10%	14	10
2018	Eurosondagem 14	Aximage 12	Intercampus 1	--	--	27	100,00%	0	3
2017	Eurosondagem 49	Aximage 18	UCP 16	IPOM 15	Comsulmark2 10	108	89,30%	13	9
2016	Eurosondagem 19	Aximage 12	IPOM 6	UCP 4	Intercampus 2	43	91,50%	4	9
2015	Eurosondagem 22	UCP 18	Intercampus 16	Aximage 15	GTripló 3	74	90,20%	8	11
2014	Eurosondagem 26	Aximage 17	Pitagórica 6	UCP 5	Intercampus 17	55	94,80%	3	8
2013	Eurosondagem 82	IPOM 22	Aximage 15	Pitagórica 15	UCP 11	145	81,00%	34	14
2012	Eurosondagem 24	Aximage 14	Markttest 8	UCP 4	Pitagórica 4	54	84,40%	10	12
2011	Eurosondagem 35	Intercampus 17	Aximage 14	Markttest 10	UCP 10	86	95,60%	4	9
2010	Eurosondagem 18	Aximage 14	Markttest 11	Intercampus 7	UCP 3	53	89,80%	6	9
2009	Intercampus 49	Eurosondagem 48	Aximage 23	IPOM 20	Markttest 19	159	81,10%	37	13
2008	Intercampus 24	Eurosondagem 22	Aximage 21	Markttest 12	UCP 5 ⁷	84	79,20%	18	12
2007	Eurosondagem 35	Aximage 27	Markttest 14	Intercampus 11	UCP 11	98	79,00%	26	16
2006	Markttest 25	Aximage 23	Eurosondagem 22	Intercampus 6	UCP 6	82	82,80%	17	14

Depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011); N=64 (2012); N=179 (2013); N=58 (2014); N=82 (2015); N=47 (2016); N=121(2017); N=27 (2018); N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021).

7 Domp, Ipsos e Metris também fizeram um depósito em 2014, tendo sido o destaque dado à Intercampus no top das cinco empresas com maior número de sondagens publicadas, determinado pelo volume do seu histórico.

8 Domp e GTripló também fizeram cinco depósitos em 2008. O destaque dado à UCP no top das cinco foi determinada pelo volume do seu histórico.

FIG. A2 – DEPÓSITOS DE SONDAGENS POR MÊS (2016, 2017, (...), 2021 E 2022)



Total de depósitos N=47 (2016); N=121 (2017); N=91 (2020); N=183 (2021).

FIG. A3 – CLIENTES REGISTRADOS NAS SONDAGENS DEPOSITADAS (2021)

Clientes identificados nos depósitos de sondagens									
OCS Nacionais (46,0 %)	n	OCS Regionais (43,3 %)	n	Institucionais (7,4%)	n	Forças Políticas (2,9%)	n	Particulares (0,5%)	n
CMTV	18	DN Madeira	22	Oeiras Atual	14	PS	5	Maria Isabel Oliveira	1
Correio da Manhã	18	Viva Douro	19	Grupo Libertas	9	PSD	5		
Jornal de Negócios	18	Diário de Aveiro	15	CM Leiria	3	Movimento Independente Batalha é de Todos	1	Manuel Tavares Sousa	1
RTP	17	Açoriano Oriental	14	APREN	1				
Nascer do SOL	15	Diário de Coimbra	14	Arautos de Êxito	1			--	--
SIC	15	Diário de Leiria	14	Gaiurb, E.M.	1			--	--
Porto Canal	14	Diário de Viseu	14	Guess What?	1	The Greens/EFA Group in the European Parliament	1	--	--
TVI	14	Diário Insular	14	Ideias & Territórios	1			--	--
Diário de Notícias	10	O Setubalense	10	--	--			--	--
Expresso	10	JM-Madeira	9	--	--	--	--	--	--
Jornal de Notícias	10	Jornal de Leiria	8	--	--	--	--	--	--
TSF	10	Almadense	4	--	--	--	--	--	--
Público	8	Diário do Sul	4	--	--	--	--	--	--
CNN Portugal	5	Jornal Badaladas	4	--	--	--	--	--	--
Observador	5	Imediato	2	--	--	--	--	--	--
Novo Semanário	3	O Mirante	2	--	--	--	--	--	--
O Jornal Económico	2	A Voz de Trás-os- Montes	1	--	--	--	--	--	--

Clientes identificados nos depósitos de sondagens									
OCS Nacionais (46,0 %)	n	OCS Regionais (43,3 %)	n	Institucionais (7,4%)	n	Forças Políticas (2,9%)	n	Particulares (0,5%)	n
Antena 1	1	Campeão das Províncias	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Diário do Minho	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Gazeta de Paços de Ferreira	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Jornal do Centro	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Labor	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Linhas de Elvas	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Maria da Fonte	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Notícias de Vila Real	1	--	--	--	--	--	--
--	--	O Gaiense	1	--	--	--	--	--	--
--	--	O Regional	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Rádio Universitária do Minho	1	--	--	--	--	--	--
--	--	Viva Cidade	1	--	--	--	--	--	--

Total de clientes distintos N=61 (2021); Total de depósitos N=183 (2021);

Total de clientes referenciados em depósitos N=420 (2021);

Subtotais dos clientes referenciados em depósito por tipo de cliente: OCS Nacionais=193; OCS Regionais=182; Institucionais =31; Partidos e Forças Políticas=12; Particulares=2.

FIG. A5 – GRUPOS TEMÁTICOS, TEMAS E REFERÊNCIAS TEMÁTICAS DAS SONDAgens (2021)

Grupos Temáticos	Temas	Referências temáticas	N	
Grupo 1 Atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes	Governo	Políticas para a Saúde	29	
	Governo	Políticas de Administração Interna	18	
	Governo	Políticas Económicas	12	
	Governo	Expectativas em relação à ação governativa	11	
	Órgãos de poder local	Questões/problemas locais/concelhios	23	
	Órgãos de poder local	Políticas locais da autarquia	18	
	Órgãos de poder local	Expectativas em relação à governação autárquica	15	
	Órgãos de poder local	Qualidade e eficácia dos serviços autárquicos	13	
	Órgãos de poder local	Balanço da governação autárquica	13	
	Presidência da República	Relação da Presidência da República com o Governo	11	
	Presidência da República	Expectativas em relação à atividade da Presidência da República	10	
	Assembleia da República	Atividade legislativa	10	
	Grupo 3 Avaliação dos órgãos e dos atores políticos	Presidência da República	Imagem do Presidente da República	37
		Partidos Políticos	Imagem dos líderes partidários	36
Governo		Imagem do Primeiro-Ministro	36	
Governo		Imagem do Governo	34	
Governo		Imagem dos Ministros	13	
Assembleia da República		Imagem do Parlamento	22	
Órgãos de poder local		Imagem da atividade autárquica	19	
Órgãos de poder local	Imagem Presidentes de Câmara	17		
Órgãos de poder local	Imagem de candidatos a órgãos de poder local	15		

Grupos Temáticos	Temas	Referências temáticas	N
Grupo 5 Intenção e sentido do voto	Órgãos Constitucionais	Voto autárquico	111
	Órgãos Constitucionais	Voto legislativo	45
	Órgãos Constitucionais	Voto presidencial	13
	Comportamento eleitoral	Intenção de ir votar	63
	Comportamento eleitoral	Voto anterior	22
Grupo 6 Cenários e representações relacionadas com escrutínios	Previsão de resultados eleitorais	Previsão de resultados eleitorais	28
	Expectativas eleitorais	Expectativas eleitorais	22
	Dinâmica de vitória	Dinâmica de vitória	17
	Perfil de titulares de Órgãos Constitucionais, Partidos Políticos e Forças Políticas	Perfil para autarca	14
	Cenários Eleitorais	Cenários Eleitorais	11

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 10 ocorrências.

Total de depósitos N=183 (2021).

Total de temas distintos registados N=120 (2019).

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

1. VISÃO GLOBAL

O ano de 2021 continuou marcado pela presença da pandemia. Embora em menor grau do que em 2020 e evidenciando uma trajetória de recuperação, reforçou a ideia de que esta veio acelerar a tendência de transição para um mercado de publicidade mais centrado no digital.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais mais significativo nos grupos Impresa e Media Capital e menos significativo no Grupo Cofina e RTP. Em geral, o peso da publicidade manteve-se muito semelhante ao registado em anos anteriores.

A circulação impressa paga continuou em queda, tanto em jornais como em revistas, a digital paga apresentou um comportamento errático, a crescer em ritmo duplo dígito em alguns casos e a apresentar quebras de magnitude semelhante em outros casos. O número publicações periódicas com níveis de circulação digital superiores à circulação em papel foi ainda muito incipiente.

Na área da venda de conteúdos, seja sob a forma de subscrição de canais, direitos de transmissão ou venda e produção, 2021 foi um ano misto, com contração em algumas empresas e expansão noutras. O peso desta linha de receitas continuou relativamente modesto.

Em termos de receitas geradas através de outras linhas de negócio, menos relacionadas com o *core business*, *i.e.*, para além da publicidade e venda de publicações, assinaturas ou conteúdos, podem observar-se negócios alternativos como serviços multimédia, eventos e *marketing*, entre outras prestações de serviços. No caso dos grandes grupos económicos, 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 na Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 35 %, em 2021) não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Em 2021, de acordo com as informações dessa mesma fonte, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1119 milhões e 679 mil euros. Apesar da melhoria do enquadramento macroeconómico, os ativos e os rendimentos desceram face a 2020, embora os resultados em termos agregados tenham melhorado, com os resultados das operações a crescerem e os resultados líquidos globais a voltarem para terreno positivo, depois dos prejuízos de 2020.

No geral, pode dizer-se que o setor foi rentável. Cerca de 65 % das empresas apresentaram resultados líquidos positivos e 71 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente superiores a 2020. A alavancagem do setor permaneceu elevada, com uma proporção de capitais próprios totais para o ativo total de 18,8 %, também uma melhoria face ao ano anterior. 81% das empresas manteve capitais próprios positivos.

A maioria reportou crescimento de rendimentos em 2021 (54 % das empresas), mas é nas empresas *monomedia*, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, onde esse crescimento menos ocorreu, designadamente entre os operadores de rádio e publicações periódicas. Entre estas, não chegaram a metade as empresas com crescimento.

Menos positivo é o resultado apurado para o número de empresas que apresentou crescimento dos resultados operacionais (EBITDA) e líquidos: apenas 47 % das empresas reportaram crescimento do EBITDA e 46 % dos resultados líquidos.

Por distritos e regiões autónomas, cabe destacar que em Évora apenas 25 % das empresas de comunicação social conseguiram fazer crescer os rendimentos. Apesar de o panorama do país ser heterogéneo, ainda existem distritos em que as empresas que apresentaram crescimento para este agregado não chegaram a metade – seis em 20, uma situação especialmente preocupante se se pensar que em 2021 se começou a sair da situação pandémica.

O setor da comunicação social continua a caracterizar-se pela existência de um grande número de pequenas empresas e pela concentração de rendimentos, ativos e resultados nas grandes empresas. Basta referir que, dos 919 milhões de euros de rendimentos do setor, 809 milhões pertenceram apenas a 14 empresas, que correspondem ao segmento de entidades com mais de dez milhões de euros em rendimentos anuais. Os prejuízos, também eles foram concentrados, mas desta feita nas menores empresas pertencentes ao segmento das que auferem rendimentos inferiores a 100 mil euros.

De novo, pode concluir-se que, entre as empresas de *media*, as menores são as mais afetadas pelas alterações estruturais com que o setor se depara.

A pandemia de COVID-19 trouxe um acréscimo de confiança nos órgãos de comunicação social em geral e nas notícias em particular, o seu fim gera um *deficit* de atenção, nada oportuno em momentos em que a informação fidedigna e de confiança é tão importante. A tendência de migração dos últimos anos da publicidade para o *online* torna crítico o desenvolvimento, por partes dos *media*, de novas fontes de receitas.

A disputa pela captação de publicidade continua a assumir novas formas, retirando recursos aos formatos tradicionais. Para além da evolução para a elaboração de conteúdos pagos, a importância dos *influencers* nas estratégias de *marketing* das marcas constitui mais uma alteração com que se deparam os órgãos de comunicação social. Alteração esta que, não sendo propriamente nova - desde há muito que as marcas utilizam personalidades famosas para apadrinhar os seus produtos - a mudança do canal de comunicação através do qual o fazem apresenta-se como mais um concorrente à publicidade em meios de comunicação tradicional.

As empresas estão a desenvolver estratégias alternativas. De acordo com o relatório "*Digital News Project*"¹, a captação de subscrições digitais deverá ser a principal fonte de receita a desenvolver em 2022, prioritariamente à publicidade nas suas várias formas. A vasta maioria das empresas pretende aumentar o investimento em *podcasts* e áudio digital.

Neste enquadramento, as empresas de *media* não só continuam a debater-se com a alteração de paradigma ao nível da distribuição e consumo de conteúdos, cada vez mais no digital, que caracterizou os últimos anos, como também veem migrar para o digital a sua, ainda, principal fonte de receitas, a publicidade. A pandemia de COVID-19 veio acentuar e acelerar estas tendências, já há muito identificadas, e o ano de 2021 foi prova disso mesmo.

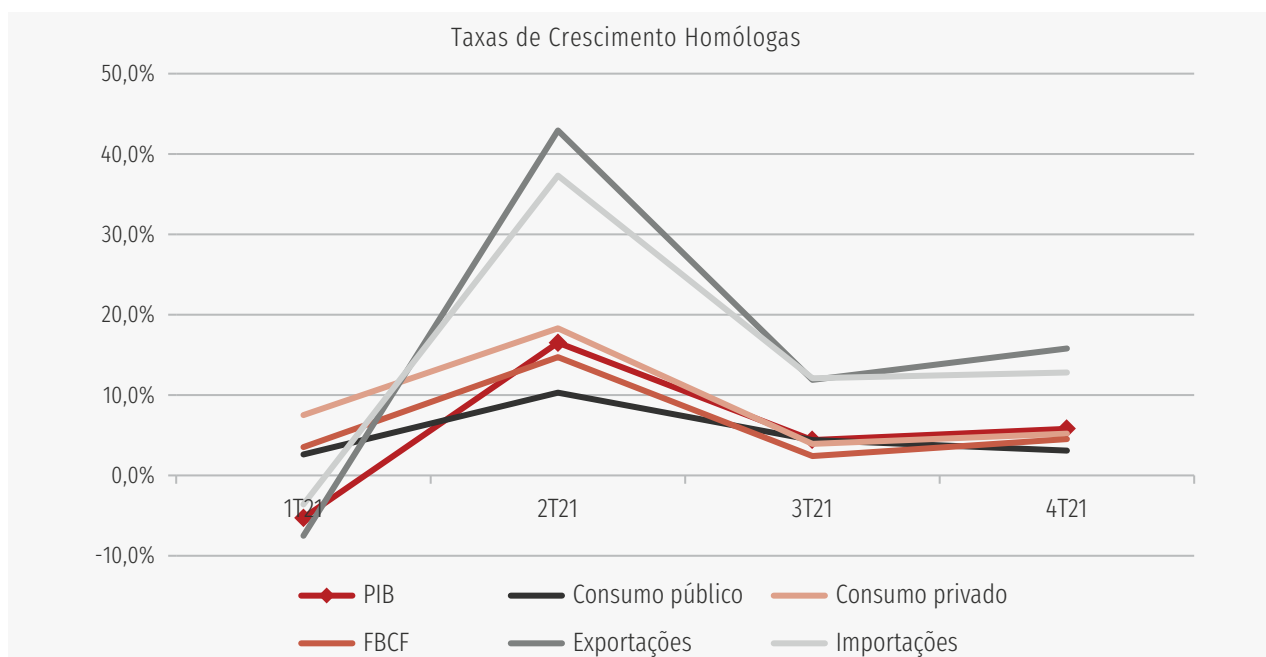
¹ "*Digital News Project - January 2022 - Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*" - Nic Newman

2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

O ano de 2021 continuou marcado pela presença da pandemia, embora em menor grau do que em 2020, evidenciando uma trajetória de recuperação.

De acordo com os dados do Banco de Portugal (BP Stat)², o produto interno bruto (PIB) cresceu em termos homólogos, em todos os trimestres do ano, com exceção do primeiro, a taxas bastante robustas, com especial força no segundo trimestre de 2021. A recuperação foi evidente em todas as rubricas da despesa. (Figura 1).

FIG. 1 – RECUPERAÇÃO DO CRESCIMENTO EM ANO MENOS MARCADO PELA PANDEMIA COVID-19



Fonte: BP Stat 16/3/2022. Elaboração ERC.

A taxa de desemprego diminuiu de 6,9 % em dezembro de 2020 para 5,8 % em dezembro de 2021, uma tendência decrescente ao longo do ano.

A inflação portuguesa acelerou, com o índice harmonizado a atingir um registo positivo de 0,9 % em variação homóloga média anual, face a - 0,1 % em 2020, por conta fundamentalmente dos bens industriais energéticos.

O setor de *media* dificilmente ficaria alheio a este enquadramento.

De acordo com as informações recolhidas pela Magna Global³, em 2021, o mercado publicitário expandiu-se globalmente 22 %, atingindo o máximo histórico de 710 mil milhões de dólares. Todas as regiões do globo analisadas apresentaram expansão e a grande maioria atingiu um ritmo duplo dígito. As regiões com taxas mais elevadas de vacinação foram as principais beneficiárias deste crescimento.

² BP Stat extraídos em 16/3/2022

³ "Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-Covid Levels - December 6, 2021".

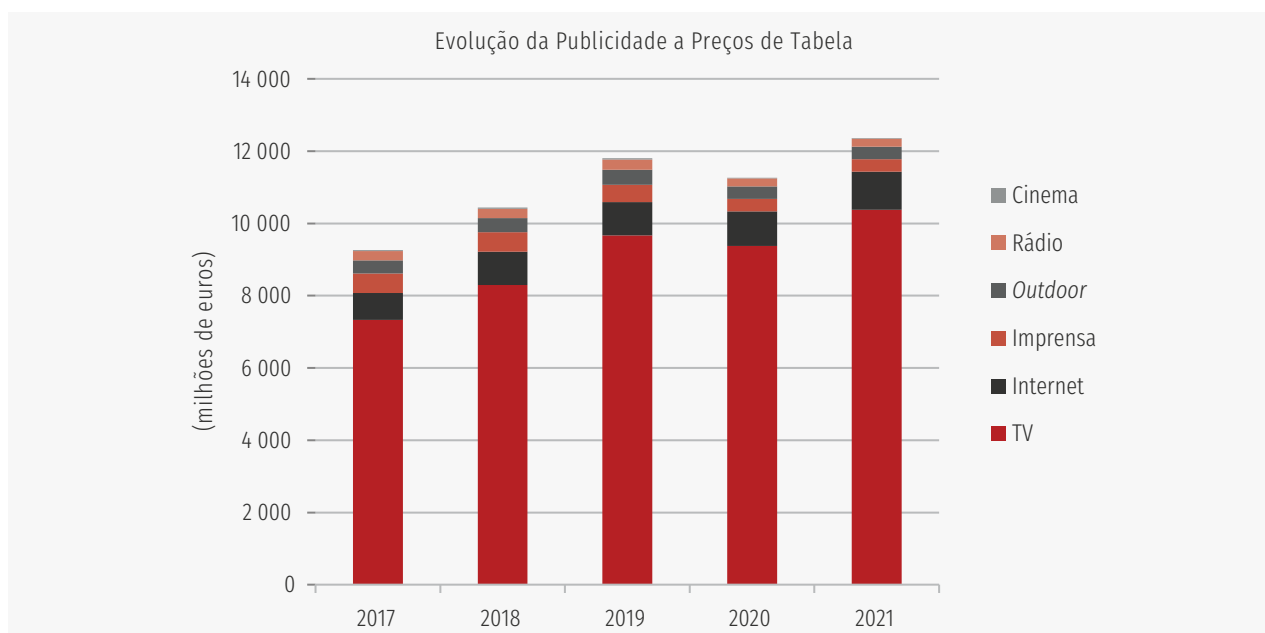
A publicidade tradicional (TV, rádio, imprensa, etc.) cresceu globalmente cerca de 9 %, colocando a dimensão deste mercado em cerca de 90 % dos níveis pré-COVID, um crescimento mais explicado por pressões inflacionistas do que pelo aumento do número de anúncios publicados. No digital, o crescimento situou-se nos 32 % e representou 62 % do mercado de publicidade global.

Para além da recuperação económica da pandemia, reforçada pelos estímulos adotados por diversos países do mundo e pela acumulação de poupanças dos consumidores durante 2020, o crescimento continuado do comércio eletrónico levou a que tanto as grandes como as pequenas e médias empresas aumentassem os seus gastos em publicidade digital. Assim, o mercado publicitário global, em 2021, recuperou mais do que a economia em geral. Apesar de a publicidade tradicional se ter mantido crucial em termos de construção das marcas, o digital tem vindo a impor-se como uma forma de diversificar e atingir públicos que a publicidade tradicional não abrange.

2021 reforçou a ideia de que a pandemia de COVID-19 veio acelerar a tendência de transição para um mercado de publicidade mais centrado no digital. Portugal não foi exceção, apesar de o ritmo de crescimento continuar a ser mais alto na TV do que no digital. Talvez a convergência venha a ocorrer mais além.

Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com os números da MediaMonitor⁴, em Portugal, todos os segmentos de publicidade apresentaram expansão, com exceção do *outdoor* e do cinema. No entanto, a expansão em Portugal continuou a centrar-se na televisão, que apresentou um crescimento de 10,7 %, seguida de perto pelo digital, com 9,7 %. A dimensão da publicidade na televisão continuou dominante (Figura 2). A imprensa, contrariamente aos anos anteriores, apresentou uma expansão do investimento publicitário. Ressalva-se que este dado não é consensual, pois outras fontes, como as referidas no Relatório e Contas da RTP e da Media Capital de 2021, apontam para uma contração.

FIG. 2 - MERCADO PUBLICITÁRIO EM RECUPERAÇÃO PÓS-PANDEMIA

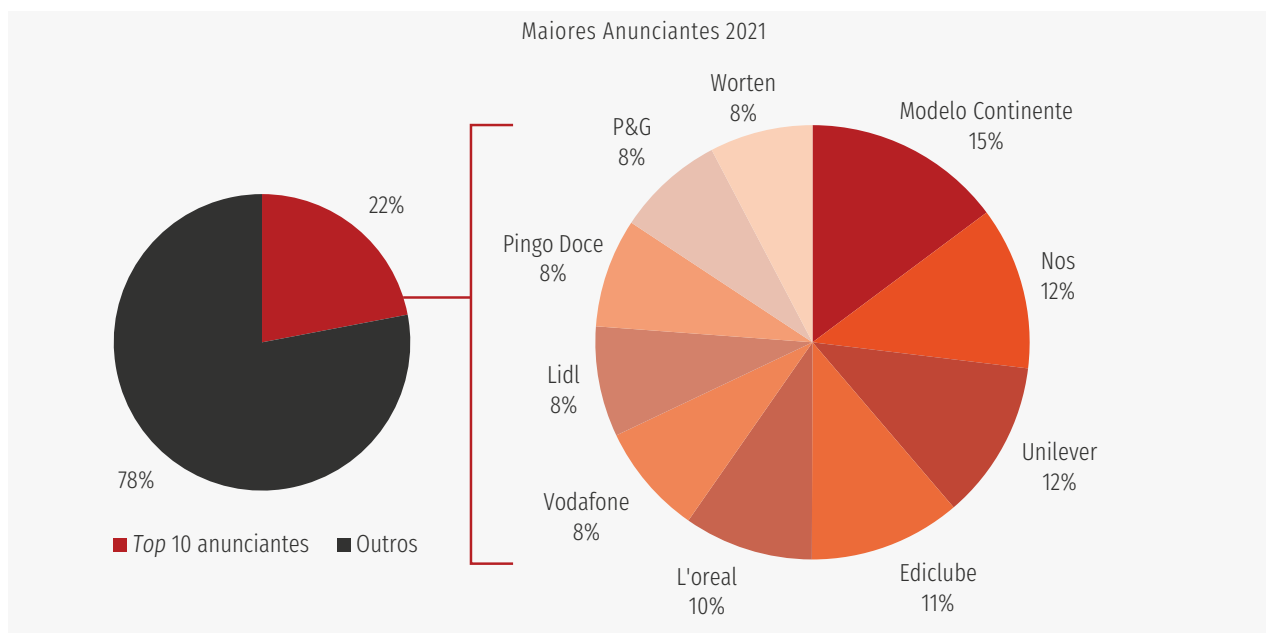


Fonte: Marktest, "Anuário Meios e Publicidade 2019", "Anuário Meios e Publicidade 2020", "Media and Advertising Global Report 2021" (Yumi). Elaboração ERC.

A Modelo Continente assumiu-se como o maior anunciante do mercado português, movimentando um investimento publicitário na ordem dos 402 milhões de euros (valor a preços de tabela). Seguiram-se a NOS, com 329 milhões de euros, e a Unilever com cerca de 321 milhões de euros (Figura 3).

⁴ "Media and Advertising Global Report 2021" (Yumi).

FIG. 3 - ALGUMA CONCENTRAÇÃO DE ANUNCIANTES



Fonte: Markttest, "Media and Advertising Global Report 2021" (Yumi). Elaboração ERC. Preços de Tabela.

Entre as agências de meios, a Carat foi a que representou maior volume de investimento publicitário, no acumulado de janeiro a dezembro de 2021, com 1,41 mil milhões de euros. A segunda posição ficou nas mãos da Arena, que totalizou cerca de 1,39 mil milhões de euros, seguida pela Wavemaker, que fechou o ano com 1,1 mil milhões de euros. O top cinco ficou completo com a Initiative (mil milhões de euros) e a OMD (941 milhões de euros).

A Fuel liderou o *ranking* das agências criativas, com um investimento próximo dos 728 milhões de euros, a preços de tabela. Nos lugares seguintes surgiram a Havas Worldwide (714 milhões), a Partners (545 milhões), a VMLY&R (483 milhões) e a Wuntherman (416 milhões).

O mercado das agências de meios é bastante concentrado. Em 2021, as dez maiores agências concentraram 69 % do investimento publicitário, enquanto os dez maiores anunciantes concentraram 22 %, e as dez maiores agências criativas 37 %, a preços de tabela.

Num outro ângulo, e de acordo com o Relatório e Contas de 2021 do Grupo Media Capital, o mercado publicitário de agências antes de *rappel* registou uma expansão nominal na ordem dos 14 %, valor que compara com subidas de 5 % em 2016, 3 % em 2017, 2018 e 2019 e uma quebra de 16 % em 2020. O segmento de televisão *free-to-air* (televisão em sinal aberto) registou uma expansão de 11 %, sendo que a publicidade nos canais disponíveis em plataformas de subscrição cresceu 18 %. Por seu turno, a rádio teve um crescimento mais modesto de 6 %, enquanto o digital ficou 27 % acima dos valores de 2020, a maior evolução percentual de 2021. O segmento de *outdoor* recuperou 8 %, sendo que os segmentos de imprensa e de cinema mantiveram a tendência negativa, registando quebras de 6 % e 24 %, respetivamente.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais dos grupos Impresa e Media Capital na ordem dos 64 % e 71 %, respetivamente. O peso destas receitas foi menos significativo no Grupo Cofina (cerca de 36 %) e na RTP (perto dos 10 %). Em geral, o peso da publicidade manteve-se muito semelhante ao registado em anos anteriores e as receitas em termos absolutos cresceram neste grupo de empresas.

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 2021, a circulação impressa paga continuou em queda, tanto em jornais como em revistas, na ordem dos 10 %. A circulação digital paga apresentou um comportamento mais errático com publicações periódicas a crescerem em ritmo duplo dígito e outras com quebras de magnitude semelhante.

No entanto, o número publicações periódicas que apresentou níveis de circulação digital superior à circulação em papel é ainda muito incipiente: três publicações periódicas, uma generalista (Público) e duas de temática económica (Negócios e Jornal Económico).

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 serviços de televisão por subscrição (STVS).

Na área da venda de conteúdos em Portugal, seja sob a forma de comissões de subscrição de canais, de direitos de transmissão ou de venda e produção de conteúdos, identificáveis nas demonstrações financeiras de algumas empresas de forma autónoma, 2021 foi um ano de contração na Cofina (*fee* de distribuição CMTV) e Impresa e de expansão na Media Capital e RTP. O seu peso continuou relativamente modesto na estrutura de receitas, variando entre os 8 % no caso da RTP, 11 % na Cofina, 13 % no caso da Media Capital, e cerca de 17 % no caso da Impresa.

As informações anuais produzidas pela Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM)⁵ mostram que, no final de 2021, cerca de 93,4 % das famílias dispunha de serviço de distribuição de sinais de TV (STVS), mais 0,5 % do que no ano anterior. O número de assinantes do STVS foi de 4,4 milhões, mais 126 mil (+3,0%) do que no ano anterior. O crescimento verificado foi o mais baixo desde 2017.

No final de 2021, a MEO atingiu a quota de assinantes do STVS mais elevada (40,6 %), seguindo-se o Grupo NOS (37,8 %), a Vodafone (18,3 %) e a NOWO (3,2 %). A MEO e a Vodafone foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 0,4 p.p. e 0,9 p.p., respetivamente. Por outro lado, diminuíram as quotas do Grupo NOS (-1,0 p.p.) e da NOWO (-0,3 p.p.).

O nível de concentração, medido pelo índice Herfindahl-Hirschman⁶, apesar de elevado, diminuiu novamente (embora de forma ligeira). A atual tendência de diminuição da concentração iniciou-se em 2013, com o lançamento da oferta *triple play* da Vodafone suportada em FTTH. Não se têm registado alterações significativas na concentração desde 2015.

A pandemia da COVID-19 provocou um forte crescimento dos serviços *over-the-top* (OTT), sobretudo das chamadas de voz ou vídeo, do *videostreaming on demand*, da frequência de cursos *online*, bem como da compra de produtos *online*.

Os serviços que colocam à disposição do consumidor um conjunto de conteúdos (nomeadamente filmes e séries) mediante o pagamento de uma mensalidade surgiram em Portugal no segundo semestre de 2015 com o lançamento das ofertas Netflix, NosPlay 5 e FOXPlay. Desde então, têm entrado no país diversas ofertas de *streaming* pago, de onde se destacam o Amazon Prime Video e Filmin (lançados no final de 2016), o HBO Portugal e a Apple TV+ (lançados em 2019), a Acorn, a Disney+ e a versão *premium* da Opto da SIC (lançadas em 2020). Existem muitos outros serviços deste género disponíveis na Internet e direcionados a públicos específicos. Alguns prestadores de comunicações eletrónicas têm vindo, nos últimos anos, a integrar este tipo de serviços *streaming* na mensalidade de algumas ofertas em pacote.

⁵ Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição – 2021 – Anacom.

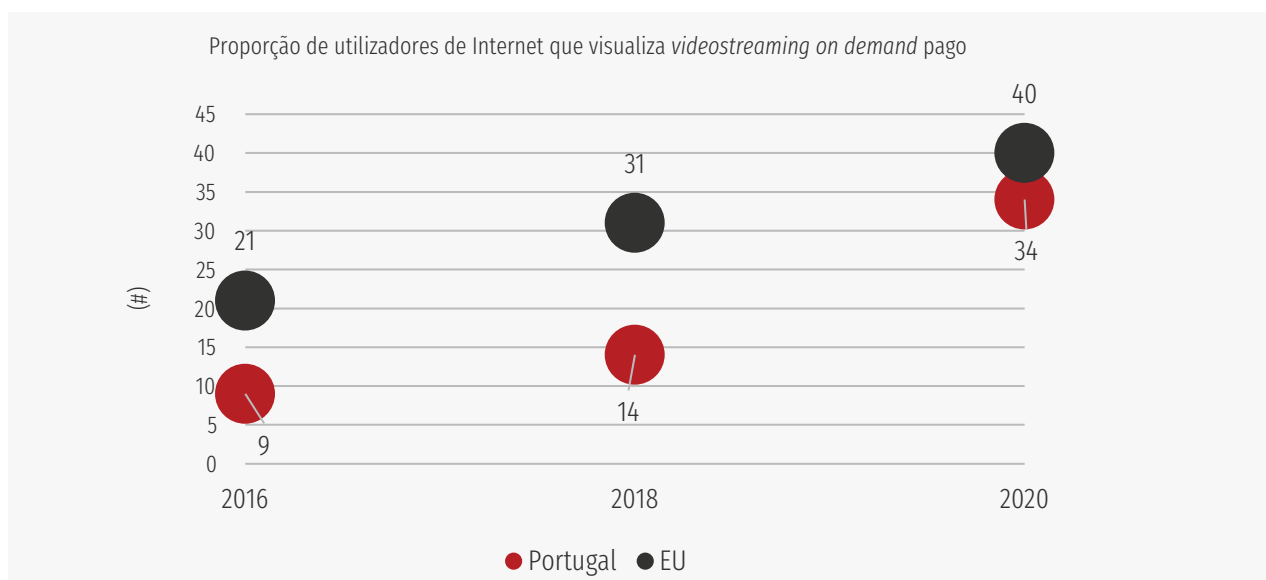
⁶ O índice Herfindahl-Hirschman é frequentemente utilizado pela Comissão Europeia para avaliar os níveis de concentração de mercado. Este índice é calculado adicionando o quadrado das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado. Os seus valores teóricos variam entre aprox. zero (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.

De acordo com os dados mais recentes do estudo Bstream da Marktest, relativos ao último quadrimestre de 2021, 2,7 milhões de portugueses eram subscritores de pelo menos um serviço de *streaming*, o que significa que perto de um terço dos portugueses (32,3 %) assinou este tipo de plataformas. No entanto, se contabilizados todos os portugueses que acedem a serviços de *streaming*, ainda que não sejam os subscritores da conta, o número de utilizadores em Portugal chegou aos 44,9 %. A tendência de crescimento no consumo de conteúdos através destes serviços deverá manter-se no médio prazo, com 9,4 % dos inquiridos a manifestarem a intenção de subscrever uma plataforma nos próximos três meses.

É entre os 15 e os 24 anos que se encontra a maior percentagem de utilizadores de plataformas de *streaming* em Portugal, abrangendo 78,9 % dos indivíduos. Esta faixa etária, no entanto, corresponde a apenas 21,5 % do total de subscritores. Em sentido contrário, a faixa etária com menos utilização deste tipo de serviços é a dos maiores de 65 anos, com 6,5 %, sendo que 70,6 % dos indivíduos que utilizam serviços de *streaming* têm menos de 45 anos.

Segundo a Anacom⁷, a proporção de utilizadores de Internet que recorreu ao *videostreaming on demand* pago atingiu os 34 % em 2020, +20 p.p. do que em 2018 (Figura 4). Portugal foi o quarto país da UE27 em que mais cresceu a utilização de *videostreaming on demand* pago durante esse período, passando a ocupar a 15.a posição.

FIG. 4 – PORTUGAL A CONVERGIR COM A UE



Fonte: Anacom – “Serviço Over The Top – Utilização de *instant messaging*, chamadas de voz e outras aplicações *online* em Portugal e na UE (segmento residencial) 2021”. Elaboração ERC.

O elevado crescimento na utilização de *videostreaming on demand* resulta da alteração do comportamento dos indivíduos decorrente da pandemia da COVID-19, declarada em março de 2020. Segundo dados publicados pela Marktest, o número de subscritores de *streaming on demand* aumentou 30 % entre março e abril de 2020⁸.

Os dados do inquérito da CE, “*E-Communications Single Market*”, realizado em novembro/dezembro de 2020, revelaram ainda que 8 % dos lares portugueses com pacotes de serviços integravam serviços de *videostreaming* na mensalidade das ofertas (menos 3 p.p. do que a média da UE27).

Os motores da tendência continuaram a ser os mais jovens. O *videostreaming on demand* pago foi mais utilizado pelos indivíduos mais jovens (16 a 34 anos), estudantes, com o ensino superior e com rendimentos mais elevados (4.º quartil), tal como também ocorre na média da UE27.

⁷ Anacom – “Serviço Over The Top – Utilização de *instant messaging*, chamadas de voz e outras aplicações *online* em Portugal e na UE (segmento residencial) 2021”.

⁸ Anacom – “Serviço Over The Top – Utilização de *instant messaging*, chamadas de voz e outras aplicações *online* em Portugal e na UE (segmento residencial) 2021”.

Mais recentemente, um inquérito *online*, realizado pela Deco entre outubro e novembro de 2021 e publicado na revista *Proteste* de junho de 2022, mostra que, quando questionados acerca de qual o serviço de televisão preferido, em primeiro lugar aparece a Disney+, seguido da Netflix, Amazon, HBO e Apple TV, por esta ordem; só depois aparece a Vodafone, a MEO e a NOS.

Neste enquadramento, pode dizer-se que os novos serviços de *streaming* que têm vindo a entrar no mercado português, muito provavelmente, serão uma ameaça ao *status quo*, tanto dos operadores de televisão como dos operadores de STVS.

Olhando para a possibilidade de geração de receitas através de outras linhas de negócio, menos relacionadas com o *core business*, *i.e.*, para além da publicidade e venda de publicações, assinaturas ou conteúdos, podem observar-se alternativas como serviços multimédia, eventos e *marketing*, entre outras prestações de serviços.

No caso dos grandes grupos económicos, os conglomerados *media*, aquelas continuaram a ter um contributo marginal para as receitas de exploração, mas em empresas de menor dimensão podem representar importantes alternativas à publicidade. Os dados constantes na Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 35 % em 2021) não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Neste enquadramento, o setor público de *media* teve um crescimento de receitas substancialmente inferior ao dos seus concorrentes do setor privado, uma vez que a maioria das receitas é certa e estável, através do Estado ou diretamente dos contribuintes.

Em 2021, o Estado alocou à Agência Lusa cerca de 12,9 milhões de euros em indemnizações compensatórias⁹, no quadro do contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre as duas partes¹⁰. No mesmo ano, a RTP recebeu em taxas de contribuição para o audiovisual 181,5 milhões de euros¹¹.

Neste ano, o Estado português diminuiu os apoios normalmente atribuídos ao setor da comunicação social. Os *media* receberam quase quatro milhões de euros destinados a meios de comunicação social regionais e locais, repartidos entre incentivos à leitura e incentivos ao desenvolvimento digital, modernização tecnológica, acessibilidade à comunicação social, literacia e educação para os *media* e desenvolvimento de parcerias estratégicas (979 858,25 euros)¹², ligeiramente abaixo do montante de um milhão de euros de 2020.

A publicidade institucional do Estado, que está incluída nas receitas de publicidade das empresas, totalizou 12 507 407,87 euros em 2021, dos quais 3 090 278,51 euros foram destinados aos *media* regionais e locais (24,7 % do total)¹³.

Neste enquadramento, as empresas de *media* não só continuam a debater-se com a alteração de paradigma ao nível da distribuição e consumo de conteúdos, cada vez mais no digital, que caracterizou os últimos anos, como também veem migrar para o digital a sua, ainda, principal fonte de receitas, a publicidade. A pandemia de COVID-19 veio acentuar e acelerar estas tendências, já há muito identificadas, e o ano de 2021 foi prova disso mesmo.

⁹ Cfr. Resolução do Conselho de Ministros n.º 150/2018, de 19 de novembro.

¹⁰ 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.

¹¹ 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 %).

¹² Despacho n.º 540/2022, 14 de janeiro de 2022, Gabinetes do Ministro de Estado e das Finanças, da Ministra da Cultura e do Secretário de Estado Adjunto e do Desenvolvimento Regional.

¹³ Relatório de Regulação ERC 2021.

3. ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR

A 31 de dezembro de 2021 estavam declaradas como ativas na Base de Registos da ERC 1728 publicações periódicas, 300 empresas jornalísticas, 284 operadores de radiodifusão, 149 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 22 operadores televisivos, 11 operadores de distribuição de televisão (STVS) e duas empresas noticiosas (Figura 5).

FIG. 5 - SETOR ESTÁVEL EM TERMOS DE NÚMERO DE INTERVENIENTES, COM EXCEÇÃO DA INTERNET

	2020	2021	Var %
Publicações Periódicas	1716	1728	0,7%
Empresas Noticiosas	2	2	0,0%
Operadores de Distribuição	11	11	0,0%
Operadores de Rádio	284	284	0,0%
Operadores de Televisão	25	22	-12,0%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	129	149	15,5%

Fonte: ERC - Base de Dados de Registos.

No setor de *media* existem vários segmentos de regulados, com características díspares em termos de número e 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.

A análise setorial inclui empresas que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* relativa a 2021, cuja atividade principal é a comunicação social ou, não sendo, que conseguem autonomizar a atividade de comunicação social na sua contabilidade. Os distribuidores de STVS não foram incluídos uma vez que estas empresas não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra (telecomunicações).

As empresas que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* podem classificar-se em dois macro grupos: empresas *monomedia*, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, ou *multimedia*, proprietárias de vários tipos de órgãos de comunicação social.

Não sendo as empresas *holding*, em muitos casos, proprietárias diretas de órgãos de comunicação social, não se encontram obrigadas a divulgar contas consolidadas na Plataforma da Transparência, pelo que, para efeitos da análise setorial baseada nesta informação, foram excluídas.

Assim, dentro dos dois agregados mono ou multimédia surgiram na Plataforma da Transparência dos *Media* os seguintes tipos de empresa:

Monomedia

- Empresa Noticiosa (EN);
- Operador de Rádio (OR);
- Operador Televisivo (OT);
- Publicação Periódica (PP);
- Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (ORI).

Multimedia

- Operador de Rádio e Publicação Periódica (OR PP);
- Operador de Rádio e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (OR ORI);
- Operador de Rádio e Televisivo (OR OT);
- Operador de Rádio, Publicação Periódica e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (OR PP ORI);
- Operador Televisivo e Publicação Periódica (OT PP);
- Publicação Periódica, Operador de Rádio e Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet (PP OR OTI);
- Serviço Audiovisual a Pedido e Operador Televisivo (SAVP OT);
- Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet e Publicação Periódica (ORI PP).

Os dados financeiros provenientes da base de dados da Plataforma da Transparência dos *Media* (Plataforma) foram recolhidos em 4 de julho de 2022.

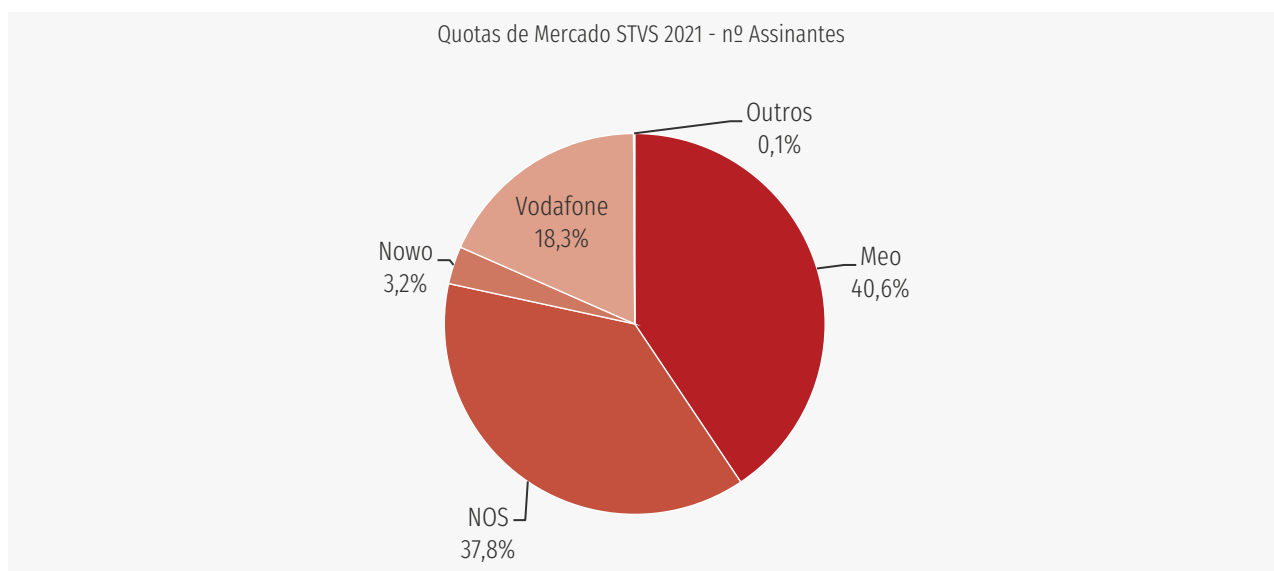
Uma análise do setor não ficaria completa sem um olhar mais individualizado e detalhado sobre as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes em um ou vários segmentos de *media* regulados pela ERC, que se apresenta na Parte II.

Por forma a concretizar quais as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes, parte-se do segmento deste mercado que tem menos intervenientes para o que tem mais intervenientes e identificam-se individualmente quais os *players* relevantes e qual o segmento que integram.

Em termos de agências noticiosas, o principal interveniente é a Agência Lusa.

No segmento dos operadores de STVS, apesar de totalizarem onze em número, ao observar as quotas de mercado é clara a dominância de dois deles – MEO e NOS –, bem como a posição de crescente relevância do interveniente mais novo do segmento, Vodafone, seguido pela NOWO (Figura 6).

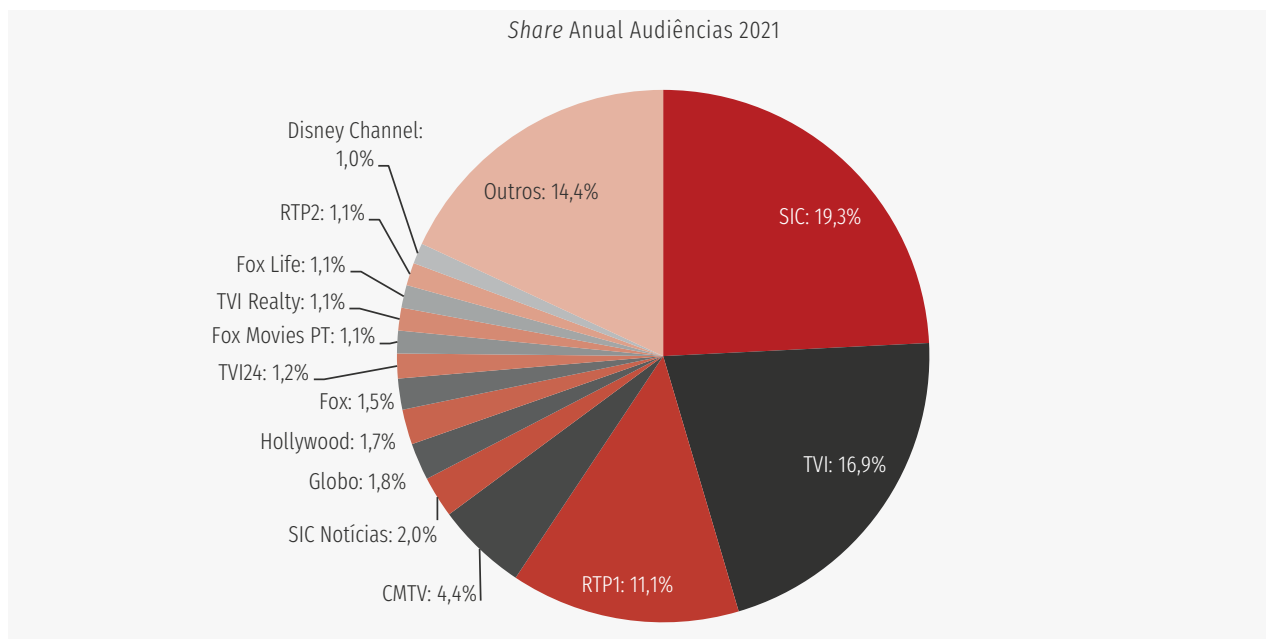
FIG. 6 - MERCADO STVS POUCO FRAGMENTADO



Fonte: Anacom – “Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição – 2021”. Elaboração ERC.

À medida que a escala e a intensidade capitalística dos negócios diminuem, o número de intervenientes aumenta (com exceção das agências noticiosas). Assim, em termos de operadores de televisão, o número de intervenientes atingiu 22 (Figura 7), superior ao da distribuição, mas abaixo do registado em 2020.

FIG. 7 – OPERADORES DE TELEVISÃO TAMBÉM PRESENTES NA STVS COM QUOTA RELEVANTE



Fonte: Universal McCann. Análise Universal McCann/ Mediabrands. *Insight* sobre dados CAEM/Gfk reproduzidos em YUMI -Telereport; Alvo: Universo; Base: Total TV; Tipologia de audiência: Total Dia. Outros - Visionamento residual de canais não auditados e outras utilizações do televisor (inclui *streaming* e consolas). Elaboração ERC.

No segmento da rádio, apesar do elevado número de intervenientes, também existe concentração nos principais grupos económicos e, tal como que acontece no segmento dos operadores de distribuição de STVS, os dois maiores têm quotas de mercado semelhantes entre si (Figura 8). Em termos de comparações temporais constata-se que, face a 2020, tanto a audiência acumulada de véspera como o *reach* aumentaram. O número de operadores de rádio tradicional registados na ERC manteve-se (Figura 5), mas o de operadores exclusivamente pela internet continuou em crescimento.

FIG. 8 - MERCADO DOMINADO POR GRUPOS ECONÓMICOS CONGLOMERADOS, APESAR DA GRANULARIDADE DE INTERVENIENTES

Audiências e <i>shares</i> Rádio dezembro 2021			
Grupo/Estação (Dez. 2021)	Reach semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Total Rádio	84,8%	60,4%	100,0%
Grupo Renascença Multimédia	53,7%	27,1%	34,8%
RFM	40,4%	19,6%	24,6%
Renascença	15,4%	6,1%	7,4%
Mega Hits	9,4%	3,5%	2,8%
Grupo Media Capital Rádios	54,0%	30,1%	38,7%
R Comercial	39,6%	20,1%	23,9%
M80	19,8%	7,6%	9,4%
Cidade FM	12,1%	4,8%	4,2%
Smoth FM	303,0%	1,0%	0,9%
Vodafone FM	1,3%	0,4%	0,3%
Grupo RTP	13,6%	6,0%	7,1%
Antena 1	9,2%	4,1%	4,1%
Antena 3	4,8%	1,8%	2,5%
Antena 2	1,3%	0,4%	0,4%
TSF (Global Media Group)	9,1%	3,2%	2,6%
Outras estações	10,4%	8,9%	11,9%
Não sabe estação	3,9%	1,7%	1,6%
Universo	8 563 501	8 563 501	8 563 501

Fonte: Markttest. Bareme 5ª Vaga. Elaboração ERC.

O segmento de publicações periódicas, o mais pulverizado de todos e também aquele que há mais tempo está exposto à concorrência digital, contrariamente ao registado em anos anteriores, apresentou um crescimento do número de intervenientes.

De acordo com os dados da APCT, as quotas de mercado nos segmentos relevantes mantiveram-se próximas, mas, em regra, tem permanecido, ao longo dos anos, uma publicação dominante, como, por exemplo, o Correio da Manhã, em jornais diários, seguido pelo Jornal de Notícias, ou, nos semanais, o Expresso.

A circulação paga manteve a sua trajetória descendente durante todo o ano de 2021 na grande maioria das publicações, mas, relativamente à digital, 50 % dos órgãos de comunicação social que apresentaram informações junto da APCT registaram contração, provavelmente um efeito relacionado com a diminuição de gravidade da pandemia de COVID-19.

Ainda assim, no *online* denota-se a hegemonia dos intervenientes estrangeiros, aparecendo o *site* do Correio da Manhã e da TVI como os mais destacados entre os nacionais, mas atrás das posições cimeiras das empresas internacionais. De acordo com o *ranking* de *sites* da Similar Web, a 1 de fevereiro de 2022, o primeiro órgão de comunicação social português a figurar na lista era a página sapo.pt, em 4.º lugar, seguido do IOL em 9.º lugar. O *ranking* da Marktest (Figura 9) reforça precisamente essas conclusões.

FIG. 9 - DESTAQUE PARA INTERVENIENTES ESTRANGEIROS SEGUIDOS DE PERTO POR MEDIA PORTUGUESES

Audiências Internet 2021					
#		Rch (000)	Rch (%)	Vst (000)	PVs (000)
1	Google (motor de busca)	4 757,5	55,6	194 647,5	1 223 890,7
2	Youtube	3 766,8	44,0	75 479,7	721 552,2
3	Facebook	3 737,2	43,6	108 721,2	1 604 371,4
4	TVI	3 339,9	39,0	21 376,3	146 234,0
5	Correio da Manhã	3 283,8	38,3	29 476,5	89 794,2
6	Flash	2 793,7	32,6	12 434,9	33 466,8
7	SIC	2 656,2	31,0	12 709,3	38 941,8
8	Expresso	2 561,0	29,9	13 692,9	35 857,5
9	Portal das Financas	2 471,1	28,9	12 343,8	253 218,5
10	NiT	2 180,9	25,5	9 015,0	25 885,5
11	Outlook.com	2 125,2	24,8	49 336,9	604 260,9
12	Tv7dias	2 020,0	23,6	4 493,2	18 963,5
13	Wikipedia	1 990,1	23,2	10 953,9	40 760,7
14	Instagram	1 850,6	21,6	17 886,1	437 325,4
15	RTP	1 786,7	20,9	9 179,6	21 780,1
16	Serviço Nacional de Saúde	1 777,6	20,8	6 897,3	41 764,6
17	OLX	1 773,4	20,7	16 590,6	199 717,3
18	Record	1 674,7	19,6	20 491,5	95 963,4
19	Jornal de Negócios	1 616,9	18,9	6 290,6	13 220,4
20	Worten	1 589,7	18,6	5 003,2	40 909,1
21	Impala	1 507,3	17,6	2 897,7	14 223,8
22	Whatsapp	1 425,1	16,6	16 585,8	34 598,9
23	Segurança Social	1 377,2	16,1	6 289,1	68 541,4
24	Linkedin	1 374,4	16,0	9 577,2	66 267,9
25	RFM	1 282,3	15,0	2 733,3	57 034,3
26	Aliexpress	1 279,7	14,9	5 262,5	49 336,8
27	Nova Gente	1 259,5	14,7	3 943,6	18 692,8
28	fnac	1 239,9	14,5	3 302,0	21 109,5

Audiências Internet 2021					
#		Rch (000)	Rch (%)	Vst (000)	PVs (000)
29	Amazon	1 234,2	14,4	5 863,3	74 285,3
30	Vip	1 180,6	13,8	2 390,2	11 357,8
31	Sábado	1 180,5	13,8	2 036,1	3 425,3
32	Pinterest	1 178,1	13,8	4 335,5	30 442,5
33	CGD	1 171,7	13,7	8 186,4	112 763,3
34	Ctt	1 158,3	13,5	3 980,8	19 954,9
35	Priberam	1 157,6	13,5	4 378,0	12 626,5
36	Continente	1 156,5	13,5	3 907,0	64 366,2
37	Zoom	1 122,9	13,1	8 926,1	31 779,1
38	Twitter	1 060,4	12,4	11 432,0	110 980,0
39	KuantoKusta.pt	1 030,5	12,0	3 157,5	17 830,1
40	Globo	993,1	11,6	2 064,7	4 409,9
41	Betano	988,4	11,5	4 989,7	15 540,4
42	Mais Futebol	972,4	11,4	5 844,6	28 009,1
43	Observador	962,0	11,2	3 175,4	10 476,8
44	MEO	942,0	11,0	3 706,7	25 189,8
45	Diário da República Electrónico	924,6	10,8	2 939,9	16 072,0
46	Msn Portugal Homepage	904,5	10,6	18 410,1	78 813,8
47	PayPal	880,6	10,3	2 330,1	19 004,8
48	NOS	849,8	9,9	5 153,1	37 411,6
49	Booking	830,9	9,7	2 292,9	31 683,8
50	Deco Proteste	828,7	9,7	1 587,9	3 817,4

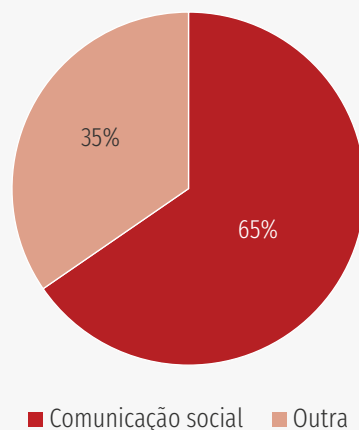
Fonte: Markttest, "Media and Advertising Global Report 2021" (Yumi). Elaboração ERC.

Das entidades que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* verifica-se que 65 % têm como atividade principal a comunicação social, os restantes 35 % referem-se a empresas cuja atividade principal é outra que não a comunicação social (Figura 10).

Destas últimas, existem entidades que conseguem autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social das restantes atividades económicas, embora apenas 2 % o consigam.

FIG. 10: NÚMERO RELEVANTE DE EMPRESAS PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SEM QUE ESSA SEJA A ATIVIDADE PRINCIPAL

Qual a atividade principal das empresas que reportaram indicadores financeiros na plataforma da transparência em 2021?



Fonte: Plataforma da Transparência dos *Media* 4/7/2022, cálculos ERC.

Com base na informação financeira constante na Plataforma da Transparência dos *Media* relativa a 2021, das empresas cuja atividade principal é a comunicação social ou, não sendo, que conseguem separar a atividade de comunicação social da sua atividade principal para efeito de reporte de indicadores financeiros, é possível ter uma imagem fidedigna do setor.

Em 2021, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1119 milhões 679 mil euros e os rendimentos totais da atividade a 919 milhões e 110 mil euros. Em termos de resultados, o total dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) ou operacionais atingiu 59 milhões e 108 mil euros e o total dos resultados líquidos 24 milhões e 140 mil euros. Apesar da melhoria do enquadramento macroeconómico, os ativos e os rendimentos desceram face a 2020. Os resultados em termos agregados melhoraram, com os resultados das operações a crescerem e os resultados líquidos globais a voltarem para terreno positivo.

54 % das empresas apresentaram crescimento dos rendimentos, o que compara com 37 % em 2020. Isto significa que, apesar de mais empresas apresentarem crescimento de rendimentos, esse crescimento não compensou as quebras registadas nas restantes, uma vez que globalmente os rendimentos desceram.

No geral, pode dizer-se que o setor foi rentável. Cerca de 65 % das empresas de comunicação social apresentaram resultados líquidos positivos e 71 % apresentaram resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente superiores a 2020. A alavancagem do setor permaneceu elevada, com uma proporção de capitais próprios totais para o ativo total de 18,8 %¹⁴, também uma melhoria face ao ano anterior. 81% das empresas detinham capitais próprios positivos.

As que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* podem classificar-se em dois macro grupos: empresas *monomedia*, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, ou *multimedia*, proprietárias de vários tipos de órgãos de comunicação social.

Em Portugal, o número de empresa *monomedia* é muito superior ao de conglomerados *multimedia*, com uma predominância de rádios e publicações periódicas. A dimensão das empresas *multimedia* é maior.

90 % das empresas de comunicação social que reportaram indicadores financeiros na Plataforma da Transparência dos *Media* eram *monomedia*. O ativo total e rendimentos totais e médios das empresas *monomedia* foram inferiores aos das *multimedia*, resultado da grande diferença de dimensão entre ambas (Figura 11).

As diferenças agravam-se quando se observam as rubricas de resultados. Apesar de bastante menos numerosas, as empresas *multimedia* apresentaram maiores resultados em 2021, tanto no agregado total como em termos médios. A nível de resultados líquidos, o agregado das empresas *monomedia* foi negativo, tal como em 2020.

Contata-se também que o segmento de operadores de TV foi aquele que apresentou uma dimensão em termos de ativos, receitas e resultados muito superior aos restantes, sintomático dos requisitos de investimento mais elevados do segmento. Os resultados negativos agregados dos operadores de TV refletem fundamentalmente a dimensão e *performance* da TVI.

Salienta-se que os operadores de telecomunicações e distribuição de STVS foram excluídos desta abordagem, uma vez que, de acordo com a Plataforma da Transparência dos *Media*, a sua atividade principal não é a comunicação social e também não conseguem autonomizar para efeitos de reporte de indicadores financeiros.

14 Cálculo inclui todas as empresas e não apenas as de capitais próprios positivos.

FIG. 11: SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS DE DIMENSÃO E RENTABILIDADE

Em eur	Total					Médios			
	Nº empresas	Rendimentos	Ativo	EBITDA /R. oper.	R. líquidos	Rendimentos	Ativo	EBITDA R. oper.	R. líquidos
Monomédia	332	372 914 637	379 392 838	3 160 114	-6 591 454	1 123 237	1 142 750	9 518	-19 854
Empresa Noticiosa	1	16 832 131	12 834 454	1 047 985	383 582	16 832 131	12 834 454	1 047 985	383 582
Operador de Rádio	143	17 448 649	38 768 592	416 648	-965 446	122 019	271 109	2 914	-6 751
Operador Televisivo	6	134 344 736	115 140 823	-7 194 924	-7 501 246	22 390 789	19 190 137	-1 199 154	-1 250 208
Publicação Periódica	181	204 271 121	212 625 077	8 876 125	1 480 374	1 128 570	1 174 724	49 039	8 179
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	1	18 000	23 893	14 281	11 282	18 000	23 893	14 281	11 282
Multimédia	38	546 195 808	740 286 256	55 948 590	30 732 277	14 373 574	19 481 217	1 472 331	808 744
Operador de Rádio e Publicação Periódica	18	2 537 905	6 308 121	234 840	100 958	140 995	350 451	13 047	5 609
Operador de Rádio e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	5	34 324 376	31 656 416	9 954 918	7 437 880	6 864 875	6 331 283	1 990 984	1 487 576
Operador de Rádio e Televisivo	1	223 212 292	323 047 265	3 742 980	985 316	223 212 292	323 047 265	3 742 980	985 316
Operador de Rádio, Publicação Periódica e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	3	890 525	1 623 529	84 628	45 288	296 842	541 176	28 209	15 096
Operador Televisivo e Publicação Periódica	3	95 626 065	152 856 810	12 255 822	5 207 954	31 875 355	50 952 270	4 085 274	1 735 985
Publicação Periódica, Operador de Rádio e Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet	1	313 679	398 065	37 115	29 435	313 679	398 065	37 115	29 435
Serviço Audiovisual a Pedido e Operador Televisivo	3	187 614 939	223 305 941	29 217 163	16 607 390	62 538 313	74 435 314	9 739 054	5 535 797
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet e Publicação Periódica	4	1 676 027	1 090 109	421 124	318 056	419 007	272 527	105 281	79 514
Total Global	370	919 110 444	1 119 679 095	59 108 704	24 140 823	2 484 082	3 026 160	159 753	65 245

Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

Tanto em termos totais como em termos médios, as empresas de publicações periódicas e operadores de rádio, tradicionais e por internet, isolada ou conjuntamente, apresentaram os piores resultados, operacionais e líquidos, sendo os resultados líquidos médios do segmento de operadores de rádio negativos.

Como seria de esperar, geograficamente existe concentração da atividade de comunicação social, em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Braga e Leiria (Figura 12). No fim da tabela são visíveis os distritos do interior de Portugal, a refletir as assimetrias do país. De salientar a posição da Região Autónoma da Madeira, com os resultados médios do negócio em termos líquidos mais elevados do país, excluindo Lisboa. Adicionalmente, dos 18 distritos portugueses e das 2 duas regiões autónomas, Porto, Leiria e Vila Real apresentaram resultados das operações (EBITDA) médios negativos.

FIG. 12: SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS REGIONAIS

Em eur	Nº empresas	Total				Médios			
		Rendimentos	Ativo	EBITDA /R. oper.	R. líquidos	Rendimentos	Ativo	EBITDA R. oper.	R. líquidos
Lisboa	103	813 172 263	946 483 166	56 307 902	26 998 470	7 894 876	9 189 157	546 679	262 121
Porto	40	50 511 705	83 849 095	-178 339	-3 098 872	1 262 793	2 096 227	-4 458	-77 472
Évora	12	21 564 117	41 078 674	953 574	92 806	1 797 010	3 423 223	79 465	7 734
Braga	27	7 945 787	9 974 425	569 111	77 458	294 288	369 423	21 078	2 869
Região Autónoma da Madeira	12	6 891 310	10 241 951	563 888	241 190	574 276	853 496	46 991	20 099
Leiria	19	3 104 296	3 750 062	-80 758	-209 825	163 384	197 372	-4 250	-11 043
Coimbra	15	2 228 512	3 492 770	19 909	-86 272	148 567	232 851	1 327	-5 751
Faro	20	2 134 363	4 055 008	6 882	-117 575	106 718	202 750	344	-5 879
Região Autónoma dos Açores	12	2 013 345	2 825 099	202 690	49 396	167 779	235 425	16 891	4 116
Aveiro	25	1 829 095	2 396 545	22 119	-43 775	73 164	95 862	885	-1 751
Santarém	20	1 566 639	3 736 973	209 594	63 575	78 332	186 849	10 480	3 179
Castelo Branco	7	1 201 774	1 233 381	82 815	52 305	171 682	176 197	11 831	7 472
Viseu	13	1 079 766	1 287 504	41 206	-7 114	83 059	99 039	3 170	-547
Viana do Castelo	8	797 491	764 163	114 413	39 699	99 686	95 520	14 302	4 962
Setúbal	8	772 796	1 069 720	49 434	8 316	96 599	133 715	6 179	1 040
Bragança	10	715 484	1 587 518	74 200	37 088	71 548	158 752	7 420	3 709
Beja	8	677 448	686 094	67 693	29 635	84 681	85 762	8 462	3 704
Portalegre	4	535 687	868 696	98 866	39 537	133 922	217 174	24 716	9 884
Vila Real	4	287 760	135 780	-20 858	-27 704	71 940	33 945	-5 214	-6 926
Guarda	3	80 808	162 472	4 363	2 485	26 936	54 157	1 454	828
Total	370	919 110 444	1 119 679 095	59 108 704	24 140 823	2 484 082	3 026 160	159 753	65 245

Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

Na grande maioria dos segmentos de empresas de comunicação social, sejam *monomedia* ou *multimedia*, os capitais próprios mantiveram-se em terreno positivo, com exceção dos operadores de rádio tradicionais ou por internet, as publicações periódicas e os operadores televisivos.

Relativamente a estes últimos, constata-se que, em 2021, foram o segmento mais afetado pela incidência de resultados das operações ou líquidos negativos, com apenas 33 % a reportarem resultados líquidos positivos, num universo de seis empresas (Figura 13 a.). O operador de rádio e televisão RTP manteve o capital próprio negativo.

O panorama analisado por distrito e região autónoma (Figura 13 b.) é um pouco diferente do resultante da análise anterior. Apesar da gradação mais avermelhada da distribuição por distrito do que a patente na distribuição por segmento de comunicação social, conclui-se que a percentagem de empresas que no seu distrito apresentaram resultados operacionais e líquidos positivos não escolhe divisões como litoral / interior / região autónoma ou norte/sul. A frequência de resultados operacionais positivos foi maior em Bragança, Viana do Castelo e Açores e menor em Vila Real, Leiria e Faro. Nos resultados líquidos destacaram-se pela positiva os distritos de Viana do Castelo e Portalegre e a Região Autónoma dos Açores e pela negativa Vila Real, Leiria, Setúbal e Faro.

FIG. 13: SEGMENTO DE OPERADORES DE TELEVISÃO COM MAIOR INCIDÊNCIA DE CAPITAIS PRÓPRIOS E RESULTADOS NEGATIVOS

a.

% Empresas por segmento a reportar valores positivos para			
	Cap. Próp.	EBITDA/R.oper	R. Líquidos
Empresa Noticiosa	100,0%	100,0%	100,0%
Operador de Rádio	74,1%	71,3%	63,6%
Operador de Rádio e Publicação Periódica	88,9%	100,0%	77,8%
Operador de Rádio e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	100,0%	100,0%	100,0%
Operador de Rádio e Televisivo	0,0%	100,0%	100,0%
Operador de Rádio Publicação Periódica Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	100,0%	100,0%	100,0%
Operador Televisivo	83,3%	66,7%	33,3%
Operador Televisivo e Publicação Periódica	100,0%	100,0%	100,0%
Publicação Periódica	84,0%	65,2%	61,9%
Publicação Periódica Operador de Rádio Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet	100,0%	100,0%	100,0%
Serviço Audiovisual a Pedido e Operador Televisivo	100,0%	66,7%	66,7%
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	100,0%	100,0%	100,0%
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet e Publicação Periódica	75,0%	100,0%	100,0%
Total	80,8%	71,1%	64,9%

b.

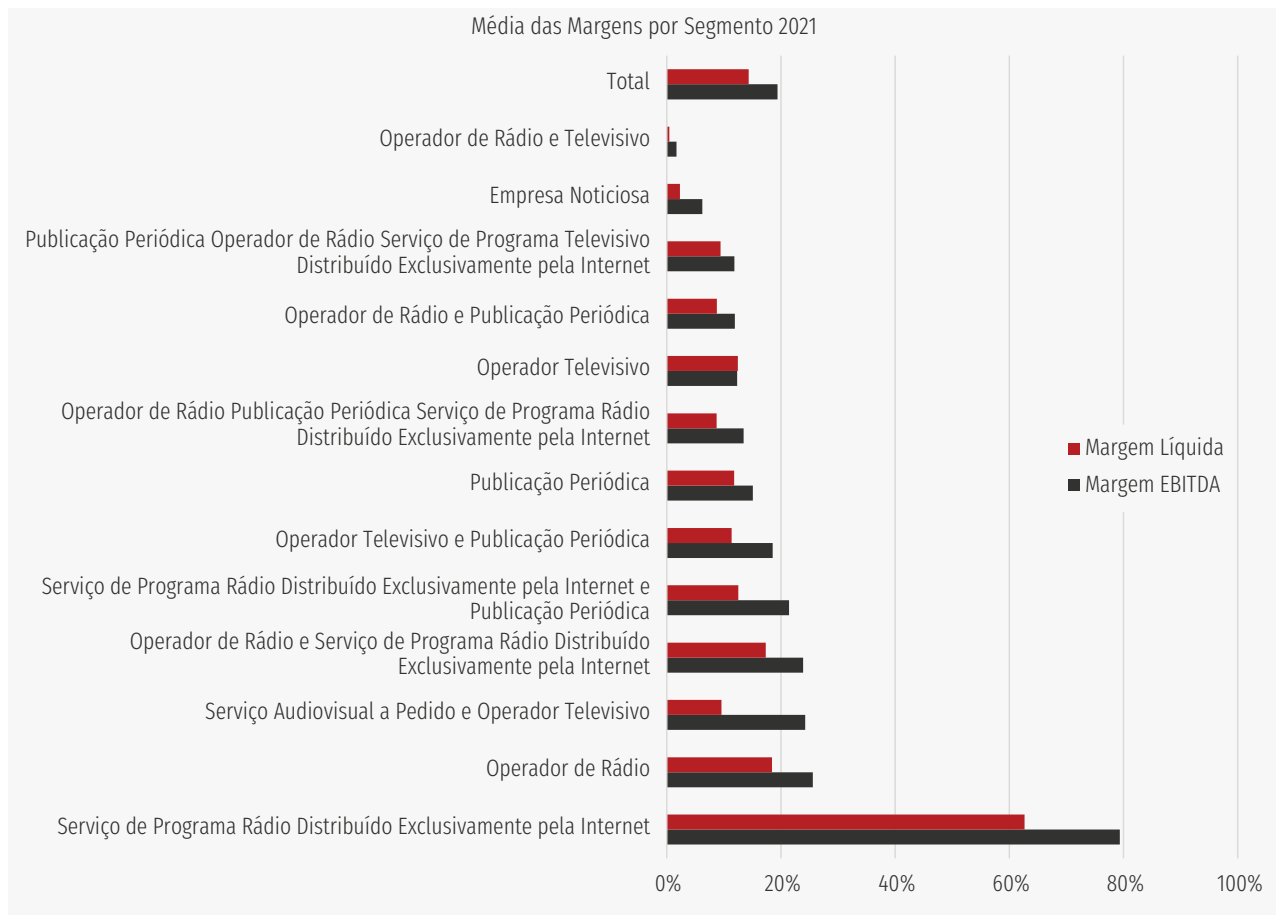
% Empresas por segmento a reportar valores positivos para			
	Cap. Próp.	EBITDA/R.oper	R. Líquidos
Bragança	100,0%	90,0%	70,0%
Viana do Castelo	75,0%	87,5%	87,5%
Região Autónoma dos Açores	91,7%	83,3%	75,0%
Évora	100,0%	75,0%	66,7%
Porto	85,0%	75,0%	72,5%
Região Autónoma da Madeira	91,7%	75,0%	66,7%
Portalegre	75,0%	75,0%	75,0%
Setúbal	100,0%	75,0%	50,0%
Beja	87,5%	75,0%	62,5%
Lisboa	78,6%	74,8%	69,9%
Braga	81,5%	70,4%	63,0%
Santarém	55,0%	70,0%	60,0%
Viseu	76,9%	69,2%	69,2%
Aveiro	80,0%	68,0%	64,0%
Guarda	100,0%	66,7%	66,7%
Coimbra	73,3%	60,0%	60,0%
Castelo Branco	85,7%	57,1%	57,1%
Faro	80,0%	55,0%	50,0%
Leiria	78,9%	52,6%	42,1%
Vila Real	50,0%	50,0%	25,0%
Total	80,81%	71,08%	64,86%

Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

Quando se calcula a média das margens por segmento, é patente a vantagem das empresas com componente digital ou radiofónica, por coincidirem com as que apresentaram margens mais elevadas. Interessante também de constatar que os segmentos de menor margem corresponderam às empresas do segmento agência noticiosa e operador de rádio e televisivo, as empresas públicas Lusa e RTP respetivamente, cujas receitas têm uma componente garantida. Em termos de autonomia financeira, o panorama mantém-se o mesmo que o descrito para as margens (Figura 14.a e b.).

Na segmentação por distritos, tanto relativamente a margens como autonomia financeira, não é possível identificar qualquer padrão existindo bons e maus exemplos em várias regiões de Portugal.

FIG. 14.A: MELHORES MARGENS NO SEGMENTO RADIOFÓNICO

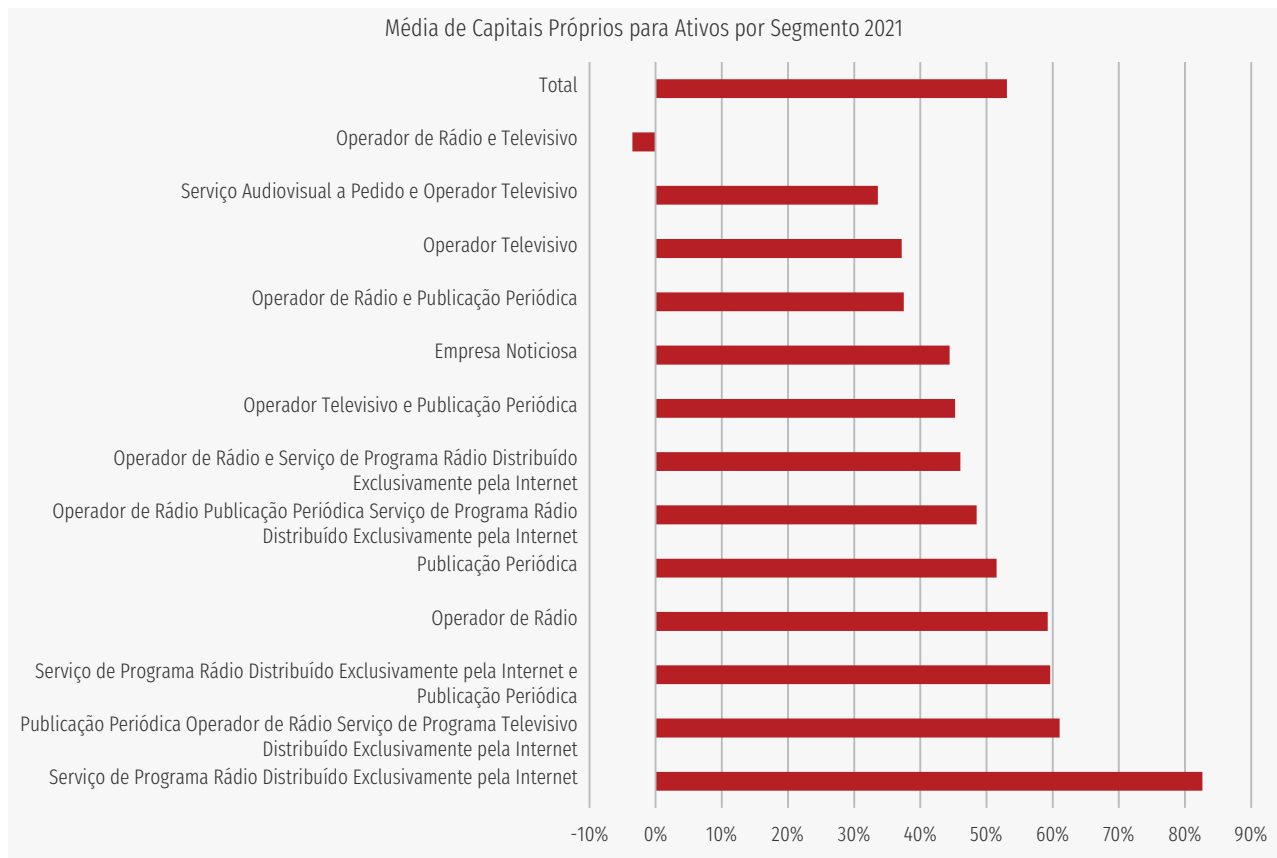


Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC. Apenas inclui valores positivos.





FIG. 14.B: MAIOR AUTONOMIA FINANCEIRA NO SEGMENTO RADIOFÔNICO

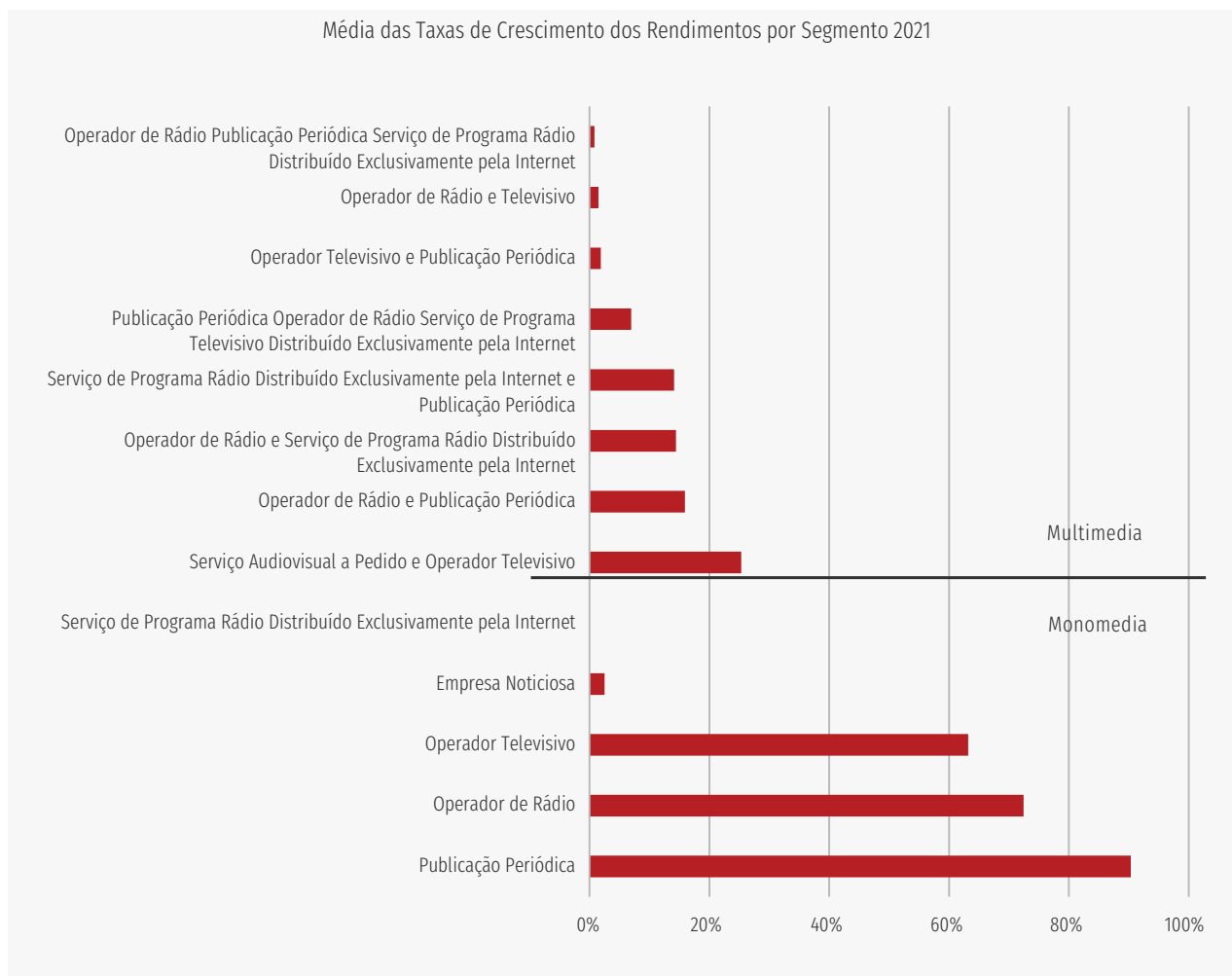


Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC. Apenas inclui valores positivos.

Em termos de concentração de exposição a determinados tipos de clientes ou de credores, apenas 26 % e 21 % das empresas, respetivamente, reportaram a sua existência. Enquanto o perfil dos credores e dos clientes é diversificado, o tipo de receita a que dizem respeito refere-se a publicidade, o que é consistente com o modelo de negócio do setor.

2021 foi um ano de recuperação face a 2020, profundamente marcado pelo COVID. Vários segmentos de comunicação social reportaram taxas de crescimento dos rendimentos na área do duplo dígito, em especial nos segmentos mais afetados pela pandemia em 2020, os monomedia – publicações periódicas (Figura 15).

FIG. 15: TAXAS DE CRESCIMENTO DOS RENDIMENTOS DUPLO DÍGITO NOS MONOMEDIA



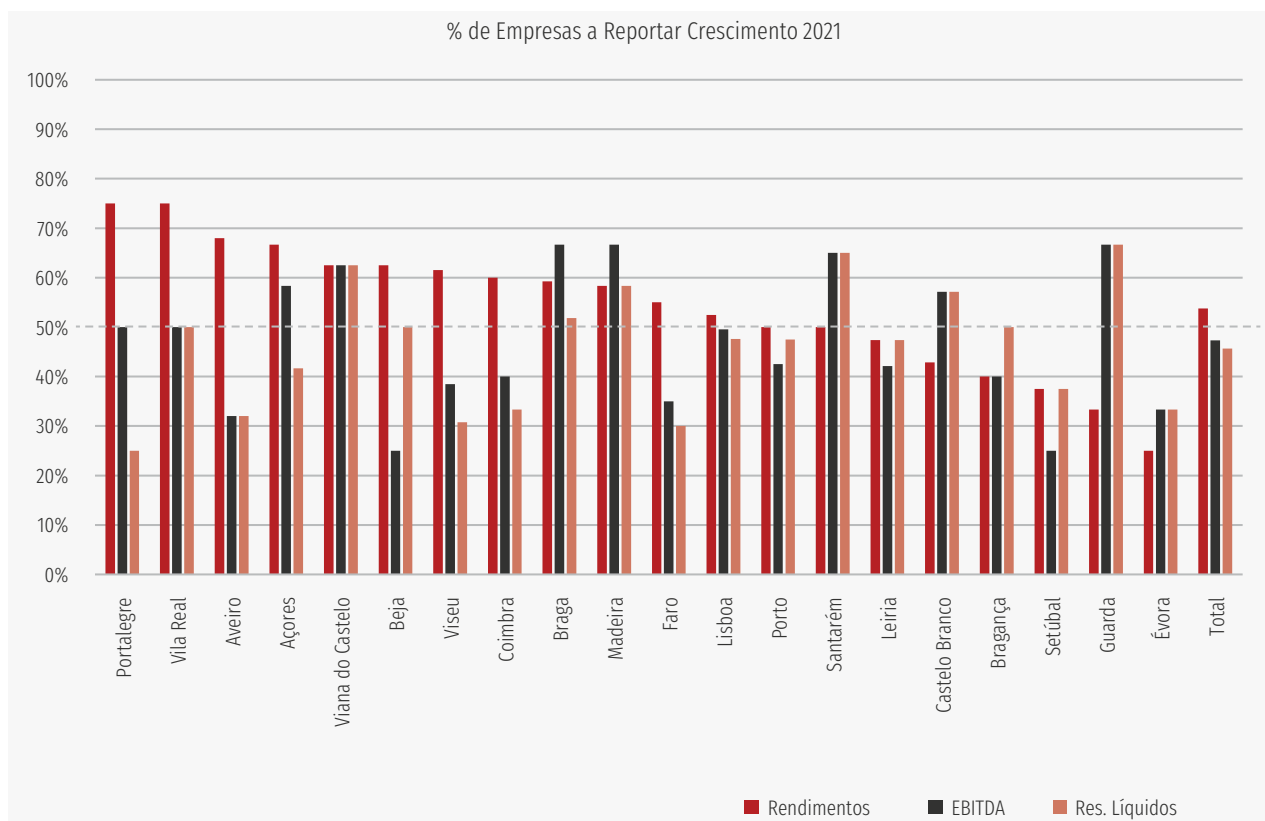
Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

54 % das empresas de comunicação social reportaram crescimento de rendimentos em 2021, mas é também nas empresas monomedia onde menos afirmaram ter tido crescimento, designadamente operadores de rádio e publicações periódicas. Entre estas últimas, menos de metade reportou crescimento. Os resultados sugerem que existem grandes diferenças de desempenho entre entidades ao nível do crescimento.

Menos positivo é o resultado apurado para o número de empresas que apresentou crescimento dos resultados operacionais ou EBITDA e líquidos, onde apenas 47 % e 46 % das empresas obtiveram crescimento, respetivamente.

Por distritos e regiões autónomas cabe destacar que em Évora apenas 25 % das empresas de comunicação social apresentaram crescimento dos rendimentos. Apesar do panorama do país ser heterogéneo, ainda existem distritos nos quais as empresas que conseguiram apresentar crescimento para este agregado não chegou a metade – seis em 20, uma situação especialmente preocupante se se pensar que em 2021 já se estava a sair da situação pandémica (Figura 16).

FIG. 16: ALGUMAS REGIÕES SEM CRESCIMENTO NA SAÍDA DA PANDEMIA



Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

Quanto à dimensão, o setor da comunicação social continua a caracterizar-se pela existência de um grande número de pequenas empresas e pela concentração de rendimentos, ativos e resultados nas grandes (Figura 17).

Basta referir que, dos 919 milhões de euros de rendimentos do setor, 809 milhões pertenceram a apenas 14 empresas, que correspondem ao segmento de entidades com mais de dez milhões de euros em rendimentos por ano. Os prejuízos, também eles, foram concentrados, mas desta feita nas menores empresas, pertencentes ao segmento das que auferem rendimentos anuais inferiores a 100 mil euros.

A média das margens para os vários segmentos de dimensão das empresas aproximou-se bastante face a anos anteriores. Excluindo as empresas com menos de 100 mil euros de rendimentos, a média das margens EBITDA variou apenas entre 7 % e 8 %.

FIG. 17: CONCENTRAÇÃO DE ATIVOS, RENDIMENTOS E RESULTADOS

Em eur	Nº empresas	Total				Médios			
		Rendimentos	Ativo	EBITDA /R. oper.	R. líquidos	Rendimentos	Ativo	EBITDA R. oper.	R. líquidos
< 100 mil euros	223	9 701 599	20 355 962	-245 530	-1 014 287	43 505	91 282	-1 101	-4 548
>= 100 e < 500 mil euros	96	21 012 076	39 520 425	1 502 917	334 404	218 876	411 671	15 655	3 483
>= 500 mil e < 1 milhão euros	16	10 438 244	11 414 843	685 885	229 143	652 390	713 428	42 868	14 321
>= 1 milhão e < 10 milhões	21	68 105 956	77 394 581	9 082 620	4 687 740	3 243 141	3 685 456	432 506	223 226
>= 10 milhões	14	809 852 569	970 993 282	48 082 811	19 903 823	57 846 612	69 356 663	3 434 486	1 421 702
Total	370	919 110 444	1 119 679 095	59 108 704	24 140 823	2 484 082	3 026 160	159 753	65 245

Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2022, cálculos ERC.

Também são as empresas de menor dimensão que apresentaram uma maior proporção de entidades com capitais próprios e resultados negativos.

A solidez financeira, medida pelo rácio de capitais próprios para o ativo, foi maior nas empresas de média dimensão, com rendimentos entre 500 mil euros e um milhão de euros. No entanto, nenhum segmento atingiu a fasquia dos 50 %, como ocorreu em anos anteriores. Estes dados sugerem que o setor continua a descapitalizar-se.

De novo, pode concluir-se que, entre as empresas de *media*, as menores empresas mantêm-se as mais afetadas pelas alterações estruturais com que o setor se depara.

4. PRINCIPAIS EVENTOS EM 2021

Janeiro

- RTP anuncia que espaços de informação nas suas plataformas digitais deixam de ter publicidade vídeo (*site* e *app*) e chamadas de valor acrescentado (IVR) são restritas nos programas da televisão pública, com o objetivo de melhorar a experiência dos utilizadores. As IVRs deverão ser utilizadas apenas em campanhas de solidariedade social e humanitária a que o canal se associe ou em programas em que a participação do público seja fundamental (exemplo: “Festival da Canção”, “The Voice”, “7 Maravilhas de Portugal”). As iniciativas associadas a concursos/passatempos com atribuição de prémios deixam de fazer parte dos programas de entretenimento da RTP;
- Impresa acorda vender 33,3 % da VASP e 22,3 % da Lusa¹⁵ à Páginas Civilizadas, do Grupo BEL e proprietário da Global Notícias Media Group, por 3,35 milhões de euros;
- Google anuncia a criação de um fundo global de financiamento de projetos de três milhões de dólares, destinados ao combate à desinformação acerca das vacinas COVID-19;
- Google estabelece acordo com a *Alliance de la Presse d'Information Générale* para o início do pagamento de conteúdos a publishers franceses, através do estabelecimento de contratos de licenciamento individuais. Este acordo vem na sequência da decisão das autoridades, em 2020, e o pagamento envolve um montante de cerca de 62,6 milhões de euros durante três anos a 121 publicações e 8,2 milhões para encerrar os litígios relacionados com direitos de autor;
- MásMovil, acionista da Nowo, adquire por 54,351 milhões de euros três blocos de frequências de 1800 Mhz no leilão 5G e planeia construir uma rede móvel 4G no Algarve, Lisboa e Porto. No restante território do país irá alugar a infraestrutura móvel aos operadores MEO, Nos e Vodafone;
- A Federação Portuguesa de Futebol (FPF) e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional (LPFP) assinam um memorando de entendimento para concretizarem a centralização dos direitos televisivos até 2027/28. Este acordo, aprovado pelas direções dos dois organismos, visa criar uma sociedade tendo «como único propósito» a «gestão do processo de negociação centralizada dos direitos de transmissão televisiva das competições profissionais»;
- De acordo com o decreto que regula o Estado de Emergência decretado em janeiro, as empresas de comunicações podem limitar ou inibir os serviços audiovisuais de videoclube, plataformas de vídeo e jogos *online* para preservar a integridade e segurança das redes de comunicações eletrónicas e prevenir o congestionamento, devendo dar prioridade a certas categorias de tráfego (determinadas por despacho governamental). Podem ainda avançar com outras medidas de gestão de rede e tráfego, designadamente bloqueio, abrandamento, alteração, restrição ou degradação de conteúdos, relativamente a aplicações, serviços ou categorias específicas;
- RTP passa a disponibilizar a RTP África no concelho do Porto após atribuição da frequência livre de 91,5 Mhz à empresa pelo Governo. A RTP África é transmitida em Lisboa, Coimbra e Faro.

¹⁵ Deliberação ERC/2021/2 (OUT) e Parecer 3/2/2021.

Fevereiro

- Ofcom, regulador dos *media* do Reino Unido, revoga a licença de transmissão da China Global Television Network (CGTN). No âmbito de uma transferência de propriedade da licença do canal, a autoridade concluiu que a nova empresa proprietária não dispõe de liberdade e independência editorial face ao partido comunista chinês, pois seria controlada indiretamente por um organismo desse partido. De acordo com a lei do Reino Unido, entidades com fins eminentemente políticos são proibidas de deter licenças de transmissão de canais de televisão;
- Ministério da Cultura determina que a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora é obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa, uma subida dos anteriores 25 %;
- O Conselho de Ministros aprova o decreto-lei que visa impedir que os clubes das competições profissionais de futebol comercializem individualmente os direitos dos seus jogos relativos às épocas 2028/29 e seguintes, cabendo à PFP e à LPFP a apresentação do modelo do negócio até ao final da época desportiva de 2025/26. O modelo de centralização dos direitos televisivos terá de ser aprovado pela Autoridade da Concorrência;
- União Europeia anuncia que está a analisar alterações a algumas regulamentações no sentido de obrigar as gigantes tecnológicas a chegar a acordos de licenciamento para a utilização de conteúdos com as empresas de comunicação social;
- Google alarga News Showcase a vários países como Austrália, Argentina e Reino Unido. A funcionalidade de remuneração dos *publishers* pelos conteúdos utilizados pela Google e pelo serviço de curadoria por eles prestado iniciou-se em 2020 na Alemanha e Brasil. A ação coincide com um momento de revisão legislativa do digital em alguns países;
- Também o Facebook acordou pagar 1000 milhões de dólares por conteúdos noticiosos a *media* australianos. Estes vêm somar aos 600 milhões de dólares investidos desde 2018 em *media* nos EUA e Reino Unido com perspetiva de alargamento a outros países;
- Entrada em vigor da taxa de 1 % anual sobre as receitas relevantes de operadores de serviços audiovisuais a pedido com subscrição onde se incluem as plataformas de *streaming*. A receita reverte a favor do Instituto do Cinema e Audiovisual;
- Cofina compra 16,7 % da VASP à Impresa por 1,05 milhões de euros, valor e número de ações exatamente iguais aos adquiridos pela *Global Media*.

Março

- Auditor independente fixa o preço da OPA da Cofina sobre o Grupo *Media Capital* em 72,5 cêntimos, superior ao preço oferecido. Consequentemente, o valor fixado para a OPA concorrente sobre a empresa, a da *Pluris*, deverá ser 2 % superior ao oferecido pela Cofina, atingindo, portanto, 73,95 cêntimos;
- Lusa recebe oito milhões de euros do Estado a título de indemnização compensatória até que o novo contrato de prestação de serviço noticioso entre em vigor. De acordo com a Resolução de Conselho de Ministros que aprovou a verba, a entrada em vigor do novo contrato deve acontecer ainda em 2021;
- Presidente da República promulga o decreto-lei que determina a comercialização centralizada dos direitos de televisão dos jogos da I e II ligas de futebol a partir da época 2028/2029. Ficam salvaguardados os efeitos dos contratos atualmente em vigor;
- A Fundação Gulbenkian e o Instituto Universitário Europeu de Florença criam o Fundo Europeu para os *Media* e Informação para combater a desinformação global. O objetivo é apoiar projetos de literacia digital e verificação de factos em todos os países da Europa;
- Google assina acordos com 13 grupos editoriais e 76 publicações nacionais e locais italianas para acesso à Plataforma Google News Showcase e aí fornecerem conteúdos remunerados pela Google, que esta oferece gratuitamente aos utilizadores.

Abril

- Global Media avança com um Plano de Apoio à Retoma, transversal a todo o grupo e que envolve cortes salariais e redução do horário de trabalho;
- Renascença Multimédia recorre ao regime de Apoio à Retoma Progressiva. O remanescente dos salários que não forem assegurados pela segurança social, serão pela Renascença. O grupo recorreu também à redução de horários de trabalho;
- Visapress comunica que o número de entidades por si licenciadas aumentou de 29 para 102 desde que o tribunal condenou empresas de *clipping* por violação de direitos de autor. Apesar do aumento, a Visapress salienta que este número é ainda muito inferior ao número real de entidades que distribuem notícias sem remunerar os direitos de autor;
- Visapress requer ao tribunal da Propriedade Intelectual uma providência cautelar para que o Telegram seja obrigado a encerrar os grupos de utilizadores onde são distribuídas gratuitamente edições de publicações pirateadas. A Telegram tem sede nos Emirados Árabes Unidos e a petição da providência cautelar foi traduzida para árabe, o que ocorreu já em 2021;
- Mais de 125 jornais regionais americanos de 11 estados processam Google e Facebook por práticas anticoncorrenciais.

Maio

- Autoridade da concorrência de Itália multa Google em cerca de 100 milhões de euros após esta ter recusado incluir no Google Play uma aplicação denominada Juicepass, que permite encontrar pontos de carregamento de veículos elétricos. A Juicepass, da empresa de energia Enel, oferece uma vasta gama de serviços destinada ao carregamento de veículos elétricos que procuram pontos de carga ou gestão de cobranças. A aplicação concorre diretamente com o Google Maps, que apenas permite a identificação de pontos de carregamento de veículos. A sua exclusão prejudica os consumidores e é uma prática anti competitiva;
- Media Capital assina um memorando de entendimento com a Turner Broadcasting System Europe para vir a lançar a CNN Portugal. O canal será programado e operado pela *Media Capital* sob licença da CNN, que fornecerá formação, consultoria e acesso a conteúdos de todo o portefólio CNN. O novo canal vem substituir a TVI 24.

Junho

- Autoridade da Concorrência francesa multa Google em 220 milhões de euros por abuso de posição dominante no mercado *online* de publicidade, designadamente nos servidores de anúncios para editores de *sites* e aplicações móveis, que lhe permitem dar tratamento preferencial às suas tecnologias - Google ad Manager. O servidor de anúncios da Google, através do qual os editores oferecem os seus espaços publicitários para venda, denominado de DPF, e a plataforma da Google que organiza os leilões de espaços de publicidade, a AdX, são acusados de se beneficiarem mutuamente através da partilha de informação sobre preços que permitiu o fecho de negócios através da Google em detrimento dos seus concorrentes;
- A mesma autoridade multa empresa em 500 milhões de euros e acusa a Google de agir de má-fé com os órgãos de comunicação social franceses e não remunerar adequadamente a utilização dos seus conteúdos. A Google contestou a multa;
- SIC coloca 30 milhões de euros de obrigações a quatro anos com uma taxa de cupão de 3,95 %, o que contribui para alongar a maturidade da dívida do grupo;
- União Europeia anuncia uma investigação à Alphabet (Google) acerca da possibilidade de a empresa estar a favorecer as suas tecnologias de publicidade *online* em detrimento de tecnologias rivais. A investigação também visa apurar se a Google bloqueia o acesso de concorrentes aos dados dos utilizadores e avaliar o impacto na privacidade e acesso a dados da descontinuação de algumas cookies pelos anunciantes;

- Associação Nacional de Vendedores de Imprensa dá entrada no Tribunal de Comarca de Lisboa, de uma providência cautelar contra a VASP, empresa de distribuição de publicações, requerendo a suspensão das taxas de distribuição diárias que a empresa planeia cobrar a partir de julho. A taxa ascende a 1,5 euros diários entre segunda e sábado e um euro ao domingo, mais IVA. De acordo com a Associação, levaria ao encerramento de vários pontos de venda, especialmente no interior do país, excluindo a população do acesso à informação. A Associação alega também que esta taxa é uma duplicação de rendimentos, uma vez que a VASP já cobra uma percentagem do preço de capa pela prestação do serviço de distribuição.

Julho

- Cofina conclui a aquisição à Impresa de 16,67 % da VASP, por 1,05 milhões de euros, passando a controlar 50 % da empresa. Os restantes 50 % pertencem à Global Notícias *Media Group*;
- Entra em vigor a “Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital”. Entre 21 princípios estabelecidos, esta legislação contempla a introdução de uma tarifa social de acesso à internet, a análise pela ERC de conteúdos denunciados como falsos e o patrocínio, pelo Estado, da criação de uma ferramenta de *fact-checking* de artigos e notícias falsos. O diploma foi amplamente criticado por várias entidades;
- Visapress comunica que imprensa portuguesa perdeu 22 milhões de euros no primeiro semestre de 2021 por causa da pirataria, designadamente da partilha ilegal de conteúdos nas redes sociais ou plataformas de conversação como o Telegram e o WhatsApp. Estas partilhas prejudicam as vendas em banca e as subscrições digitais, mas também fomentam as notícias falsas e reduzem a coleta de impostos por parte do Estado;
- Vasp suspende taxa de distribuição diária após a providência cautelar interposta pela Associação Nacional de Vendedores de Imprensa ter sido aceite;
- Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) regista a OPA obrigatória da empresa Pluris, de Mário Ferreira, sobre a Media Capital. O regulador autoriza ainda que a Cofina retire a sua oferta;
- Rússia multa Google em 35 mil euros por se recusar a armazenar dados de utilizadores russos em servidores na Rússia. Em 2012, e com o objetivo de aumentar o controlo por parte do governo na utilização da internet, foi introduzida uma lei no país que permite às autoridades locais colocar utilizadores numa lista negra, bloquear conteúdos *online* e que obriga as empresas de tecnologia a armazenar dados pessoais de utilizadores russos em servidores na Rússia. Até à data, e apesar da pressão das autoridades do país sobre as empresas tecnológicas, apenas o LinkedIn foi banido pelo mesmo motivo. No entanto, a proximidade das eleições veio dar novos incentivos às autoridades para prosseguirem com este assunto.

Agosto

- Na sequência da conclusão da Oferta Pública de Aquisição Obrigatória da Pluris sobre a *Media Capital*, o adquirente compra mais 5,16 % da visada e passa a deter 35,38 % do seu capital;
- Netflix sobe preços de subscrição em Portugal, ação que a empresa justifica com a melhoria do catálogo de conteúdos disponibilizados e qualidade das transmissões;
- Polígrafo integra o “*Accelerator Challenge*” do Facebook, um dos 14 beneficiários de financiamento e partilha de conhecimento inerentes ao projeto;
- Concretizada a transposição para a Lei do Cinema da diretiva europeia 2018/1808 que regula a oferta de serviços audiovisuais e que entra em vigor em 1/1/2022. Os serviços de *streaming* e as plataformas de partilha de vídeo deverão pagar uma taxa de exibição, tal como os STVS e os cinemas já pagam, de 4 % sobre qualquer forma de comunicação audiovisual ou comercial audiovisual. Os operadores de VOD deverão pagar uma taxa anual de 1 % sobre os proveitos relevantes no país (desde que superiores a 200 mil euros) e afetar uma parte de recursos a obras europeias e em língua portuguesa.

Setembro

- A empresa alemã de *Video-on-Demand* gratuito Rlaxx TV anunciou a sua expansão para Espanha, França e Portugal. Com esta expansão a plataforma passa a estar disponível em mais de 85 % das Smart TV dos sete países europeus onde opera;
- Media Capital comunica ter recebido uma manifestação de interesse pela compra do seu braço radiofónico pela empresa europeia Bauer, sediada na Alemanha.

Outubro

- Direção da Liga aprova a constituição da empresa que irá gerir centralizadamente os direitos de transmissão audiovisual das competições profissionais de futebol;
- Rede Globo lança oferta de *streaming* em Portugal com a Globoplay;
- Facebook acorda remunerar os *publishers* franceses pelos direitos de autor, sempre que a plataforma utilize os seus conteúdos;
- Google volta a oferecer serviços em Espanha após uma ausência de sete anos. A decisão vem na sequência da transposição da Diretiva Europeia sobre direitos de autor para a legislação espanhola e que vem obrigar a remuneração dos *publishers* pelas plataformas digitais sempre que estas utilizem os seus conteúdos.

Novembro

- Google inicia negociações com 28 *publishers* portugueses, de âmbito local e nacional, tendo em vista a remuneração de conteúdos utilizados no programa Google News Showcase;
- Promulgação da Lei n.º 82/2021, de 30 de novembro, sobre fiscalização, controlo, remoção e impedimento do acesso em ambiente digital a conteúdos protegidos pelo direito de autor e direitos conexos, tendo em vista diminuir a pirataria de conteúdos.

Dezembro

- Na sequência da transposição da diretiva europeia sobre serviços audiovisuais a pedido, é aprovado um decreto regulamentar que obriga plataformas de VoD sob jurisdição do Estado português a pagar taxa à ERC;
- Impresa conclui a venda de 22,3 % da Lusa à Páginas Civilizadas, do Grupo BEL e proprietário da Global Notícias Media Group, por 1,25 milhões de euros;
- Criação do Aveiro *Media Competence Centre*, o primeiro centro europeu para apoiar a transição digital dos *media*, resultante de uma parceria entre a universidade, a Associação Portuguesa de Imprensa e o parque de ciência e inovação da região de Aveiro. A plataforma pretende ajudar projetos de transição digital e sua sustentabilidade;
- O montante total de apoios do estado à comunicação social, em 2021, excluindo o incentivo à leitura, ascendeu a 979 585,25 euros, abaixo dos 1 015 474,4 euros de 2020. As regiões do Norte, Centro e Algarve viram as suas verbas reforçadas, enquanto o Alentejo e Lisboa e Vale do Tejo perderam apoios;
- Visapress estima em 42 milhões de euros as perdas que a imprensa teve em 2021 com partilha ilegal de conteúdos. Espera-se que a Lei 82/2021 sobre fiscalização, controlo, remoção e impedimento de acesso em ambiente digital a conteúdos protegidos, que entra em vigor no final de 2021, venha atenuar a situação;
- Até ao final do ano não foram renovados os contratos de exploração de prestação de serviço público da Lusa e RTP, que se encontram expirados.

IMPACTO COVID 19 NA COMUNICAÇÃO SOCIAL: Inquéritos, Conclusões e Recomendações

a) Em Portugal¹⁶

Aquando da publicação do relatório “Avaliação do impacto da Pandemia de Covid-19 sobre o Setor da Comunicação Social em Portugal”, em junho de 2020, a ERC assumiu que os elementos apurados seriam indicativos e teriam ainda de ser objeto de uma análise consolidada. Pouco mais de um ano depois, o regulador da comunicação social procurou documentar a evolução do setor para 2020 e o primeiro trimestre de 2021 e voltou a consultar os seus regulados através da aplicação de novo inquérito, e a articular os resultados com outras fontes de informação.

Em primeiro lugar, o cruzamento destas fontes confirmou o conjunto de impactos antecipados, essencialmente negativos, da pandemia de COVID-19 sobre o setor da comunicação social. As audiências históricas, embora episódicas, da televisão e da internet, conviveram com o acentuar do declínio da imprensa em papel. Com as populações confinadas, alteraram-se as estruturas da programação, com reforço da informação e do entretenimento, e a agenda mediática televisiva, convertida em bolha monotemática. Relatórios internacionais assinalaram os riscos para o pluralismo do mercado, mas também a aceleração de estratégias para o digital.

Já os resultados do inquérito revelaram que, apesar de a pandemia de COVID-19 ter afetado todos os órgãos de comunicação social portugueses, o seu impacto tem sido desigual, lesando principalmente a imprensa nacional e regional e local, bem como as rádios locais. Os operadores privados de TV, fornecedores de *video-on-demand*, plataformas de partilha de vídeo, distribuidores de serviços de televisão por subscrição e operadores privados de rádio de âmbito nacional mantiveram-se mais protegidos.

Por outro lado, os inquiridos apontaram a ausência de políticas públicas dirigidas às áreas mais frágeis do setor e mais adequadas à realidade dos órgãos de comunicação social regional e local. Por esta razão, pediram mais apoios através de benefícios fiscais e incentivos ao investimento e capitalização das empresas, como a criação de fundos direcionados e linhas de crédito bonificadas.

Perto de 33 % das entidades afirmou não ter recorrido a qualquer medida de apoio em vigor em Portugal, sendo as mais utilizadas as de proteção ao emprego e os subsídios diretos. Quase um terço beneficiou de apoios em publicidade de plataformas privadas multinacionais como a Google ou a Netflix.

A obrigação regulatória mais difícil de cumprir como consequência dos efeitos da situação pandémica foi o pagamento de taxas, seguindo-se a qualidade de conteúdos e os prazos.

Um total de 14 % dos respondentes mencionou ter encerrado órgãos de comunicação social, sobretudo canais televisivos e publicações impressas, ainda que a maior parte com a expectativa de retomar essa atividade.

Para cerca de 70 % dos respondentes a pandemia não originou a oferta de novos serviços no mercado. A aposta foi direcionada para a otimização da estrutura de custos e reforço do teletrabalho ou reorganização de equipas. Porém, foram também relevantes as respostas apontando aumento do foco em conteúdos *online* ou o reforço da capacidade de distribuição digital em vários canais. Inquestionavelmente, a pandemia veio acelerar modelos de negócio centrados em subscrições e no digital.

¹⁶ “Implicações da Crise de COVID 19 nas Condições Económicas do Setor de Media em Portugal - 2020/ 1.º Trimestre 2021” - setembro de 2021 – Ana Teresa Esteves e Carla Martins.

Em termos de *performance* económico-financeira:

- 58 % dos inquiridos registaram contração do volume e negócios em 2020. No 1.º trimestre de 2021 já um terço dos inquiridos reportava expansão do volume de negócios, apesar de 52 % continuarem a indicar contração;
- mais de 60 % dos órgãos de comunicação social apresentaram contração das receitas de publicidade em 2020. No 1.º trimestre de 2021, 52 % continuaram a indicar contração;
- 42 % reportaram contração em termos de pagamentos diretos (subscrições, pagamentos de utilizadores, donativos). Já no primeiro trimestre de 2021 verificou-se uma tendência negativa quanto à obtenção deste tipo de receitas;
- 53 % dos inquiridos apresentaram contração dos resultados operacionais. A situação deteriorou-se no primeiro trimestre de 2021, com três quintos dos órgãos de comunicação social a reportarem quebras.

b) Na União Europeia¹⁷

Na sequência da nota sobre as iniciativas para fazer face à situação pandémica adotada pelo *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA), “A importância sistémica dos *media* em tempos de crise”, foi criado, em abril de 2020, o Grupo de Ação 2 sobre os efeitos económicos da crise COVID-19 (AG2) tendo em conta os desenvolvimentos inéditos dos últimos dois anos, a importância vital dos meios de comunicação como fornecedores de informação confiável aos cidadãos e como contribuidores para a sobrevivência da democracia.

Deve-se destacar que estas circunstâncias agravaram ainda mais as condições de muitas emissoras de televisão, editoras e estações de rádio já com restrições financeiras relevantes a operar num mercado em rápida mudança. Apesar da necessidade do público de obter informações confiáveis neste momento crítico, os órgãos de comunicação social foram afetados negativamente pela pandemia através da diminuição das receitas publicitárias. Além disso, a venda de publicações físicas foi afetada pelas restrições de circulação e outras medidas sanitárias implementadas para conter a propagação do vírus.

Assim, a criação do AG2 possibilitou a constituição de um fórum de intercâmbio de dados e experiências sobre os efeitos da crise pandémica nas condições económicas do setor de comunicação social nos Estados-Membros.

De acordo com a referida nota do ERGA, «tendo em conta os diferentes âmbitos e competências que as ARN [Autoridades Reguladoras Nacionais] possam ter a este respeito, tal intercâmbio pode ser útil e frutífero para reunir informação acerca das medidas económicas e regulatórias já implementadas nos Estados-Membros, as ações e os instrumentos previstos para apoiar o setor de média nacional.» A troca também leva em conta o impacto de tais medidas sobre o cumprimento das obrigações regulatórias dos *media* e prevê a possibilidade de elaborar «recomendações que podem inspirar a Comissão Europeia e/ou os Estados-Membros levar em conta o setor de *media*».

Após a criação do AG2, foi lançado um inquérito para ajudar a recolher informações sobre medidas e ações de apoio aos meios de comunicação social. Esta iniciativa permitiu obter informação fundamental sobre o impacto da crise pandémica, que foi compilada e reunida num relatório submetido à Comissão Europeia (Relatório).

Uma análise global dos resultados mostrou que o setor de *media* como um todo foi severamente atingido com perdas económicas graves na maioria dos países. Aqueles que dependem principalmente de receitas publicitárias – em particular emissoras comerciais de TV e rádio – foram os mais afetados com um agravamento da sua situação ao longo do tempo. Os impactos causados pela pandemia foram percebidos como duradouros e o contexto veio acelerar e ampliar tendências negativas anteriores.

De acordo com o Relatório, as atualizações enviadas no outono mostraram que, «embora o nível receitas de publicidade em alguns Estados-Membros tenham voltado ao normal durante o Verão (...), não permitiram compensar as

¹⁷ “ERGA Report Action Group 2 - Economic impact of the COVID-19 crisis on the media and audiovisual sectors 2021” – Drafters Carla Martins & Ana Teresa Esteves (ERC), 2021.

perdas na Primavera. Os membros do ERGA relataram vários sinais, como problemas de liquidez, programas de ajuda excepcionais, regime de auxílios estatais, cortes salariais substanciais e planos de reestruturação».

Em 2021 foi decidido continuar o trabalho do AG2. À luz dos resultados preliminares, três questões, que nortearam a discussão entre os membros do AG2, permaneceram totalmente atuais e mereceram maior desenvolvimento:

1. Um possível impacto diferente entre *players*, dependendo do tamanho do mercado geográfico onde atuam;
2. A avaliação pelas partes interessadas da suficiência das medidas adotadas para ajudar na recuperação da crise;
3. A avaliação do risco de saída de *players* do mercado como consequência desta crise e o impacto potencial no pluralismo que poderia surgir no caso de tal ameaça se materializar.

Para tal, foram reaplicados os instrumentos de recolha de informação a nível nacional nos vários membros – um novo questionário que permite uma perspetiva abrangente do ano de 2020 e do primeiro trimestre de 2021 –, cuja distribuição foi centralizada pelas Autoridades Reguladoras Nacionais (ARN).

A partilha de experiências e informações entre os membros do AG2, no que diz respeito à sua jurisdição territorial permitiu, mais uma vez, a emissão de recomendações práticas preliminares a serem dirigidas à Comissão Europeia e aos Estados-Membros.

O inquérito de 2021 manteve a estrutura do realizado em 2020 e baseou-se em três eixos:

1. Medidas de apoio existentes ou previstas para o setor de *media*;
2. Implicações na organização e cumprimento de obrigações legais;
3. Impacto económico e financeiro nas empresas de *media*.

O inquérito foi distribuído a todas as ARN do ERGA e as respostas foram recebidas entre 9 de junho e 3 de agosto de 2021. 16 países responderam ao questionário – 15 membros votantes no ERGA e um observador, a Turquia.

Considerando os resultados do questionário aplicado em 2021, e tendo em conta a diversidade de abordagens e atuações entre os Estados Membros perante a situação crítica causada pela pandemia, as medidas gerais mais comuns para apoiar a economia foram a proteção do emprego, os subsídios diretos e a suspensão ou adiamento de prazos.

Em termos de medidas especificamente criadas para os setores de *media* e audiovisual, as principais foram também a suspensão ou adiamento de prazos, a proteção do emprego e a criação de fundos.

Por outro lado, as medidas mais frequentes adotadas pelas ARN incluídas no inquérito foram a suspensão ou adiamento de prazos, a flexibilização de obrigações regulatórias e o acompanhamento do conteúdo e da situação financeira dos meios de comunicação.

As próprias partes interessadas identificaram uma série de medidas consideradas úteis, como o reforço da publicidade do Estado; atenção especial do Estado em relação aos *media* locais e regionais; proteção do emprego; redução temporária de custos de emprego; apoio à capitalização de empresas; reforço de financiamento de projetos e incentivos fiscais; manutenção de projetos suspensos em caso de COVID-19; subsídios diretos à produção e distribuição de conteúdo; incentivos fiscais para consumidores; redução temporária dos custos do espectro; suspensão ou adiamento de obrigações regulatórias; reconhecimento oficial do setor de radiodifusão como uma infraestrutura crítica; redução de direitos autorais de terceiros e taxas de propriedade intelectual.

No que respeita ao apoio vindo de empresas e plataformas privadas (Netflix, Amazon, entre outras), incluindo a nível multinacional, apenas oito países responderam que havia medidas de apoio específico para o setor de *media*, especialmente a criação de fundos.

Mais de 80 % das partes inquiridas foram afetadas na capacidade de cumprimento das obrigações regulamentares, nomeadamente as quotas de produção e transmissão audiovisual, seguidas de perto pelo cumprimento de prazos e pagamento das taxas.

Uma prática generalizada dos *players* na maioria dos Estados-Membros foi a adaptação de suas operações em muitas formas, sendo os alvos mais referidos “Notícias – informações especiais”, seguidas de “programação *Live*” e “Agendamento de programas”.

Em 2020, a maioria dos segmentos de *media* e audiovisual apresentou contração, em termos de receitas de publicidade e volume de negócios. Os poucos segmentos que apresentaram expansão referiram-se a fornecedores de VoD e plataformas de partilha de vídeo (VSP), juntamente com operadores de TV de serviço público regional e local, estes últimos, que podem ter beneficiado de apoio público no momento de crise.

Apesar das escassas informações recebidas, pode inferir-se que o enquadramento do setor audiovisual melhorou no 1.º trimestre de 2021, embora os fornecedores de VOD e VSP tenham sido os mais beneficiados, seguidos de perto pelos distribuidores de STVS. Os operadores privados regionais e locais continuaram a enfrentar uma situação desafiadora.

No que respeita aos riscos para o pluralismo mediático, 73 % dos inquiridos referiram que a situação de pandemia não levou à saída de *players* dos mercados regulamentados e 78 % responderam que a pandemia não resultou na entrada de novos prestadores de serviço ou novos serviços.

Com base na informação que o ERGA recolheu através do inquérito, é possível concluir que os *players* do setor de *media* e audiovisuais mostraram ser resilientes, pelo que a crise pandémica não trouxe uma saída significativa de empresas do mercado, o que poderia ter ocorrido no pior cenário.

As diversas medidas de apoio certamente contribuíram para este resultado, mas também práticas de negócios implementadas pelas empresas, como reorganização, reestruturação e redução de custos.

A dinâmica do mercado parece ainda estagnada tanto a nível de entrada de novos *players* como na oferta de novos serviços. Apesar de se ter observado a boa prática de reforço das capacidades digitais em todos os países respondentes, ainda não está claro se os segmentos de *media* mais afetados, ou seja, aqueles cujos modelos de negócios são mais tradicionais e regionais, poderão ser capazes de se adaptar às mudanças estruturais do setor aceleradas pelo efeito da pandemia de COVID-19.

Não se pode ignorar a aceleração de certas tendências identificadas anteriormente com o contexto pandémico. Estas tendências desafiam, a médio e longo prazo, a sustentabilidade dos operadores de *media* tradicionais, implicando um risco substancial de saída do mercado e a conseqüente redução do pluralismo dos meios de comunicação social. Essas realidades também agravaram a precariedade e vulnerabilidade dos profissionais que atuam nestes setores.

Embora o setor de *media* pareça ter lidado bem com a crise até o momento, a situação de pandemia ainda não está definitivamente superada, por isso é imprevisível se medidas de apoio extra não continuarão a ser necessárias.

Apesar de tudo isso, 71 % entre 14 países responderam que o Plano Europeu de Recuperação e Resiliência definido no respetivo Estado-Membro não contempla os setores audiovisual e de *media*.

É amplamente sabido que a transição digital do setor de *media* é um processo desafiador, especialmente para modelos de negócios mais tradicionais e regionais. Como dito acima, a pandemia acelerou as tendências de queda já existentes. O papel dos *media* para a democracia é fundamental, incitando os formuladores de políticas públicas a agir. Portanto, concordamos que, de acordo com as palavras do EAO (*Yearbook 2020/2021 Key Trends*, p. 7), «o desenho das medidas pós - COVID-19 para o setor audiovisual será uma oportunidade única para esclarecer a visão política ou pelo menos equilibrar cuidadosamente os objetivos, às vezes divergentes, que ela pretende abraçar».

Portanto, a primeira recomendação da ERGA foi incentivar o reconhecimento oficial do setor de *media* como infraestrutura crítica e estratégica em caso de crise pandémica. Isso tornaria mais provável a inclusão desses setores nos planos de recuperação e resiliência nacionais, com ênfase no incentivo a investimentos que apoiem a digitalização.

Em segundo lugar, a criação de um fundo de reserva especificamente dedicado ao setor, a utilizar em situações extraordinárias como o COVID-19, seria aconselhável. A proteção seria aplicável às empresas e aos funcionários. Deve-se prever também um esquema de proteção mínimo universal para todos os profissionais de *media* afetados, independentemente de sua condição de contratados ou *freelance*.

Como terceira recomendação, os subsídios públicos, particularmente nestas circunstâncias críticas, devem ser atempados, rápidos, eficientes e baseados em critérios transparentes.

As ARN e outros órgãos nacionais competentes estão empenhados em fortalecer o setor ajudando os *media* a usar os fundos de apoio disponíveis e a divulgar ainda mais informação sobre o progresso da Comissão Europeia nesta frente.

O acompanhamento da situação de mercado dos prestadores de serviços de comunicação social em tempos de crise pelas ARN revelou-se uma prática muito útil. Propõe-se explorar, no futuro, a conveniência de definir metodologias observacionais, abordagens e mecanismos comuns para este propósito.



AQUISIÇÃO DA PARTICIPAÇÃO NA AGÊNCIA DE NOTÍCIAS LUSA PELA PÁGINAS CIVILIZADAS

Em 31 de dezembro de 2020, a Impresa - Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. (doravante, “Impresa”) e a Páginas Civilizadas, Lda. (doravante, “Páginas Civilizadas”), celebraram entre si dois contratos-promessa por via dos quais se comprometeram, respetivamente, a vender e a adquirir ações representativas de 33,33 % do capital social da VASP - Distribuidora de Publicações, S.A. (doravante “Vasp”) e de 22,35 % do capital social da Lusa - Agência de Notícias de Portugal, S.A. (doravante, “Lusa” ou “Agência Lusa”), ficando a concretização definitiva das referidas transações dependente da verificação de determinadas condições.

Na sequência de requerimentos apresentados pelos grupos parlamentares do PS e do PSD, a Comissão de Cultura e Comunicação aprovou, por unanimidade, na sua reunião ordinária de 19 de janeiro, a audição da ERC e da AdC sobre a operação em causa e a ERC elaborou, a este propósito, a deliberação ERC/2021/2 (OUT).

Esta deliberação concluiu que, da operação não derivam, por si só, quaisquer implicações determinantes para a alteração da presença do Estado Português na Lusa, com a sua exata configuração atual.

A operação referida acarretaria uma reconfiguração relativa da estrutura acionista da Lusa, traduzida na saída da Impresa e na emergência de um outro acionista que passaria a deter um peso significativo (mas não maioritário nem necessariamente determinante) na composição do capital da sociedade, nos termos supra expostos.

Numa perspetiva estritamente corporativa (e também factual), a operação traduzir-se-ia na saída do universo da Lusa de um seu acionista privado relevante e no concomitante acréscimo da posição relativa de outro acionista, igualmente privado e de algum modo já presente nessa mesma estrutura societária. Acréscimo esse que, sendo nominalmente significativo (de 23,36 % para 45,71 %), nem por isso conferiria a esse acionista, ao menos *prima facie*, quaisquer direitos ou poderes acrescidos na condução dos destinos da sociedade, uma vez que não deteria a maioria do capital da Agência Lusa nem dos direitos de voto.

O próprio Grupo Bel, proprietário da empresa adquirente Páginas Civilizadas, corroborou um tal entendimento, ao asseverar expressamente que «não foram adquiridos direitos ou celebrados contratos que confirmam uma influência determinante às empresas em causa [*i.e.*, às empresas Páginas Civilizadas e GNMG, e que integram o denominado Grupo Bel] na composição ou nas deliberações ou decisões dos órgãos da Lusa», a par de outros compromissos igualmente relevantes, assumidos em carta integrante deste processo.

A Agência Lusa já detinha um papel muitíssimo relevante enquanto definidor de informação e respetiva influência na formação da opinião pública (é o fornecedor dominante de conteúdos noticiosos em Portugal - na televisão, rádio e Internet).

Este posicionamento, considerado isoladamente, pode conferir, pelo menos teoricamente, incentivos para impor condições abusivas e discriminatórias na disponibilização da informação aos diversos órgãos de comunicação social, criar incentivos para o aumento dos preços para acesso aos serviços da Lusa e imposição de condições mais gravosas em termos de prazos de pagamento e ao nível das disposições contratuais. A Lusa estaria em posição de condicionar o acesso dos seus clientes a conteúdos, favorecendo aqueles que estivessem na esfera do grupo adquirente ou bloquear acesso a conteúdos fornecidos pela Lusa a órgãos de comunicação social concorrentes. Poderia ainda a Lusa, pelo menos teoricamente, optar por maiores investimentos, em prol dos seus próprios interesses empresariais, em áreas de informação em que os órgãos de comunicação social da GNMG estão mais presentes ou até mesmo a disponibilização de conteúdos antecipada a órgãos de comunicação social do grupo.

A possibilidade de aumento de preços, degradação dos níveis de serviço, ou deterioração de condições de distribuição dos serviços de programas da Lusa, decorrente de alterações não só políticas como na forma de gestão da empresa, seria suscetível de pôr em causa o pluralismo mediático.

Verificou-se, portanto, como maior risco inerente à transação em análise, a possibilidade de condicionamento da opinião pública e de limitação dos direitos dos cidadãos à informação, na medida em que uma só empresa poderia passar a deter, simultânea e cumulativamente, uma participação muito relevante, mesmo que não dominante, no maior fornecedor de notícias em Portugal e vários órgãos de comunicação social.

Os riscos elencados consideraram-se mitigados pela perspetiva de uma renegociação do Contrato de Concessão numa via da continuidade, pelas condições assumidas pelo acionista GNMG em carta enviada à ERC e pela impossibilidade de revisão estatutária decorrente da presente transação. Em particular, o artigo 4.º dos Estatutos e as Cláusulas 2.ª e 5.ª do contrato de prestação de serviço público expirado, determinando metas quantitativas para a distribuição noticiosa e proibindo a exclusividade de distribuição, assumiram particular relevância.

5. PERSPETIVAS FUTURAS

Se a pandemia de COVID-19 trouxe um acréscimo de confiança nos órgãos de comunicação social em geral e nas notícias em particular, o seu fim gera um *deficit* de atenção, nada oportuno em momentos em que a informação fidedigna e de confiança é tão importante. A tendência de migração da publicidade para o *online*, registada nos últimos anos, torna crítico o desenvolvimento, por partes dos *media*, de novas fontes de receitas.

De acordo com as previsões da Magna Global18 para 2022, os gastos com publicidade globais deverão continuar a crescer cerca de 12 %. Apesar de alguns fatores limitadores como o aparecimento de variantes de COVID, o crescimento económico global e a vacinação em larga escala irão fomentar a mobilidade dos consumidores, pelo que o *marketing* digital deverá continuar a crescer. Espera-se que este crescimento seja, por um lado, orgânico, e por outro, resultado da realização de eventos como os jogos olímpicos de inverno, o campeonato do mundo de futebol e as eleições *mid-term* nos EUA. A publicidade linear deverá abrandar o ritmo de crescimento para 4 % e a digital deverá crescer 17 %.

O *Branded Content* é claramente uma fonte de receitas em ascensão que, sem ignorar a sua atratividade, levanta questões de diversidade e isenção dos conteúdos. De acordo com uma notícia veiculada pelo Jornal Económico¹⁹ sobre o *media* Político, o órgão de comunicação social tentou vender espaço publicitário ao governo português para este promover as suas iniciativas no âmbito da presidência da União Europeia, e já teria feito o mesmo com outros países. Numa tentativa de quantificar a sua importância, e de acordo com uma notícia da revista Meios e Publicidade²⁰, o *Branded Content* representou cerca de 35 % das receitas do jornal Observador, 40 % das receitas do grupo Global Média e cresceu 25 % no jornal Público, durante 2021.

A disputa pela captação de publicidade continuará a assumir novas formas, retirando recursos aos formatos tradicionais. Para além da evolução para a elaboração de conteúdos pagos, mesmo em ambiente digital a realidade muda. A importância dos *influencers* nas estratégias de *marketing* das marcas poderá constituir mais uma alteração com que se deparam os órgãos de comunicação social. Alteração esta que não é propriamente nova, desde há muito que as marcas utilizam personalidades famosas para apadrinhar os seus produtos. No entanto, a mudança do canal de comunicação através do qual o fazem começa a impor-se como mais um concorrente à publicidade em meios de comunicação tradicional. Os *influencers* digitais não só estão localizados, maioritariamente, fora da esfera da presença digital dos órgãos de comunicação social, como constituem uma força numerosa que disputa publicidade e atenção. A sua presença torna-se ainda mais estimulada com o crescimento do comércio eletrónico. De acordo com um artigo do Economist²¹, a despesa com *influencers* a nível global já atinge 16 mil milhões de dólares.

Os *influencers* têm ainda a capacidade de alcançar audiências diferentes dos órgãos de comunicação social, tipicamente mais jovens que as espectadoras dos primeiros. De acordo com a EMarketer, 75 % dos profissionais de *marketing* americanos gastarão dinheiro com *influencers* em 2022, acima dos 65 % em 2020. A Research and Markets calcula que, em 2021, estes intermediários faturaram globalmente 10 mil milhões de dólares em receitas e podem faturar 85 mil milhões até 2028. O número de empresas que oferecem serviços relacionados com *influencers*, ou seja, intermediários, aumentaram cerca de 25 % no ano passado, para quase 19 000.

Este enquadramento requer o desenvolvimento de novas estratégias de negócio por parte dos *media* tradicionais.

De acordo com o relatório "*Digital News Project*"²², que se baseia num inquérito a 246 líderes da indústria noticiosa de 52 países, a captação de subscrições digitais deverá ser a principal fonte de receita a desenvolver em 2022 para 79 % dos respondentes, prioritariamente à publicidade nas suas várias formas. 47 % mostraram-se preocupados com

18 *Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-Covid Levels* - December 6, 2021.

19 <https://jornaleconomico.pt/noticias/jornal-politico-tentou-vender-conteudos-ao-governo-portugues-para-promover-presidencia-da-ue-769428>

20 "Por que cresce o *branded content*?" - M&P de 11 de março de 2022

21 "The serious business of being a social influencer" - Economist 22/4/2022

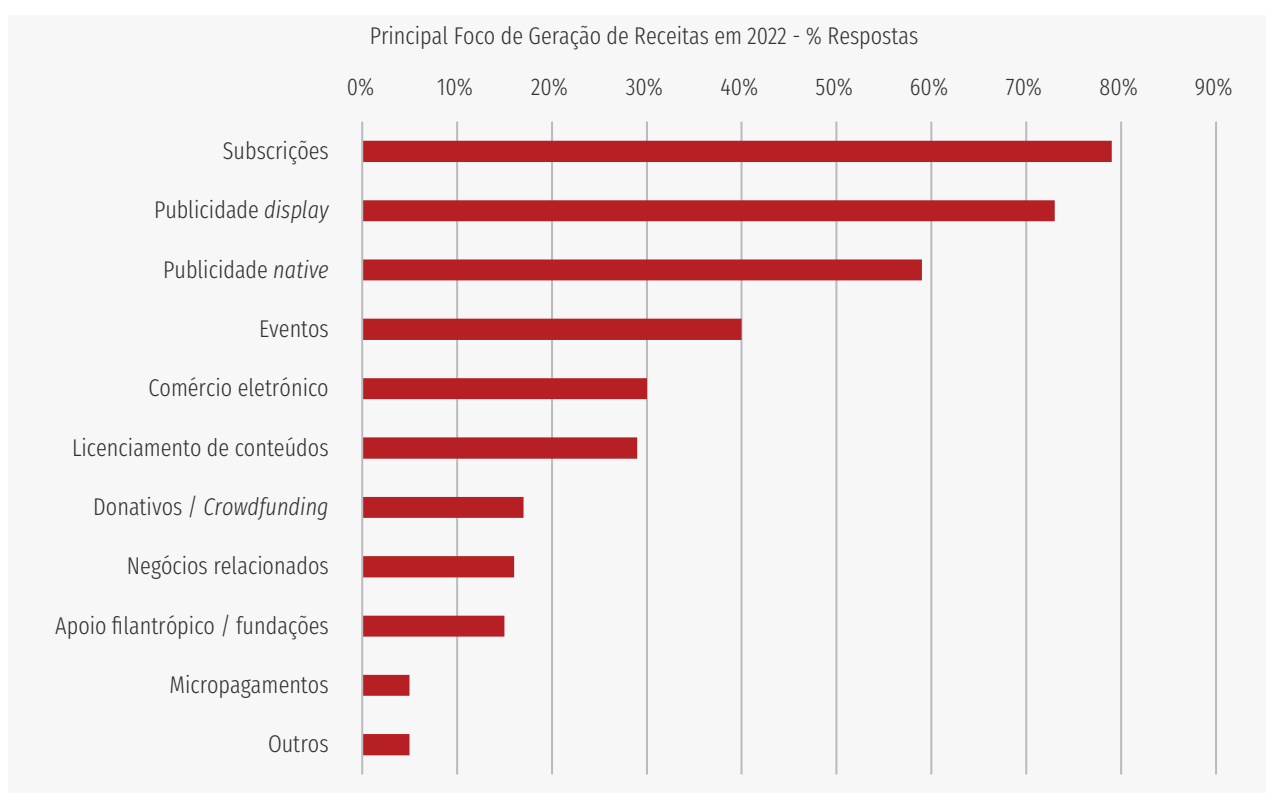
22 "*Digital News Project - January 2022 - Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*" - Nic Newman

o facto de os modelos de subscrição *online* paga estarem a beneficiar as audiências com mais poder de compra e educação em detrimento das restantes. Para compensar, alguns órgãos de comunicação social atribuíram subscrições digitais a um conjunto elegível de pessoas para minimizar este efeito. Em Portugal, o Correio da Manhã, o Público e a Visão são disso exemplos.

No entanto, a maioria dos respondentes considera que pelo menos três ou quatro linhas de receitas serão importantes em 2022: licenciamento de conteúdos e inovação em plataformas digitais (29 % dos respondentes), receitas de filantropia e fundações (15 %), seguidas das receitas de realização de eventos.

Os 80 % dos *publishers* inquiridos referiram que pretendem aumentar o investimento em *podcasts* e áudio digital bem como *newsletters* via email. Apenas 14 % planeia investir em voz e 8 % em aplicações para o Metaverso como realidade virtual e realidade aumentada. 69 % classificaram a inteligência artificial como crítica para atrair e reter novos clientes.

FIG. 18: FOCO EM SUBSCRIÇÕES



Fonte: "Digital News Project" – Jan 2022. Elaboração ERC.

A tendência de concentração no setor através de fusões e aquisições deverá manter-se, como uma forma de ganhar escala em termos de subscrições e publicidade, o que inevitavelmente passará também por empresas nativas digitais.

Longe está a solução para a situação dos órgãos de comunicação social locais e regionais que, sendo mais pequenos e com menos recursos, têm mais dificuldade em acompanhar as novas tendências. Nos EUA, o programa *Build Back Better*, pretendia atribuir benefícios fiscais a empresas locais que empregassem jornalistas, a órgãos exclusivamente *online* e a alguns tipos de operadores audiovisuais.

A pirataria deverá continuar a ser um desafio para o setor nos seus diversos segmentos. Na imprensa, a partilha de publicações através de grupos nas redes sociais, custa cerca de 3,5 milhões de euros todos os meses, de acordo com a Visapress. Um estudo conduzido pela Netsonda, mencionado no artigo da M&P de 8/4/2022 "Afiml quantas pessoas andam a ler jornais e revistas no WhatsApp?", com o objetivo de caracterizar os hábitos de receção e leitura de jornais e revistas através da plataforma WhatsApp, concluiu que a aplicação de comunicação é usada por 89 % dos utiliza-

dores de internet em Portugal, quantificando em cerca de 10 % aqueles que admitem receber e ler jornais e revistas por este meio. No caso dos diários generalistas, considerando a tiragem média dos títulos e as leituras dos mesmos via WhatsApp, o estudo conclui que o alcance através da partilha e leitura nesta plataforma aumenta 394 por cento, atingindo um universo total estimado de 797 444 pessoas. Este tipo de distribuição também potencia utilizações adicionais das publicações periódicas como visitas aos *sites*, seguimento nas redes sociais, subscrição de *newsletters* e subscrição paga da publicação *online* ou em papel.

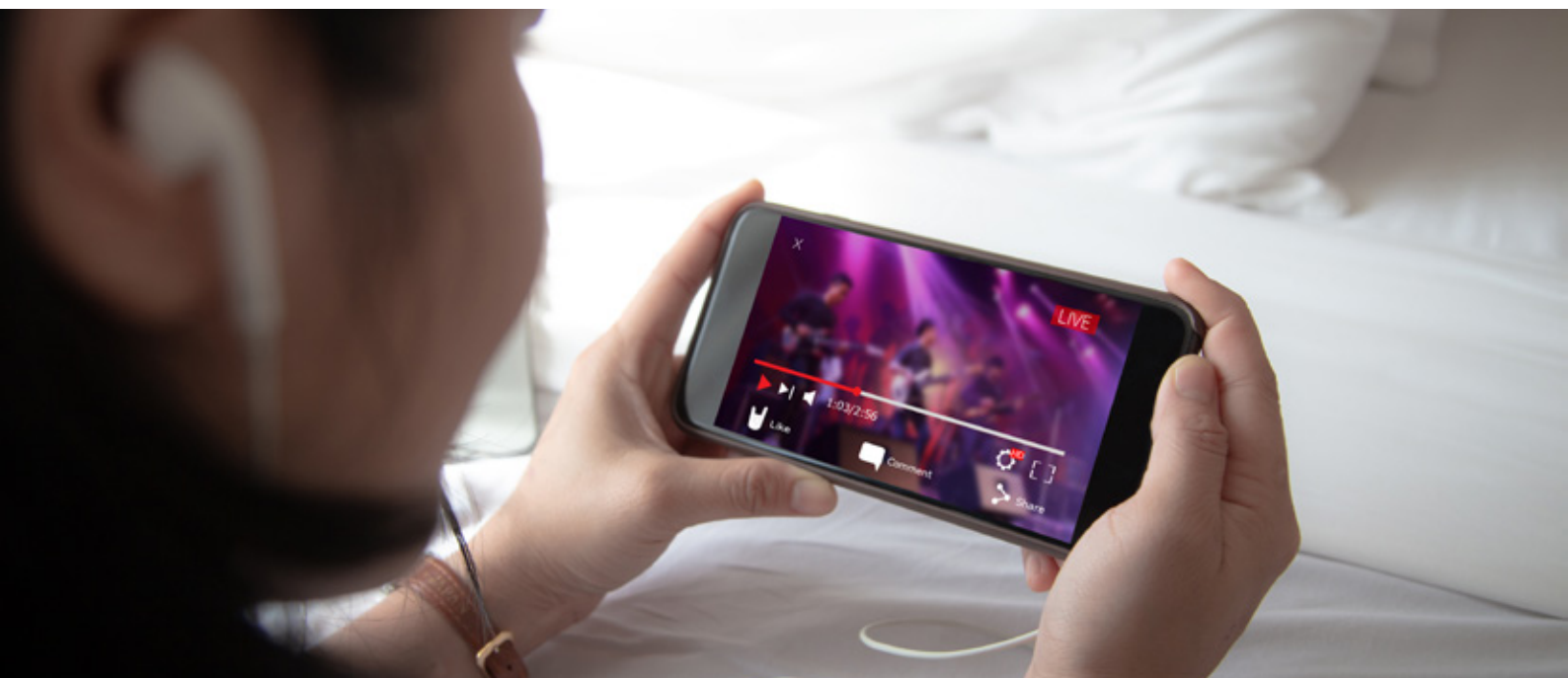
As redes sociais são o canal digital cujo orçamento de *marketing* mais aumentará em 2022. As previsões são da Nielsen e têm por base as expectativas de quase dois terços (65 %) dos mil profissionais de *marketing* inquiridos a nível global. Plataformas como o TikTok deverão manter uma tendência de crescimento, com os consumidores a utilizarem-nas para descobrir novas marcas e produtos. Ainda que, de forma geral, todos os 15 canais abrangidos pela análise registem um crescimento líquido do investimento publicitário (ou seja, a diferença entre a percentagem de *marketeers* que planeiam gastar mais e a percentagem daqueles que planeiam gastar menos), a imprensa e a rádio são as que registam uma menor aposta (ambas de apenas 13 %, comparando com 53 % em redes sociais).

Os *media* tradicionais assentam o seu modelo de negócio em receitas de publicidade e a publicidade digital, atualmente, é uma pequena franja no total. Não há certeza sobre se um modelo de negócio assente em publicidade digital é sustentável no futuro, tendo em vista as alterações de políticas que se perspetivam e o facto de a publicidade digital ser substancialmente mais barata do que a tradicional, mesmo que em certas circunstâncias, mais direcionada.

A entrada em vigor das diretivas da *EU Digital Markets Act* (DMA) e *Digital Services Act* (DSA) trarão algumas alterações ao setor, designadamente no sentido de diminuir o abuso de posição dominante de alguns *players*, melhorar a gestão da utilização de dados, minimizar a proliferação de conteúdos ilegais e desinformação e consequentemente melhorar a efetividade e transparência da publicidade.

As políticas de privacidade adotadas por algumas empresas e as imposições da legislação de proteção de dados, ao dificultarem o seguimento dos utilizadores na internet, também continuaram a dificultar a oferta de publicidade direcionada o que é prejudicial para as receitas de publicidade *online* dos órgãos de comunicação social. Estes deverão ter de desenvolver as suas próprias ferramentas de monitoramento no sentido de assegurar o mercado de publicidade *online*.

Talvez o desenvolvimento de ferramentas de inteligência artificial seja uma forma de colmatar as limitações – inovação e diversificação.



6. PERFIL INDIVIDUAL DOS PRINCIPAIS INTERVENIENTES DO SETOR

Uma análise do setor não ficaria completa sem olhar mais individualizada e detalhadamente para as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes em um ou vários segmentos de *media* regulados pela ERC.

Apresenta-se, seguidamente, uma breve apreciação sobre as empresas cujo Relatório e Contas de 2021 foi acessível à ERC até 28 de junho de 2022. A análise será aprofundada e consolidada aquando da publicação autónoma deste estudo.

Agências noticiosas:

LUSA - AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE PORTUGAL, S.A.

A Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A. (Lusa ou empresa) é a agência de notícias portuguesa de âmbito nacional e tem como objetivo a recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, a produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes (*media* regionais, nacionais e internacionais, empresas e instituições diversas de carácter público e privado) e a prestação ao Estado português de um serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos (Figura 19).

A Lusa tem redação central em Lisboa, um escritório no Porto, jornalistas residentes na grande maioria das capitais de distrito, delegações no estrangeiro, desde a Europa, como, por exemplo, Bruxelas e Madrid, aos PALOP, nas capitais de Cabo Verde, Guiné-Bissau, Angola e Moçambique e na Ásia, com uma sucursal em Macau e uma delegação em Timor-Leste. Conta também como uma rede de correspondentes, quer a nível nacional, que asseguram a cobertura da totalidade do território, quer internacional, cobrindo 30 países em todo o mundo.

A Agência Lusa de Informação foi constituída em cooperativa por escritura de 12 de dezembro de 1986, publicada na III Série do Diário da República em fevereiro de 1987. Iniciou a sua atividade em janeiro de 1987 e, na sequência do seu processo de formação, as agências ANOP e NP cessaram a difusão do serviço noticioso. Em julho de 1997, a Lusa foi constituída sob forma de sociedade anónima, com a designação de Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

O contrato de concessão da Lusa terminou em 31 de dezembro de 2019, não tendo sido negociada substituição durante 2020. Em 2021 foi assinado e enviado ao Tribunal de Contas um novo contrato para fiscalização prévia, espera-se que entre em vigor durante 2022.

É detida a 50,15 % pelo Estado Português, a Global Notícias *Media* Group tem 23,36 %, a Páginas Civilizadas (acionista dominante da Global Notícias *Media* Group) 22,35 %, a NP Notícias de Portugal detém 2,72 %, o Público 1,38 %, a RTP 0,03 % e a Empresa do Diário do Minho 0,01 %.

Em dezembro de 2020, o Grupo Impresa celebrou dois contratos promessa de compra e venda com o Grupo Bel, de Marco Galinha e proprietário da Global Notícias *Media* Group, também acionista da Lusa. Num dos quais a primeira

parte compromete-se vender à segunda a posição de 22,35 % que detém na Lusa. A transação concretizou-se no início de 2021 e veio acrescer à participação de 23,36% que a Global Notícias *Media* Group já detinha na empresa.

Em 2021, prosseguiu com as iniciativas no campo da inovação tecnológica, designadamente processos de produção automática de notícias de mercado de capitais, utilização de ferramentas de inteligência artificial pela generalidade dos jornalistas, desenvolvimento de uma ferramenta que permite tomar o rasto das notícias Lusa nas redes sociais e sítios de internet, ferramentas de deteção de *fake news*, entre outras funcionalidades.

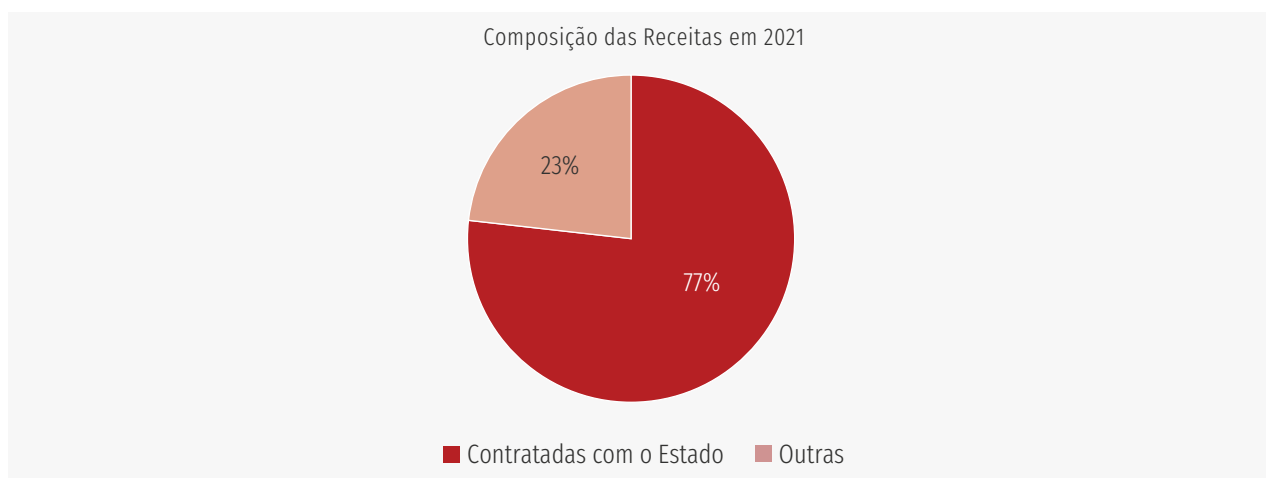
A produção editorial da Lusa voltou a aumentar face a anos anteriores, totalizando 290 584 conteúdos noticiosos.

As receitas de exploração cresceram 2,5 % face a 2020, para 16 milhões 832 mil euros, resultado do aumento da indemnização compensatória, da subida das vendas e serviços prestados e do aumento das reversões (reversão de imparidades de clientes e anulação de provisões).

Em 2020, as receitas contratadas com o Estado sofreram uma diminuição face a 2019, resultado de ajustamentos na indemnização compensatória e inflação, imputáveis a acontecimentos não recorrentes, designadamente: (i) correção do custo do serviço público de 2017/2019 no âmbito de uma auditoria da Inspeção Geral de Finanças, (ii) recebimento de um montante relativo à inflação de 2018 (devolvido em 2021 uma vez que já havia sido pago). Estes efeitos estiveram ausentes em 2021.

Por seu lado, as receitas próprias cresceram, mesmo que modestamente, impulsionadas pelos segmentos de órgãos de comunicação social e institucionais, a compensar o decréscimo de receitas em mercados externos e empresas, estes motivados por rescisões e renegociações contratuais em baixa.

FIG. 19 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2021



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Em termos de custos, registou-se um aumento dos fornecimentos e serviços externos e custos com pessoal. A reversão de imparidades, o crescimento de receitas de exploração e a diminuição de outros custos, entre os quais perdas cambiais, causaram o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de cerca de 44 %, para 1 milhão e 48 milhares de euros, bem como da respetiva margem. O lucro líquido atingiu 384 mil euros, cinco vezes mais do que em 2020, para o que foi relevante o contributo da reversão de amortizações com ativos tangíveis e intangíveis (Figura 20).

A melhoria da posição de fundo de maneio gerou fluxos de caixa operacionais positivos em 2021 e superiores a 2020. Apesar do aumento dos níveis de investimento, esses fluxos foram suficientes para os cobrir na totalidade.

Em 2021 os investimentos realizados relacionaram-se com substituição de equipamentos por obsolescência, racionalização e reestruturação de processos internos com o objetivo de expandir a capacidade de produção e comercialização da agência, essencialmente incidente no parque informático e reforço de ferramentas de produtividade.

A Lusa continuou a não ter qualquer dívida financeira e a percentagem de capitais próprios manteve-se em cerca de 45 % do ativo.

À semelhança dos anos anteriores, a Lusa não distribuiu dividendos relativos ao exercício de 2021.

FIG. 20 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015 reexp.	2015	2014
Receitas de exploração	16 832	16 423	16 795	15 977	15 324	15 314	14 832	14 832	14 594
EBITDA	1048	729	1381	2045	1364	2626	1507	495	357
Resultado líquido	384	76	655	1 161	721	2 135	1 006	-7	-802
Ativo	12 834	11 628	11 471	13 150	12 061	11 872	11 788	11 361	12 350
Passivo	7131	6441	6333	8646	8691	9302	11 353	8344	9445
Capital próprio	5703	5187	5139	4504	3370	2570	435	3017	2905

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Conglomerados *media*:

COFINA S.G.P.S., S.A.

A Cofina S.G.P.S., S.A. (grupo Cofina, Cofina ou empresa) alberga toda a atividade do grupo económico que consolida na área de *media*. Possui quatro jornais, duas revistas e um canal de televisão por cabo, onde se incluem os títulos Correio da Manhã, Destak, Jornal de Negócios e Record, bem como as revistas Sábado e TV Guia. *Online* marca presença através dos sites dos títulos referidos, bem como através de órgãos de comunicação social exclusivos neste canal como Aquela Máquina, Flash 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 21). O segmento de imprensa inclui a área de BOOST (Eventos, *Activation* e *Publishing*).

A Cofina é proprietária dos portais Classificadoscm, empregosonline, loja.xl, passatempos.xl, xl.pt e nossaaposta.pt. É também detentora de uma participação de 50 % na distribuidora VASP e de 100 % da empresa de impressão de jornais Grafdisport.

Fundada em 1990, tem expandido a atividade quer por via de crescimento orgânico, quer através de aquisições, com o objetivo de marcar presença em outros segmentos de *media*, consolidar operações e internacionalizar-se para mercados naturais.

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.

Em 2019, 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. Já em 2020, anunciou que não iria realizar o aumento de capital necessário à concretização da aquisição, anunciou a resolução do contrato de compra e venda com o acionista da empresa alvo, bem como a extinção do procedimento da oferta pública de aquisição das ações.

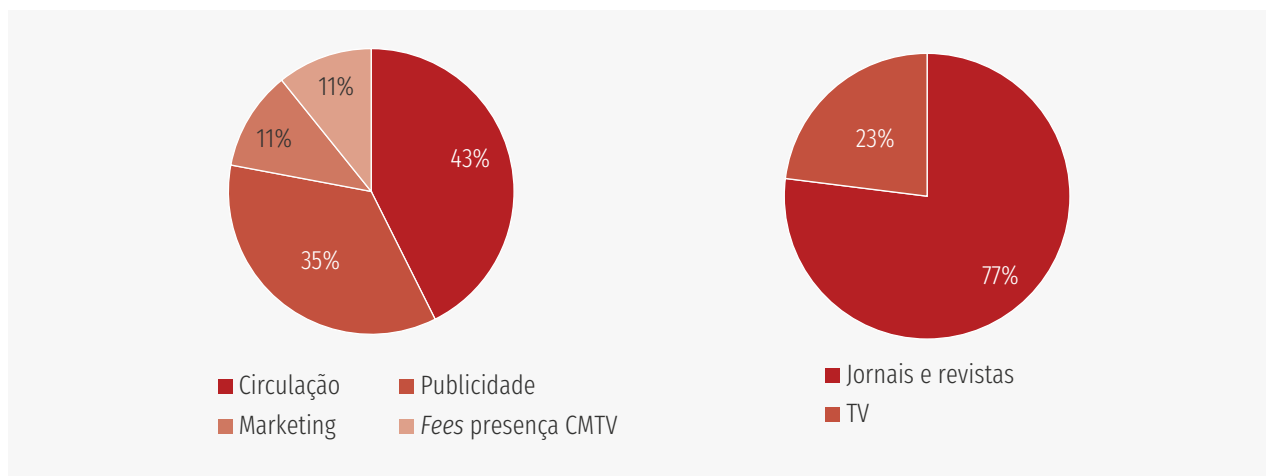
Em 2021, a Cofina adquiriu 16,67 % do capital da VASP – Distribuidora de Publicações S.A. à Impresa.

As ações da Cofina estão cotadas na Euronext Lisboa e são detentores de direitos de voto, através de sociedades veículo, 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 GNB e Credit Suisse detêm participações inferiores a 5 %.

2021 foi um ano de recuperação, apesar dos desafios ainda relacionados com a pandemia de COVID-19. As receitas totais da Cofina ascenderam a 75 milhões 849 mil euros, o que correspondeu a um crescimento de 6,2 % em relação ao ano anterior. As receitas de publicidade registaram um crescimento de 20,7 % e as receitas de *marketing* alternativo cresceram 4,7 %, tendo as receitas de circulação registado um decréscimo de 2,9 %.

Na imprensa verificou-se a tendência de aumento do investimento publicitário e receitas de atividades de *marketing* a par da já mencionada redução do número de exemplares vendidos. Na TV, apesar de não se dispor de informação relacionada com as receitas de publicidade do segmento, observou-se uma quebra nas *fees* de presença da CMTV de cerca de 3,7 %.

FIG. 21 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2021



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Os custos com pessoal e fornecimentos e serviços externos apresentaram crescimento face a 2020, parcialmente compensado pela redução de provisões e perdas com imparidades.

Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) cresceram para os 14 milhões 772 mil euros, e a margem respetiva manteve-se estável.

Importa referir que os custos operacionais incluíram custos não recorrentes de cerca de 1,8 milhões de euros, resultantes de indemnizações fruto da implementação do plano de reestruturação do Grupo, que foram excluídos do cálculo do EBITDA. Entrando em consideração com estes custos, os resultados líquidos atingiram 4 milhões 224 mil euros (Figura 22).

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais melhorou face a 2020, e foi suficiente para cobrir os investimentos em ativos fixos e intangíveis, que cresceram face ao ano anterior.

A Cofina apresentou um perfil financeiro ligeiramente melhor. O rácio dívida líquida / EBITDA, indicador de capacidade operacional para pagar a dívida, encerrou 2021 em 2,3x, marginalmente abaixo do registo anual precedente. Os fluxos gerados pelas operações cobriram cerca de 26 % da dívida total.

Tanto os fluxos de caixa operacionais quanto o EBITDA de 2021 não seriam, por si só, suficientes para amortizar a dívida que se vence em 2022. No final de 2021 a Cofina dispunha de linhas de financiamento, não utilizadas, de cerca de 12 milhões de euros.

É de destacar a elevada proporção de endividamento contraída através de instrumentos de mercado, como o papel comercial, e uma menor dependência do setor bancário, diretamente. A proporção de capitais próprios para o ativo subiu de novo e atingiu 36%.

Neste enquadramento, e tal como em anos anteriores, a Cofina não distribuiu dividendos relativos a 2020.

FIG. 22 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	75 849	71 444	88 024	89 293	91 058	99 926	100 676	106 077
EBITDA	14 772	13 896	16 772	14 927	13 621	13 512	15 040	16 243
Resultado líquido	4224	5489	7149	6653	5067	4333	5061	6248
Ativo	136 797	132 681	133 038	112 388	113 389	121 709	129 247	134 506
Passivo	87 177	87 286	89 232	74 386	82 484	95 708	106 681	114 230
Capital próprio	49 620	45 395	43 806	38 002	30 905	26 000	22 566	20 277

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. EBITDA 2021, 2020, 2019 ajustado de custos não recorrentes.

GRUPO MEDIA CAPITAL S.G.P.S., S.A.

O Grupo Media Capital, S.G.P.S., 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 várias 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, no mercado português (Figura 23).

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, bem como o CNN Portugal, o TVI Ficção, o TVI Internacional e o TVI Reality. Adicionalmente, a TVI comercializa conteúdos de ficção produzidos pelo Grupo.

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 no mercado espanhol. 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 Media Capital Digital, S.A. (Digital) é a empresa que desenvolve o negócio de internet através do portal www.iol.pt e apresenta uma rede de conteúdos próprios, um diretório de classificados e publicidade *online*.

A MCME – Media Capital Música e Entretenimento, S.A. (MCME) 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.

A MCR II – Media Capital Rádios, S.A. (MCR II) foi, até 31 de maio de 2022, a empresa do grupo que desenvolveu a atividade radiofónica. As suas participadas detêm os alvarás para o exercício da radiodifusão sonora e difundem, em Portugal, a Rádio Comercial, a Cidade FM, a M80, entre outras. Esta empresa foi vendida à Bauer Media Audio Holding GmbH em 2022.

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.

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 S.G.P.S. lançou uma oferta semelhante, com o mesmo desfecho, mas por razões diferentes.

Em 2019, a TVI Ficção passou a estar disponível no Canadá e a TVI Internacional em mais quatro plataformas na Europa, nomeadamente na Suíça. Em Portugal ocorreu a passagem de todos os canais nacionais para HD. Em 2020, a Media Capital introduziu mais uma oferta no mercado fora de Portugal, um pacote de subscrição para o TVI Player Internacional e reforçou as áreas digitais do grupo, em particular na rádio.

Em setembro de 2021, a Media Capital lançou o novo projeto editorial AWAY, dedicado aos temas da sustentabilidade e mobilidade sustentável e, em novembro, lançou a CNN Portugal, uma aposta centrada numa perspetiva multiplataforma, com emissão 24 horas, resultado de um acordo estabelecido com o grupo Warner Media e que veio substituir a TVI 24.

Na sequência da alienação, em 2020, pelo Grupo Prisa, da sua participação na Media Capital a um grupo de investidores, a estrutura de propriedade da empresa, em termos de beneficiários efetivos, que o são através de entidades com mais de 5 % da Media Capital, passou a ser a seguinte: Mário Ferreira 31,8 %; Paulo Gaspar, Mariana Gaspar e Francisco Gaspar 7,7 % cada através da Triun; Joaquim Fernandes 4,5 %, Miguel Araújo 4 %, João Barros, José Santana 3 % cada, Rui Freitas 2,75 %, António Antunes, Nuno Silva 1 % cada e Alfredo Pereira, Carlos Pereira com 1,4 % cada, através das

empresas Zenithodyssey e Biz Partners. João Manuel Serrenho detém 4,87 %, Maria Lima e Maria Bulhosa 3,155 % e João Luís Serrenho 0,02 %, participações exercidas através da empresa CIN.

Empresas com participações inferiores a 5 % da Media Capital são a Fitas & Essências, Lda. (3 %) e a Docasal Investimentos, Lda. (2,5 %). A primeira entidade é controlada por Stéphane Rodolphe Picciotto e a segunda por Cristina Ferreira.

Em 2021, as receitas operacionais cresceram cerca de 15 % para 157 milhões 740 mil euros, transversal a todos segmentos de negócio.

Esta evolução positiva foi alavancada não só na recuperação do mercado publicitário, mas também na melhoria dos indicadores de audiência, que permitiram ao grupo o reforço das suas quotas no mercado publicitário. Ainda que afetados no primeiro trimestre de 2021 pela pandemia, que se vem prolongando desde o primeiro trimestre de 2020, os rendimentos de publicidade tiveram um crescimento significativo de 16 % face aos valores do ano anterior.

O investimento publicitário total em televisão (sinal aberto e cabo) terá atingido, em 2021, os níveis pré-pandemia de 2019 e no digital superou em larga escala os valores pré-pandémicos. Na rádio, a recuperação foi mais lenta. No entanto, este mercado também já atingiu valores de 2019 no último trimestre do ano de 2021, suportado por audiências recorde do setor.

No segmento de televisão, a publicidade registou uma variação positiva de 15 % no comparativo anual, e os outros rendimentos operacionais, que englobam essencialmente proveitos de cedência de sinal, vendas de conteúdos e serviços multimédia, acompanharam a tendência e apresentaram um crescimento anual de 15 %, com forte enfoque na *performance* dos rendimentos relativos a vendas de conteúdos. 2021 foi o segundo melhor ano de sempre em vendas internacionais desde que a TVI começou a exportar os seus conteúdos em 2004. Também os serviços multimédia, os direitos de sinal, e até os outros rendimentos de natureza mais residual apresentaram subidas significativas face a 2020.

Os gastos operacionais excluindo amortizações, depreciações, provisões e reestruturações apresentam um aumento de 17 %, reflexo da forte aposta na melhoria dos conteúdos oferecidos, com especial relevância para o investimento em conteúdos desportivos e a contratação de pessoas chave *on* e *off screen*.

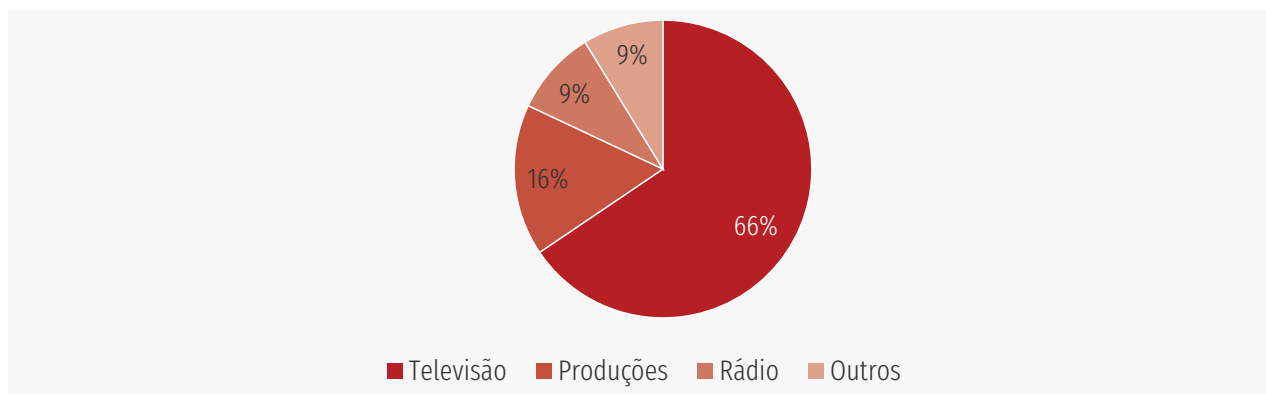
Já no segmento de rádio e entretenimento, o crescimento das receitas de publicidade foi de 12 % em 2021, uma variação robusta face a um mercado mais resistente em termos de recuperação.

Os outros rendimentos operacionais deste segmento cresceram significativamente face a 2020, atingindo 1,5 milhões de euros, que comparam com 1,3 milhões de euros no ano anterior, um crescimento de 21 %. Esta evolução foi, sobretudo, resultado de maiores rendimentos de produção de spots.

Após uma reestruturação bem-sucedida, o segmento de produção audiovisual aumentou o nível de rendimentos em 17 % e operou de forma mais eficiente e com menores gastos operacionais, sem que isso tenha impactado a qualidade do conteúdo produzido.

Por último, no segmento outros (que inclui as áreas do Digital, assim como as *holdings* e os serviços partilhados), o crescimento em publicidade alcançou os 44 % no comparativo anual, suportado pelo crescimento do mercado e das audiências das propriedades digitais do grupo.

FIG. 23 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2021



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Os gastos operacionais, globalmente, aumentaram em várias frentes – custo dos programas emitidos e mercadorias vendidas, fornecimentos e serviços externos e custos com pessoal - a refletir maioritariamente o acréscimo de custos no segmento de televisão.

Ainda assim, o crescimento dos proveitos operacionais em 2021, impulsionou exponencialmente os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), que atingiram 8 milhões 901 mil euros, contra 462 milhares de euros em 2020. Inevitavelmente, a margem melhorou.

Com a inclusão dos restantes custos não diretamente relacionados com as operações, como amortizações, custos financeiros e impostos, os resultados líquidos mantiveram-se negativos em 4 milhões 80 mil euros (Figura 24).

A capacidade de geração operacional de fluxos de caixa piorou face a 2020, uma consequência da gestão de fundo de maneo realizada. Ainda assim, cobriu os investimentos em ativos tangíveis e intangíveis durante o ano.

O endividamento total diminuiu durante 2021, bem como a dívida líquida. O rácio de capitais próprios face ao ativo desceu para 32,6 %. Destaque para a conclusão, em 2021, do processo de refinanciamento da dívida bancária da *Media Capital*, que permitiu a recomposição da mesma, com a extensão de maturidades e o alinhamento do plano de reembolsos com a tendência de crescimento da atividade.

Os contratos de financiamento da *Media Capital*, em 2021, tinham associados cláusulas de reembolso antecipado em caso de alteração de estrutura acionista ou quebra de limites especificados contratualmente para determinados rácios financeiros (net debt/EBITDA). As medidas de desempenho financeiro foram cumpridas. No entanto, resultado da alienação, em 2022, do braço radiofónico do grupo e dos penhores e avals a ele associados, a *Media Capital* encontra-se em negociação com as entidades bancárias. As linhas de financiamento estavam disponíveis para utilização em cerca de 14 milhões de euros, no final de 2021.

Apesar dos resultados líquidos negativos, a empresa distribuiu dividendos por recurso a reservas livres no montante de 9 milhões 970 mil euros.

FIG. 24 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	157 740	137 611	165 119	181 809	165 463	174 027	174 386	179 773
EBITDA	8901	462	-40 448	40 245	40 077	41 517	40 134	40 912
Resultado líquido	-4 080	-11 096	-54 729	21 573	19 787	19 101	17 300	16 475
Ativo	224 692	250 991	250 439	293 890	301 244	315 079	328 001	332 042
Passivo	151 404	173 040	161 718	150 371	159 803	176 135	191 967	197 154
Capital próprio	73 288	77 951	88 721	143 519	141 442	138 944	136 034	134 888

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. 2020 e 2021 inclui segmento de rádio como operação continuada.

IMPRESA S.G.P.S., S.A.

A Impresa S.G.P.S., 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 da televisão. 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, 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 respetiva, 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.

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 aumentou 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 de 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 tinha 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 (apenas com presença digital, e edições especiais em papel), Novas Soluções de *Media* (que inclui o *Customer Publishing*), Boa Cama Boa Mesa (anteriormente no perímetro da InfoPortugal), Tribuna e gestão comercial de propriedades digitais não detidas pela Impresa, incluindo, desde 2018, os *sites* Notícias ao Minuto e 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.

No final de 2020, a Impresa lançou a OPTO, um serviço de *streaming* com subscrição de conteúdos audiovisuais, e a ADVNCE, disponível nas plataformas de distribuição, para albergar a comunidade de *eSports*. Anunciou também a sua intenção de vender as participações na empresa distribuidora de publicações periódicas Vasp e na agência noticiosa Lusa, operações concretizadas em 2021.

Em suma, a Impresa detém uma participação de 100 % na SIC, que transmite em sinal aberto e por STVS, ao abrigo de licenças de transmissão, os canais de televisão SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Internacional, SIC Mulher, SIC K e SIC Caras. O grupo inclui também neste segmento a GMTS. Publica jornais, livros e outras publicações, incluindo o jornal semanário Expresso, e atua na área de sistemas de informação geográfica (SIG).

Detém ainda 7 % da NP – Notícias de Portugal CRL, que participa com menos de 5 % na Agência Lusa, e 8 % da Visa-press, uma empresa de gestão de conteúdos.

Atualmente, o grupo Impresa tem as suas ações admitidas à cotação na Euronext Lisboa, sendo detido por Francisco José Pereira Pinto Balsemão, com uma participação de cerca de 29 %. A sociedade Mãe, controlada por António Silva Parente, o Banco BPI, a NewsHold entre outros também detêm participações, todas elas inferiores a 5 %.

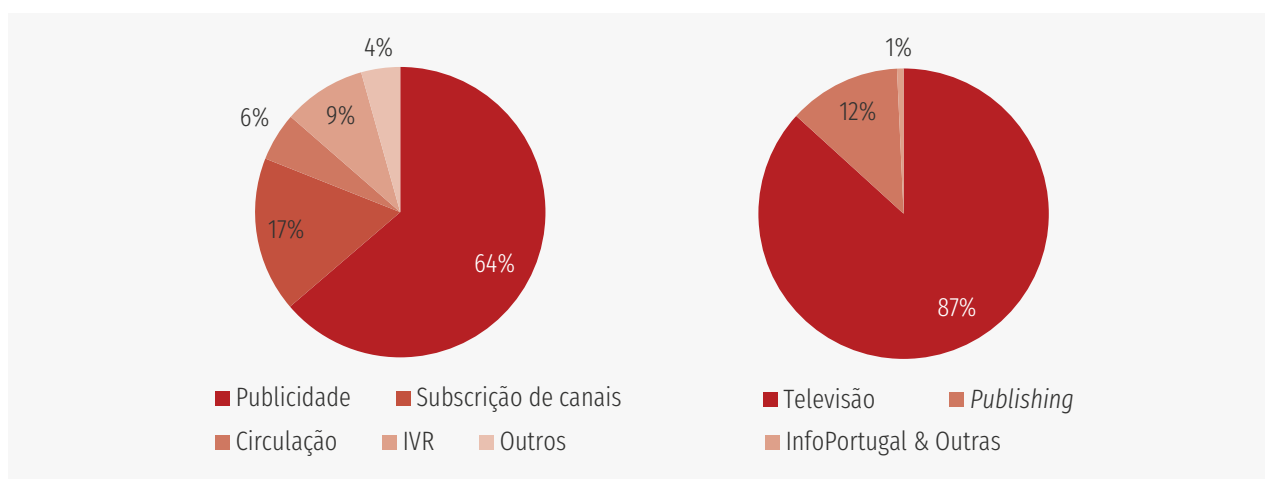
Em 2021, as receitas de exploração cresceram 7 %, para 190 milhões 191 mil euros, a refletir o dinamismo nos segmentos de televisão e *publishing* não compensadas pela *performance* negativa do InfoPortugal, uma área bastante menor. As receitas de publicidade cresceram em todos os segmentos de *media*, tal como o IVR, a mais que compensar a quebra nas receitas de circulação e subscrição de canais (Figura 25).

A SIC representou 49,6 % de quota de mercado do investimento publicitário entre os canais generalistas em 2021, de acordo com o seu Relatório e Contas de 2021.

As receitas de circulação diminuíram 3,4 % para 10,3 milhões de euros, destacando-se, pela positiva, os proveitos relativos à subscrição digital do Expresso, que registaram um acréscimo de 10 %, em termos comparáveis. O efeito negativo no total das vendas explica-se pela diferença no número de edições do jornal Expresso (52 em 2021 vs 53 em 2020).

A aposta no digital refletiu-se no peso das receitas de publicidade e circulação, representando atualmente 25,1 % do total de proveitos da área do *Publishing*.

FIG. 25 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2021



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Os custos operacionais em 2021, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, cresceram. No entanto, menores custos com imparidades em contas a receber e o maior nível de receitas operacionais já mencionado levaram o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) a crescer 0,4 % para 30 milhões 686 milhares de euros. A margem respetiva desceu.

O resultado líquido cresceu 15 %, atingindo 12 milhões 707 milhares de euros, em virtude de menores amortizações, custos financeiros e impostos sobre o rendimento (Figura 26).

Neste enquadramento, a capacidade de geração de *cash flow* operacional piorou face a 2020, os investimentos em ativos fixos foram menores e mais que compensados pelo *cash flow* gerado pelas operações. O endividamento financeiro líquido diminuiu, mas o total aumentou. Tanto os fluxos de caixa operacionais como o EBITDA de 2021 não cobriram a dívida que se vence em 2022.

A dívida líquida excedeu o EBITDA em 4,5x, a manter a trajetória de melhoria, graças ao efeito de diminuição do endividamento líquido e ao ligeiro aumento do EBITDA. A autonomia financeira também melhorou e fixou-se em cerca de 39,2 %.

De acordo com o Relatório e Contas de 2021, não existiu qualquer incumprimento de 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.

O grupo Impresa, no final de 2021, tinha disponíveis linhas de crédito não utilizadas no montante de 41 milhões e 700 mil euros, o que compara com uma dívida que se vence em 2022 de 60 milhões de euros. As linhas de crédito disponíveis e não utilizadas voltaram a aumentar face a 2020 quando se situaram em cerca de 29 milhões 312 mil euros.

O grupo Impresa, tal como tem vindo a acontecer há vários anos, não distribuiu dividendos relativos a 2021.

FIG. 26 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017*	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	190 191	178 089	181 870	172 163	176 061	201 821	205 997	230 922	237 780
EBITDA	30 686	30 552	24 760	15 332	14 967	13 815	15 526	22 545	31 944
Resultado líquido	12 707	11 031	7703	3139	-21 591	-21 654	2760	4028	11 006
Ativo	400 423	391 212	380 774	396 714	388 302	388 617	413 984	403 474	407 080
Passivo	243 602	247 098	247 691	271 333	265 937	265 937	269 742	261 701	269 484
Capital próprio	156 821	144 114	133 083	125 381	122 364	122 679	144 242	141 773	137 596

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. * 2017 re expresso.

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 congêneres 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 regulares 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, as rádios Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira, RDP Madeira Antena 3 e as *web radio* Jazzin, Ópera, Lusitânia, Fado, Memória e Vida.

A RTP é detida a 100 % pelo Estado português, através da Direção-Geral do Tesouro e das Finanças.

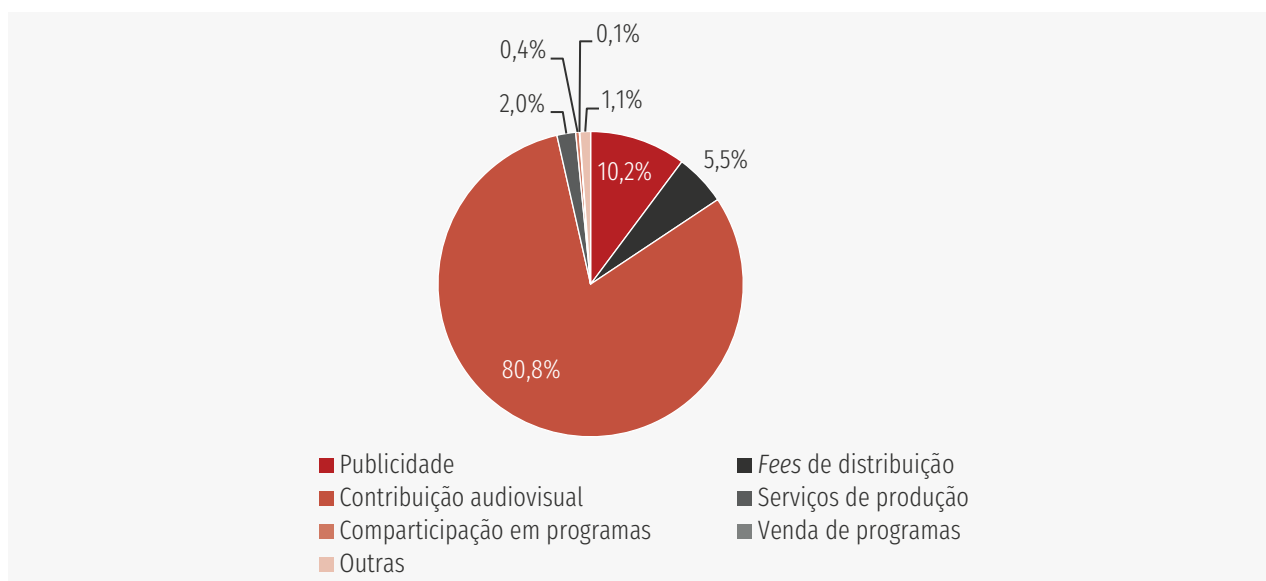
O contrato de concessão expirou a sua vigência em 2019 estando em negociação um novo.

2021 continuou a ser um ano muito marcado pela pandemia, com a consolidação do crescimento do consumo de conteúdos *on-demand*. A RTP manteve o foco na internacionalização das suas séries, telefilmes e documentários, através de acordos de distribuição internacional, principalmente com operadores de *streaming* como a Amazon e a Netflix. Nacionalmente, passou a disponibilizar nas *boxes* das principais operadoras a oferta RTP Play.

As receitas de exploração cresceram 1,4 % face a 2020, para 222 milhões 212 mil euros. O aumento das receitas operacionais não provenientes da CAV foi explicado pela recuperação do mercado publicitário em televisão, o maior tempo de visionamento de conteúdos em confinamento decorrente da pandemia e as receitas de serviços de produção de conteúdos no âmbito da Presidência Portuguesa da União Europeia. As provenientes da CAV cresceram 0,5 %.

De salientar que, na RTP, a publicidade representou cerca de 10 % das receitas de exploração, enquanto a contribuição para o audiovisual (CAV) atingiu 81 % (Figura 27).

FIG. 27 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2021



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Em 2021, a retoma dos eventos televisivos causou o aumento de custos operacionais. Transitaram para 2021 vários eventos desportivos, como o Euro 2020 e os Jogos Olímpicos. O aumento dos custos com pessoal refletiu a regularização de vínculos laborais precários.

Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) caíram 14 %, para 11 milhões 754 milhares de euros, com erosão da margem respetiva (Figura 28). O aumento das amortizações contribuiu para a descida do resultado líquido de 3 milhões 83 milhares de euros, em 2020, para 985 mil euros em 2021.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais foi positiva, mas inferior à registada no ano anterior, pelo que insuficiente para cobrir os investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados.

O *stock* de dívida acumulada diminuiu e a dívida líquida situou-se em 7,7x o EBITDA, valor sintomático do elevado grau de alavancagem da RTP. O EBITDA e o *cash flow* operacional não perfizeram montantes suficientes para cobrir a dívida que vai vencer-se durante 2022. Embora a dívida total tenha diminuído, a empresa registou um aumento da dívida de curto prazo e da dívida líquida de dinheiro em caixa.

No final de 2021, a RTP tinha linhas de crédito de curto prazo não utilizadas de 19 milhões de euros. No médio e longo prazo, as linhas de crédito estavam totalmente utilizadas em cerca de 27 milhões de euros. A RTP cumpriu todas as

condições assumidas no âmbito dos contratos de financiamento, tendo obtido dos credores dispensa do cumprimento da condição relativa ao rácio de alavancagem financeira.

O capital próprio permaneceu negativo, em 12 milhões 100 milhares de euros, resultado dos prejuízos acumulados ao longo de anos, mas manteve a trajetória de melhoria.

Como tem sido habitual, a empresa não distribuiu dividendos relativos ao exercício económico encerrado.

FIG. 28 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	222 212	219 068	218 899	238 803	214 180	213 195	210 309	212 759
EBITDA	11 754	13 692	12 351	11 788	12 419	10 380	12 840	10 515
Resultado líquido	985	3083	903	330	130	1641	3985	38 226
Ativo	323 047	322 313	319 707	321 704	350 632	344 569	339 333	332 964
Passivo	335 147	334 788	333 621	334 197	363 864	368 407	365 033	362 566
Capital próprio	-12 100	-12 475	-13 914	-12 493	-13 232	-23 838	-25 701	-29 602

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Operadores de serviço de distribuição de televisão por subscrição (STVS)

NOS S.G.P.S., S.A.

A NOS, S.G.P.S., S.A. (NOS ou empresa), anteriormente designada de Zon Optimus, S.G.P.S., S.A., e até 27 de agosto de 2013 designada de Zon Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, S.G.P.S., S.A. (Zon), foi constituída pela Portugal Telecom, S.G.P.S., 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, S.G.P.S., S.A., concretizaram uma operação de fusão por incorporação da Optimus S.G.P.S. na Zon, tendo a empresa adotado nessa data a designação de Zon Optimus, S.G.P.S., 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, S.G.P.S., 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 cinema, 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, organizados da forma que seguidamente se descreve.

As atividades da NOS Comunicações, S.A., e suas participadas, a NOS Açores, NOS Madeira e NOS Wholesale compreendem: 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 inclui 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 NOS Audio – Sales and Distribution, S.A., anteriormente designada NOS Lusomundo TV, S.A., e resultado da fusão da NOS PUB na NOS Lusomundo TV em dezembro de 2020, tem como atividade principal a negociação, compra e distribuição de direitos de conteúdos e outros produtos multimídia para televisão e outras plataformas de distribuição, produzindo atualmente canais de cinema e séries por via da compilação de conteúdos adquiridos, os quais são distribuídos, entre outros operadores, pela NOS, S.A., e suas participadas. Esta empresa 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 consultadoria 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 S.G.P.S., S.A. A Sonae S.G.P.S., maioritariamente detida pela família Azevedo, detém diretamente mais 7,4 % da NOS e a Mubadala Investment Company, o fundo soberano dos Emirados Árabes Unidos, 5%.

Em 19 de agosto de 2020, a Sonaecom, detentora de 50 % do capital social da ZOPT, S.G.P.S., S.A., anunciou que os acionistas (a própria Sonaecom, a Unitel International Holdings, BV e a Kento Holding Limited) acordaram promover as diligências necessárias à dissolução da ZOPT, de modo a que os respetivos ativos, incluindo a participação na NOS, sejam repartidos proporcionalmente pelos acionistas da ZOPT.

A NOS detém 25 % da Sport TV Portugal, sendo a restante percentagem detida em partes iguais pela MEO, Olivledesportos 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.

Para além da Sport TV, a NOS também detém 50 % do capital da Dreamia, uma produtora de canais de televisão temáticos dirigidos aos mercados português e africano e 30 % da Upstar Comunicações, um operador televisivo detentor dos canais ZAP.

Em 2020, num contexto de pandemia, teletrabalho, confinamento e restrições de mobilidade, a NOS reforçou a oferta de entretenimento, ajustada às necessidades específicas de confinamento e distanciamento social. Lançou novos canais como o Casa e Cozinha, dedicado a ideias criativas e úteis sobre decoração, culinária e bem-estar e o TVI Ficção dedicado a programas, novelas e séries de referência da TVI. Apostou ainda numa temática em grande crescimento, particularmente relevante para os jovens, o *gaming/ e-sports*, através da integração da plataforma RTP Arena nas *boxes UMA*, dedicada à transmissão das maiores competições de *e-sports* nacionais e internacionais.

A importância do entretenimento e informação foram sublimados com a pandemia, tendo 2021 sido um ano de aposta na melhoria da experiência de televisão. Foi o ano da integração de plataformas de *streaming* (OTTs) de relevância na NOS, de entre os quais se destacam a Amazon Prime Vídeo e a Netflix. Para simplificar a navegação, foi lançado um novo comando com acesso direto às *Apps* OTT, com melhor design e produzido a partir de plástico 100 % reciclado,

aliando a inovação de produto ao design sustentável. A Netflix passou a estar integrada na *box* UMA e os Clientes da NOS passaram a ter possibilidade de pagar o serviço na fatura da NOS.

No Desporto, reforçou a oferta, com a revisão de preço de várias opções da Sport TV, passando a ter a Sport TV HD como opção de entrada; lançou o passe Sport TV 5 Dias, que permite aderir para assistir aos principais jogos, vários *pay-per-views* para acompanhar as corridas do Moto GP durante a época 2021. Reforçando a oferta e conteúdos disponíveis para o segmento *Kids*, foi lançado o *pack* de conteúdos Cartoon Network Premium, um serviço que inclui centenas de conteúdos para ver num formato *on demand* mediante pagamento. Amplificou também a sua oferta de canais em alta-definição, onde se destaca o lançamento dos canais infantis: Canal Panda HD e Disney Channel HD.

O ano de 2021 ficou marcado não só pelo aparecimento e êxito de novos formatos, mas também por novos modelos de exploração do ciclo de vida dos conteúdos e dos seus direitos. A NOS apostou também na estreia antecipada de filmes no Videoclube disponibilizando para compra ou aluguer os títulos “007”, “Dune”, “Trolls”, entre outros. A NOS adquiriu em leilão várias frequências para a implementação da tecnologia 5G e espectro adicional para reforçar a capacidade da rede 4G e iniciou a oferta comercial de 5G nesse mesmo ano.

2021 foi um ano de recuperação para a NOS. As receitas de exploração cresceram 4,6 %, para 1 430 milhões 299 mil euros, voltando a valores próximos dos níveis anteriores aos da pandemia.

Conseguiu aumentar o número total de serviços prestados para cerca de 10,306 milhões, o que correspondeu a um aumento de 387 mil RGUs, mais 4 % do que no ano anterior. O crescimento de RGUs teve um grande contributo do aumento no número de subscritores móveis, com adições líquidas de 342 milhares de serviços para um total de 5,350 milhões no final de 2021.

Na STVS por acesso fixo, a base de clientes aumentou em 31,4 mil clientes, mais do que compensando a redução do número de clientes que subscreve serviços por satélite por substituição com serviços de acesso fixo. A base total de clientes de STVS cresceu para 1,647 milhões de clientes, reflexo da importância que os clientes atribuem à oferta de conteúdos e funcionalidades interativas de TV, em todas as plataformas de visionamento nomeadamente através da *Box* de TV, PC, *tablet* e *smartphone*.

A penetração de serviços convergentes e integrados de acesso fixo atingiu 64,4 %, com um crescimento de dois pontos percentuais relativamente a 2020. Os serviços subscritos pelos 1,020 milhões de clientes convergentes e integrados atingiu os 5,231 milhões de RGUs, cerca de 5,1 serviços por cliente. O aumento da penetração de serviços convergentes e integrados ajudou também a explicar os aumentos líquidos e a *performance* alcançada na adesão a serviços móveis e de STVS.

Na Banda Larga e Voz Fixa, serviços que são parte integrante dos pacotes convergentes e integrados, registou também um desempenho positivo em 2021, com 28,2 mil e 8,3 mil adições líquidas, respetivamente, atingindo totais de 1,486 milhões de clientes de Banda Larga e 1,783 milhões de subscritores de Voz Fixa.

Reflexo da inovação e diversificação de produtos e serviços com valor acrescentado para os clientes, bem como o aumento do número de serviços subscritos por pacote, o ARPU Residencial Fixo (receita média de cliente) aumentou em 2,6 %, para 44,8 euros. Registou também um aumento na subscrição de algumas ofertas mais *premium* de conteúdos ao longo do ano, o que também contribuiu para o aumento de receita média por cliente.

No negócio *core* de telecomunicações, as receitas aumentaram 4,1 % face a 2020 para 1.401 milhões e 500 mil euros e ficaram 1,4 % acima dos níveis pré-pandemia de 2019. A divisão de *media* e entretenimento registou uma forte recuperação de receitas face a 2020, de 24,6 % para 67,0 milhões de euros, sendo que a retoma foi acelerando ao longo do ano com o progressivo levantamento das restrições.

Nas telecomunicações, as receitas do segmento de consumo cresceram 2,0 % face a 2020, com as receitas de clientes do segmento residencial e de venda de equipamentos a impulsionarem a retoma aos valores pré pandemia em muito

devido à recuperação de subscritores dos canais *premium* desportivos, bem como o aumento das vendas dos serviços de acesso fixo. No segmento empresarial, as receitas apresentaram um crescimento de 9,6 %, com um aumento significativo das receitas de cliente e vendas de equipamentos a compensar a queda das receitas de operador. O desempenho das receitas de cliente refletiu um aumento material na prestação de serviços de IT, devido essencialmente ao aumento de venda de projetos de consultoria integrada de IT e dados. As receitas de *wholesale* e outras registaram um acréscimo de 11,5% para 83,1 milhões de euros para o qual o principal contribuinte foi a recuperação do mercado publicitário ao longo do ano.

O aliviar das medidas de confinamento social impostas com a pandemia explicou maioritariamente a recuperação das receitas no segmento de *media* e *entertainment* da NOS. Com um aumento de 24,6 % das receitas consolidadas deste segmento comparativamente a 2020, a receita de 67,0 milhões em 2021 foi ainda assim 43,6 % inferior quando comparado com os valores pré-pandemia. Com o gradual e expectável regresso à normalidade ao longo de 2022, é natural que este segmento regresse a níveis de vendas próximas dos anos pré-pandemia.

De destacar que o arranque de 2021 foi marcado pelo encerramento total das salas de cinema durante três meses e posteriormente por significativas limitações de horários e capacidades. A retoma deu-se em abril com a reabertura dos espaços, sendo que os horários e capacidade das salas foram variando ao longo do ano para dar resposta à evolução da situação pandémica em Portugal. De referir que as receitas de cinemas recuperaram 43,9 % e as do negócio de audiovisuais 17,9 %.

Na vertente de custos, o aumento de 12,8 % dos custos diretos deveu-se ao facto de, no ano anterior, o nível de custos registado com canais *premium* desportivos ter sido anormalmente baixo resultado da suspensão das principais ligas desportivas nos primeiros meses de confinamento de 2020. Também a contribuir para o nível de custos mais elevado, designadamente dos custos das mercadorias vendidas, foi a aposta num leque mais alargado de terminais móveis de gamas mais altas, e também o aumento dos projetos de consultoria e IT no segmento empresarial que tendem a incluir a venda e instalação de equipamento técnico nos clientes.

A redução de outros custos e receitas relacionou-se com impactos da pandemia em 2020, inexistentes em 2021, nomeadamente o reforço de provisões operacionais para dívidas de cobrança duvidosa e contratos onerosos e os custos com a aquisição de equipamento de proteção pessoal.

Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) cresceram 11,1 %, o correspondente a um resultado de 608 milhões 124 milhares de euros, a par do aumento da respetiva margem (Figura 29).

O contributo das empresas associadas foi positivo, face ao resultado negativo no período homólogo, com ganhos de 3,6 milhões de euros, verificando contributos positivos por parte da ZAP e negativos nas restantes. Com contribuição contrária, as depreciações e amortizações ascenderam a 419,5 milhões de euros, mais 2,3 % que no ano anterior, e os custos financeiros líquidos aumentaram 37,5 % quando comparado com 2020, ascendendo assim a 36,6 milhões de euros. Neste último caso, o aumento deveu-se essencialmente ao acréscimo dos juros relativos a contratos de leasing, nomeadamente do contrato assinado com a Cellnex com a venda de torres móveis em final de setembro de 2020.

Apesar do aumento do resultado antes de imposto em cerca de 53,2 %, para 155,6 milhões, a provisão para o imposto sobre o rendimento registada em 2021 foi de 11,8 milhões de euros, um valor inferior ao de 2020 em 27,9 %, tendo beneficiado de variações positivas na rubrica de incentivos fiscais. A taxa efetiva de imposto cifrou-se em 12,5 % para o Grupo.

Em 2021, a NOS fechou o ano com um resultado líquido de cerca de 143 milhões 853 mil euros. A empresa continuou a distribuir dividendos, que implicaram um pay-out de 100 %.

A geração de *cash flow* operacional permitiu cobrir a totalidade dos investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados durante o ano, que foram superiores a 2020 e centrados na área de telecomunicações. O EBITDA de 2021 ex-

cedeu largamente a dívida que se vence no curto prazo, apesar do aumento do endividamento resultado do aumento no nível de investimento.

O investimento total excluindo *leasings*, outros direitos contratuais e investimento em espetro 5G aumentou 9,7 % em 2021, para 422,3 milhões de euros. O investimento técnico de Telecomunicações registou um aumento de 19,1 % face a 2020, atingindo 28,9 % em proporção das receitas de telecomunicações. Este aumento do investimento de caráter técnico esteve principalmente ligado à aceleração do programa de implementação da rede de FttH, que no final de 2021 já chegava a 2,7 milhões de casas (mais de 50 % da rede Gigabit fixa da NOS), bem como ao arranque do investimento na tecnologia móvel 5G, em antecipação do lançamento comercial que veio a ocorrer em novembro de 2021.

O investimento de cliente manteve níveis constantes face a 2020, refletindo a disponibilização de equipamentos mais sofisticados, tais como o *router* Giga, caixas UMA de nova geração e caixas Apple TV (tipicamente incluídos em pacotes de maior valor), combinado com níveis de rotação da base de clientes mais baixas face a anos anteriores. O investimento da área de audiovisuais e exibição cinematográfica diminuiu em 19,9 % para 16,7 milhões de euros, devido à retração da atividade, em particular na primeira metade do ano, por força das restrições de distanciamento social impostas. O aumento de 30,8 % do valor acumulado da rubrica de *leasings*, em relação a 2020, deveu-se à operação de alienação à Cellnex, em final de setembro de 2020, da NOS Towering, empresa detentora de *sites* móveis da NOS. De acordo com os termos anunciados na data da venda, esta transação gerou uma contrapartida financeira que pode ascender a 550 milhões de euros até final de 2026, dependente da venda de *sites* adicionais e alterações das configurações dos *sites* existentes, dos quais 375 milhões foram recebidos logo em 2020.

A NOS é uma empresa sólida, com indicadores de endividamento conservadores. O rácio dívida líquida/EBITDA situou-se em 2,6x e o fluxo de caixa operacional em percentagem do endividamento total atingiu os 45 %.

FIG. 29 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1 430 299	1 367 886	1 599 230	1 576 161	1 561 783	1 514 969	1 444 305	1 383 934
EBITDA	608 124	547 152	623 149	590 774	564 973	534 327	516 765	486 695
Resultado líquido	143 853	85 236	143 243	140 902	124 221	89 996	82 720	74 711
Ativo	3 259 395	3 172 643	3 088 176	2 925 543	2 967 067	2 982 641	2 976 494	2 955 931
Passivo	2 296 395	2 216 409	2 075 854	1 841 661	1 880 699	1 929 543	1 912 972	1 895 801
Capital próprio	963 000	956 234	1 012 322	1 083 883	1 086 368	1 053 098	1 063 522	1 060 129

Fonte: Demonstrações financeiras. Resultados como reportados. Elaboração ERC.

NOWO COMMUNICATIONS, S.A.

A NOWO Communications, S.A. (NOWO ou empresa), anteriormente conhecida por Cabovisão – Televisão por Cabo, S.A., iniciou as suas operações em 1993 e tem como atividade principal o fornecimento de serviços de comunicações eletrónicas, designadamente o serviço de televisão por subscrição, de internet, dados e serviço móvel através do serviço MVNO (Operador móvel virtual), com cobertura em diversas regiões de Portugal.

A Cabovisão foi o primeiro operador de cabo em Portugal com ofertas *Triple Play*, lançado em março de 2014, tendo sido igualmente pioneiro a disponibilizar velocidades de banda larga de 2 Megas, 4 Megas, 16 Megas e 30 Megas. Foi ainda responsável pelo lançamento de diversos canais de televisão como o MGM, AXN, Record e Fox.

A marca NOWO nasceu em setembro de 2016, para romper com o *status quo* do mercado, dominado por ofertas em pacote, fornecendo liberdade de escolha aos consumidores, valores que estão presentes nos serviços de comunicações que oferece e que vão ao encontro das tendências de consumo dos jovens e das famílias.

Da Cabovisão, a NOWO manteve a rede híbrida de fibra ótica e cabo coaxial com mais de 14 000Km e que chega a mais de 900 000 casas. O acordo MVNO, operador móvel virtual que utiliza a rede de outro operador, celebrado em janeiro de 2016, deu à NOWO cobertura móvel a nível nacional, com velocidades 4G, permitindo-lhe criar uma oferta móvel disponível em todo o país e no estrangeiro, através dos acordos de roaming estabelecidos com os operadores de outros países.

Em 2019, continuou a apostar no digital e lançou a *App* NOWO TV para Android TV e Amazon Fire TV, que permite o acesso a diversas funcionalidades sem uma *box* e está disponível em *smartphones* e *tablets*, compatível com *chromecast* e *airplay*. A nível de internet foi lançado o novo *homegateway dual band* (2.4/5.0 Ghz) que garante uma melhor cobertura de *wifi* e acesso à internet de alta velocidade.

2020 deu início à construção de uma nova rede de FTTH nas zonas metropolitanas de Porto e Lisboa, onde a NOWO não tem atualmente presença, e progrediu na seleção da tecnologia para realizar uma atualização total da rede atual de HFC.

A NOWO continuou a trabalhar com foco na inovação tecnológica. Em 2021 concluiu o projeto da nova *Box* IP Android e do contrato para integrar a Amazon Prime na nova *box*. Concluiu também o desligamento analógico em 25 % da rede HFC da NOWO, permitido desta forma substituí-lo pelo serviço de TV digital, sendo que as restantes zonas ficaram planeadas para Q1'22.

Na sequência dos leilões 5G, obteve os direitos de utilização das frequências correspondentes a sete lotes ganhos, nos seguintes termos: 2 x 10 MHz na faixa de frequências dos 1800 MHz (1770-1785 MHz/ 1865-1880 MHz); 2 x 5 MHz na faixa de frequências dos 2,6 GHz (2500-2510 MHz/ 2620-2630 MHz); 40 MHz na faixa de frequências dos 3,6 GHz (3400-3800 MHz).

A empresa detém, desde 8 de agosto de 2013, uma participação social de 100 % e respetivos direitos de voto no capital da Winreason, S.A., acionista da Oni – S.G.P.S., S.A., que é a *holding* do Grupo Oni, no qual se encontra incluída a Onitelecom – Infocomunicações, S.A. Em 2020, assinou um contrato para a venda da totalidade da participação, a qual se concretizou em 2021.

A 11 de fevereiro de 2021 adquiriu 100 % da participação na Sociedade Alterlinks – Infraestruturas de Comunicações, S.A., à Sociedade ONI SGPS, S.A. A Alterlinks foi criada pela cisão de parte dos ativos de rede da atividade da Onitelecom – Infocomunicações, S.A.

A NOWO é totalmente detida pela Masmobil Ibercom, o quarto maior operador de telecomunicações espanhol, controlado pela Lorca Telecom. A Lorca Telecom é propriedade de um consórcio de empresas de *private equity* incluindo KKR & Co. Inc., Cinven Ltd. e Providence Equity Partners LLC.

2021 foi um ano positivo para a NOWO. As receitas de exploração cresceram 0,8 % para 63 milhões 816 mil euros, essencialmente justificado pelo aumento das receitas do serviço Móvel (MVNO) e Telefone, compensadas pela redução das receitas de TV por Cabo e internet.

Em 2021, a NOWO manteve o esforço de contenção de custos e beneficiou de uma mais-valia gerada com a alienação da participação financeira na Winreason, no valor de 21 milhões de euros o que também ajudou a colocar os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) nos 21 milhões 781 mil euros, mais do dobro de 2020. Os resultados líquidos foram menos negativos, com uma perda de 1 milhão 192 mil euros.

Os fluxos operacionais de caixa fecharam 2021 no vermelho, resultado de maiores pagamentos a fornecedores. Os investimentos em ativos fixos tangíveis e intangíveis mais que quadruplicaram pelo que o *cash flow* livre foi negativo. O EBITDA não perfez montante para cobrir a dívida que se vence durante o ano de 2022.

Durante o exercício de 2021 ocorreu um reforço das prestações acessórias no montante total de 69 milhões 382 mil euros, das quais 28 milhões 394 mil euros corresponderam à capitalização de empréstimos concedidos, e juros associados, pelo acionista. A parcela restante, no montante de 40 milhões 988 mil euros, concretizou-se por entrada de dinheiro.

O endividamento total e líquido diminuiu face a 2020 e a proporção de capitais próprios em relação ao ativo atingiu 40 %, bem acima dos 6 % do ano anterior. A dívida líquida / EBITDA situou-se em 1,4x.

Em 2021, alguns financiamentos envolviam o cumprimento de diversos rácios financeiros, que foram integralmente satisfeitos pela empresa.

FIG. 30 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	63 816	63 307	62 457	68 299	72 391	70 953	85 336	97 721
EBITDA	21 781	8 842	-20 580	-10 294	3201	4277	11 678	8346
Resultado líquido	-1193	-12 220	-39 267	-32 644	-20 976	-19 792	-17 064	-28 284
Ativo	187 956	110 653	177 029	257 833	228 068	223 356	108 114	196 282
Passivo	113 007	103 893	158 049	270 806	256 397	230 709	95 675	166 779
Capital próprio	74 949	6760	18 980	-12 973	-28 329	-7353	12 439	29 503

Fonte: Demonstrações financeiras, Plataforma da Transparência dos *Media*. Resultados como reportados. Elaboração ERC.

VODAFONE PORTUGAL - COMUNICAÇÕES PESSOAIS, S.A.

A Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A. (Vodafone Portugal ou empresa) é parte da empresa multinacional britânica de telecomunicações móveis, com presença significativa na Europa, Médio Oriente, África e Ásia Pacífico, em 22 países, e em outros 42, através de redes parceiras, totalizando 362 milhões de clientes em todo o mundo.

A Vodafone entrou no mercado português em 1992 como operador focado no segmento móvel. Foi o primeiro operador a trazer a internet para o telemóvel, com a tecnologia WAP (*Wireless Application Protocol*), e pioneira na introdução, em Portugal, das principais tecnologias ao serviço das comunicações móveis (EFR, *Dual Band*, WAP, 2,5G/GPRS, HSCSD, MMS, 3G/UMTS, 3,5G/HSPA e 4G/LTE).

Apostou na convergência entre o telemóvel, o computador e a internet, com o objetivo de criar condições que possibilitem ao consumidor a utilização dos serviços a que está habituado, independentemente da forma de acesso, com uma experiência de utilização simples e transparente.

Hoje é um operador global de telecomunicações convergente, com presença relevante nos vários segmentos que compõem o mercado. A sua cobertura de rede de abrangência nacional chega a 4,1 milhões de casas e empresas, através de uma rede de fibra de última geração, e a 4,5 milhões de clientes de rede móvel (Figura 31).

Tem como atividade principal o estabelecimento, gestão e exploração de infraestruturas, a prestação de serviços de comunicações eletrónicas e o exercício da atividade de televisão, bem como de qualquer atividade complementar ou acessória, contando, na sua componente de comunicações eletrónicas móveis, com as autorizações concedidas pelo Governo Português, para utilização das frequências consignadas nas faixas dos 800 MHz, 900 MHz, 1.800 MHz, 2.100 MHz e 2,6 GHz, atribuídas por períodos de 15 anos.

Em 2016, A Vodafone Portugal passou a integrar a estrutura acionista da Sport TV Portugal, com uma participação de 25 % e, no final de junho de 2017, atingiu 500 mil clientes que utilizavam o serviço de TV.

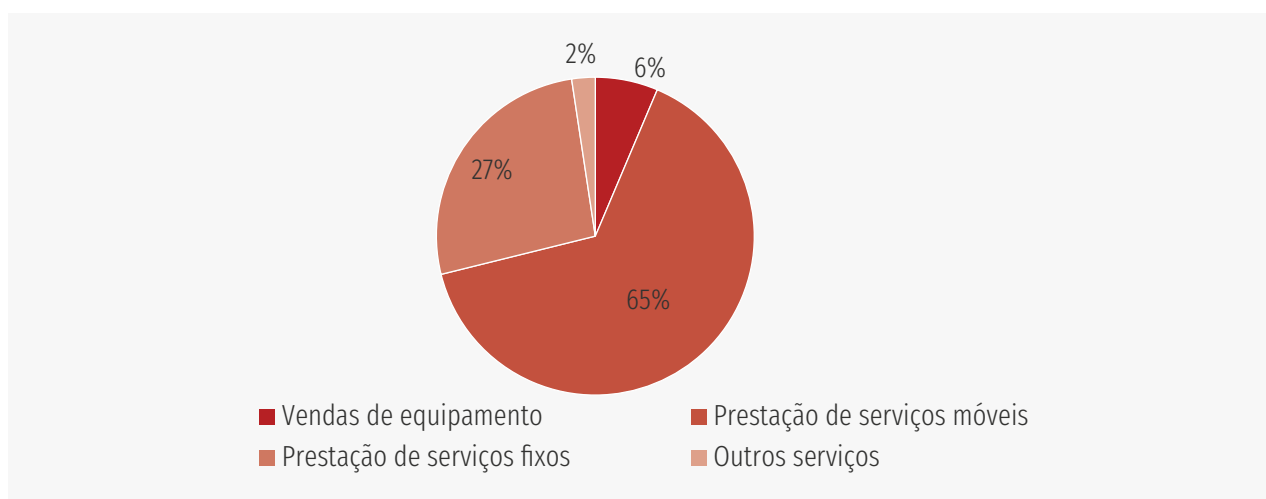
Também em 2017, a Vodafone e a NOS celebraram um acordo de desenvolvimento e partilha de infraestruturas fixas de abrangência nacional. Esta parceria permitiu à Vodafone Portugal chegar a mais 1,3 milhões de famílias e empresas, passando a totalizar cerca de quatro milhões de casas passadas com rede de última geração.

Em 2019, lançou, em exclusivo, a HBO Portugal no seu serviço de televisão e assinou um acordo com a dstelecom para aumentar a cobertura de fibra em 1,2 milhões de casas, com o que passará a 5,3 milhões de casas e empresas. A par da HBO Portugal, celebrou ainda uma parceria com a Eleven Sports para a distribuição de conteúdos desportivos *premium*, como a UEFA Champions League, LaLiga, Bundesliga, Ligue1, Fórmula 1 e NFL, entre outros.

Neste exercício ainda reforçou a sua oferta de televisão com o canal A Bola e com a oferta de serviços públicos acessíveis a partir do ecrã. Já em janeiro 2020, a Vodafone lançou o Amazon Prime Vídeo na sua plataforma de televisão e em outubro a Vodafone e a NOS celebraram um acordo para partilha de ativos e desenvolvimento de redes móveis.

A Vodafone Portugal é 100 % detida pelo grupo Vodafone, uma das maiores empresas de telecomunicações mundiais, cotada na bolsa de Londres. De dezembro de 1996 a maio de 2003, a Vodafone esteve cotada na Euronext Lisboa.

FIG. 31 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2020/21



Fonte: Demonstrações financeiras. Reclassificaram-se as categorias face a anos anteriores. Elaboração ERC.

À data de fecho do presente estudo, a Vodafone Portugal não disponibilizou informação financeira à ERC relativa a 2021. De salientar que o exercício anual da Vodafone encerra em março de cada ano, *i.e.*, março 2021 a março de 2022 (Figura 32).

FIG. 32 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	ND	1 116 829	1 114 329	1 027 067	1 011 561	985 756	973 864	978 799
EBITDA	ND	398 797	365 631	327 338	302 486	248 180	279 296	306 648
Resultado líquido	ND	60 710	3451	35 431	22 253	26 987	29 489	66 290
Ativo	ND	1 682 520	1 444 250	1 360 066	1 348 511	1 390 825	1 291 627	1 136 805
Passivo	ND	1 489 893	1 258 695	1 120 261	1 097 451	1 087 945	1 015 734	890 400
Capital próprio	ND	192 628	185 554	239 805	251 060	302 880	275 893	246 405

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*, sobre titularidade, gestão e meios de financiamento, disponibilizadas ao público através do Portal da Transparência da ERC.

O regime jurídico da transparência visa a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

A 20 de junho de 2022 o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1463 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras de 1848 órgãos de comunicação social.

Com base nos elementos transmitidos pelos Regulados pode afirmar-se que, em Portugal, a comunicação social é a atividade principal de 60,5 % das entidades proprietárias do setor, o que revela dispersão, mas também transversalidade e intersecção entre os diferentes setores da atividade económica. 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 dos meios de comunicação social não envolva qualquer retorno económico e até gere prejuízos. Reitera-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, continuam a autonomizar-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.

Mais de metade dos OCS registados (53,4 %) consiste em publicações periódicas em papel ou papel/*online*. Um quarto dos órgãos de comunicação social é exclusivamente digital.

Aproximadamente metade das entidades proprietárias (47 %) e dos meios de comunicação social (53 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto.

Um outro traço desta área consiste na elevada proporção de proprietários que correspondem a pessoas singulares (perto de um quinto), os quais detêm, na maioria, publicações periódicas (85 %). Os restantes 15 % detêm serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI). As pessoas coletivas tendem a concentrar-se na figura jurídica das sociedades comerciais, com os seus vários tipos (56,7 % dos proprietários).

Na paisagem mediática nacional prevalecem entidades de pequena dimensão, que prosseguem essencialmente a atividade de imprensa (em suporte em papel e *online*) e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

Em 2022, foi registado na Plataforma da Transparência um novo tipo de órgãos de comunicação social - os Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido (OSAP), em conformidade com a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que transpôs para a ordem jurídica interna a Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual¹ e alterou a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido²; com o Decreto-Regulamentar dos Registos³; e com a Deliberação ERC/2022/99 (TRP-MEDIA) do Conselho Regulador da ERC, de 6 de abril, sobre a alteração do âmbito de aplicação da Lei da Transparência dos *Media* que se alargou para incluir os operadores de serviços audiovisuais a pedido e os serviços audiovisuais a pedido.

Outro evento a destacar é a não oposição do Conselho Regulador da ERC, em reunião de 4 de março de 2022, à aquisição pelo grupo alemão Bauer do controlo exclusivo sobre a MCR II - Média Capital Rádios, S.A., por não se ter concluído que dela resultassem perturbações indevidas ao equilíbrio do panorama radiofónico em Portugal, ou que tal operação colocasse em causa os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a, conteúdos, cuja tutela incumbe à ERC aí acautelar⁴.

No domínio da televisão, em 25 de maio de 2022, o Conselho Regulador, no uso das suas atribuições e competências, deliberou autorizar a atividade de televisão ao operador Paulo Feliciano Audiovisual – Sociedade Unipessoal, Lda., através do serviço de programas temático Azores TV, sediado na Região Autónoma dos Açores, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura. A 25 de maio de 2022, o Conselho Regulador deliberou autorizar o serviço de programas temático Unifé TV, também de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, operado pela Igreja Universal do Reino de Deus. Estará vocacionado para conteúdos religiosos.

¹ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que procedeu à harmonização no quadro normativo europeu da oferta de serviços de comunicação social audiovisual.

² Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.

³ Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, mais recentemente alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro.

⁴ Cfr. Deliberação ERC/2022/67 (CC), de 8 de março.

2. ENQUADRAMENTO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

2.1 ÂMBITO DE APLICAÇÃO

A transparência dos *media* constitui uma área de atuação da ERC que se autonomizou por força da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho⁵. Estas obrigações legais abrangem todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prosseguem atividades de comunicação social. Correspondem praticamente ao universo de entidades reguladas pela ERC⁶, tipificadas no artigo 6.º dos seus Estatutos, nomeadamente:

- As **agências noticiosas**;
- As pessoas singulares ou coletivas que editam **publicações periódicas**;
- Os **operadores de rádio e de televisão**;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem ao público, através de **redes de comunicações eletrónicas, serviços de programas de rádio ou de televisão**;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, **conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente**.
- Os **operadores de serviços audiovisuais a pedido**.

O universo regulado é composto por um elevado número de pessoas singulares e coletivas⁷. Esta circunstância repercute-se no âmbito maximalista de aplicação do regime jurídico da transparência, abarcando-se entidades juridicamente muito diversas e de dimensões díspares.

À data de 31 de dezembro de 2021, esse universo integrava 2196 registos ativos de órgãos de comunicação social (OCS)⁸, com a distribuição que consta da Figura 1.

FIG. 1 - ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL REGISTRADOS NA ERC, POR TIPO (31 DE DEZEMBRO DE 2021)

Tipo de órgão de comunicação social	N.º	%
Publicações periódicas*	1728	78,7
Operadores de rádio	284	12,9
Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela Internet	149	6,8
Operadores de televisão	22	1,0
Operadores de distribuição	11	0,5
Empresas noticiosas	2	0,1
Total	2196	100,0

*Inclui publicações anotadas e registos provisórios
Fonte: ERC

⁵ Este diploma é regulamentado pelo Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro, que revoga o Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril.

⁶ A referência deste universo é a base de dados de registos ativos dos órgãos de comunicação social gerida pela Unidade de Registos da ERC. Deve ressaltar-se que, para efeitos de aplicação da Lei da Transparência, foram excluídas i) as entidades que têm publicações periódicas meramente anotadas na Unidade de Registos, ou seja, aquelas que são editadas por organismos públicos; as publicações periódicas cujos registos ainda não foram convertidos em definitivos. À luz do Decreto-Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, artigo 15.º, n.º 2, as inscrições de publicações periódicas convertem-se em definitivas com a apresentação, junto da ERC, do primeiro exemplar publicado, em prazo não superior a 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial. A este respeito, recomenda-se a consulta do capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social", no presente Relatório de Regulação.

⁷ As pessoas coletivas correspondem juridicamente a sociedades comerciais, mas também a associações, cooperativas, fábricas de igreja, fundações ou Instituições Particulares de Solidariedade Social.

⁸ 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.

2.2 DIMENSÕES DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

As dimensões da transparência dos *media* concretizam-se em três pilares fundamentais – titularidade, gestão e meios de financiamento. Todas as entidades abrangidas, independentemente da sua figura jurídica, devem comunicar à ERC a respetiva relação dos titulares das participações sociais, a composição dos órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos. Adicionalmente, se for aplicável, devem descrever as “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 % do capital social). As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda reportar os principais fluxos financeiros, clientes relevantes (representantes de 10 % ou mais dos rendimentos) e detentores relevantes dos passivos (representantes de 10 % ou mais dos passivos). As sociedades comerciais devem igualmente elaborar um relatório anual sobre as práticas de governo societário por si adotadas (Figura 2).

FIG. 2 - SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES A COMUNICAR À ERC NO ÂMBITO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

Áreas de reporte	Quem comunica?	O quê?	Quando?
Titularidade (direta e indireta)	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Titulares das participações sociais; cadeia de imputação das “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 %); aumento ou redução da percentagem de participação	Comunicação inicial e atualizações
Gestão	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Composição dos órgãos sociais	Comunicação inicial e atualizações
Órgãos de comunicação social	Todos os regulados (pessoas singulares e coletivas)	Identificação do(s) OCS detido(s)/ editado(s); identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos	Comunicação inicial e atualizações
Dados financeiros	Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada	Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo	Anualmente, até 30 de junho
Governança corporativa	Sociedades comerciais reguladas	Relatório de governo societário	Anualmente, até 30 de abril



3. 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.

Plataforma Digital da Transparência ⁹	Portal da Transparência
Através desta plataforma eletrônica , as entidades abrangidas pelo regime jurídico da transparência transmitem diretamente à ERC elementos como: titularidade da propriedade; cadeias de imputação; participações qualificadas; composição dos órgãos sociais ou fluxos financeiros.	A ERC assegura através do Portal da Transparência o acesso público às informações comunicadas.

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 reguladas, bem como de órgãos de comunicação social ativos. O retrato traçado está necessariamente ancorado a um referente temporal.

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”.

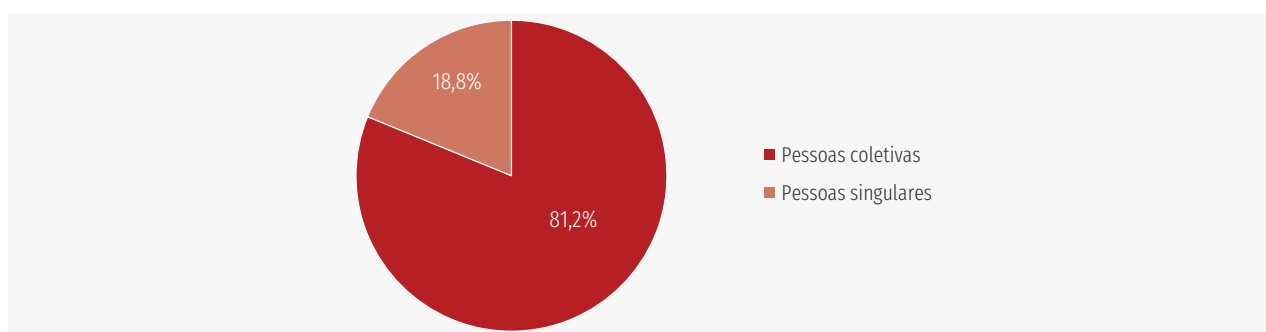
É a este nível que são comunicados os titulares de órgãos sociais, os dados financeiros, relatórios de governo societário e a titularidade direta das participações sociais. É também a partir deste nível que são reconstituídas cadeias de titularidade indireta, quando estão em causa “participações qualificadas”.

3.1 CARACTERÍSTICAS GENÉRICAS DAS ENTIDADES QUE CUMPREM O REGIME DA TRANSPARÊNCIA

A 20 de junho de 2022, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre **1463 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras diretas de 1848 órgãos de comunicação social**.

Um total de 81,2 % destas entidades corresponde a pessoas coletivas e 18,8 % 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 (20.06.2022)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

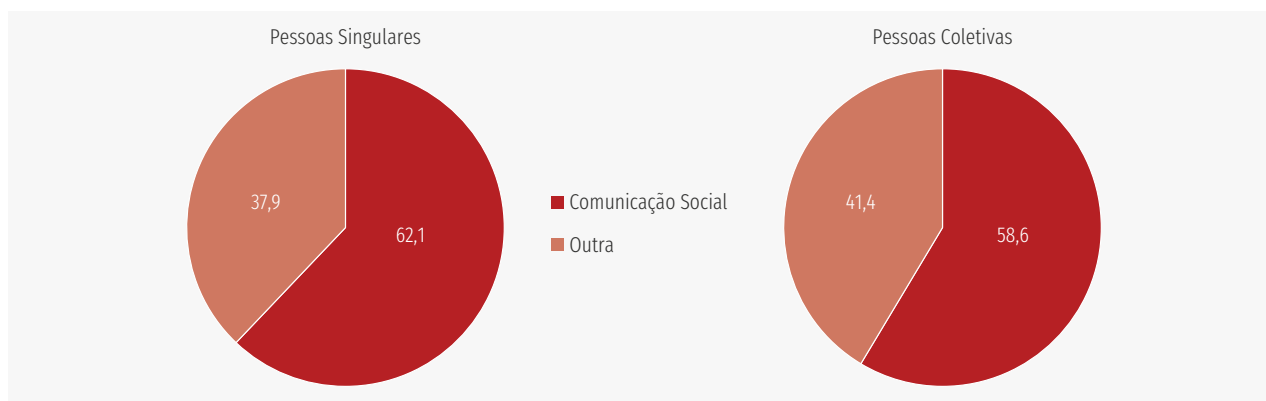
⁹ A ERC desenvolveu uma plataforma digital, disponível no endereço <https://transparencia.erc.pt> desde 11 de abril de 2016, através da qual os Regulados passaram a comunicar os dados e informações previstas nas disposições legais da transparência.

Comunicação social é atividade principal de apenas 60,5 % das entidades proprietárias / editoras

Um conjunto de **60,5 % das entidades registadas tem como atividade principal a comunicação social**¹⁰.

Se olharmos apenas para as pessoas singulares registadas, 62,1 % têm como atividade principal a comunicação social; no que se refere às pessoas coletivas, o mesmo sucede com 58,6 % das pessoas (Figura 4).

FIG. 4 - ATIVIDADE PRINCIPAL DAS PESSOAS SINGULARES E COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)



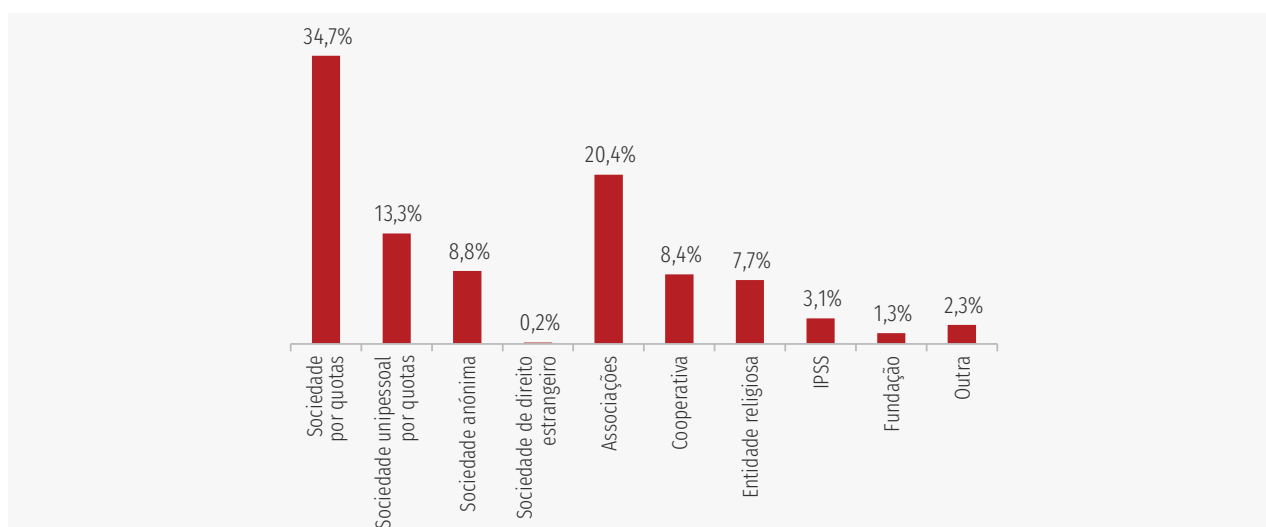
Fonte: ERC - Portal da Transparência

Concentração na figura jurídica do proprietário: 56,7 % são sociedades comerciais

Numa caracterização do “tipo de sociedade” das entidades coletivas que prosseguem atividades de comunicação social, predominam as sociedades comerciais como figuras jurídicas, nos seus vários tipos: 56,7 %. As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e, a larga distância, as cooperativas e as entidades religiosas.

As sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (34,7 %), seguindo-se as associações (20,4 %), as sociedades unipessoais por quotas (13,3 %), as sociedades anónimas (8,8 %), as cooperativas (8,8 %) e as entidades religiosas (7,7 %), que correspondem, sobretudo, a fábricas de igreja. As demais figuras jurídicas são residuais (Figura 5).

FIG. 5 - TIPO DE ENTIDADE DAS PESSOAS COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

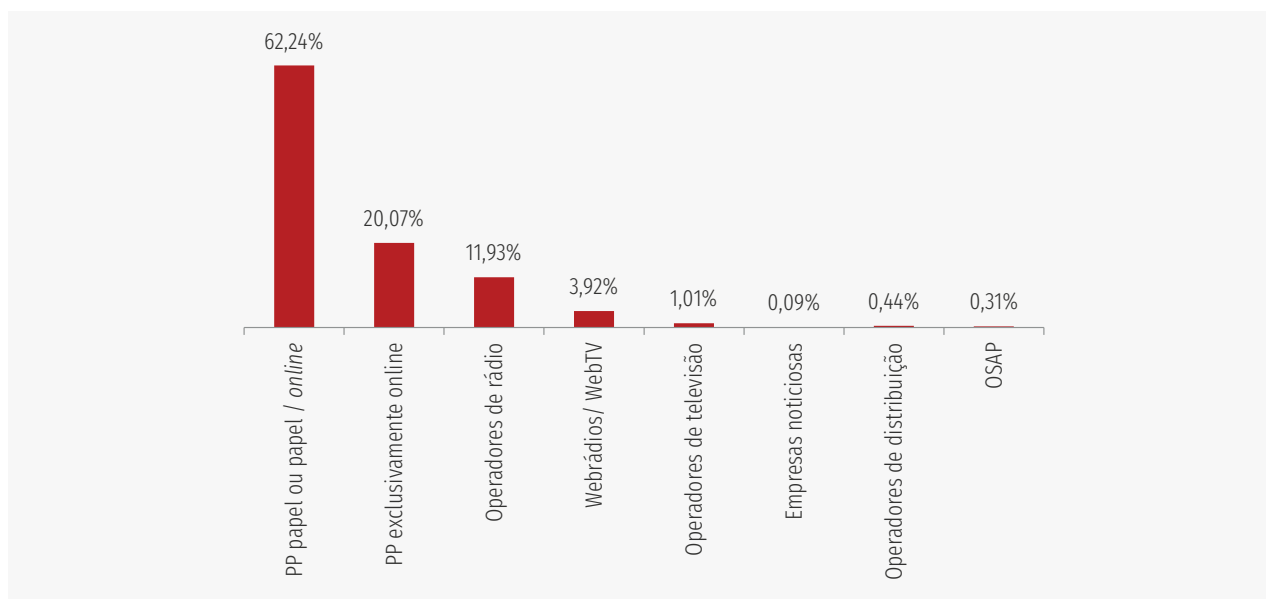
A categoria “Outra” inclui Comunidade intermunicipal; Federação; Herança indivisa; Instituto; Junta de freguesia; Município; Ordem profissional; Partido político; Pessoa coletiva de direito público; e Sindicato / organização sindical.

¹⁰ É solicitado às entidades registadas na Plataforma da Transparência que indiquem se a sua atividade principal é a “comunicação social” ou “outra”.

Concentração em tipo de OCS: 53 % são publicações periódicas em papel ou papel/*online*. Um quarto é exclusivamente digital

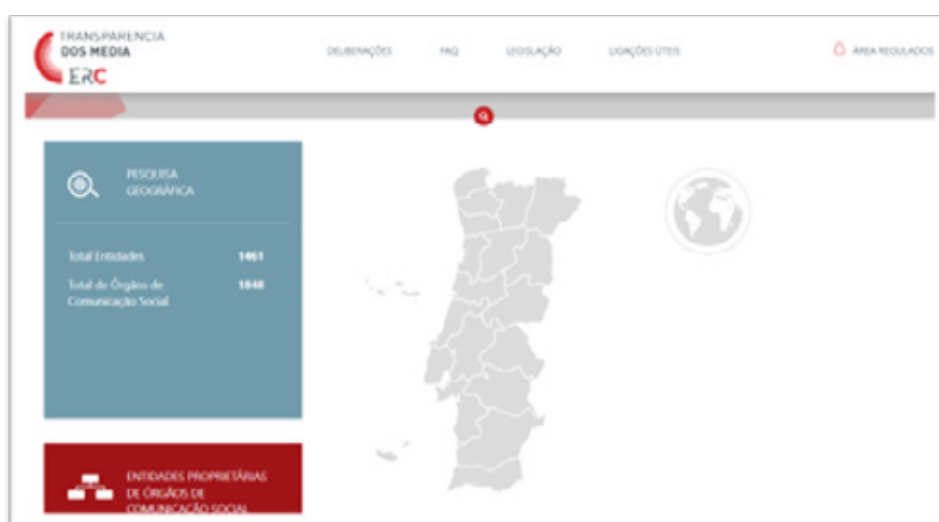
As publicações periódicas (PP) em suporte papel ou papel/*online* são o principal tipo de órgão de comunicação social detido pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social (53,4 %)¹¹. Seguem-se os meios *online* (29,6 %), que correspondem a projetos editoriais digitais: publicações periódicas exclusivamente *online* (24,1 %)¹² e webrádios ou webTV (5,5 %). Os operadores de rádio representam 15 % dos OCS registados. Por comparação, é residual o número de operadores de televisão, agências noticiosas, operadores de distribuição e operadores de serviços audiovisuais a pedido registados, apesar de corresponderem a algumas das maiores empresas do setor (Figura 6).

FIG. 6 - TIPOS DE OCS DETIDOS PELAS ENTIDADES QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Concentração geográfica: Lisboa e Porto com 47,5 % das entidades proprietárias / editoras e 52,8 % dos OCS



Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa e Porto, concentram o maior número de entidades de comunicação social e de OCS: Lisboa com 34,5 % das entidades proprietárias/editoras e 40,0 % dos OCS; Porto com cerca de 12,8 %

¹¹ Categoria "PP papel ou papel/*online*", que compreende publicações periódicas registadas na ERC em suporte "papel" ou "papel e *online*".

¹² Categoria "PP exclusivamente *online*", que compreende publicações periódicas apenas em suporte *online*.

das entidades proprietárias/editoras e 13,0% dos OCS. Em sentido contrário, Beja, Bragança e Portalegre correspondem aos distritos com menor número de entidades proprietárias/editoras e OCS. Aproximadamente 5,5 % das entidades proprietárias/editoras e 5,1 % 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 (20.06.2022)

Distrito / Região	Entidades detentoras / editoras (%)	OCS (%)
Aveiro	4,9	4,5
Beja	1,2	1,0
Braga	5,7	5,9
Bragança	1,1	0,9
Castelo Branco	2,1	1,7
Coimbra	4,2	3,9
Évora	1,8	1,5
Faro	3,6	3,4
Guarda	1,8	1,4
Leiria	3,7	3,3
Lisboa	34,5	40,0
País estrangeiro	0,1	0,0
Portalegre	1,3	1,0
Porto	12,8	13,0
Região Autónoma da Madeira	1,9	2,0
Região Autónoma dos Açores	3,6	3,1
Santarém	4,7	4,0
Setúbal	3,7	3,0
Vila Real	2,5	2,1
Viana do Castelo	3,6	1,1
Viseu	3,6	3,3
Total	100,0	100,0

Fonte: ERC - Portal da Transparência

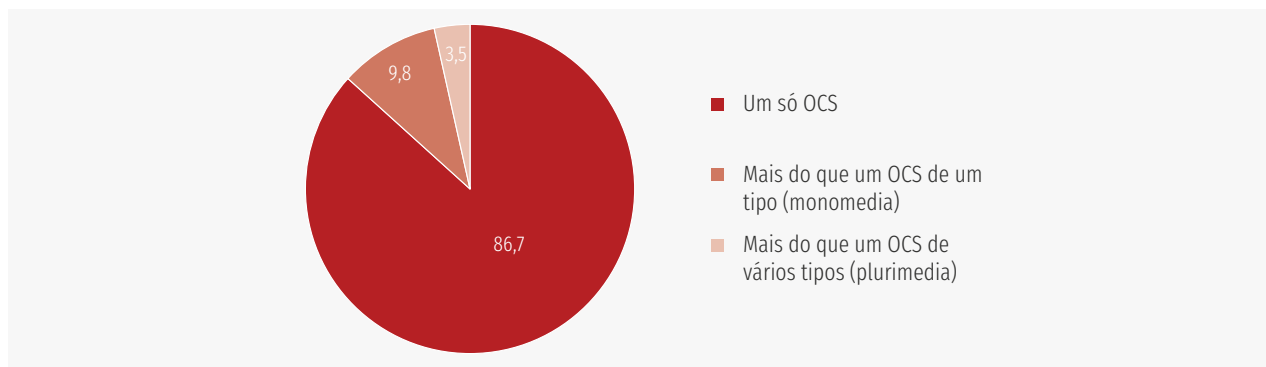
Baixa concentração de número e tipos de OCS

A grande maioria das entidades-base de comunicação social (86,7 %) detém um único órgão de comunicação social, apresentando, nesta dimensão, um baixo nível de concentração. No entanto, o nível de concentração poderá aumentar quando se analisa a titularidade do capital social e a composição dos órgãos sociais destas entidades, conforme descrito adiante no ponto dedicado aos grupos de *media*.

As restantes 13,3 % possuem mais do que um órgão de comunicação social, usualmente de um só tipo (publicações periódicas e, mais excecionalmente, webrádios).

Uma minoria das entidades possui um portefólio em que combina órgãos de comunicação social de diferentes tipos (Figura 8).

FIG. 8 - N.º DE OCS DAS PESSOAS SINGULARES E COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)



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 – mais um do que em 2020 – possui dez ou mais publicações periódicas (Figura 9).

FIG. 9 - N.º DE OCS DE UM SÓ TIPO DETIDOS / EDITADOS PELAS ENTIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Fabiano de Abreu Rodrigues	2 publicações periódicas	Aveiro
Santa Casa da Misericórdia da Mealhada	2 publicações periódicas	Aveiro
Sucesso Vigente - Serviços Globais, Lda.	2 publicações periódicas	Aveiro
Diocese de Beja	2 publicações periódicas	Beja
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, SA	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
Publicações Da Costa, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Relatos Obrigatórios, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
RFX, Lda.	5 publicações periódicas	Braga
RVJ Editores, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Adriano Lucas, Lda.	11 publicações periódicas	Coimbra
Centro Académico de Democracia Cristã	2 publicações periódicas	Coimbra
Communis Missio - Instituto Diocesano de Comunicação	2 publicações periódicas	Coimbra
Formasau - Formação e Saúde, Lda.	2 publicações periódicas	Coimbra
Maurício José da Silva Reis	2 publicações periódicas	Coimbra
Sociedade Fechada, Lda.	4 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

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Página em Branco - Associação de Comunicadores e Jornalistas Independentes	2 publicações periódicas	Faro
Press Roma - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Faro
Janela Digital, S.A.	2 publicações periódicas	Leiria
Medioeste, Lda.	3 publicações periódicas	Leiria
Sílaba Notável, Lda.	2 publicações periódicas	Leiria
Âmbito - Gestão da Informação, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	4 publicações periódicas	Lisboa
APAV - Associação Portuguesa de Apoio à Vítima	2 publicações periódicas	Lisboa
APEI - Associação dos Profissionais de Educação de Infância	2 publicações periódicas	Lisboa
Associação de Professores de Matemática	2 publicações periódicas	Lisboa
Associação dos Custódios de Maria	2 publicações periódicas	
Avalanche de Sonhos, Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Bloco de Esquerda	2 publicações periódicas	Lisboa
Câmara de Comércio e Indústria Portugal-Angola	2 publicações periódicas	Lisboa
Causa de Beatificação e Canonização do Servo de Deus Padre Francisco da Cruz, S.J.	2 publicações periódicas	Lisboa
Cenário Triangular, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Cinco Um Zero, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
CEU-Cooperativa de Ensino Universitário, CRL	3 publicações periódicas	Lisboa
CIP - Confederação Empresarial de Portugal	2 publicações periódicas	Lisboa
Corpo Nacional de Escutas - Escutismo Católico Português	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 Sarmiento, Unipessoal, Lda.	5 publicações periódicas	Lisboa
Editora Sol, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Editorial Avante, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Editorial Grupo V - Portugal, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Fast Lane II, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Federação Portuguesa de Futebol	2 publicações periódicas	Lisboa
Fundação Círculo de Leitores	2 publicações periódicas	Lisboa
Hollyfar - Marcas e Comunicação, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
How-House Of Words Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
IF Executives-Edições e Formação, S.A.	7 publicações periódicas	Lisboa
Igreja Universal do Reino de Deus	2 publicações periódicas	Lisboa
Impresa Publishing, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Induglobal - Publicações, Unipessoal, Lda.	7 publicações periódicas	Lisboa
Inevitável e Fundamental, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Instituto de Apoio à Criança - IAC	2 publicações periódicas	Lisboa
Instituto de Direito Económico, Financeiro e Fiscal	2 publicações periódicas	Lisboa
Instituto de Direito Privado	3 publicações periódicas	Lisboa

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
João Filipe Ferreira Rodrigues Vieira	3 publicações periódicas	Lisboa
Joaquim Filipe Ramalho de Sousa Esménio	2 publicações periódicas	Lisboa
Jacques da Conceição Rodrigues	10 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
Luís Fernando da Silva De Sampaio Howell	2 publicações periódicas	Lisboa
Luís Miguel Pereira Veloso Campos	2 publicações periódicas	Lisboa
Maná-Igreja Cristã	5 web TV	Lisboa
Maria da Luz de Castro Costa de Campos Pereira de Bragança	3 publicações periódicas	Lisboa
Masemba, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Media Capital Digital, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa
Medianext Professional Information, Lda.	6 publicações periódicas	Lisboa
Megafin - Sociedade Editora, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Missionários Combonianos do Coração de Jesus	3 publicações periódicas	Lisboa
Monitorius, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Montepio Geral - Associação Mutualista	2 publicações periódicas	Lisboa
Multipublicações, Lda.	8 publicações periódicas	Lisboa
My Guide - Novos Meios de Comunicação, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Newsplex, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A.	5 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.	2 publicações periódicas	Lisboa
PENA MÁGICA - Comunicação & Informação, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
PFM-Press, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Polimeios-Produção de Meios, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Popquestion - Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Press Forum, Comunicação Social, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Presspeople - Edição de Publicações, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Presstrans - Editora de Publicações, Unipessoal, 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
Renascença Gráfica, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Sociedade Histórica da Independência de Portugal	2 publicações periódicas	Lisboa
Sociedade Portuguesa de Matemática	2 publicações periódicas	Lisboa
Sociedade VÍCRA Desportiva, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Swipe News, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Terra de Letras - Comunicação Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Time Out Portugal Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Trust in News, Unipessoal, Lda.	16 publicações periódicas	Lisboa
Universidade Católica Portuguesa	6 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.	3 publicações periódicas	Lisboa
WorldImpala.Net, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Zenelly Publishing Publicações, Unipessoal, Lda.	4 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
Comunidade Israelita do Porto / Comunidade Judaica do Porto	2 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.	7 publicações periódicas	Porto
Emibra-- Publicidade e Consultadoria de Gestão, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Engenho e Média, Lda.	3 publicações periódicas	Porto
Espadas & Dragões, Lda.	2 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.	10 publicações periódicas	Porto
Instituto Superior Politécnico Gaya	2 publicações periódicas	Porto
Letras Evolutivas - Comunicações, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Linha Única - Edição e Comunicação Em Saúde e Desporto, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
LOGOS Comunicação Unipessoal, Lda.	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.	9 publicações periódicas*	Porto
Publireferência, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Rafael Telmo da Silva Ferreira	2 publicações periódicas	Porto
ROOF - New Concept Media, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Vida Económica - Editorial, S.A.	5 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
Kleidimar Rosa Pinto	2 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira
O.L.C. - Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Ponte Editora, Sociedade, Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira
Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.	3 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Ana Rita Melo Pereira	2 webrádios	Região Autónoma dos Açores
Criativaçores, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Gráfica Açoreana, Lda.	2 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Símbolos e Cedilhas Associação	2 publicações periódicas	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
Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	2 publicações periódicas	Santarém
Santa Casa da Misericórdia de Almeirim	2 publicações periódicas	Santarém
Secretariado Nacional do Rosário	2 publicações periódicas	Santarém
Jorge Manuel Martins Caseiro	2 publicações periódicas	Setúbal
Pressworld - Meios de Comunicação & Informação, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Setúbal
Primeira Hora - Editora e Comunicação, Lda.	2 publicações periódicas	Setúbal
UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Setúbal
Open Media Europe - Sociedade Editora, S.A.	4 publicações periódicas	Viana do Castelo
Publigest, Lda.	2 publicações periódicas	Viana do Castelo
Figueiredo, Correia & Monteiro, Lda.	2 publicações periódicas	Vila Real
Legenda Transparente, Lda.	2 publicações periódicas	Viseu

Fonte: ERC – Portal da Transparência

*Várias publicações desta sociedade são editadas por outras entidades

Do conjunto 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 10).

FIG. 10 - N.º DE OCS DE MAIS DO QUE UM TIPO, DETIDOS PELAS ENTIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (20.06.2022)

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Comissão de Melhoramentos de Esmoriz	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Aveiro
Rádio Soberania, Empresa de Radiodifusão, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Aveiro
Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/Sociedade Missionária da Boa Nova	3 publicações periódicas 1 webrádio	Aveiro
Sociedade Editorial Bética, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Beja
Círculo de Cultura Famalicense	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Braga
Editave Multimédia, Lda.	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Braga
Guimapress, S.A.	4 publicações periódicas 1 operador de rádio 1 webrádio	Braga
Rádio Vizela Cooperativa de Radiodifusão, CRL	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Braga
RC Chaves Rádio Clube de Chaves, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Bragança
Rádio Regional do Centro, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio 2 webrádios	Coimbra
RPCS - Soure FM, Radiodifusão e Publicidade, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Coimbra
Diálogo Hável, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Évora

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
PAJOVIR - Espectáculos, Marketing e Publicidade, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Faro
Fundação Frei Pedro	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Guarda
Cíncup - Cooperativa de Informação e Cultura de Porto de Mós, CRL	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Leiria
Fercorber, Madeiras e Materiais de Construção, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Leiria
MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda.	1 operador de rádio 1 webrádio	Leiria
Canal Q	1 operador de televisão 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
Cinemundo, Lda.	1 operador de televisão 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
Côco - Companhia de Comunicação, Unipessoal, Lda.	1 operador de rádio 1 webrádio	Lisboa
Cofina Media, S.A.	9 publicações periódicas 1 operador de televisão	Lisboa
COM+Comunicação, Lda.	6 publicações periódicas 1 operador de rádio 1 webrádio	Lisboa
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	1 operador de televisão 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
Madmen, Lda.	3 publicações periódicas 1 webrádio	Lisboa
MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.	2 publicações periódicas 1 operador de distribuição 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
Nowo Communications, S.A.	1 operador de distribuição 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
Metáforas e Parábolas, Unipessoal, Lda.	Metáforas e Parábolas, Unipessoal, Lda.	Lisboa
NOS Comunicações, S.A.	1 operador de distribuição 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	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
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	1 operador de televisão 1 operador de serviços audiovisuais a pedido	Lisboa
C.T.C.S. - Composição de Texto para a Comunicação Social e Afins, Lda.	1 publicação periódica 1 webrádio	Portalegre
ERA - Emissora Regional de Amarante, Lda.	3 publicação periódica 1 operador de rádio	Porto
Ilustrepágina, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 webrádio	Porto
Rádio Onda Viva, S.A.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Porto
Tropelias & Companhia - Associação Cultural	1 publicação periódica 1 webrádio	Porto
Empresa Jornalística da Madeira, 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

Entidade-base proprietária / editora	N.º e tipo de OCS	Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora
Símbolos e Cedilhas Associação	1 publicação periódica 1 webrádio	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

4. ANÁLISE DOS MEDIA POR DIFERENTES ÁREAS E SETORES DE ATIVIDADE

Neste ponto prossegue-se a análise perspetivada a partir da exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes. A grande maioria dos OCS agrupados por áreas de atividade e setores são, como esperado, as publicações periódicas e, entre estas, as publicações periódicas de conteúdo especializado. A grande maioria destas publicações é detida por proprietários que se encontram no setor de atividade a que correspondem as temáticas das respetivas publicações periódicas. No entanto, algumas são editadas por empresas que têm como atividade principal a comunicação social. Por outro lado, variadas empresas ou empresários de determinado setor poderão ter interesse em investir na área da comunicação social e, assim, encontramos empresas e empresários, ou outro tipo de entidades, de diferentes áreas de atividade, religiões ou culturas (exemplo: setor da construção civil, setor da distribuição, igrejas, etc.) com ligações à atividade de comunicação social, ora por via da titularidade, ora por via da participação em órgãos sociais de empresas de *media*, normalmente no órgão de direção, quando são também titulares das respetivas participações sociais, ou em órgãos consultivos, quando não detêm participações sociais na entidade que prossegue atividades de comunicação social. De forma resumida, da análise das entidades e OCS registados no Portal da Transparência resultam:

- OCS generalistas detidos por entidades ou empresários cuja atividade principal não é a comunicação social;
- OCS especializados (principalmente publicações periódicas) detidos ou editados por entidades que se encontram na área da comunicação social, a grande maioria empresas jornalísticas.



4.1 ENTIDADES E OCS RELACIONADOS COM BENS E ATIVIDADES ESSENCIAIS

O setor primário e os bens essenciais, a par das inerentes atividades de distribuição, em especial, de alimentos, assumiram especial relevância em 2021, daí virem destacados neste ponto, assim como o tipo de proprietários e/ou editores que os detêm.

À data de 30 de maio de 2021 encontravam-se registadas na Plataforma da Transparência diversas entidades proprietárias ou editoras de publicações periódicas cuja atividade principal é desenvolvida no setor primário, muitas vezes em conjugação com outros setores. Na Figura 11 estão identificadas as publicações periódicas, os proprietários e os editores dedicados a esta área, assim como alguns grupos de *media* especializados na produção de conteúdos ou na gestão de PP relacionadas com este tipo de atividade económica.

FIG. 11 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS E OUTROS OCS, PROPRIETÁRIOS E / OU EDITORES NO SEGMENTO DE BENS E ATIVIDADES ESSENCIAIS

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE do Editor
Água & Ambiente	About Media - Comunicação, Lda.	58130 - Edição de jornais	About Media - Comunicação, Lda.	58130 - Edição de jornais
Ruminantes	Aghorizons, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Aghorizons, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agro-Manual	Agro-Manual, Publicações, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Agro-Manual Publicações, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agrotec - Revista Técnico-Científica Agrícola TecnoAlimentar	Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Agropress - Comunicação Especializada, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Gazeta Rural	Classe Média - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.	58130 - Edição de jornais	Classe Média - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.	58130 - Edição de jornais
Paixão Pela Cerveja Paixão Pelo Vinho	Purplesummer - Media & Events, Unipessoal, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição	Purplesummer - Media&Events, Unipessoal, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição
A Planície	SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.	60100 - Atividades de rádio	SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.	60100 - Atividades de rádio
Campo & Jardim Cozinha Saudável	Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	n/a	Silva & Rocha Editores, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Vida & Saúde Natural	Zenelly Publishing Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Zenelly Publishing, Publicações, Unipessoal Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Abolsamia	Nugon - Publicações e Representações Publicitárias, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Nuno Gonçalo L. Botelho Gusmão	n/a
iALIMENTAR	Induglobal, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Induglobal, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Máquinas Agro	Presstrans - Editora de Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Presstrans - Editora de Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Recursos Hídricos	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos	72200 - Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos	72200 - Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agricultura e Mar Actual	Carlos José Coelho Caldeira	n/a	Carlos José Coelho Caldeira	n/a
Vestir	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX	Portaria n.º 135/2011, de 4 de Abril	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX	Portaria n.º 135/2011, de 4 de Abril

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE do Editor
Mundo Rural	Ação Católica Rural	94910 - Atividades de organizações religiosas	Ação Católica Rural	94910 - Atividades de organizações religiosas
Ovelha	ACOS - Associação de Agricultores do Sul	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	ACOS - Associação de Agricultores do Sul	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Boletim Informativo da ACRA	ACRA - Associação de Consumidores da Região Açores	94995 - Outras Atividades associativas, n. e	ACRA - Associação de Consumidores da Região Açores	94995 - Outras Atividades associativas, n. e
Revista Agros Força da União	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL	46331 - Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL	46331 - Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos
Espaço Rural	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL	94995 - Outras Atividades associativas, n. e	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL	94995 - Outras Atividades associativas, n. e
Vida Rural	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares	IF Executives-Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares
Jovens Agricultores	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Produtores de Leite	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Boas Vinhas	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Revista do Agricultor	Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Notícias CAP		94110 - Atividades de organizações económicas e patronais		94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Suinicultura	Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
		58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas		58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
A Padaria Portuguesa - Revista da ACIP	ACIP - Associação do Comércio e da Indústria de Panificação, Pastelaria e Similares	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Maria Fernanda Santos	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Dão Digital (webrádio)	COAPE - Cooperativa Agro-Pecuária dos Agricultores de Mangualde, CRL	47192 - Outros estabelecimentos 36001 - Captação e tratamento de água 1610 - Serviços para agricultura		

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

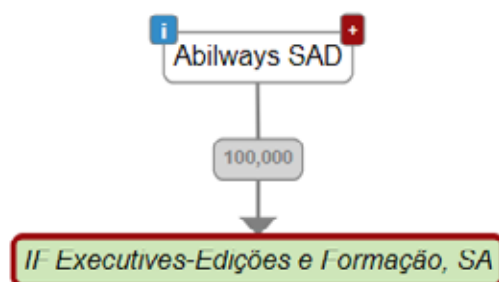
Nesta análise identificámos os CAE (códigos de atividade económica) tanto dos proprietários como dos editores das publicações periódicas identificadas na Figura 11 com o objetivo de os agruparmos por tipo de atividades principais e apurar se as entidades proprietárias e/ou editoras pertencem aos mesmos ramos de atividade.

Verificámos, em primeiro lugar, que as PP i) A Padaria Portuguesa - Revista da ACIP; ii) Suinicultura; iii) Revista do Agricultor e Notícias CAP, iv) Boas Vinhas; v) Jovens Agricultores; e vi) Produtores de Leite têm, cada uma, o mesmo proprietário e editor e todas são entidades que declaram como atividade principal/CAE o n.º 94110 - Atividades de organizações económicas e patronais. Ou seja, todas estas entidades representam os produtores dos vários setores relacionados com os Bens e Atividades Essenciais.

Já a grande maioria das publicações periódicas aí identificadas tem como proprietários e/ou editores empresas que declaram como atividade principal a edição de revistas e de outras publicações periódicas.

Neste grupo de PP encontra-se uma entidade, a IF Executives - Edições e Formação, S.A. (descrita na Figura 12), que é totalmente detida por uma sociedade estrangeira, o grupo francês de formação Abilways SAD.

FIG. 12 - ESTRUTURA DE CAPITAL DA PROPRIETÁRIA E EDITORA IF EXECUTIVES - EDIÇÕES E FORMAÇÃO, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

4.1.1 ENTIDADES 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 são também entidades proprietárias de órgãos de comunicação social próprios, normalmente publicações periódicas. Já os editores das PP 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 13).

FIG. 13 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS, PROPRIETÁRIOS E / OU EDITORES RELACIONADOS COM A DISTRIBUIÇÃO E EXPLORAÇÃO DE ÁREAS COMERCIAIS

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE Principal do Editor
Sabe Bem Faz Bem	Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A.	47111 - Comércio a retalho em supermercados e hipermercados 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Cofina Media, S.A.	60200 - Atividades de televisão 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Continente Magazine	Modelo Continente Hipermercados, S.A.	47111 - Comércio a retalho em supermercados e hipermercados	Edit Público MKT Publishing	58130 - Edição de jornais
Hipersuper	WorkMedia - Comunicação, S.A.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas 58130 - Edição de jornais	WorkMedia - Comunicação, S.A.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas 58130 - Edição de jornais
Distribuição Hoje	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares	IF Executives-Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares
Apetece	El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.	47191 - Comércio a retalho não especializado, sem predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, em grandes armazéns e similares	El Corte Inglés Grandes Armazéns, S.A.	47191 - Comércio a retalho não especializado, sem predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, em grandes armazéns e similares
Gourmet Magazine	El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.		The Hotel - Room for Ideas	
Vida Celeiro	Supermercado Rocha, S.A.	47292 - Comércio a retalho de produtos alimentares, naturais e dietéticos, em estabelecimentos especializados	Supermercado Rocha, S.A.	47292 - Comércio a retalho de produtos alimentares, naturais e dietéticos, em estabelecimentos especializados

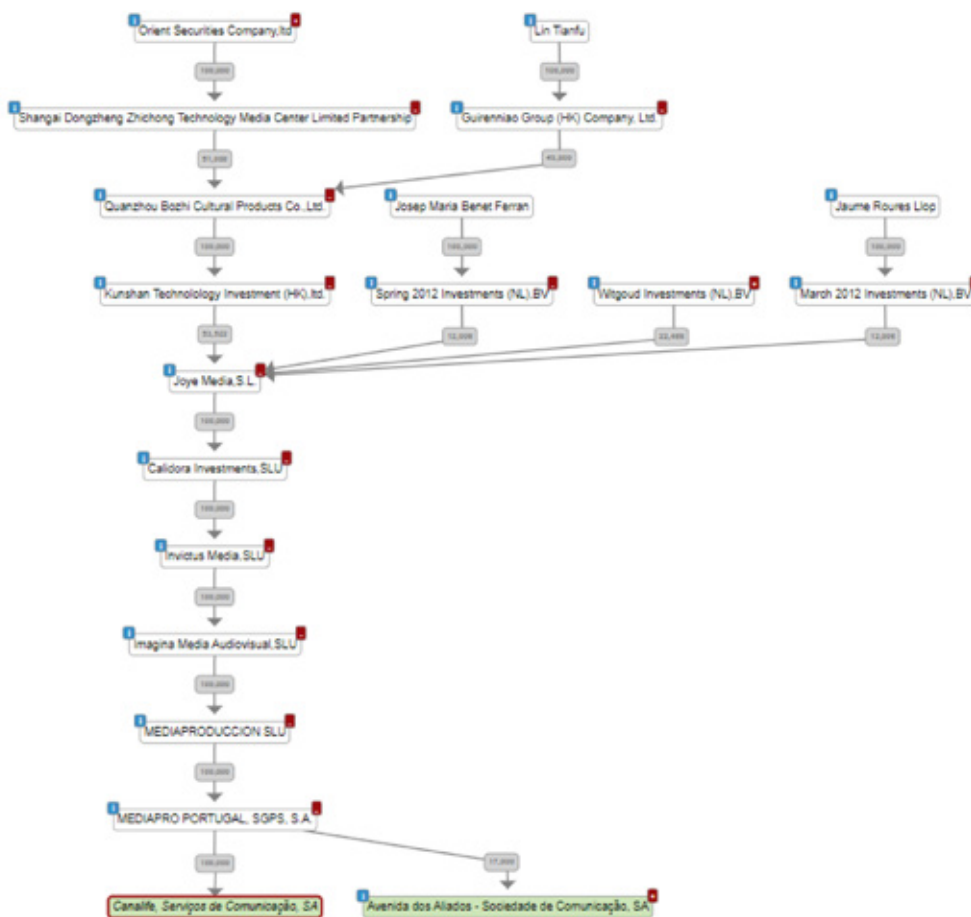
Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

Verificámos que superfícies comerciais como a Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A., e a Modelo Continente Hipermercados, S.A., contratam como editores das suas revistas entidades editoras pertencentes a grupos de comunicação social de grande e média dimensão (Figura 14).

4.2 ENTIDADES 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. No entanto, existe também um operador televisivo completamente dedicado a esta temática, autorizado pela ERC em 2018: a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., detentor do serviço de programas S+. A entidade proprietária, a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., é detida a 100 % pela Mediapro Portugal SGPS, S.A. (Figura 15), a qual também detém uma participação qualificada (17 %) 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. 14 - MEDIAPRO PORTUGAL, SGPS, SA: ENTIDADES DETENTORAS E DETIDAS



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.

Na Figura 15 estão indicadas as entidades que detêm, cada uma, pelo menos dois OCS dedicados à saúde e bem-estar.

FIG. 15 - ENTIDADES DETENTORAS / EDITORAS DE DUAS OU MAIS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DEDICADAS À SAÚDE E BEM-ESTAR

Entidade proprietária / editora	Códigos de Atividade Económica	Publicações Periódicas
Editora Códigopro - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	OpticaPro
		DentalPro
		Oftalpro
		Labpro
		CódigoPro
		JoiaPro
Editor: How-House of Words, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	PH+ Informação com a sua farmácia
Editor: How-House of Words, Lda.		Prevenir
Proprietário: Plot - Content Agency, S.A. / Editor: How-House of Words, Lda.		SV-Saber Viver
Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	n/a	Saúde e Bem-Estar
		Cozinha Saudável
		Campo e Jardim

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

Apurámos ainda que as sociedades comerciais ou empresários em nome individual com atividades principais típicas da área da comunicação social, tais como i) Edição de revistas e de outras publicações periódicas e ii) Agências de publicidade, são também proprietárias 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, que se manteve durante 2021, apesar de alguns cancelamentos.

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 à ERC dados financeiros e dados relativos à composição dos respetivos órgãos sociais. O mesmo sucede com algumas sociedades científicas e associações de doentes descritas na Figura 16.

FIG. 17 - ORGANIZAÇÕES DA ÁREA DA SAÚDE E BEM-ESTAR DETENTORAS DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS SOBRE ESTA TEMÁTICA

Entidade proprietária / editora	Publicação Periódica
Associação Nacional dos Ópticos	Ver
Associação Portuguesa de Insuficientes Renais – APIR	Nefrãmea
Associação Saúde Infantil de Coimbra – ASIC	Saúde Infantil
Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	LPCDR Info Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas
Sociedade Portuguesa de Cardiologia	Revista Portuguesa de Cardiologia
Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla	Boletim Esclerose Múltipla
APDP - Associação Protectora dos Diabéticos de Portugal	Diabetes - Viver em Equilíbrio
Associação de Apoio aos Doentes Depressivos e Bipolares – ADEB	Bipolar
Associação Portuguesa de Hemofilia e de outras Coagulopatias Congénitas (APH)	Hemofilia
Ordem dos Médicos	Acta Médica Portuguesa
	Nortemédico
Ordem dos Médicos Dentistas	OMD - Revista da Ordem dos Médicos Dentistas
Ordem dos Farmacêuticos	Revista da Ordem dos Farmacêuticos

Entidade proprietária / editora	Publicação Periódica
Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa - Instituto Politécnico de Lisboa	Saúde & Tecnologia
Luz Saúde, S.A.	Informação Hospital da Luz
Hospital Particular do Algarve, S.A.	HPA Magazine
Província Portuguesa da Ordem Hospitaleira de S. João de Deus	Hospitalidade

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

A temática saúde e bem-estar conta com pelo menos uma Webrádio, a Liga-te.HST.rádioonline, da Liga dos Amigos do Hospital de Santo Tirso.

4.3 ENTIDADES E OCS DA ÁREA DO DESPORTO

Na área do Desporto, assumem especial relevância os operadores televisivos, no total de sete, dos quais três são propriedade direta ou indireta de clubes de futebol. O Canal 11, autorizado pela Deliberação ERC/2019/122 (AUT-TV), de 8 de maio, é indiretamente detido pela Federação Portuguesa de Futebol (Figura 18).

FIG. 18 - OPERADORES TELEVISIVOS DETIDOS POR ENTIDADES DESPORTIVAS OU COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO DESPORTIVO

Serviço de programas televisivo	Classificação	Operador televisivo	Data de autorização
Porto Canal	Generalista	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	28-09-2006
Benfica TV	Temática - Desporto	Benfica TV, S.A.	30-09-2008
Fuel TV	Temática - Desporto	Fuel TV - EMEA, S.A.	03-02-2016
SPORT TV 1	Temática - Desporto	Sport TV Portugal, S.A.	02-09-1998
SPORT TV 2	Temática - Desporto		16-05-2006
SPORT TV 3	Temática - Desporto		20-05-2008
SPORT TV 4	Temática - Desporto		23-12-2008
SPORT TV 5	Temática - Desporto		20-01-2010
SPORT TV ÁFRICA	Temática - Desporto		24-07-2008
SPORT TV +	Temática - Desporto		18-07-2016
SPORT TV 6	Temática - Desporto		25-05-2021
Sporting TV	Temática - Desporto	Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	14-07-2014
A Bola TV	Temática - Desporto	Vicra Comunicações, Lda.	19-09-2012
11	Temática - Desporto	C11 - Multimédia Unipessoal, Lda.	08-05-2020

Fonte: ERC; elaboração própria

Para além dos operadores televisivos, estão registados na Plataforma da Transparência outro tipo de OCS de âmbito desportivo: a maioria são publicações periódicas, mas também constam os seguintes operadores de rádio e respetivos serviços de programas (Figura 19).

FIG. 19 - OPERADORES RADIOFÓNICOS E SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDOS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO

Serviço de programas radiofónico	Operador radiofónico	Titularidade direta	Titularidade indireta
Estádio 96.2	Baobad - Comunicações e Publicações, S.A.	Acácio Martins Marinho (75%) Elísio Cabral Oliveira (25%)	-
Golo FM (Bombarral)	Match FM, Unipessoal, Lda. (100%)	Goal News FM Radio, Lda. (100%)	Manuel Joaquim Conceição Vinhas da Silva (99%)
Golo FM (Ponte de Sor)			Maria Helena da Conceição Pinto Vinhas (1%)
Golo FM (Amarante)	Superádio, Unipessoal, Lda. (100%)	Salpicos de Publicidade, Lda. (100%)	José João Vinhas da Silva (50%) Júlia Cândida Amorim Monteiro (50%)
Rádio Nazaré	Meia Maratona Internacional da Nazaré - Associação de Cultura e Desporto	Meia Maratona Internacional da Nazaré - Associação de Cultura e Desporto	--

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Na Figura 20 estão indicados alguns Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente por Internet (ou Webrádios) da área do desporto, assim como a respetiva titularidade e indireta.

FIG. 20 – WEBRÁDIOS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO

Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente por Internet	Titularidade direta	Titularidade indireta
Voz Desportiva	José Carlos Domingues Ribeiro	--
Rádio Online - Desporto nas Beiras	João Fernando Silva Cruz	--
Golo FM	Golo FM, Lda.	José João Vinhas da Silva (20%) Ana Patrícia Oliveira da Rocha (80%)

Fonte: ERC – Portal da Transparência

As entidades que detêm dois ou mais OCS desportivos (publicações periódicas e operadores televisivos) são as representadas na Figura 21.

FIG. 21 - ENTIDADES COM DOIS OU MAIS OCS DA TEMÁTICA DESPORTO

Entidade-base	Publicação periódica	Operador televisivo	Serviço de programas televisivo
Sociedade VÍCRA Desportiva, S.A.	A Bola	VÍCRA Comunicações, Lda.	A Bola TV
	Auto Foco		
	Cadernos de A Bola		
	Mundo Desportivo		
Futebol Clube do Porto	Dragões	-	-
Avenida dos Aliados, S.A.	-	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, SA	Porto Canal
Sport Lisboa e Benfica	O Benfica	-	-
Benfica TV, S.A.	-	Benfica TV, SA	Benfica TV
Sporting Clube de Portugal	Sporting	-	-
Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	-	Sporting Comunicação e Plataformas, SA	Sporting TV
Linha Única - Edição e Comunicação Em Saúde e Desporto, Lda.	Revista de Medicina Desportiva In Forma	-	-
	Revista de Fisioterapia Desportiva In Forma	-	-
Federação Portuguesa de Voleibol	O Gira-Vólei	-	-
	O Voleibol	-	-

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. 21.1 - ESTRUTURA ACIONISTA DA AVENIDA DOS ALIADOS, S.A.

ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	◊ Percentagem de Detenção	◊ Direitos de Voto
Caixa Económica Montepio Geral	Diretamente detidas	0,400	0,400
FCP Media, SA	Diretamente detidas	82,400	82,400
jp.di - JP Sá Couto, S.A.	Diretamente detidas	0,200	0,200
MEDIAPRO PORTUGAL, SGPS, S.A.	Diretamente detidas	17,000	17,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 21.2 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FCP MEDIA, S.A.

FCP Media, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	◊ Percentagem de Detenção	◊ Direitos de Voto
Futebol Clube do Porto	Diretamente detidas	1,190	1,190
FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD	Diretamente detidas	98,780	98,780
Portocomercial - Sociedade de Comercialização, Licenciamento e Sponsorização S.A	Diretamente detidas	0,010	0,010
Portoestádio, Gestão e Exploração de Equipamentos Desportivos S.A	Diretamente detidas	0,010	0,010
Portoseguro-Sociedade Mediadora de Seguros do Porto Lda	Diretamente detidas	0,010	0,010

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 21.3 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD

ENTIDADES DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD

Estrutura de Propriedade

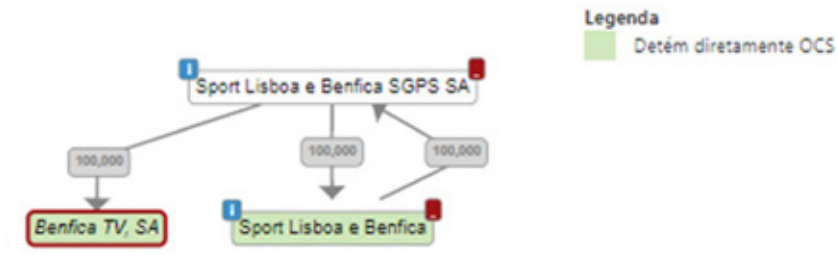
Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	◊ Percentagem de Detenção	◊ Direitos de Voto
Futebol Clube do Porto	Diretamente detidas	75,000	75,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Sport Lisboa e Benfica / Sport Lisboa e Benfica - Futebol, SAD / Benfica TV, S.A.

FIG. 22 - ESTRUTURA ACIONISTA DA BENFICA TV, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

FIG. 23 - ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORTING COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Vicra Comunicações, Lda. / Sociedade Vicra Desportiva, S.A.

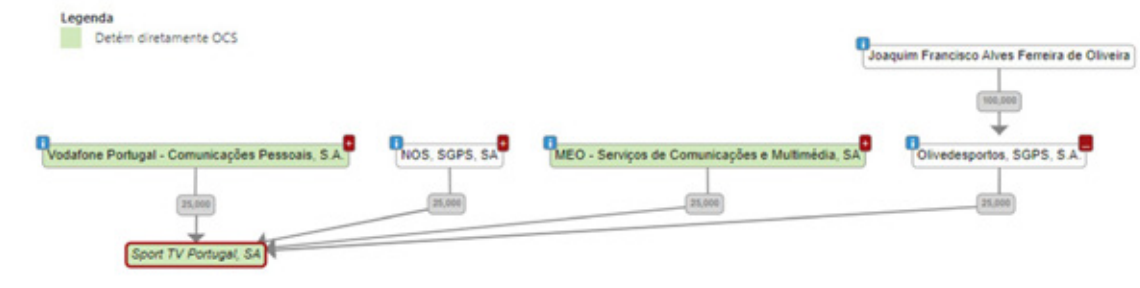
FIG. 24: ESTRUTURA ACIONISTA DA VICRA COMUNICAÇÕES, LDA.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sport TV Portugal, S.A.

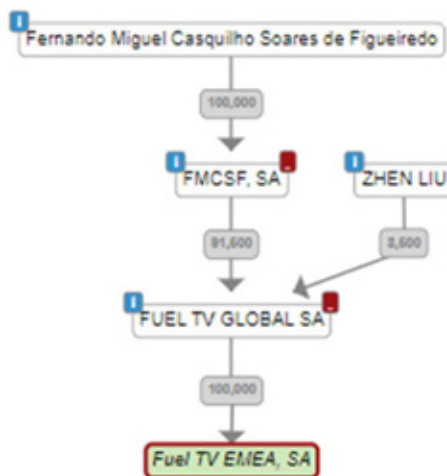
FIG. 25 - ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORT TV PORTUGAL, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fuel TV EMEA, S.A.

FIG. 26 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FUEL TV EMEA, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Entre os OCS dedicados à temática do desporto, assumem também particular relevância as publicações periódicas dedicadas ao futebol. Do ponto de vista da propriedade, importa destacar que uma destas publicações, a MaisFutebol, é detida por uma entidade que pertence a um grupo de comunicação social de grande dimensão (Grupo *Media Capital*), descrito adiante.

FIG. 27 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR PROPRIETÁRIOS COM ATIVIDADE NA ÁREA DO DESPORTO

Nome da PP	Proprietário	Editor
Cadernos de A Bola	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.
MaisFutebol	Média Capital - Digital, S.A.	Media Capital Digital, S.A.
Academia de Futebol	Nuno Miguel Henriques Simões	Nuno Miguel Henriques Simões
AFA TV Magazine	Associação de Futebol de Aveiro	Associação de Futebol de Aveiro

Nome da PP	Proprietário	Editor
AFL Magazine	Associação de Futebol de Lisboa	Maria João Freire
Dragões	Futebol Clube do Porto	Alberto Barbosa
Estádio 11	Luís Miguel Bento Pontes	Luís Miguel Bento Pontes
Fair Play	João Carlos de Oliveira Bastos	Francisco Isaac
FPF360	Federação Portuguesa de Futebol	Federação Portuguesa de Futebol
Revista de Direito do Desporto		
Futebol 365	Argert - Educação, Reabilitação e Tecnologia Unipessoal, Lda.	Manuel António Teixeira de Faria Resendes
Liga-te Em Números	Liga Portuguesa de Futebol Profissional	Vanda Cipriano
Futebol Português Online	Rui Manuel da Silva Cardoso	Rui Manuel da Silva Cardoso
Jogada do Mês	Jorge Manuel Martins Caseiro	Jorge Manuel Martins Caseiro
Tempo de Jogo	RFX, Lda.	RFX, Lda.
Bola na Rede	Mário Alexandre Cagica Pinto Pontes de Oliveira	Vitor Miguel Gonçalves
O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	Global Notícias - Media Group, S.A.
Desportivo de Guimarães	Guimapress, S.A.	Guimapress, S.A.
Desporto na linha	João Carlos Vieira Nunes	João Carlos Vieira Nunes
Desporto Motor	COM+Comunicação, Lda.	COM+Comunicação, Lda.
Lado F	LADOF - Desporto no Feminino, Unipessoal, Lda.	LADOF - Desporto no Feminino, Unipessoal, Lda.

Fonte: ERC – Portal da Transparência

4.4 Entidades e OCS de temática religiosa

As entidades religiosas proprietárias de órgãos de comunicação social - publicações periódicas na maioria - correspondem, em número, a mais de 10 % do total de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Destas, cerca de 80 % pertencem à Igreja Católica.

Para além das publicações periódicas, algumas entidades religiosas são direta ou indiretamente proprietárias de operadores de televisão e de rádio, assim como de webrádios ou webTV. Nos pontos seguintes identificamos alguns desses OCS, tendo em conta a temática de cada um e/ou a titularidade.

4.4.1 TELEVISÕES DE TEMÁTICA RELIGIOSA

Na Figura 28 estão descritos os operadores televisivos e respetivos serviços de programa por inspiração religiosa.

FIG. 28: OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS DE TEMÁTICA RELIGIOSA

OCS / Serviços de programas	Tipo de OCS	Entidade-base	Titularidade direta	Inspiração religiosa
TV Canção Nova Portugal	Televisão	Comunidade Canção Nova	Associados (100%)	Cristã/Católica
Kuriakos TV	Televisão	Motes & Ideias, Lda.	Gerson Carlos Ferreira Pimentel (40%) Associação Cultura e Valor (60%)	Cristã/Maná
Unifé TV	Televisão	Igreja Universal do Reino de Deus		Cristã/Evangélica

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Muito recentemente, o Conselho Regulador aprovou o serviço de programas temático Unifé TV, da Igreja Universal do Reino de Deus, vocacionado para conteúdos religiosos (Deliberação ERC/2022/153 (AUT-TV), de 25 de maio).

O serviço de programas televisivo TV Canção Nova Portugal, temático religioso, aprovado em 2017, 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 em 2016, 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.

4.4.2 RÁDIOS PROPRIEDADE DIRETA OU INDIRETA DE ENTIDADES RELIGIOSAS

Os serviços de programas de operadores radiofónicos e as webrádios assumem particular importância para as entidades religiosas (Figura 29). Pela Deliberação ERC/2021/105 (AUT-R), de 31 de março, foi aprovada a alteração de domínio dos operadores Moviface – Meios Publicitários, Lda., e Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda., e a modificação dos projetos e denominação dos serviços RÁDIO SIM-PORTO e RÁDIO SIM-PAL para Rádio Maria Porto e Rádio Maria, respetivamente, que deixaram de integrar o grupo Renascença.

FIG. 29: OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS

Serviços de programas radiofónicos	Entidade-base	Principais detentores	% de detenção
Renascença RFM Mega Hits	Rádio Renascença, Lda.	Patriarcado de Lisboa	60,00
		Conferência Episcopal Portuguesa	40,00
Rádio Maria	Rádio Pal, Lda.	Associação Rádio Maria Portugal	50,00
Rádio Maria Porto	Moviface - Meios Publicitários, Lda.	Rádio Maria APS	50,00
Canal 1 Posto Emissor do Funchal	Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal, Lda.	Diocese do Funchal	49,79
		Seminário Maior de Nossa Senhora De Fátima	49,79
Rádio Voz do Entroncamento	R.V.E.-Sociedade Radiofónica, Unipessoal, Lda.	Edições Salesianas	100,00
Rádio Esperança	Sociedade 97.5 FM - Rádio Portel, Unipessoal, Lda.	Diocese de Évora	100,00
Rádio Canção Nova	Rádio Clube de Ourém, Lda.	Comunidade Canção Nova	100,00
Rádio Campanário	Rádio Campanário -Voz de Vila Viçosa, CRL	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Bartolomeu	8,3%
		Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora Conceição	8,3%
		Outros titulares de participações pessoas singulares	83,4%
Antena Sul - Rádio Jornal Antena Sul - Almodôvar	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.		100,00
Kiss FM Record Algarve	R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.		100,00
Record Porto	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A./ Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Santarém	Rádio Pernes, Lda.		100,00
Rádio Positiva Rádio Linear	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.		100,00
Record FM Record Leiria MaiorcaFM	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.		100,00

Serviços de programas radiofónicos	Entidade-base	Principais detentores	% de detenção
Informédia Rádio	Inforádio - Comunicação Social, S.A.	Igreja Cristã Pentecostal	14,00
		Albino Ferreira	64,00
		Outros titulares de participações	22,00
Rádio Lezíria	Lezíria - Comunicação Social, S.A.	Vários titulares / Comunidade Cristã Paz e Vida	--
Ultra FM	Paivimo, Unipessoal, Lda.	Associação Remar Portuguesa / Igreja Cristã Corpo do Messias Portugal	100,00
Rádio Vida	Fernando Moura, Unipessoal Lda.	(Maná-Igreja Cristã)	

Fonte: ERC - Portal da Transparência

Na área das rádios propriedade de entidades religiosas ou de temática religiosa, destaca-se o grupo Renascença, com a estrutura de capital apresentada na Figura 30 e também no final deste capítulo.

FIG. 30: DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DO GRUPO RENASCENÇA

Serviço de programas	Área de cobertura	Concelho de licenciamento	Designação do OR	Grupo	Titularidade indireta
RFM	Nacional	n/a	Rádio Renascença, Lda.	Grupo Renascença	60% Patriarcado de Lisboa 40% Conferência Episcopal Portuguesa
RR					
Mega Hits	Local	Lisboa	Rádio Renascença, Lda.		
Mega Hits - Coimbra		Coimbra	Rádio 90 FM, Coimbra - Radiodifusão, Lda.		
Mega Hits Aveiro		Aveiro	Rádio Regional de Aveiro - Empresa de Radiodifusão, Lda.		
Mega Hits Sintra		Sintra	RO - Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.		
Mega Hits Viseu		Viseu	Rádio Renascença, Lda.		

Fonte: ERC - Portal da Transparência

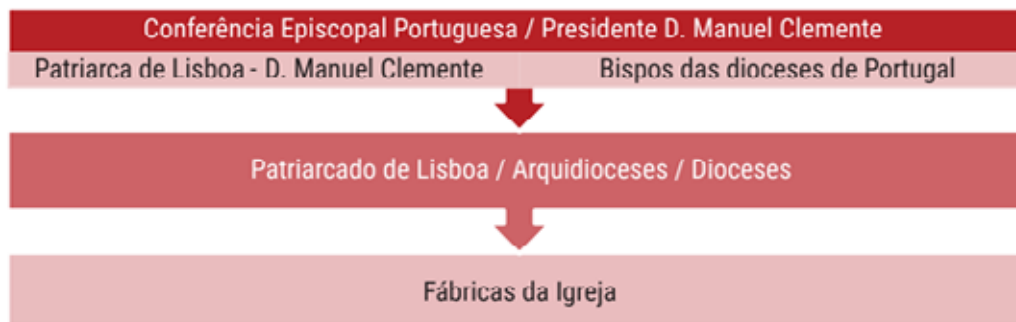
Para além de proprietárias diretas de operadores radiofónicos, as entidades do grupo Renascença celebraram acordos de associação ou de parceria com outros operadores locais, identificados na Figura 31.

FIG. 31: SERVIÇOS DE PROGRAMAS COM COBERTURA DE ÂMBITO LOCAL COM OS QUAIS A RENASCENÇA CELEBROU ACORDOS DE ASSOCIAÇÃO E DE PARCERIA

Serviço de programas	Concelho de licenciamento	Designação do Operador de Rádio	Grupos / conexões / parcerias
Mega Hits Braga	Braga	RTM - Rádio e Televisão do Minho, Lda.	Associação Deliberação ERC/2020/124 (AUT-R Acordo com a Rádio Renascença, Lda., para a retransmissão da programação do seu serviço de programas "MEGA FM" - 92.4MHz, de Lisboa
Mega Hits Rio Maior	Rio Maior	Rádio Maior - Publicidade e Comunicação, Lda.	Parceria Deliberação ERC/2020/124 (AUT-R Parceria com o projeto MEGA HITS

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.



De entre os OCS de temática religiosa ou detidos por entidades religiosas também constam vários Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente através da Internet (Webrádios e WebTVs), descritos na Figura 32.

FIG. 32: WEBRÁDIOS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS

Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente através da Internet	Entidade-base	Principais detentores	% de detenção
80's RFM (Oitenta's) RFM Dance Floor RFM Oceano Pacífico RFM On The Rock	Rádio Renascença, Lda.	Patriarcado de Lisboa Conferência Episcopal Portuguesa	60,00 40,00
Rádio Adgentes	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas / Sociedade Missionária da Boa Nova	-	100,00
NRC - Net Rádio Católica	Emanuel Rodrigues Soeiro da Silva Magalhães	-	100,00
Rádio Amparo	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora do Amparo de Benfca	-	100,00
GDR - Gaudiumradio	Irmandade de Nossa Senhora da Glória ao Cardal da Graça	-	100,00
Rádio Judaica Portuguesa	José António da Silva Henriques Morão	Pessoa Singular	100,00
TV Maná-1			
TV Maná-2			
TV Maná-3	Maná - Igreja Cristã	Associados	100,00
TV Maná-Brasil			
TV Maná Moçambique			

Fonte: ERC – Base de dados dos Registos e Portal da Transparência

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 34).

FIG. 34: OCS DETIDOS PELA SOCIEDADE GLOBAL DIFUSION SGPS, S.A. / IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Entidade-base	Titularidade direta	Titularidade indireta	% de detenção
Record FM					
Record Leiria	Generalista	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Maiorca FM					
Antena Sul – Almodôvar	Generalista	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Antena Sul - Rádio Jornal					
Record Porto	Generalista	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Entidade-base	Titularidade direta	Titularidade indireta	% de detenção
Kiss FM	Temático-Musical	R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Algarve	Generalista				
Record Santarém	Generalista	Rádio Pernes, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Rádio Linear	Temático-Musical	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Rádio Positiva					

Fonte: ERC – Portal da Transparência

4.4.3 PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PROPRIEDADE DIRETA OU INDIRETA DE ENTIDADES RELIGIOSAS

Regressando às publicações periódicas que, como indicado, são o tipo de órgão de comunicação social com maior número de registos na ERC realizados pelas entidades religiosas, em especial pela Igreja Católica, apresenta-se de seguida uma listagem de PP de inspiração católica, organizada por proprietários e respetivas dioceses (Figura 35).

FIG. 35: PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS CATÓLICAS E RESPETIVAS DIOCESES

Publicação Periódica	Proprietário	Localidade	Diocese
Timoneiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Gafanha da Nazaré	Gafanha da Nazaré	Aveiro
Ecos da Ria	Fábrica da Igreja Paroquial de Beduído	Estarreja	Aveiro
Notícias de Avanca	Fábrica da Igreja Paroquial de Avanca	Avanca	Aveiro
João Semana	Fábrica da Igreja Paroquial São Cristóvão de Ovar	Ovar	Aveiro
O Leme	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria	Vila Nova de Santo André	Beja
Voz de Antas	Fábrica da Igreja Paroquial de São Paio de Antas	Igreja	Braga
O Conquistador	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Oliveira	Guimarães	Braga
Voz de Gondar	Fábrica da Igreja Paroquial de S. João Baptista de Gondar	Gondar	Braga
Mensagem Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Adaúfe	Adaúfe	Braga
Luz - Boletim Interparoquial	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santiago da Guarda	Santiago da Guarda	Coimbra
Paionense	Fábrica da Igreja Paroquial de Paião	Paião	Coimbra
O Dever	Fábrica da Igreja Paroquial da Santíssima Trindade	Lajes do Pico	Coimbra
Jornal Boa Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Cantanhede	Cantanhede	Coimbra
A Crença	Fábrica da Igreja Paroquial de São Miguel Arcanjo	Vila Franca do Campo	Diocese de Angra
Palavra - Jornal Mensal	Fábrica da Igreja Paroquial de Santo António de Reguengos de Monsaraz	Reguengos de Monsaraz	Évora
O Montemorense	Fábrica de Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Vila de Montemor-o-Novo	Montemor-o-Novo	Évora
Voz do Sado	Fábrica da Igreja Paroquial de Alcácer do Sal	Alcácer do Sal	Évora
Semanário a Defesa	Sociedade Instrutiva Regional Eborense, SA	Évora	Évora
Sopé da Montanha	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Tarouca	Tarouca	Lamego
Ecos de Penajóia	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Penajóia	Molães	Lamego
O Fozcoense - Jornal Mensal Católico e Regionalista	Fábrica da Igreja Paroquial de Vila Nova de Foz Côa	Vila Nova de Foz Côa	Lamego
Caminheiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Mamede (Fátima)	São Mamede	Leiria-Fátima

Publicação Periódica	Proprietário	Localidade	Diocese
Mais Além	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Eufémia	Santa Eufémia	Leiria-Fátima
Luz da Serra	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Catarina da Serra	Santa Catarina da Serra	Leiria-Fátima
Voz de Mira de Aire	Fábrica da Igreja Paroquial de Mira de Aire	Mira de Aire	Leiria-Fátima
Jornal de Minde	Fábrica da Igreja Paroquial de Minde	Minde	Leiria-Fátima
A Voz da Freixianda	Fábrica da Igreja Paroquial de Freixianda	Freixianda	Leiria-Fátima
Notícias da Caranguejeira	Fábrica da Igreja Paroquial de Caranguejeira	Caranguejeira	Leiria-Fátima
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Pedro e Santiago de Torres Vedras	Torres Vedras	Lisboa
A Voz do Mar	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de N.ª S.ª da Ajuda da Cidade de Peniche	Peniche	Lisboa
Alvorada	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Anunciação da Lourinhã	Lourinhã	Lisboa
Rádio Amparo	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora do Amparo de Benfica	Lisboa	Lisboa
O Alcoa	Fábrica da Igreja Paroquial do Santíssimo Sacramento de Alcobaça	Alcobaça	Lisboa
Fátima Luz e Paz	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Cova da Iria-Fátima	Nacional
Voz da Fátima	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Cova da Iria-Fátima	Nacional
Ecos da Sobreira	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Sobreira Formosa	Sobreira Formosa	Portalegre-Castelo Branco
Jornal de Proença	Fábrica da Igreja Paroquial de Proença-a-Nova	Proença-a-Nova	Portalegre-Castelo Branco
Ecos do Sor	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ponte de Sor	Ponte de Sor	Portalegre-Castelo Branco
Raiano	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Idanha-a-Nova	Idanha-A-Nova	Portalegre-Castelo Branco
A Mensagem	Fábrica da Igreja Paroquial do Crato	Crato	Portalegre-Castelo Branco
Reconquista	Fábrica da Igreja Paroquial de São Miguel da Sé	Castelo Branco	Portalegre-Castelo Branco
Mensageiro de Alter	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Assunção de Alter do Chão	Alter do Chão	Portalegre-Castelo Branco
Crescendo	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cruz do Bispo - Matosinhos	Santa Cruz do Bispo	Porto
Vida de Rebordões	Fábrica da Igreja Paroquial de Rebordões	Rebordões	Porto
A Voz de Leça	Fábrica da Igreja Paroquial de Leça da Palmeira	Matosinhos	Porto
Jornal da Paróquia S. Miguel da Maia	Fábrica da Igreja Paroquial da Maia	Maia	Porto
Voz de Alfena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Alfena	Porto
Alfena Global	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Alfena	Porto
Voz de Alpiarça	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santo Eustáquio de Alpiarça	Alpiarça	Santarém
Ecos da Meadela	Fábrica da Igreja Paroquial de Meadela	Viana do Castelo	Viana do Castelo
União de Coura	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Bico	Igreja	Viana do Castelo
Serra e Vale - Mensário de Vila Nova de Cerveira e Caminha	Fábrica da Igreja Paroquial de Covas	Covas	Viana do Castelo
O Alvaranense	Fábrica da Igreja Paroquial de Alvarães	Alvarães	Viana do Castelo
Terras de Santa Maria Madalena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Campo	Viseu	Viseu
O Penalvense	Fábrica da Igreja Paroquial de Ínsua	Penalva do Castelo	Viseu
Planalto	Fábrica da Igreja da Freguesia de Nelas	Nelas	Viseu
Voz de Ferreira de Aves	Fábrica da Igreja Paroquial de Ferreira de Aves	Forles	Viseu

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 caráter religioso, por igreja ou inspiração (Figura 36).

FIG. 36: ENTIDADES COM MAIS DO QUE UM OCS DE TEMÁTICA RELIGIOSA

OCS	Entidade-base proprietária / editora	Temática/Igreja
Fátima Luz e Paz	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Católica
Voz da Fátima		
Voz de Alfena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Católica
Alfena Global		
Além-Mar	Missionários Combonianos do Coração de Jesus	Católica
Audácia		
Família Comboniana		
Liturgia Diária - A Missa de Cada Dia	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Católica
Família Cristã		
Cavaleiro da Imaculada	Província Portuguesa da Sociedade Salesiana	Católica
Boletim Salesiano		
Rosário de Maria	Secretariado Nacional do Rosário	Católica
Rosário e Vida Cristã		
Correio de Coimbra	Seminário Maior da Sagrada Família de Coimbra	Católica
O Amigo do Povo		
Boa Nova - Atualidade Missionária	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova	Católica
Cruzada Missionária - Voz da Missão		
Igreja e Missão		
Revista Nova Cidadania	Universidade Católica Portuguesa	Católica
Forum Canonicum		
Revista Portuguesa de Investigação Educacional		
Revista Gestão e Desenvolvimento		
EPHATA - Revista Portuguesa de Teologia		
Lusitania Sacra	Igreja Universal do Reino de Deus	Igreja Universal do Reino de Deus
Folha de Portugal		
Eu Era Assim	Rede Record de Televisão - Europa, S.A.	
Share Magazine		
Lar Cristão	CEBAPES - Centro Baptista de Publicações, Unipessoal, Lda.	Igreja Evangélica Baptista
O Semeador Baptista		
	Convenção Baptista Portuguesa	
Hoje	UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	União Bíblica
Dia a Dia		
Tribub do Jovem Leitor		

Fonte: ERC - Portal da Transparência



4.5 OCS DOS 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 37 identificam-se os partidos e OCS registados na Plataforma da Transparência.

FIG. 37: OCS DOS PRINCIPAIS PARTIDOS POLÍTICOS PORTUGUESES

OCS	Tipo de OCS	Proprietário	Editor
ESQUERDA	Publicação periódica	Bloco de Esquerda	Bloco de Esquerda
Interior do Avesso	Publicação periódica		
Caderno Vermelho			
Jornal Avante	Publicação periódica	Partido Comunista Português	Editorial Avante, SA
O Militante			
Jornal Povo Livre	Publicação periódica	Partido Social-Democrata	Partido Social-Democrata
Acção Socialista	Publicação periódica	Partido Socialista	Partido Socialista

Fonte: ERC – Portal da Transparência

A maioria dos partidos políticos registados na Plataforma da Transparência edita simultaneamente os OCS que detém. O Partido Comunista Português delegou esta atividade de comunicação social em pelo menos uma sociedade anónima - a Editora Avante, S.A. (Figuras 371, 372) –, responsável pelo reporte de informação para cumprimento das obrigações de transparência.

FIG. 37.1: ESTRUTURA DE CAPITAL DA SOCIEDADE EDITORIAL AVANTE, S.A.

Editorial Avante, SA

Estrutura de Propriedade 

Entidades detentoras			
Nome	Tipo de Detenção	Porcentagem de Detenção	Direitos de Voto
Francisco José Névoa de Melo	Diretamente detidas	36.363	36.363
José Élio Sucena	Diretamente detidas	36.363	36.363
Joaquim Carlos Eleutério Correia	Diretamente detidas	8.363	8.363
José Pedro Correia Soares	Diretamente detidas	8.363	8.363
José Pires Marques Oliveira	Diretamente detidas	8.363	8.363
Mário José Caracol Teixeira	Diretamente detidas	2.185	2.185

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 37.2: COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS DA SOCIEDADE EDITORIAL AVANTE, S.A.

Órgãos Sociais

Pessoa	Tipo de órgãos sociais	Função
José Élio Sucena	Assembleia Geral	Presidente
Mário José Caracol Teixeira	Assembleia Geral	Secretário/a
Rui Martins da Mota Tavares Lopes	Assembleia Geral	Secretário/a
Francisco José Névoa de Melo	Conselho de Administração	Presidente
Fernando Teixeira Pereira	Conselho de Administração	Vogal
José Pedro Correia Soares	Conselho de Administração	Vogal
Jorge Macedo & Nuno Borges, SROC	Fiscal Único	Fiscal Único

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Através da análise da distribuição do capital social, composição dos órgãos sociais e também dos clientes relevantes declarados, poder-se-á também inferir que a sociedade Página a Página - Divulgação do Livro, S.A., é uma editora conectada com o Partido Comunista Português (Figuras 37.3, 37.4).

FIG. 37.3: ESTRUTURA DE CAPITAL DA SOCIEDADE PÁGINA A PÁGINA - DIVULGAÇÃO DO LIVRO, S.A.

Página a Página - Divulgação do Livro, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
José Élio Sucena	Diretamente detidas	46,000	46,000
Francisco José Névoa de Melo	Diretamente detidas	24,000	24,000
José Pedro Correia Soares	Diretamente detidas	24,000	24,000
Zeferino Antas de Sousa Coelho	Detidas por terceiros em nome próprio	4,000	4,000
Idalina da Conceição Simões Silva	Diretamente detidas	2,000	2,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 37.4: COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS DA SOCIEDADE PÁGINA A PÁGINA - DIVULGAÇÃO DO LIVRO, S.A.

Órgãos Sociais

Pessoa	Tipo de órgãos sociais	Função
José Élio Sucena	Assembleia Geral	Presidente
Idalina da Conceição Simões Silva	Assembleia Geral	Secretário/a
Carlos José Barros Pinto de Sousa Menezes	Conselho de Administração	Administrador/a
Francisco José Névoa de Melo	Conselho de Administração	Administrador/a
Fernando Teixeira Pereira	Conselho de Administração	Presidente
Jorge Macedo & Nuno Borges, SROC	Revisor Oficial de Contas	Sociedade de Revisores Oficiais de Contas

Fonte: ERC – Portal da Transparência

A Página a Página - Divulgação do Livro, S.A., é proprietária das publicações periódicas Vértice e Poder Local.

4.6 OCS DE 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 38).

FIG. 38: OCS DETIDOS POR SINDICATOS

OCS	Tipo de OCS	Entidade Proprietária
Enfermagem em Foco	Publicação periódica	Sindicato dos Enfermeiros Portugueses
Ensino Superior - Revista do SNESup	Publicação periódica	SNESup - Sindicato Nacional do Ensino Superior
TFP - Jornal do Sindicato dos Trabalhadores da Função Pública do Sul e Açores	Publicação periódica	Sindicato dos Trabalhadores em Funções Públicas e Sociais do Sul e Regiões Autónomas
Julgar	Publicação periódica	ASJP - Associação Sindical dos Juizes Portugueses
Revista do Ministério Público	Publicação periódica	Sindicato dos Magistrados do Ministério Público

Fonte: ERC – Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Dados dos Registos



5. ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADAS DETIDAS POR CAPITAL ESTRANGEIRO

Num mundo cada vez mais globalizado, importa verificar quais entidades proprietárias de OCS em Portugal, ou que aqui editam publicações periódicas, são diretamente ou indiretamente detidas (através da análise da cadeia de imputação) por capital considerado estrangeiro em virtude do país da sede (para as pessoas coletivas) ou da residência (para as pessoas singulares) declarados pela entidade proprietária do OCS na Plataforma da Transparência.

Esta análise tem muitas dificuldades, em grande parte resultantes do facto de muitas entidades e pessoas singulares proprietárias de OCS já disporem de domicílios e números de identificação fiscal portugueses. Por outro lado, nem sempre os proprietários dos OCS identificam os países da sede ou da residência, com maior abrangência no caso das pessoas singulares.

Ainda assim, a tabela seguinte (Figura 39) já permite obter uma ideia muito aproximada acerca da percentagem de capital estrangeiro que detém diretamente OCS portugueses, assim como os países da sua proveniência.

FIG. 39: ENTIDADES E PESSOAS SINGULARES ESTRANGEIRAS QUE DETÊM CAPITAL SOCIAL EM ENTIDADES-BASE, PROPRIETÁRIAS DE OCS, OU QUE FAZEM PARTE DA CADEIA DE IMPUTAÇÃO

Nome da entidade	Tipos de OCS	% de capital estrangeiro na entidade-base	Países no topo da cadeia de imputação	Outros países ao longo da cadeia de imputação
Dreamia - Serviço de Televisão, S.A.	Operador televisivo Operador de serviços audiovisuais a pedido	50% - AMC NETWORKS INC através da PLATOR HOLDING BV	EUA	
		4,524% - Kento Holding Limited de Isabel José dos Santos, através da ZOPT, SGPS, S.A.	Malta	Países Baixos
		8,513% - Unitel International Holding BV de Isabel José dos Santos, através da ZOPT, SGPS, S.A.	Países Baixos	
Global Notícias - Media Group, S.A.	Publicação Periódica; Operador de rádio	35,25% - Kevin Ling Lun Ho (16,444%) e João Waiwo Siu 16,444% através de KNJ (Investimento) Limitada	Macau/China	Reino Unido
Empresa Diário de Notícias, Lda.	Publicação Periódica	12% - Família Blandy através das sociedades Blandy SGPS, SA / Berlipa Ltd, entre outras	Reino Unido	Malta Suíça
		3,654% - KNJ (INVESTIMENTO) LIMITADA, através da Global Notícias - Media Group, S.A.	Macau	
Europe Weekly - Comunicação Social, Lda.	Publicação Periódica	99% - Paulo AlexandreXu Zhan, através de Big Nation Media, S.A. 1% - Yngli Xu	Portugal China	-
Fuel TV EMEA, S.A.	Operador televisivo	8,5% - Zhen Liu	China	-

Nome da entidade	Tipos de OCS	% de capital estrangeiro na entidade-base	Países no topo da cadeia de imputação	Outros países ao longo da cadeia de imputação
Global Family Editions, S.A.	Publicação Periódica	100% - Fernando Rico Cots; Miguel Angel Reiris Alvarez; Ignacio Mateos Rodriguez; Dolores Huelmo Santos; Fernando Rico Cots através de várias empresas com sede em Espanha	Espanha	-
Hollyfar - Marcas e Comunicação, Lda.	Publicação Periódica	100% - OCP, S.A.	França	-
IF Executives-Edições e Formação, S.Á.	Publicação Periódica	100% - Abilways SAD	França	-
Imoedições - Edições Periódicas e Multimédia, Lda.	Publicação Periódica	27,25% - Arturo Malingre Rodrigues através de Producciones, Eventos & Exposiciones S.L.	Espanha	-
Induglobal, Unipessoal, Lda.	Publicação Periódica	100% - NOVA AGORA GRUP, S.L.	Espanha	-
IRIS - Serviço de Informação Regional Independente, Lda. / Iris FM	Operador de rádio	98,310% - Paulo Alexandre Xu Zhan através de Índices e Coordenadas - Sociedade Imobiliária, S.A.	PortugalChina	-
Kiluva Portuguesa Nutrição e Dietética, Lda.	Publicação Periódica	43,2% - Naturhouse SRL Itália	Itália	-
		28,8% - Naturhouse Health, SA	Espanha	-
		28% - Naturhouse SAL France	França	-
LGSP - Lufthansa Ground Services Portugal	Webrádio	100% - DEUTSCHE LUFTHANSA AG -	Alemanha	-
Masemba, Lda.	Publicação Periódica	16% - Tito Luís Perdigão Abrantes Zuzarte de Mendonça		
		7% - Sérgio Valentim Neto		
		26% - Vários sócios através de Semba Comunicação, Lda.	Angola	-
MEDIAPRO PORTUGAL, SGPS, S.A.	Operador televisivo	51% - José Eduardo Paulino dos Santos através de Erigo VII - Fundo de Capital de Risco		
		27,296% - Orient Securities Company, Ltd.	China	
		26,226% - Lin Tianfu através de Guirenniao Group (HK) Company, Ltd.	China	
		22,466% - Witgoud Investments (NL), BV	Países Baixos	-
		12,006% - Josep Maria Benet Ferran através de Spring 2012 Investments (NL),BV	Países Baixos	
12,006% - Jaume Roures Llop através de March 2012 Investments (NL),BV	Países Baixos			
Megafin - Sociedade Editora, S.A.	Publicação Periódica	47,230% - Luís Figueiredo de Barbedo Trindade através de Tringest, Sociedade Unipessoal, Lda.	Portugal	Macau/China
Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A.				
MEO-Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.	Operador de Distribuição Serviço Audiovisual a pedido	90,500% - Patrick Drahi	Suíça	Luxemburgo
Mercedes-Benz Portugal, S.A.	Publicação Periódica	Daimler AG	Alemanha	-

Nome da entidade	Tipos de OCS	% de capital estrangeiro na entidade-base	Países no topo da cadeia de imputação	Outros países ao longo da cadeia de imputação
Monitorius, Lda.	Publicação Periódica	27% - Rovuma Invest SL	Espanha	-
NOS Comunicações, S.A.	Operador de Distribuição	8,958% - Isabel José dos Santos através de Kento Holding Limited; 17,027% - Isabel José dos Santos através Unitel International Holding BV 0,236% - CaixaBank, SA, e 0,024% - Allianz SE através de Banco BPI (0,280%)	Angola Espanha Alemanha	Malta Países Baixos
NOWO Communications, S.A.	Operador de Distribuição	49,575% - Lorca JVco Limited 11,352% - Onchena, S.L.	Espanha Reino Unido/Inglaterra	- -
Observador on Time, S.A.	Publicação Periódica	54,570% - Luís Manuel Conceição Pais do Amaral através de Kipi Holding B.V. e Amaral y Hijas Holdings S.L.	Malta	Países Baixos Espanha Suíça
Open Media - Design e Publicações, S.A.	Publicação Periódica	20% - Richard Lamberth através de Consiglieri Limited; 29% - Zoie Hawker 25,500% - Michael Alexander Stock 24,990% - Alexandra Michaela Stock	Reino Unido/Inglaterra e Portugal	-
Paivimo, Unipessoal, Lda.	Operador de rádio	Remar / Igreja Cristã Corpo do Messias	Portugal / Espanha	
Rádio Pal, Lda.				
Moviface - Meios Publicitários, Lda.	Operador de rádio	Rádio Maria APS / Igreja Católica	Portugal/Itália	-
RBA Revistas Portugal, Lda.	Publicação Periódica	100% - D. Ricardo Rodrigo Amar através de várias empresas	Espanha	-
Rede Record de Televisão - Europa, S.A.	Publicação Periódica	1% - Rede Record de Televisão (Angola), Lda.	Angola e Portugal	-
Sobral FM - Sociedade de Comunicação, Unipessoal, Lda.	Operador de rádio	49% - Alfredo Manuel Cardoso da Silva 51% - CAP NOVO	França	-
Swipe News, S.A.	Publicação Periódica	5,501% - Vários titulares através Pleso Holding B.V.	Portugal	Países Baixos
Vodafone Portugal - Comunicações Pessoais, S.A.	Operador de Distribuição	100% - Vodafone 2, através de várias outras sociedades do grupo Vodafone	Inglaterra/Reino Unido	Países Baixos Luxemburgo Jersey/Reino Unido

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Verificámos que os principais países que surgem no topo da cadeia de imputação do capital das entidades proprietárias de OCS são Espanha e China, imediatamente seguidos da França e dos Países Baixos.

6. APROFUNDAMENTO DAS RELAÇÕES TRANSVERSAIS DE TITULARIDADE DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DE *MEDIA* NACIONAIS

Em 2021 (e 2022), destacam-se as alterações à sua estrutura de capital social do acionista do Grupo Média Capital Zenithodyssey, Lda., com a alienação da totalidade da participação de 20 % do capital social e direitos de voto da sociedade Volume Volátil aos compradores Zafgest (10 %) e Alfredo & Carlos (10 %); a alienação da totalidade da participação da sociedade Polopique de 45 % à empresa Zafgest, que por sua vez a alienou totalmente à sociedade JEF Imoveis, controlada por Joaquim Pinheiro Fernandes.

Na sequência destas transações, a estrutura de participações diretas do Grupo Media Capital SGPS manteve-se, mas a estrutura de beneficiários efetivos alterou-se no ramo da empresa Zenithodyssey.

Nesta estrutura entrou o acionista novo Joaquim Pinheiro Fernandes, proprietário da JEF Imóveis. Rui Costa Freitas, proprietário da Zafgest, e Alfredo e Carlos Alves Pereira, proprietários da Alfredo & Carlos Imobiliária, viram as suas posições reforçadas. Os proprietários da Polopique, Filipa e Luís Guimarães, e da Volume Volátil, Filipe Carvalho, deixam de ser acionistas¹³.

Em agosto de 2021, a ABANCA CORPORACIÓN INDUSTRIAL Y EMPRESARIAL, S.L.U., tinha informado a ERC da alienação da totalidade das ações correspondente a 5,05 % do capital social do Grupo Média Capital¹⁴. Em termos de controlo efetivo do grupo, Mário Ferreira permanece o acionista dominante.

Na sequência da venda da MCR II – Media Capital Rádios pelo Grupo Media Capital ao grupo alemão Bauer, a MCR II deixou de ter capital nacional. Atualmente trata-se de uma empresa de capital alemão. Em termos de beneficiários efetivos, os direitos de voto diferem das participações financeiras, sendo Heinz Heinrich Bauer o acionista dominante¹⁵.

No início de 2022, a Páginas Civilizadas, sociedade cujo beneficiário efetivo é Marco Belo Galinha, veio comunicar à ERC que, por contrato de compra e venda de ações outorgado em 31 de dezembro de 2021, adquiriu ações representativas de 22,35 % do capital social da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., anteriormente detidas pela Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. Passou a deter uma participação qualificada de 29,39 % naquela sociedade¹⁶.

Nas páginas seguintes 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.

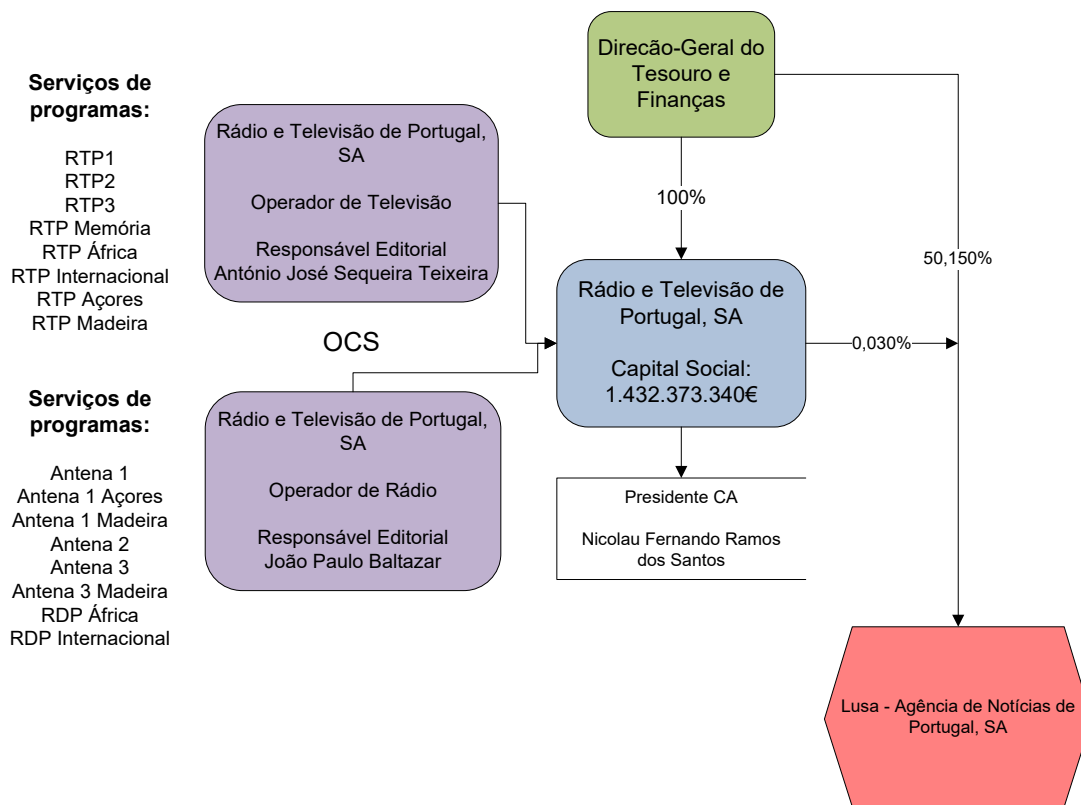
13 Cfr. <https://portaltransparencia.erc.pt/not%C3%ADcias/altera%C3%A7%C3%A3o-acionista-no-grupo-m%C3%A9dia-capital/>

14 Cfr. <https://portaltransparencia.erc.pt/not%C3%ADcias/abanca-aliena-participa%C3%A7%C3%A3o-no-grupo-m%C3%A9dia-capital/>

15 Cfr. <https://portaltransparencia.erc.pt/not%C3%ADcias/mcr-ii-m%C3%A9dia-capital-r%C3%A1dios-sa-deixa-de-ter-capital-nacional/>

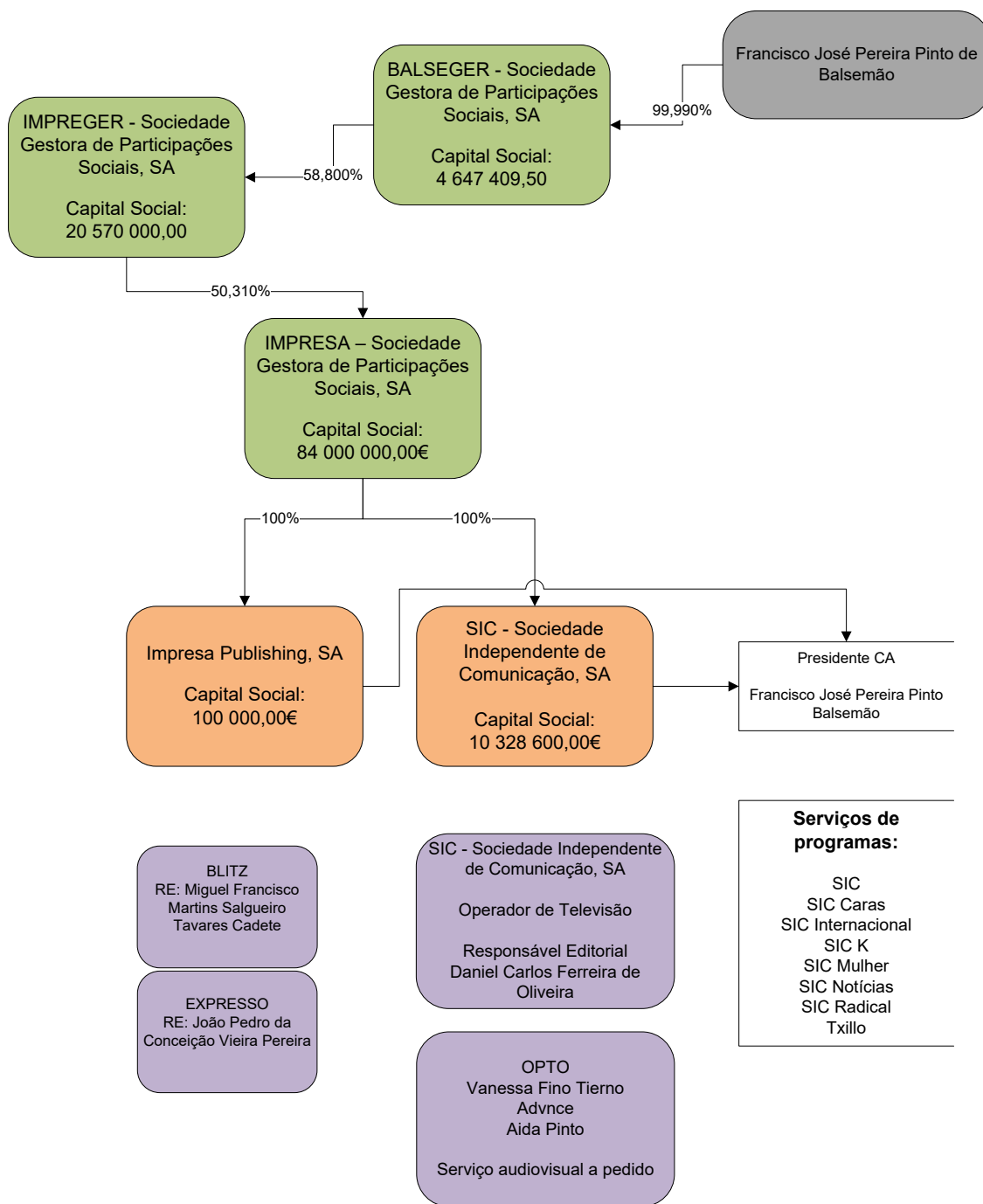
16 Cfr. <https://portaltransparencia.erc.pt/not%C3%ADcias/p%C3%A1ginas-civilizadas-de-marco-galinha-adquire-22-35-do-capital-da-ag%C3%Aancia-lusa/>

Grupo RTP



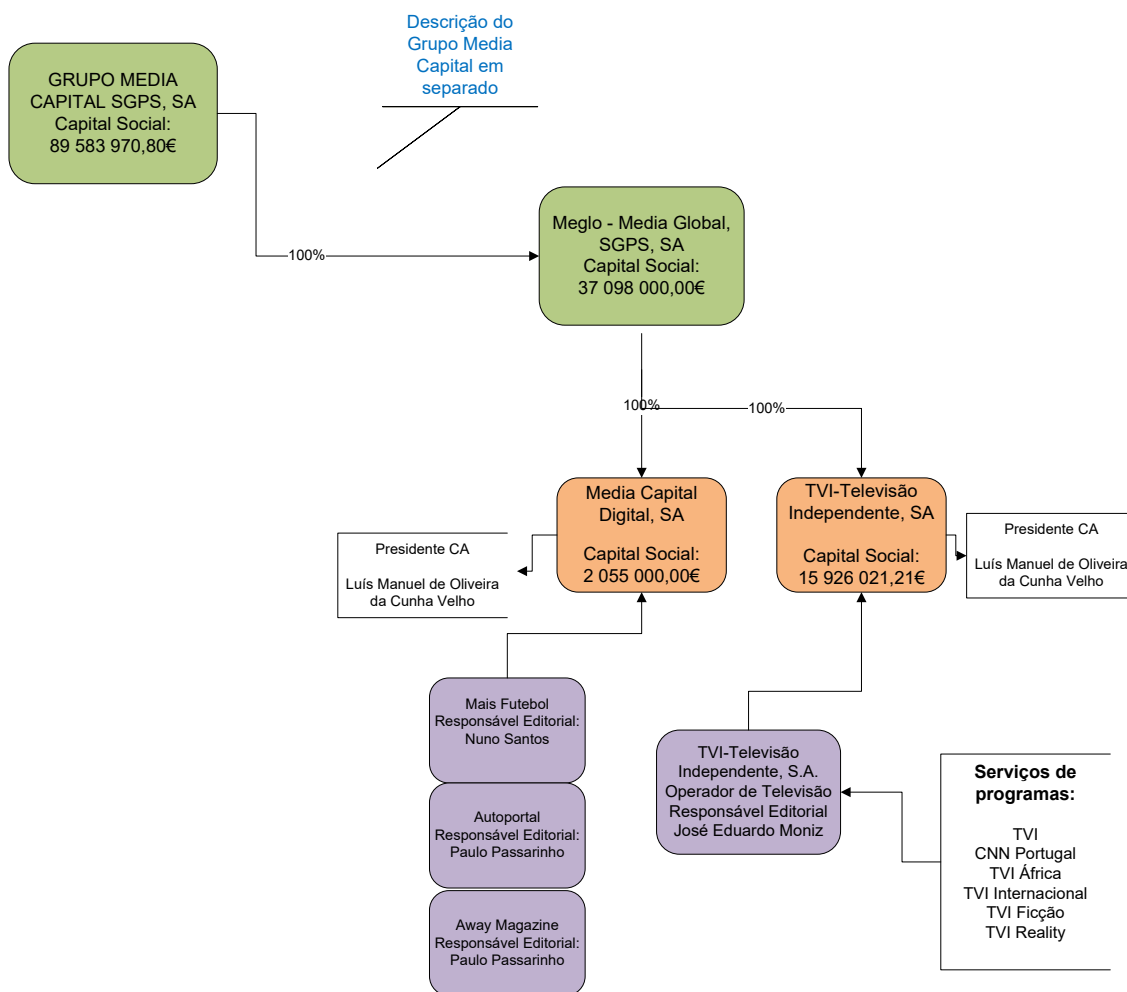
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Impresa



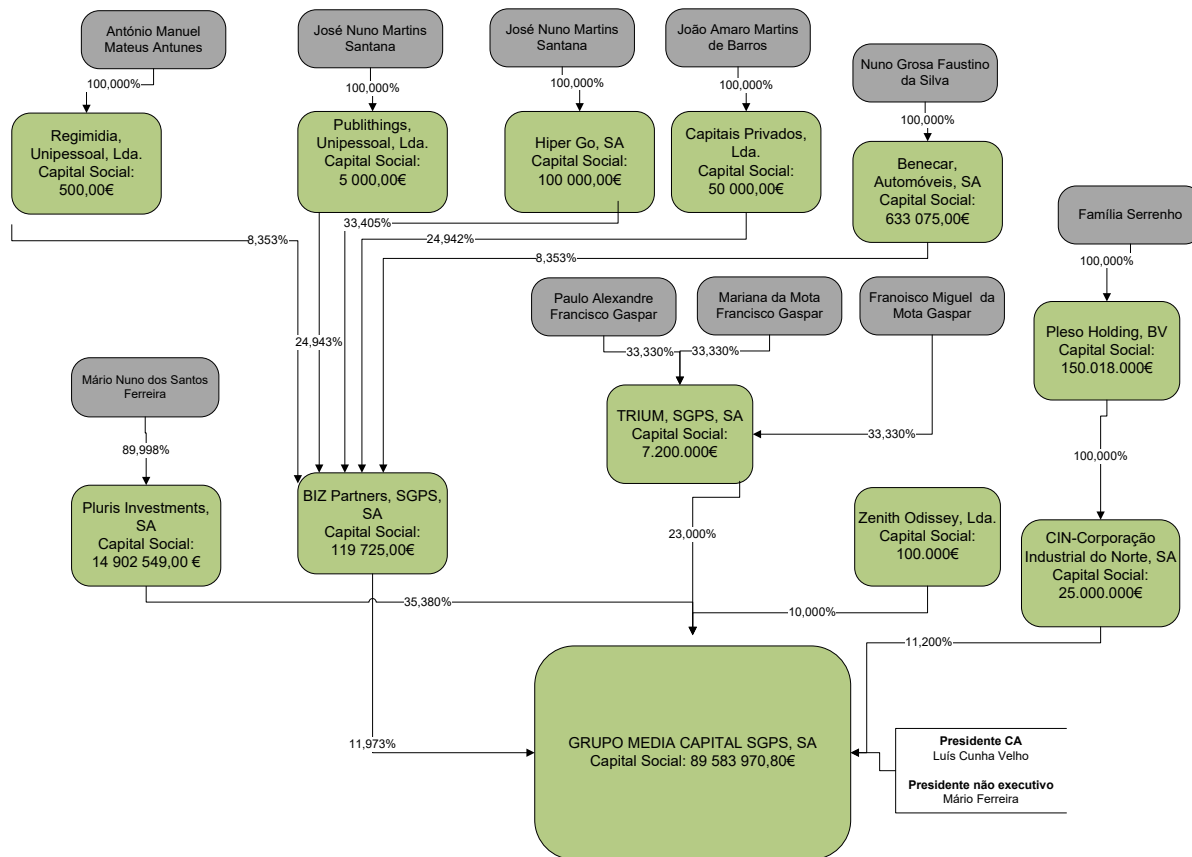
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Media Capital



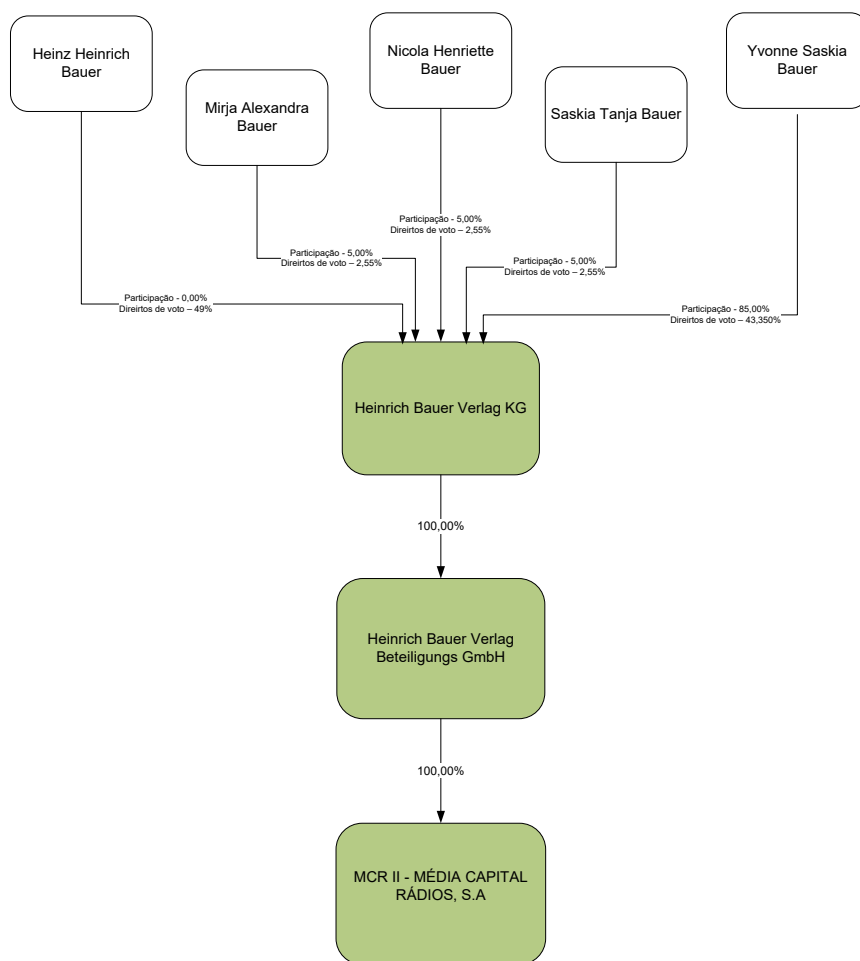
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.



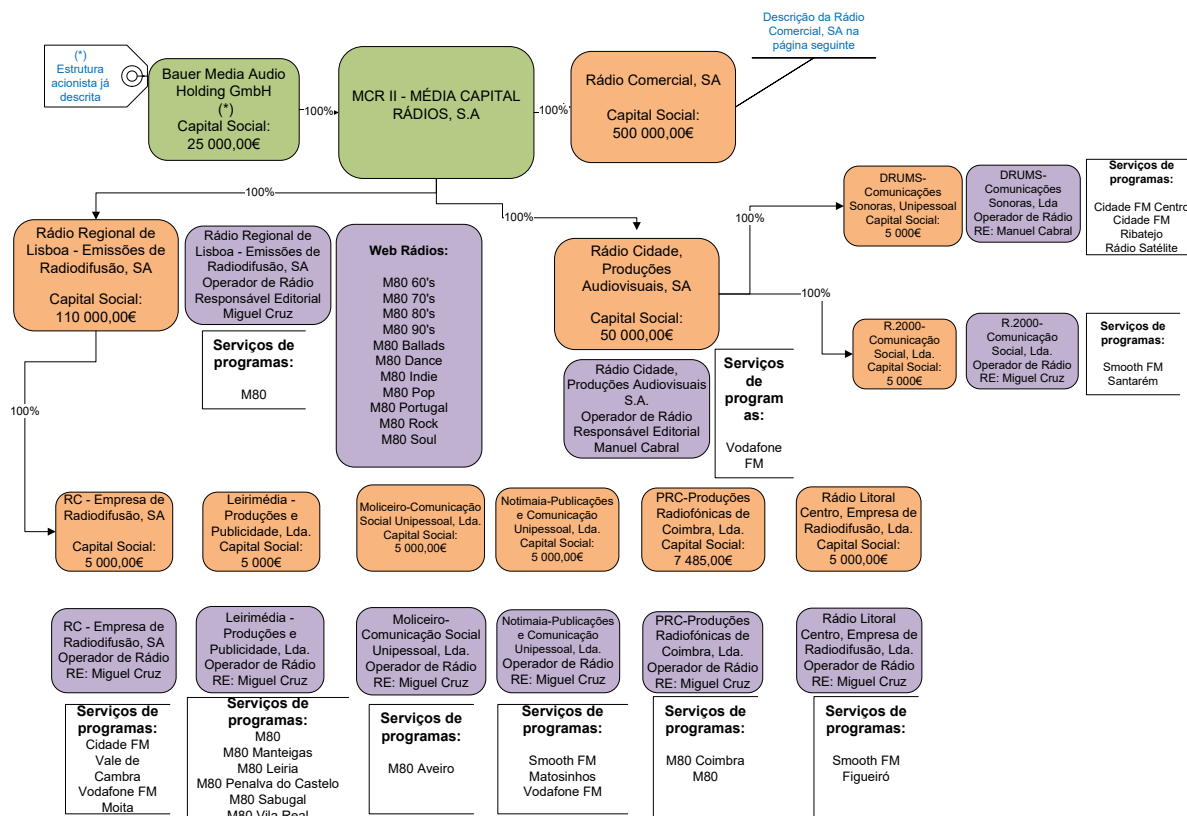
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

MCR II - Media Capital Rádios



Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

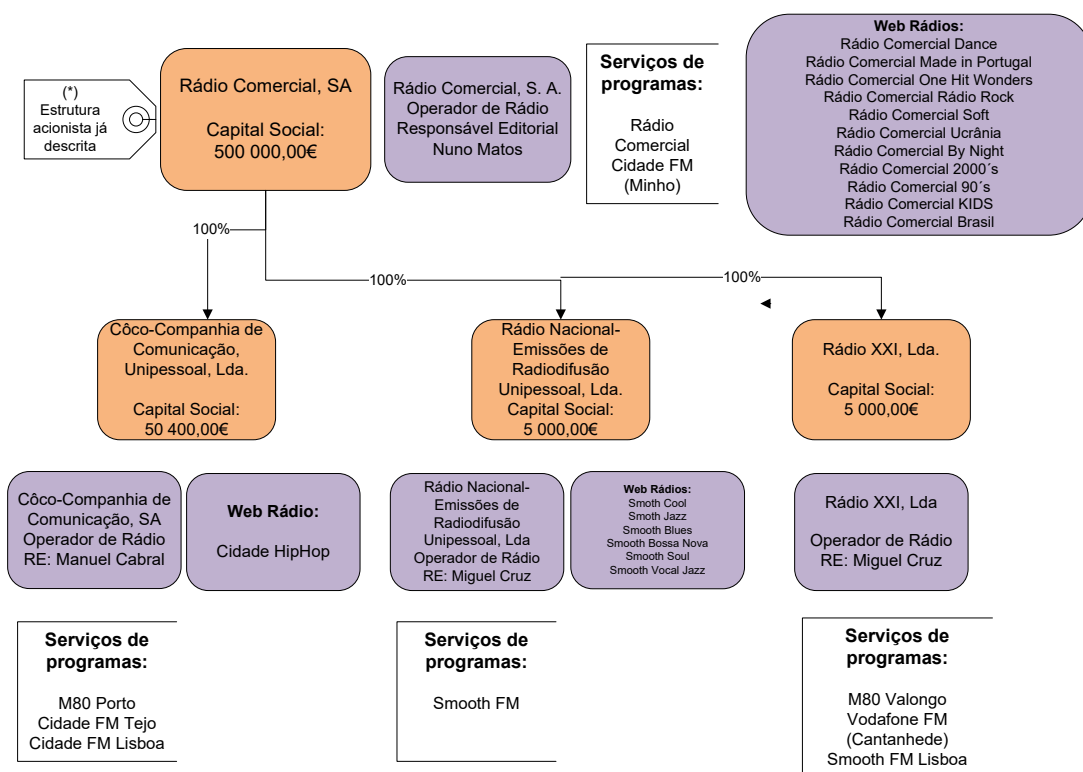
MCR II – Media Capital Rádios



Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

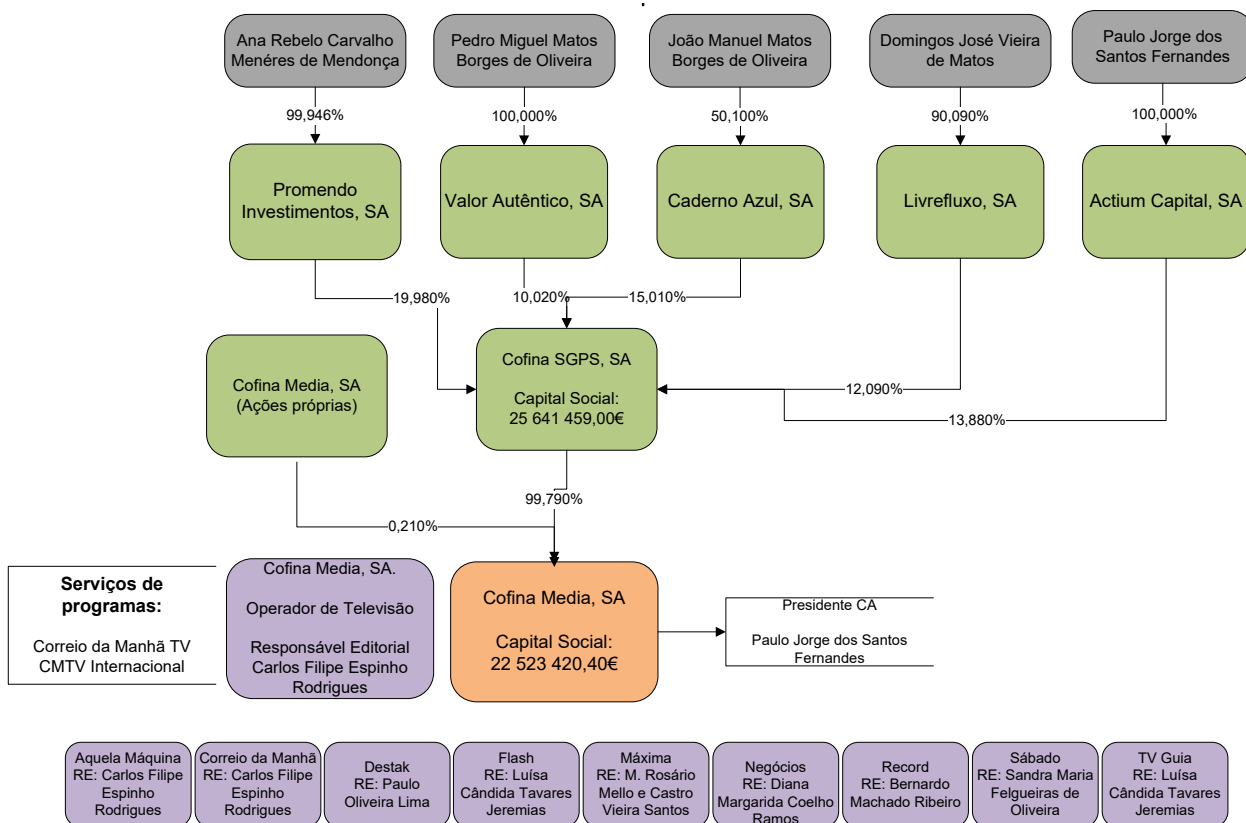
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Rádio Comercial, S.A.



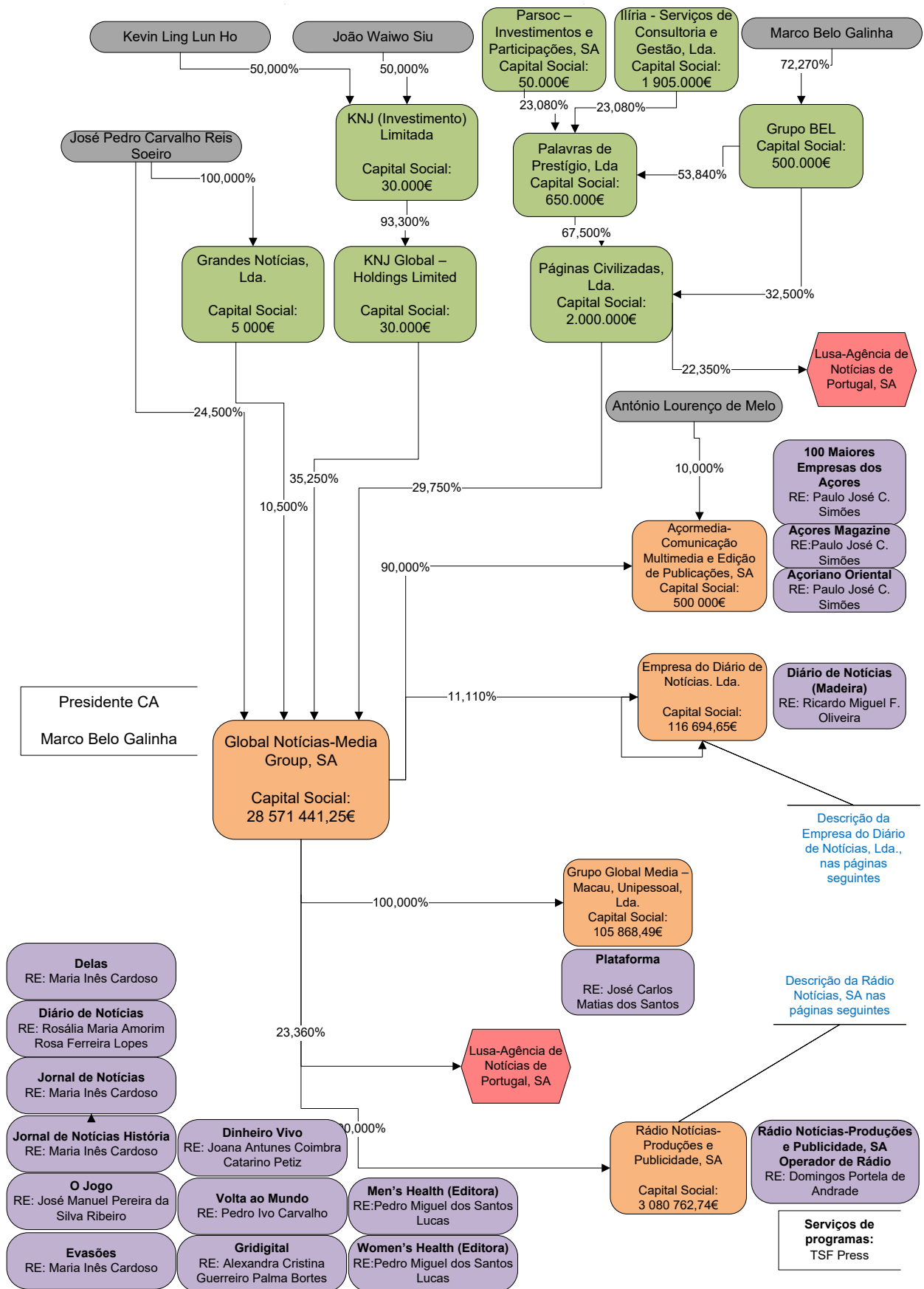
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Cofina



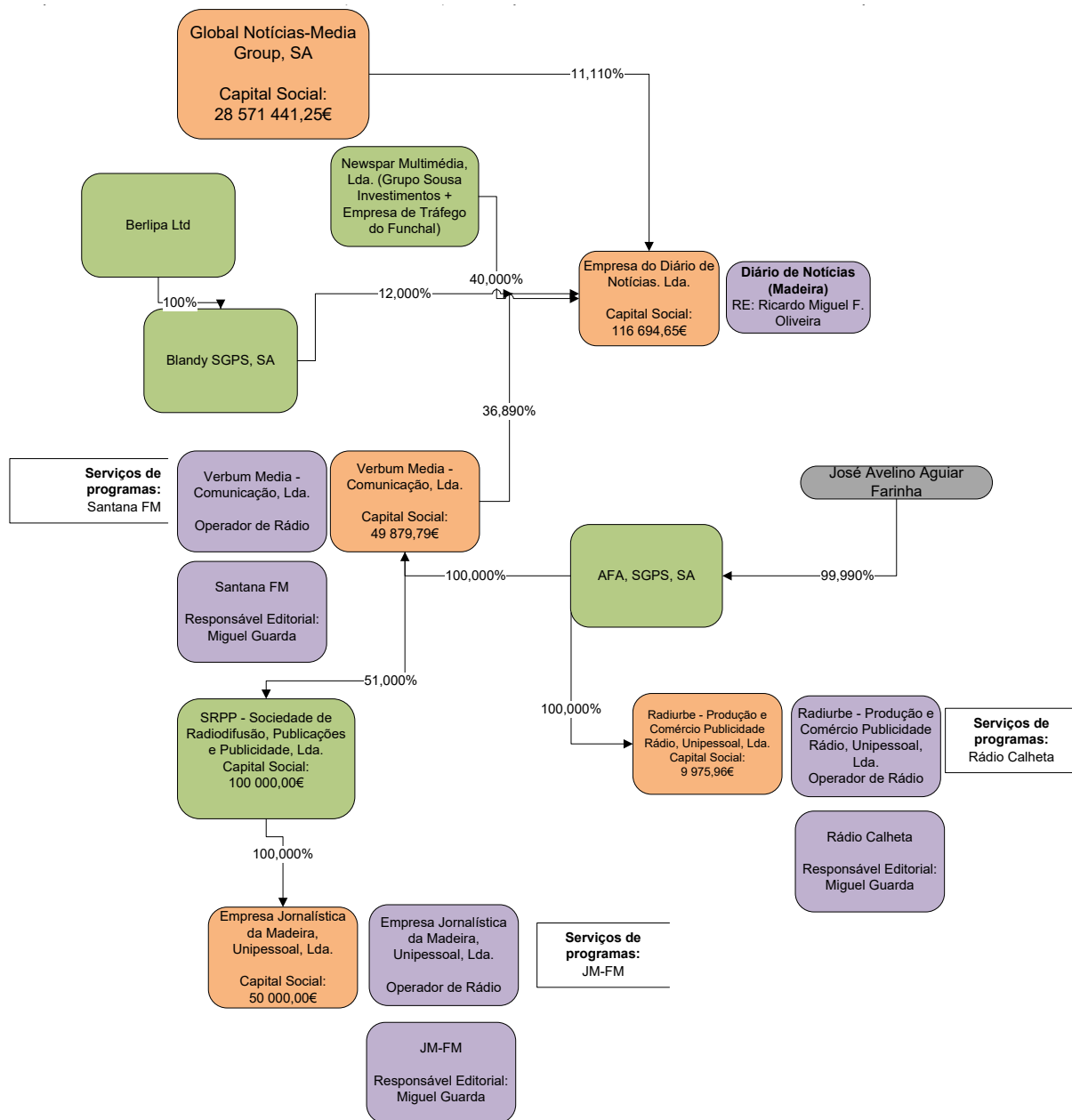
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Global Notícias - Media Group – Parte 1



Fonte: ERC – Portal da Transparência (20.06.2022)

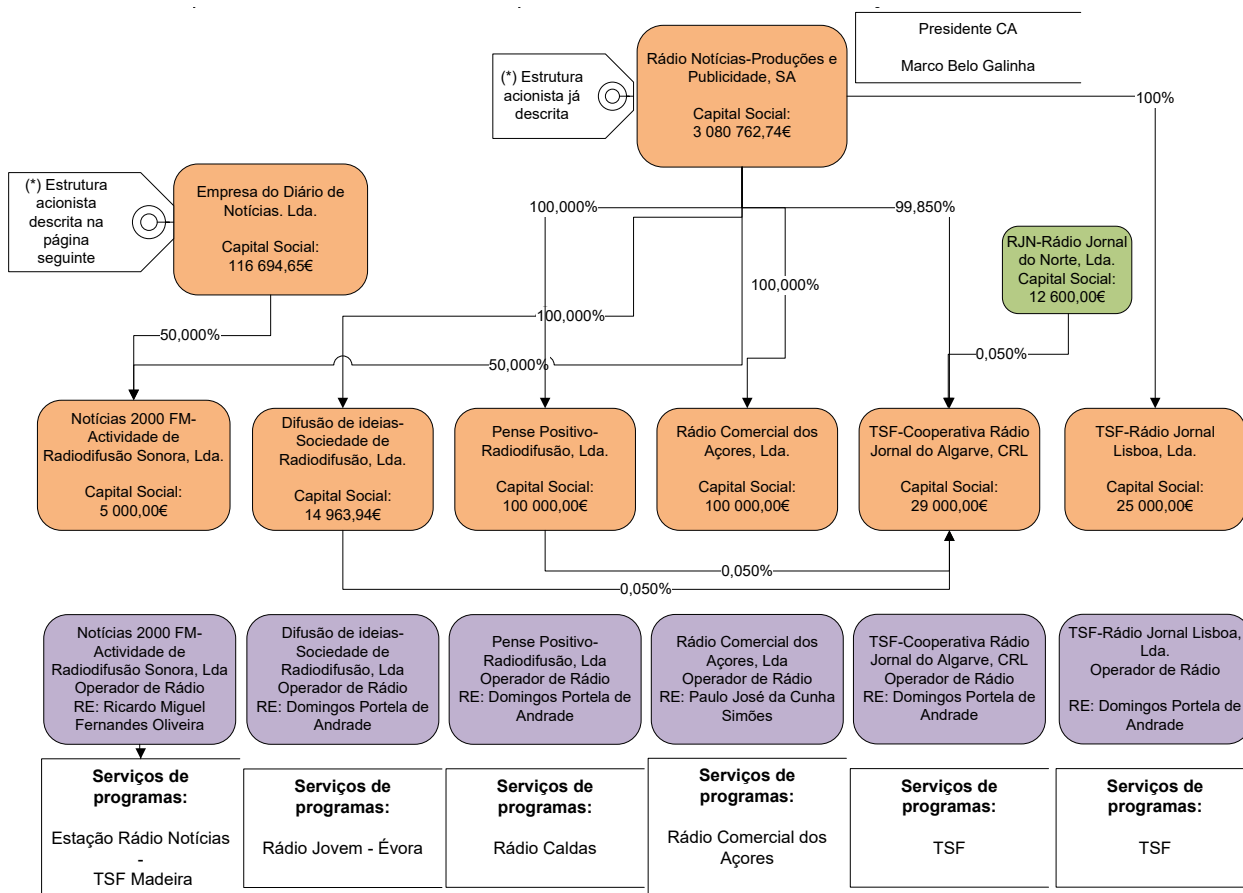
Empresa do Diário de Notícias (Madeira) / Grupo Global Notícias - Media Group – Parte 2



Fonte: ERC – Portal da Transparência (20.06.2022)

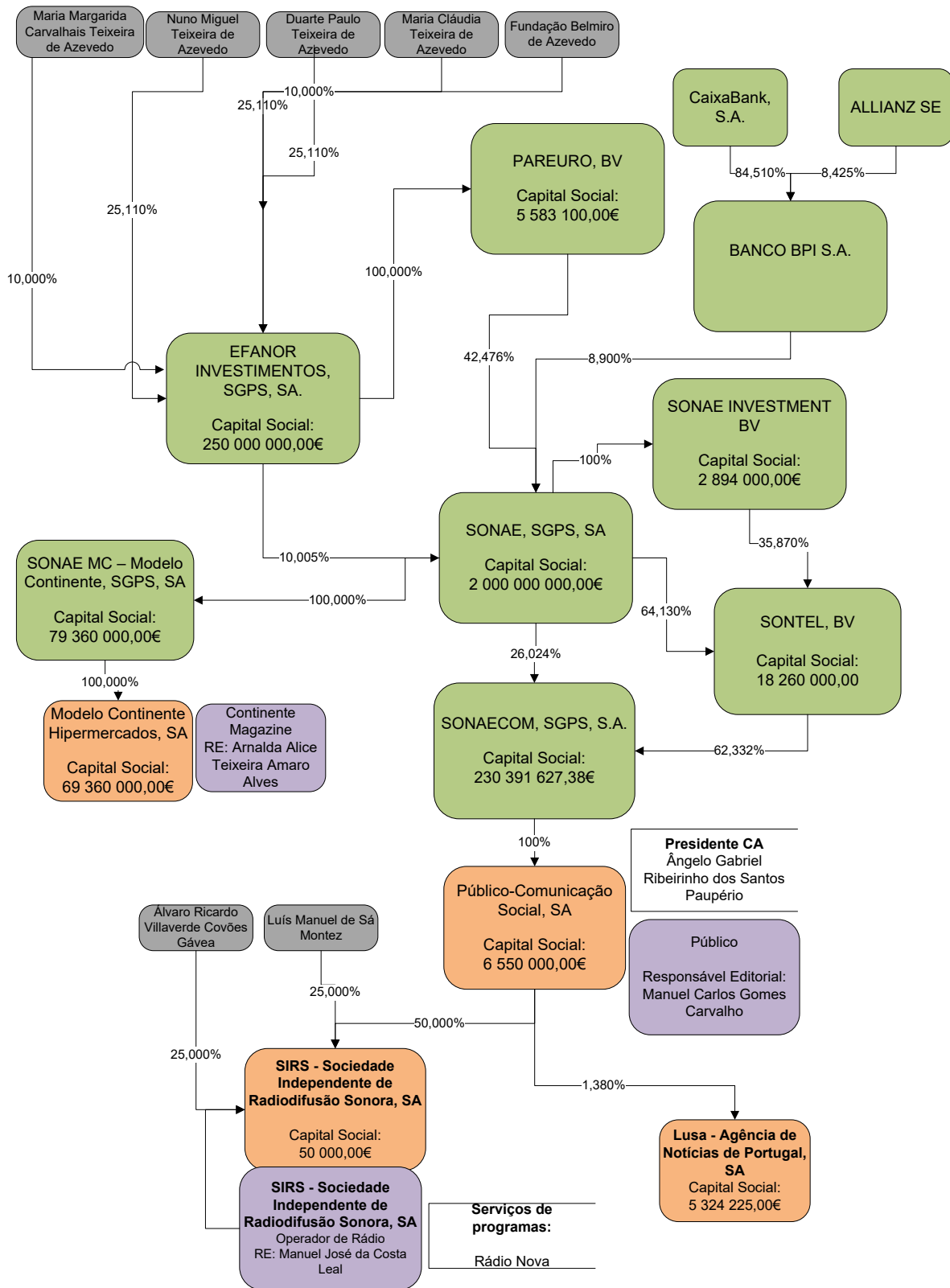
Grupo Global Notícias - Media Group

– Parte 3 / Rádio Notícias - Produções e Publicidade, S.A.



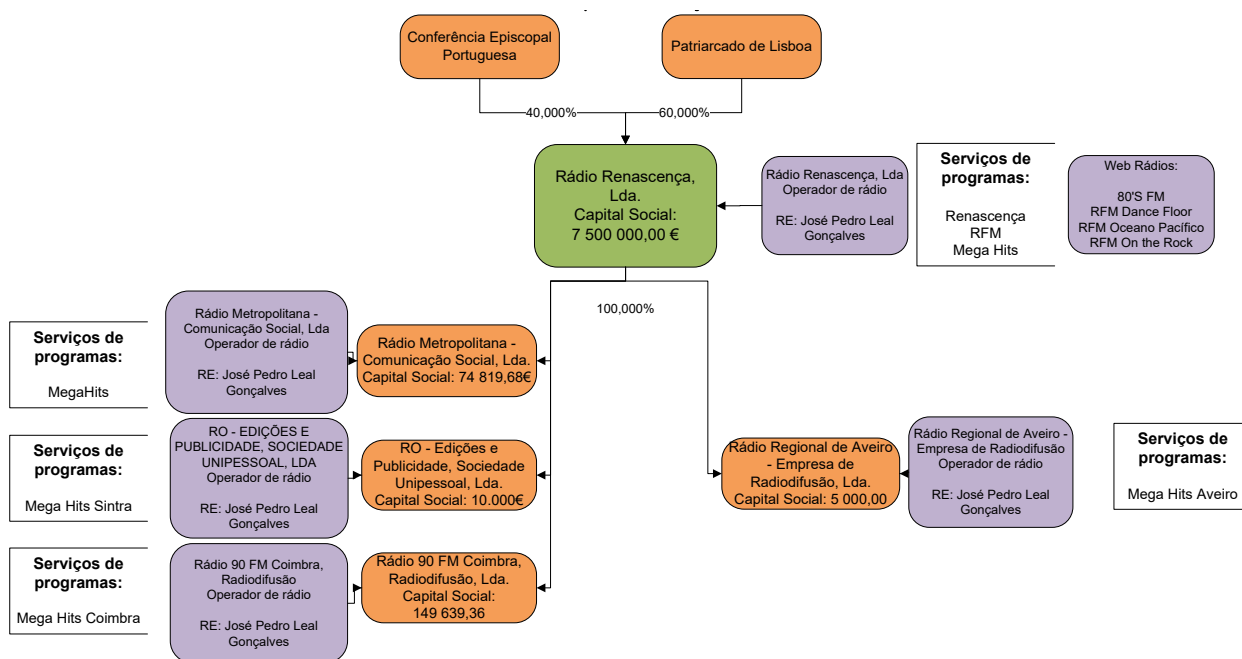
Fonte: ERC – Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Sonaecom



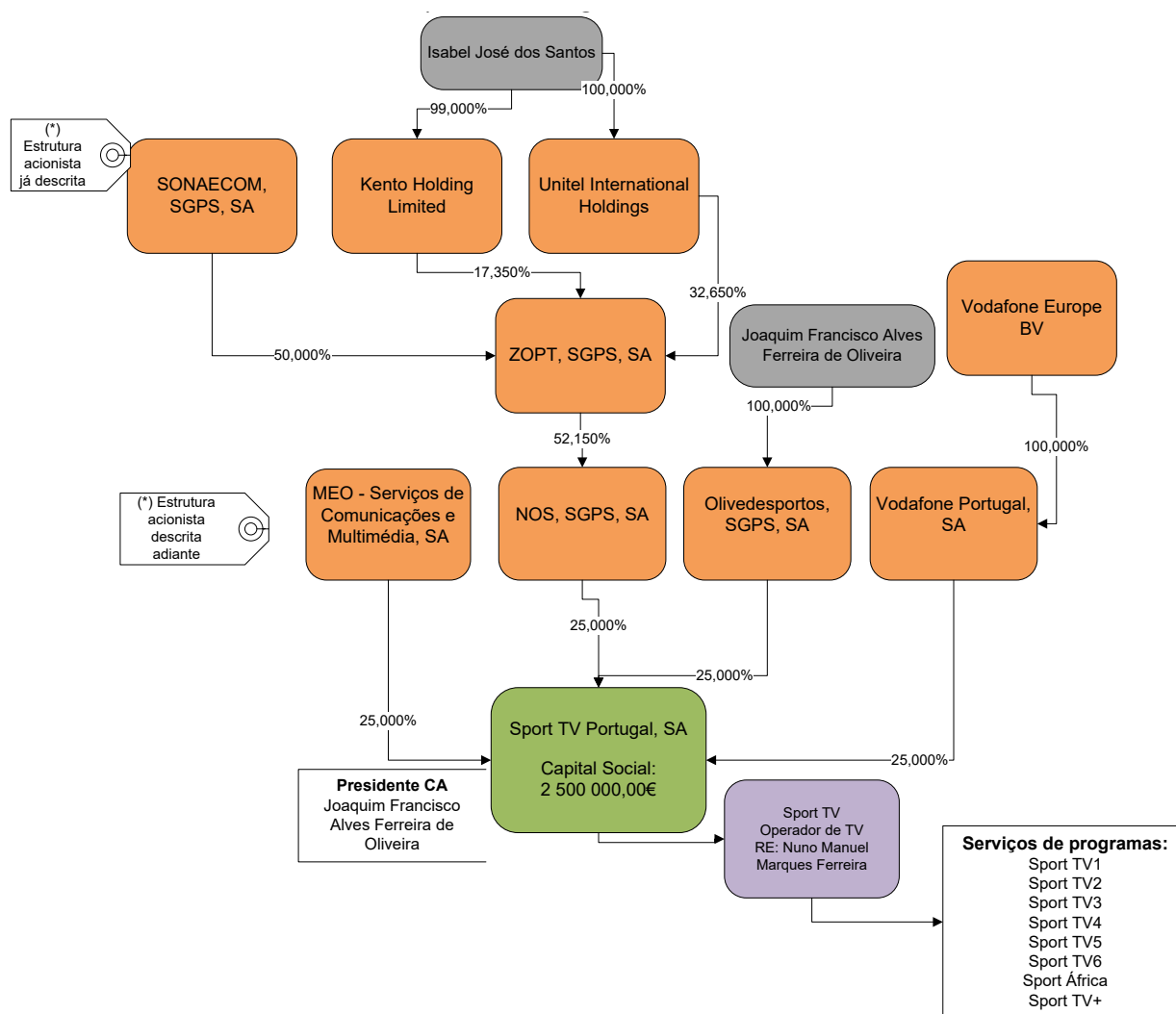
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo Renascença



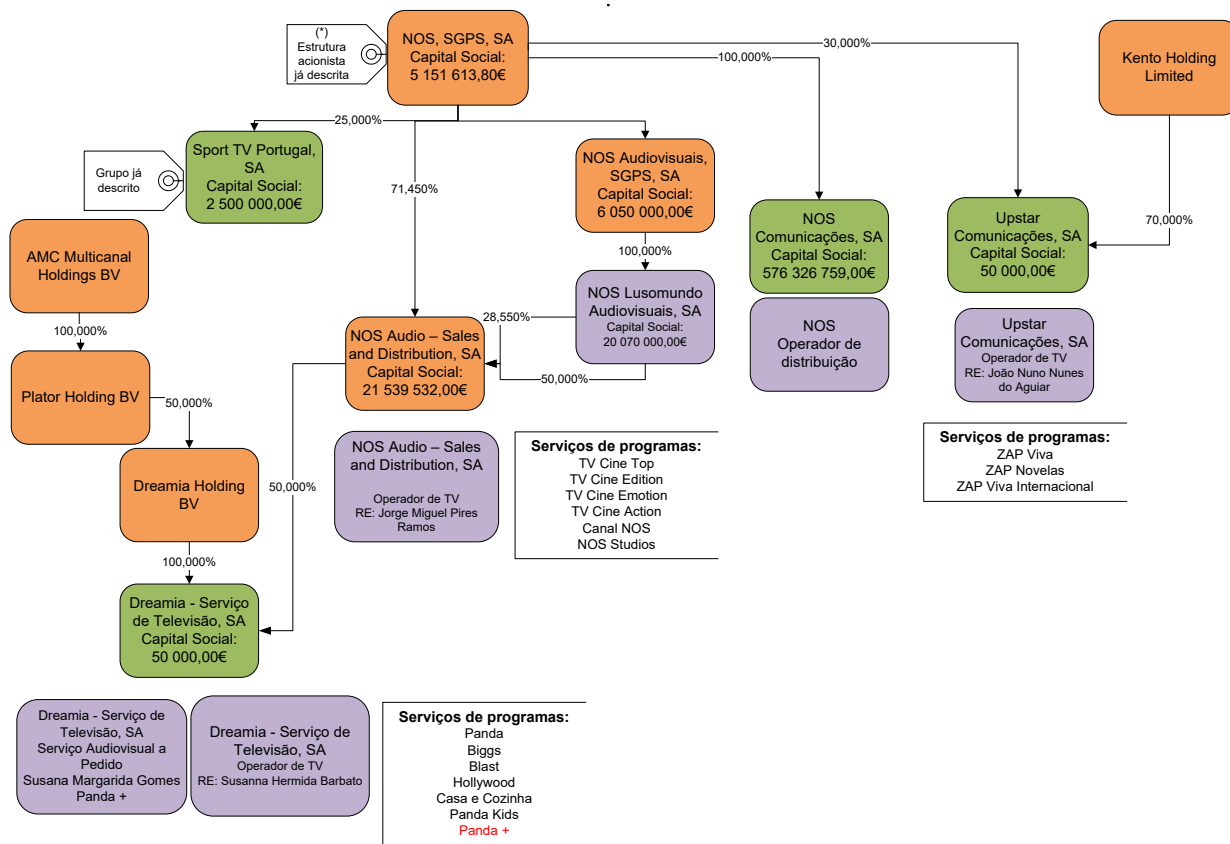
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Sport TV Portugal



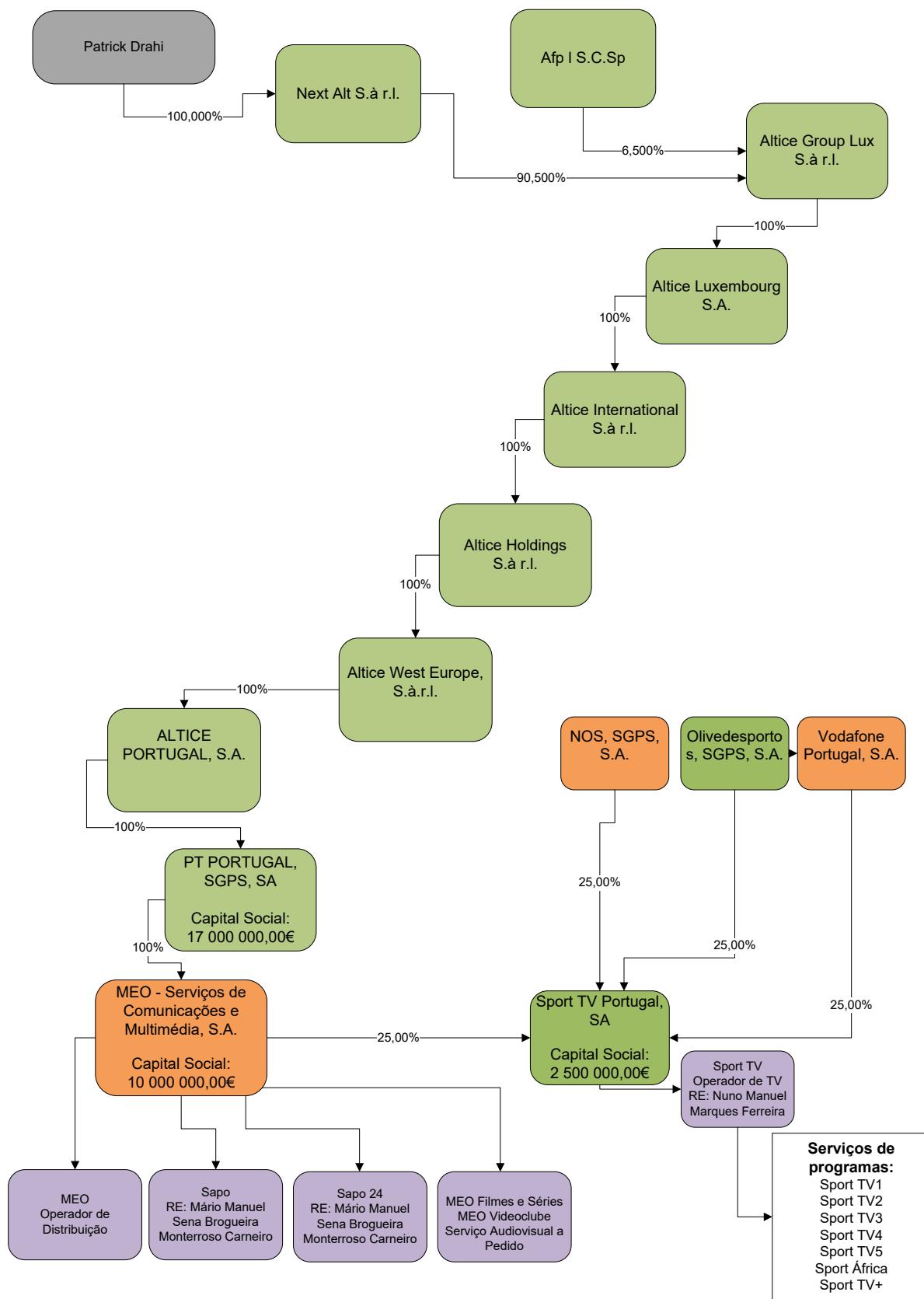
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo NOS



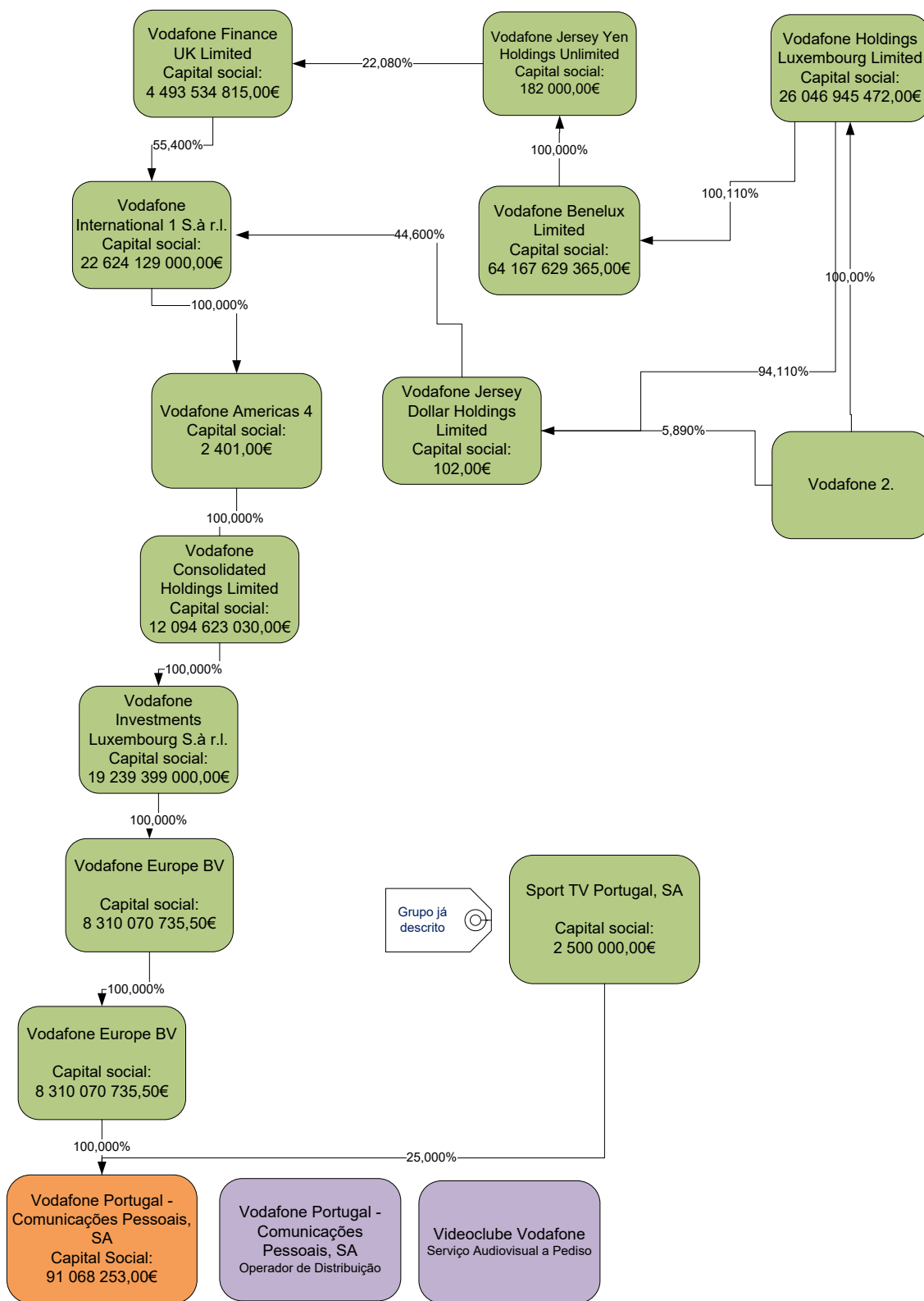
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Grupo MEO



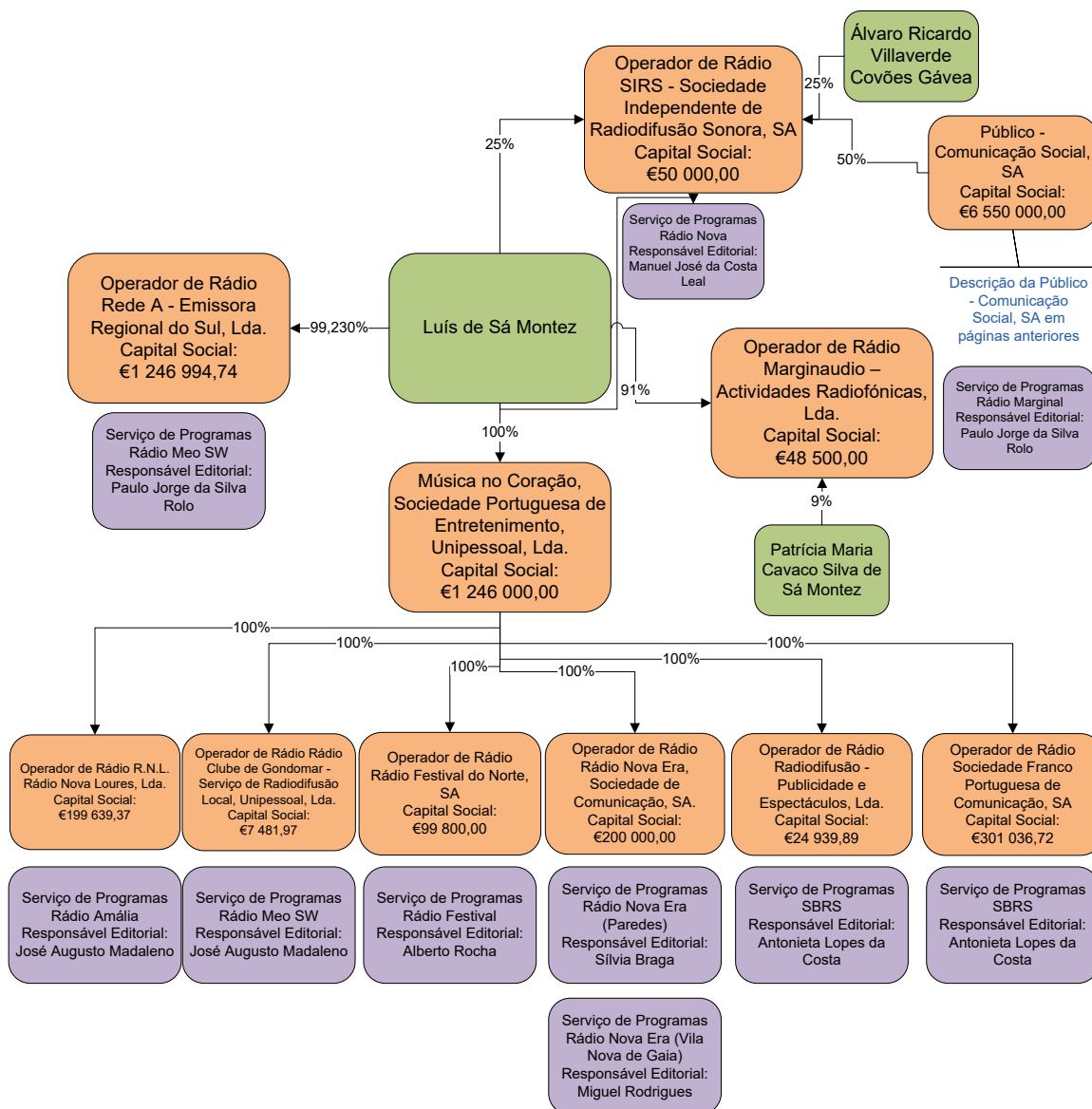
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

GRUPO VODAFONE



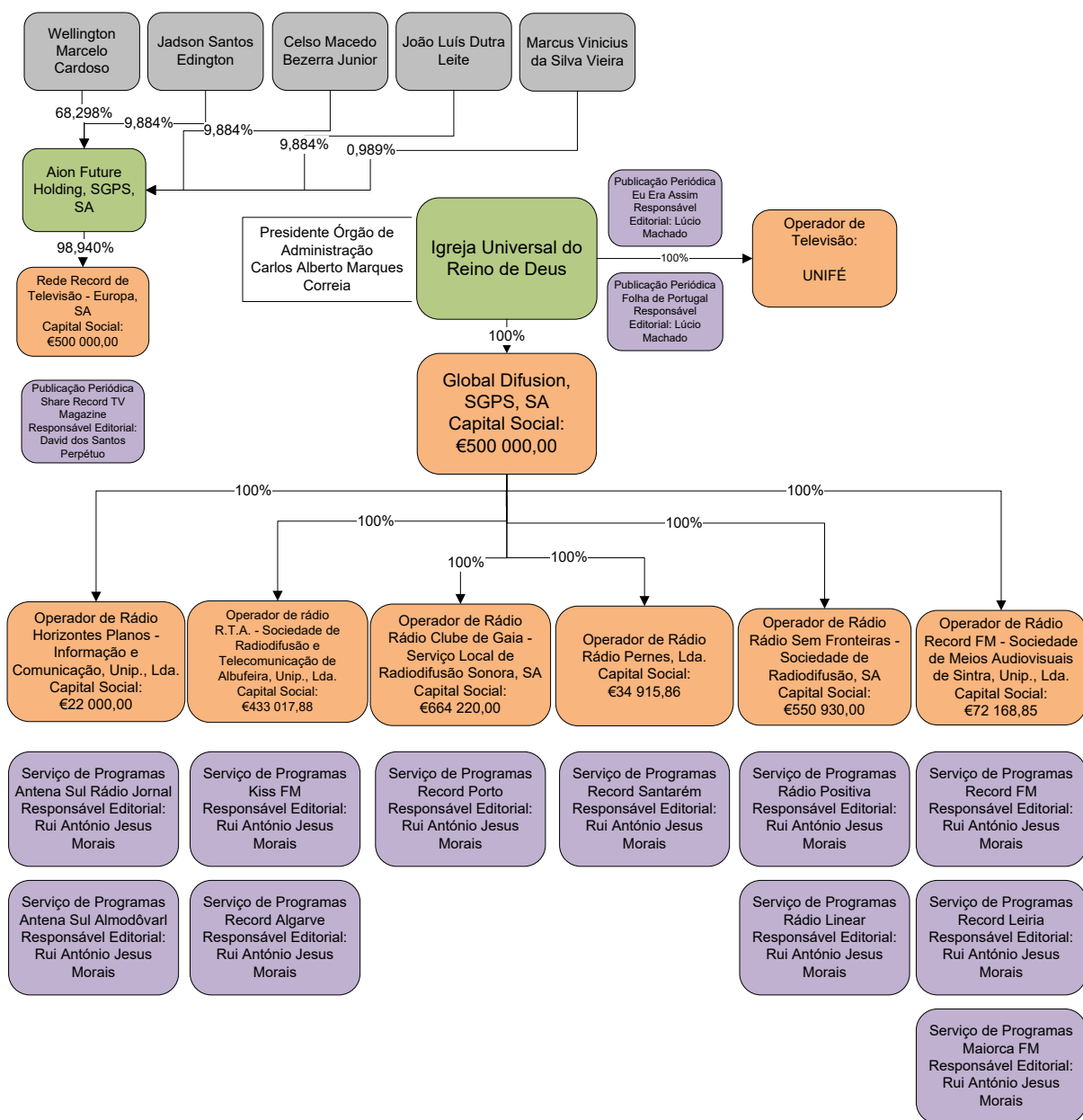
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Música no Coração / Luís de Sá Montez



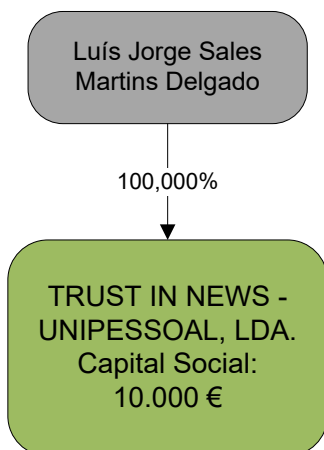
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Global Difusion/Igreja Universal do Reino de Deus



Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

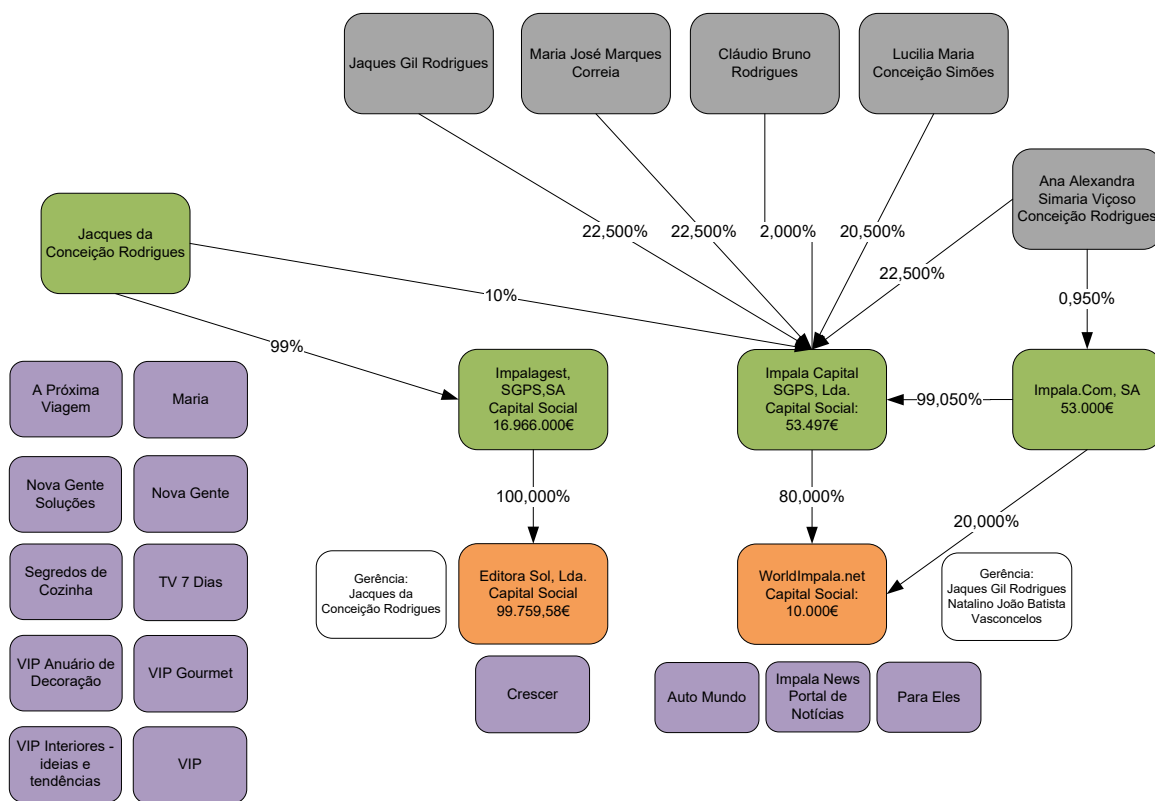
Trust in News



Activa RE: Natalina José Oliveira de Almeida	Caras RE: Natalina José Oliveira de Almeida	Caras Decoração RE: Natalina José Oliveira de Almeida	Courrier Internacional RE: Rui Tavares Guedes
Exame RE: Tiago Freire	Exame Informática RE: Sérgio Magno	JL – Jornal de Letras, Artes e Ideias RE: José Carlos Tomás Matos de Vasconcelos	Telenovelas RE: Ana Rita Freire Santos Lino
Visão RE: Ana Mafalda Jerónimo dos Anjos	Visão Biografia RE: Ana Mafalda Jerónimo dos Anjos	Visão História RE: Cláudia Maria Lobo Fernandes de Vasconcelos	Visão Júnior RE: Cláudia Maria Lobo Fernandes de Vasconcelos
TV Mais RE: Sandra Cristina Fornelos Cerqueira	A Nossa Prima RE: Ana Mafalda Jerónimo dos Anjos	Holofote RE: Sandra Cristina Fornelos Cerqueira	Visão Saúde RE: Ana Mafalda Jerónimo dos Anjos

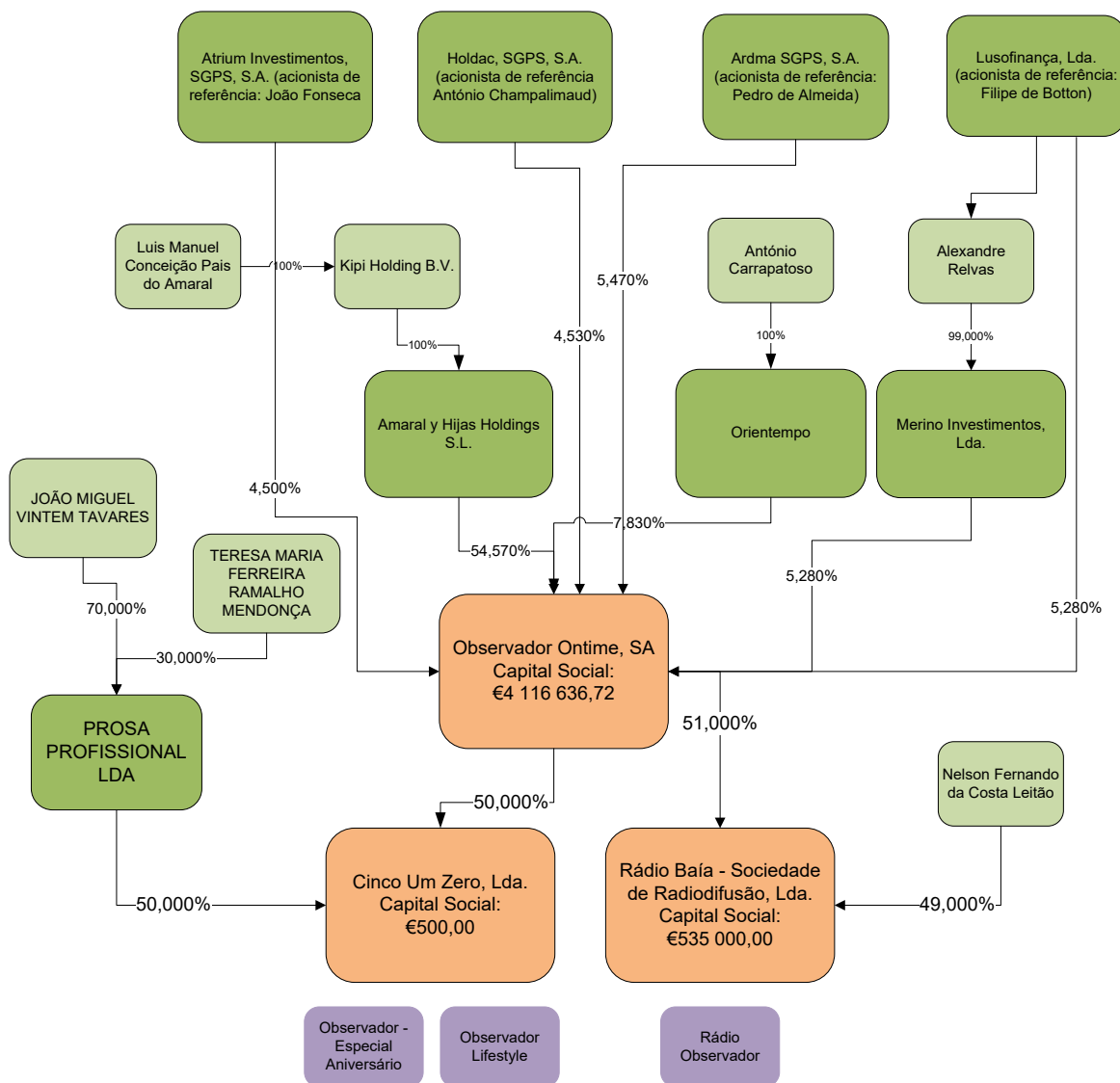
Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Jacques da Conceição Rodrigues / Impala



Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

Observador



Fonte: ERC - Portal da Transparência (20.06.2022)

VOLUME I

Rádiodifusão Sonora



ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3

1. VISÃO GLOBAL

A presente análise dedica-se ao estudo das obrigações de diversidade e pluralismo das grelhas de programação emitidas em 2021 pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

Norteia-se pelas obrigações que o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) confiam à RTP e que se baseiam na diretriz da complementaridade da programação dos principais serviços de programas da rádio pública¹.

As grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública apresentam-se com escassas similitudes. Tal reforça o previsto no CCSPRT no que concerne a complementaridade entre os três serviços disponibilizados, dando-se margem para a liberdade de programação por parte da concessionária.

Em termos globais, a programação anual dos três serviços de programas de rádio de serviço público complementa-se, mostrando que as exigências que o Estado coloca à concessionária de serviço público em matéria de radiodifusão são cumpridas.

¹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 16.ª - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação: <http://www.erc.pt/download/YToyOnt-zOjg6lmZpY2hlaXJvIjtzOjM5OjtzWRpYS9maWNoZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lLzE4MC5wZGYiO3M6NjoidGI0dWxvIjtzOjUwOjIjY250cmF0by1kZS1jb25jZlNzYw8tZG8tc2Vydml-jby1wdWJsaWVlLWRLXjhZGlvLSI7fQ==/contrato-de-concessao-do-servico-publico-de-radio->

2. PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIODIFUSÃO SONORA

A. Dados Globais

Em 2021, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em 24 566 horas de programação, cabendo à Antena 2 a maior porção, enquanto a Antena 1 é o serviço com menor tempo total de emissão anual, tal como consta da Figura 1.

FIG.1 - DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO DE CADA SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)

Serviço de programas	Duração(hh:mm:ss)
Antena 1	7940:12:00
Antena 2	8455:50:00
Antena 3	8170:12:10
Total	24 566:14:10

Salienta-se que existem conteúdos emitidos não contabilizados na análise, designadamente as promoções, os separadores, as frequências e o sinal horário.

Apresenta-se, seguidamente, a análise autonomizada para cada um dos serviços de programas, tendo em conta a diversidade de *géneros* radiofónicos e as *funções* na programação dos conteúdos emitidos, contemplando também a sua distribuição horária.

B. Programação da Antena 1

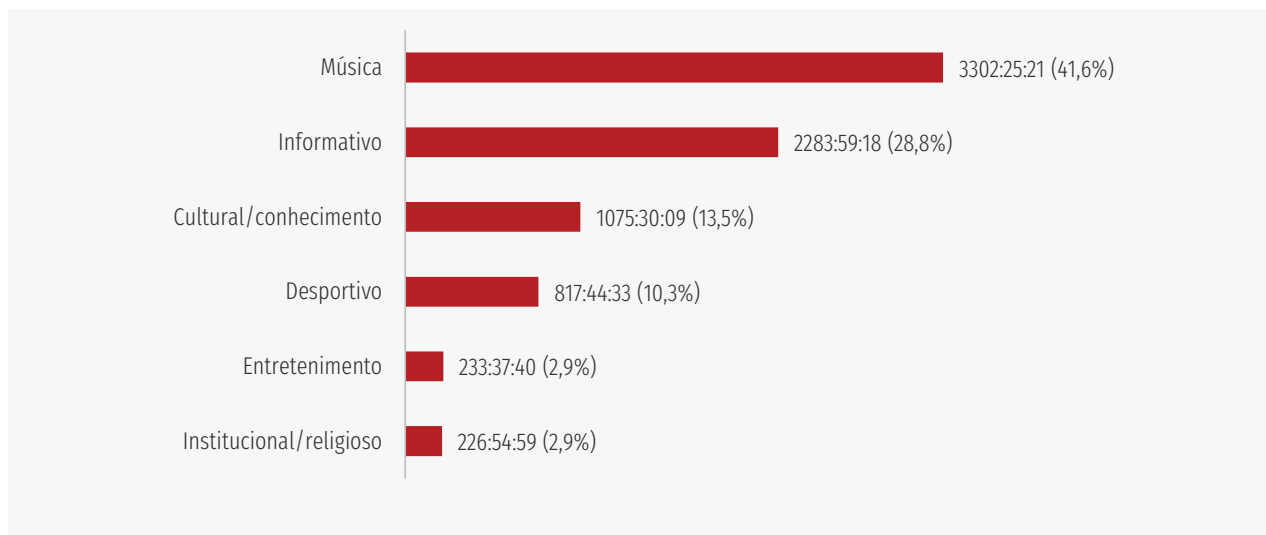
a) Diversidade de géneros radiofónicos

Os conteúdos emitidos pela Antena 1, em 2021, cobrem as seis grandes categorias de programação: *informativo*, *desportivo*, *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*, abarcando 24 dos 31 *géneros* em que se decompõem estas seis categorias.

Os *géneros* que não registam presenças são na categoria de *entretenimento*, *concurso/jogo*, *jogo interativo* e *infotainment*, na categoria *cultural/conhecimento* as *comemorações* e *efemérides*, a par dos programas sem formato definido (*outros informação*, *outros entretenimento* e *outros conhecimento*).

A distribuição da duração anual da programação pelo primeiro nível de *géneros* (*macrogéneros*) é a seguinte:

FIG.2 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2021)



N= 7940:12:00 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Ultrapassando as três mil horas de emissão, a Antena 1 conta com o destaque da categoria *música* (41,6%). Seguem-se os programas de informação, com aproximadamente 2284 horas, representando perto de um terço da duração total da programação do ano (28,8 %). Com um grande distanciamento, situa-se o terceiro grande gênero, *cultural/conhecimento* (13,5 %). Os conteúdos *desportivos* e *institucionais/religiosos* correspondem a aproximadamente 3 % da duração total da programação do ano.

Atentando à presença dos *gêneros* em que se subdividem estas grandes categorias verifica-se o destaque de dois *gêneros* da *música* e um da *informação*.

FIG.3 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2021)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1017:32:56	12,8%
Reportagem	40:46:59	0,5%
Debate/Entrevista	185:41:29	2,3%
Comentário	74:39:08	0,9%
Edição especial	48:47:18	0,6%
Magazine informativo	253:51:24	3,2%
Antena aberta	175:35:37	2,2%
Boletim meteorológico	323:14:55	4,1%
Informação de trânsito	144:03:18	1,8%
Informação bolsista	19:46:14	0,2%
Informação desportiva	173:04:12	2,2%
Transmissão desportiva	567:34:38	7,1%
Resumo desportivo	2:57:00	0,04%
Comentário desportivo	74:08:43	0,9%
Programa de música	835:17:18	10,5%
Música de continuidade	2411:37:41	30,4%
Espetáculo	55:30:22	0,7%
Humor	62:23:30	0,8%

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Talk show	171:14:10	2,2%
Artes e <i>media</i>	217:16:56	2,7%
Ciências e humanidades	685:15:28	8,6%
Educativo	172:57:45	2,2%
Institucional	32:33:44	0,4%
Religioso	194:21:15	2,4%
Total	7940:12:00	100%

N= 7940:12:00 (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 53,7 % do tempo total de emissão. São estes a *música* de continuidade e os programas de *música*, respetivamente na primeira e terceira posições de representatividade.

A *música de continuidade*, como o género mais proeminente, representa quase um terço do tempo de emissão (30,4 %), o que corresponde a sensivelmente 2412 horas. Esta proporção resulta de praticamente 21 mil músicas. Os programas de *música* representam cerca de 10,5 % das horas de emissão.

Na segunda posição os *noticiários* (12,8 %) assumem aproximadamente 1018 horas.

Os programas de *música* abrangem vários géneros musicais, como o fado e a *música* tradicional portuguesa, mantendo já uma regularidade de quatro e cinco 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”; “David Ferreira a Contar”; “Rosa dos Ventos”, “SOS Vinil” (*música* popular anglo-americana do século XX), e os “Sultões do Swing”. Regista a sua continuidade, em relação aos dois anos anteriores, o programa “A Teoria da Evolução”.

A título de especiais musicais ou programas de *música*, a Antena 1 destaca percursos e obras musicais relevantes, como, por exemplo, Maria Bethânia, Roberto Carlos (“Roberto, o Rei Eleito”) e Bob Dylan (“Dylan, o mestre do sobressalto”). No contexto de novos programas de *música* assinala-se também “Panfletos”², dedicado à *música* de protesto e reivindicação.

As especificidades do ano de 2020, designadamente a pandemia pela doença COVID-19, que haviam condicionado a realização de alguns dos habituais festivais de Verão, assistiram a uma recuperação.

Neste sentido, a Antena 1 deu cobertura a festivais em vários pontos do país como o “Sons de Vez”, “Santa Casa Alfama”, “Música no Rio”, “Play”, “Intermedio”, “Mil”, “Som Riscado”, “Guimarães Jazz”, “Orquestra Jazz de Leiria”, “Maré” e o “Festival RTP da Canção”. Complementarmente, a Antena 1 promoveu espetáculos ao vivo de vários artistas portugueses.

No domínio *desportivo*, destacou-se a transmissão de jogos de diversas competições de futebol e a Volta a Portugal em Bicicleta.

Por outro lado, surgiram novos programas enquadráveis em diferentes categorias do *macrogénero cultural/conhecimento* tais como *artes e media*, *ciências e humanidades* e *educativo*. A título de exemplo, “A Nova Casa”³, com uma vertente de arquitetura, questiona as suas reconfiguração e ligação a outras formas de arte; “As mulheres não exis-

² «... trata da relação íntima, ao longo dos tempos, da arte musical com a vida e a luta dos povos.» (<https://www.rtp.pt/play/p8339/e595418/panfletos>).

³ (<https://www.rtp.pt/play/p8936/e548503/a-nova-casa>).



tem”⁴; “De Lisboa a Estocolmo”⁵; com um enfoque ambiental; “O Baile das Palavras”⁶; “Palavra de Honra”⁷; “Saramago na Primeira Pessoa”⁸; “Tanto Mundo”⁹ e, no contexto do Natal, o “Natal no Mundo” e “Nos Bastidores do Natal”¹⁰ dando a conhecer tradições natalícias e como é trabalhar nesta data.

A referir programas que surgiram na também na vertente educativa e dirigidos, mais especificamente, ao público infantil, designadamente “Até jazz”, “Dicionário ao Contrário”, “Escaganifobéticas” e “Raio X”.

No campo *informativo* identificam-se novos programas como o “Abril/47”¹¹, dedicado a um balanço de 47 anos após a Revolução de 25 de Abril; “A escala do clima”¹², que, como o nome indica, analisa questões climáticas; “Espaço das 10”¹³, sobre assuntos de relevo e atualidade; “Praça do Município”¹⁴, com uma dimensão local incidindo sobre a Região Autónoma dos Açores; “Teorias da Conspiração”¹⁵ e a apresentação do vento “Womex”¹⁶ ao longo de vários episódios.

O domínio *desportivo* conta com um programa de *informação desportiva* dedicada aos jogos da seleção (“Rumo a Londres”).

Em contraposição, a categoria de conhecimento apresenta duas subcategorias, humor e *talk show* (respetivamente 0,8 % e 2,2 %).

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A distribuição da programação da Antena 1 por blocos horários mostra a presença das seis macrocategorias em quatro desses períodos.

4 «As Mulheres Não Existem pretende dar visibilidade a mulheres que contrariam a ideia feita de que as mulheres são apenas aquilo que outros acreditam serem as suas capacidades, o seu talento e as suas motivações.» (<https://www.rtp.pt/play/p8547/e566145/as-mulheres-nao-existem>).

5 «O objetivo do programa é divulgar ideias sustentáveis e inovadoras e também perceber qual o impacto na vida das pessoas nas regiões da Europa» (<https://www.rtp.pt/play/p8723/de-lisboa-a-estocolmo>).

6 «Uma portuguesa e uma brasileira... As duas trocam palavras, expressões e canções entre histórias e riso.» (<https://www.rtp.pt/play/p8298/e577580/baile-das-palavras>).

7 «Fogo cruzado entre uma historiadora e um escritor sobre a atual tendência de vigilância sobre a linguagem que adquire, muitas vezes, o carácter de policiamento sobre a forma como nos expressamos.» (<https://www.rtp.pt/play/p8129/e587235/palavra-de-honra#>)

8 «A Antena 1 revisita Saramago na Primeira Pessoa, na semana em que arrancam as comemorações do Centenário do Nascimento do escritor.» (<https://www.rtp.pt/programa/radio/p7423>)

9 «O olhar do escritor que nas suas viagens encontra magia nos detalhes dos locais e nas pessoas com quem se cruza. A palavra Mundo nas palavras de José Luis Peixoto.» (<https://www.rtp.pt/play/p8299/e594135/tanto-mundo>)

10 (<https://www.rtp.pt/play/p9610/e587452/natal-no-mundo> e <https://www.rtp.pt/play/p9684/e587904/nos-bastidores-do-natal>).

11 «47 anos depois da Revolução de Abril ... Abril 47 avalia o capital de esperança gerado pela revolução.» (https://www.rtp.pt/antena1/os-dias-da-radio/abril-47_11417)

12 «Todas as semanas, Francisco Sena Santos e o professor Filipe Duarte avaliam a temperatura do planeta.» (<https://www.rtp.pt/play/p6888/e595098/a-escalada-do-clima>).

13 «Enquadramento e aprofundamento de temas da atualidade, através de debates, entrevistas ou reportagens.» (<https://www.rtp.pt/play/p517/espaco-das-10>)

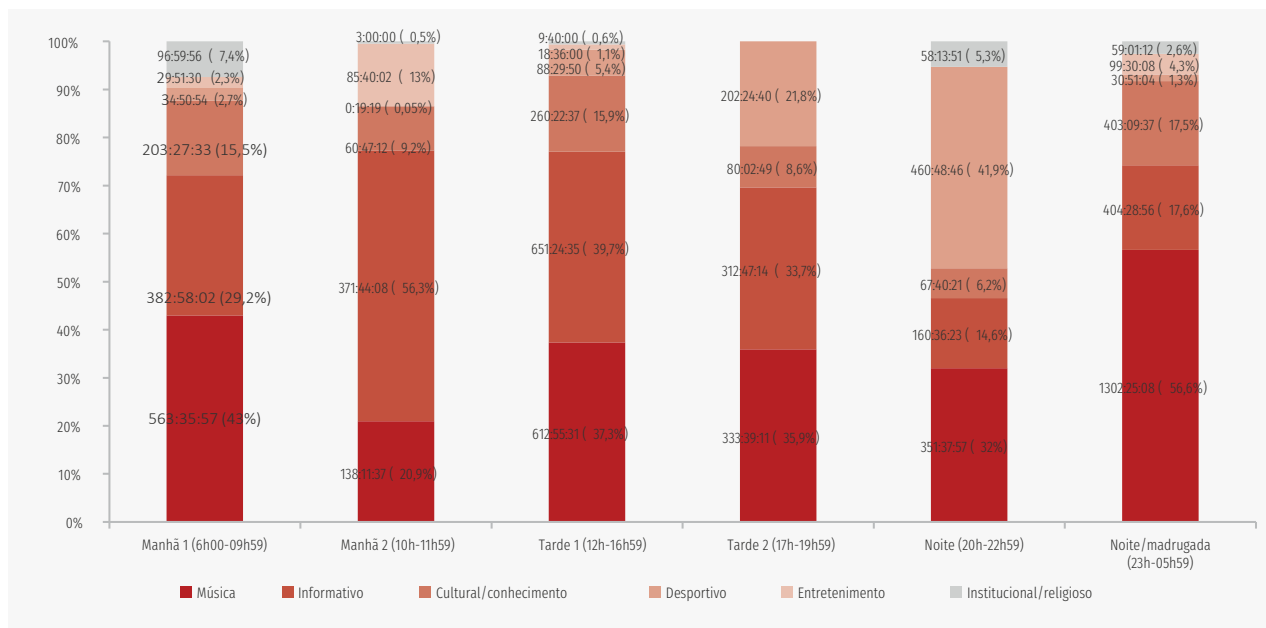
14 «Notícias e entrevista para dar visibilidade aos projetos, obras, iniciativas e instituições das freguesias e municípios dos Açores.» (<https://www.rtp.pt/play/p2301/praca-do-municipio>)

15 «Teorias da Conspiração? tenta explicar o que são, quem são e sobretudo como se propagam estas Histórias mais ou menos fantasiosas que são passadas de boca em boca e que têm atravessado gerações» (<https://www.rtp.pt/play/p8546/e561402/teorias-da-conspiracao>)

16 «A feira das Músicas do Mundo chega à cidade do Porto, de 27 a 31 de outubro...» (<https://www.rtp.pt/play/p9153/e565930/womex-portugal-a-caminho-do-porto>)

O segundo intervalo da tarde (17h-19h59) não regista conteúdos de natureza *entretenimento* ou *institucional/religioso* e o período da *noite* (20h-22h59) não regista conteúdos de *entretenimento*.

FIG.4 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2021)



N= 1311h43m52s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 659h42m18s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1641h28m33s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 928h53m54s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1098h57m18s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2299h26m05s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A *música* é a categoria mais proeminente em três dos seis blocos horários. Quanto aos restantes três blocos, o segundo intervalo da manhã e o primeiro da tarde dão maior peso aos conteúdos *informativos* (respetivamente 56,3 % e 39,7 %) e o primeiro intervalo da noite destaca o *desporto* (41,9 %).

A distribuição horária da programação traça-se, em modos gerais, pelo maior peso dos conteúdos *informativos* nos períodos diurnos, da *música*, particularmente no período da *noite/madrugada*, e do *desporto* no horário noturno precedente.

No bloco horário da *noite/madrugada* seguem-se à *música* (56,6 %), os conteúdos *informativos* e culturais (respetivamente 17,6 % e 17,5 %).

No bloco horário da *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 e 2019, havendo-se alterado em 2020, esta tendência voltou a reverter-se. Assim, destaca-se neste bloco noturno o *desporto* (41,9 %) seguido pela *música* (32 %).

Apesar da presença global mais elevada do *macrogênero música*, a *informação* é o tipo de conteúdo que se destaca entre as 10h-11h59 (56,3 %) e no primeiro intervalo horário da tarde (12h-16h59).

No referido intervalo das 10h-11h59m, em que a *informação* se destaca, os programas aí emitidos distribuem-se pelos dez dos onze *gêneros* da categoria: *noticiário*, *reportagem*, *debate/entrevista*, *comentário*, *antena aberta*, *edição especial*, *magazine informativo*, *informação de trânsito*, *informação bolsista* e *boletim meteorológico*.

A *antena aberta* regista uma presença superior relativamente aos restantes (26,6 %). Em contraste, a menor porção de conteúdos *informativos* é emitida nos dois períodos noturnos (14,6 % e 17,6 %).

A maior parte da programação de *entretenimento* concentra-se no intervalo 23h-05h59 (99h30m08s das 233h37m40s emitidas).

Relativamente à distribuição horária dos programas de natureza *cultural*, observa-se que o número superior de horas é também entre as 23h-05h59 (403h09m37s das 1075h30m09s emitidas).

Tomando em consideração a decomposição destas grandes categorias (Cf. Anexo III - Figuras), já havia sido referido que a *música de continuidade*, se aproxima de um terço do tempo da emissão da Antena 1 (30,4 %).

A *música de continuidade* destaca-se ao ser a categoria com maior percentagem de duração em cinco dos seis períodos horários. As exceções são no intervalo das 10h às 11h59, em que o destaque vai, como apontado, para os programas de *antena aberta* e o intervalo da *noite* com primazia para as *transmissões desportivas* (41,1 %).

O período com maior diversidade em termos de *géneros* é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 22. Em relação à totalidade dos 24 em 31 *géneros* representados, verifica-se a ausência do programa *informativo antena aberta* e de *entretenimento*, *talk show*. O primeiro conta com uma presença exclusiva no segundo período da manhã e o segundo no mesmo período, a par do bloco da *noite/madrugada*. À referida *música de continuidade* (33,5 %) seguem-se os *noticiários* e o *magazine informativo* com um total conjunto de aproximadamente um quarto da duração do período (24,9 %) e as *ciências e humanidades* (8,6 %). Pertence a *resumo desportivo* (0,09 %) a menor relevância deste bloco horário.

Para o primeiro período da manhã, com 19 *géneros*, mantém-se a tendência de supremacia da *música de continuidade* (37 %), seguida do *noticiário* (17 %) e, em terceiro, *ciências e humanidades* (11 %). É neste período que os conteúdos de natureza religiosa assumem mais peso (7,3 %).

Para o segundo intervalo da manhã, com 16 *géneros*, o destaque cabe, tal como nos dois anos precedentes, a *antena aberta* (26,6 %), contribuindo para o relevo da grande categoria *informação*, seguido de *música de continuidade* (14,5 %), *talk show* (13 %) e *debate/entrevista* (9,4 %). O conteúdo *informação desportiva* apresenta o tempo de emissão mais baixo (0,05 %). Este é assim o bloco com menor diversidade de *géneros*.

Durante a *tarde 2* (17h-19h59), registam-se 17 *géneros* dos 31 totais. Mantém-se a prevalência da *música de continuidade* (30,7 %), *noticiário* (16 %) e *transmissão desportiva* (11,5 %). O conteúdo *resumo desportivo* regista o valor mais baixo de tempo de emissão, com 0,1 % da duração do período.

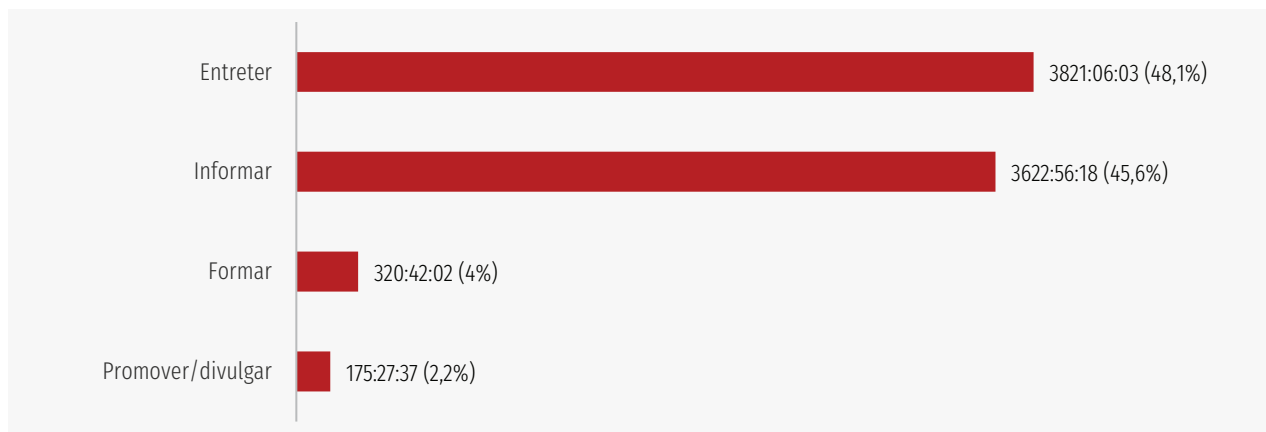
O intervalo da *noite* (20h-22h59m) regista a presença de 20 *géneros*. O *macrogénero* mais representado é a *transmissão desportiva* (41,1 %), seguindo-se a *música de continuidade* e, a larga distância, o *noticiário* (8,5 %).

O intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) regista 18 *géneros*. A *música de continuidade* assume a primeira posição (30,6 %), seguem-se os *programas de música* (24,6 %) e, na terceira, o *ciências e humanidades* (13,2 %).

c) Funções na programação

A análise das *funções* da programação da Antena 1 permite salientar as vertentes *entretenimento* e *informação*:

FIG.5 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2021)



N= 7940:12:00 (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*: *entretêr* e *informar*, acumulando respetivamente 48,1 % e 45,6 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam praticamente 94 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 28 % do tempo total da *função*. Este *género* distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é *ciências e humanidades* (15,4 %), seguido pelos *boletins meteorológicos* (8,9 %).

A *função entretêr* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais (79 %), designadamente *música de continuidade* (63,1 %), em destaque, e *programas de música* (14,5 %). Inclui também as transmissões de jogos de futebol (14,9 %).

As duas *funções* menos presentes, *formar* e *promover/divulgar*, apresentam valores que não ultrapassam os 4 % (respetivamente valores próximos (4 % e 2,2 %).

Formar é uma *função* cumprida essencialmente por dois *géneros* de programas: *educativos* (53,9 %) e *ciências e humanidades* (39,2 %). 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; “Visita Guiada”, sobre o património cultural português e o “Baile das Palavras, que num tom de humor, se debruça sobre os intercâmbios, incluindo linguísticos, entre Portugal e o Brasil.

Na categoria *educativos* estão programas como “As Mulheres Não Existem”, “De Lisboa a Estocolmo”, “A Palavra do Dia”, “Serviço Público – Bloco de Notas”, entre um conjunto de outros programas dirigidos ao público mais jovem.

Aproximadamente nove em cada dez horas da *função promover/divulgar* são preenchidas por programas *religiosos* (90,1 %), como “A Fé dos Homens”, “E Deus criou o Mundo” e a “Eucaristia Dominical”, ficando o remanescente da *função* a cargo dos conteúdos de natureza *institucional* (9,9 %), que incluem os tempos de antena.

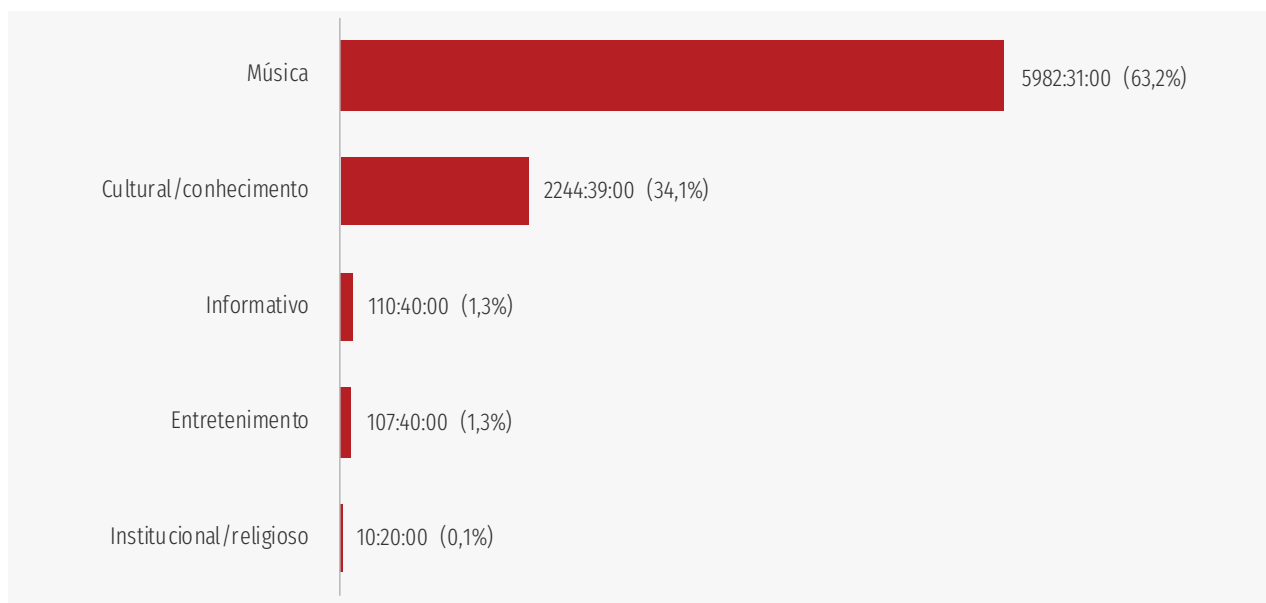
C. Programação da Antena 2

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 vem sendo seu apanágio ao longo dos anos, não difunde conteúdos de *desporto*.

A especificidade da programação da Antena 2 remete para um especial enfoque nos conteúdos musicais alternativos, com particular atenção aos *géneros* clássico e erudito. Esta vocação reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas.

FIG.6- DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2021)



N= 8455:50:00 (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 seis em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (63,2 %), representando uma soma anual de mais de 5 mil e 900 horas de emissão.

Esta larga prevalência resulta na óbvia escassez dos restantes *gêneros* de programas. Consequentemente, a categoria que reúne a segunda maior porção de tempo de programação, *cultural/conhecimento*, representa 34,1 % do tempo total, que corresponde a pouco mais de 2240 horas analisadas em 2021. Com uma presença bastante inferior e a registar igualmente um decréscimo face ao ano anterior, os programas *informativos* totalizam 1,3 % 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, essencialmente, a 95 edições do programa “Na Corrente” e 16 de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios”.

FIG.7 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2021)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	110:40:00	1,3%
Programa de música	2851:09:00	33,7%
Música de continuidade	1443:24:00	17,1%
Espetáculo	1046:59:00	12,4%
Outro (entretenimento)	117:40:00	1,3%
Artes e média	2439:09:00	28,8%
Ciências e humanidades	321:12:00	3,8%
Educativo	125:17:00	1,5%
Outro (cultural/conhecimento)	-	-
Institucional	10:20:00	0,1%
Total	8455:50:00	100%

N= 8455h50m00s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2021, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em nove *gêneros* dos 31 previstos na grelha de análise, face a 16 no ano anterior. Tal prende-se com uma atualização da ferramenta de codificação da Antena 2 e resulta, simultaneamente, num significativo aumento dos programas de *artes e media* que outrora vinham desagregados em níveis mais específicos. Há assim a realçar que na categoria *artes e media* se inclui um vasto tipo de conteúdos.

Regista-se um ligeiro decréscimo na duração dos *programas de música* em 2021 (33,7 %) face a 2020 (35,6 %). Ainda assim, este mantém-se como o *gênero* mais representativo, contabilizando mais de 2850 horas, seguido de programas de *artes e media*, que regista um forte aumento (28.8% em 2021 face a 16.9% em 2020), *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). A *música de continuidade* tem um decréscimo acentuado de cerca de 10,4 % face ao ano anterior, representando 17,1 % da emissão anual.

Em quarto lugar, os *espetáculos* representam 12,4 % da programação da Antena 2, com programas como “Grande Auditório”, “Concerto Aberto”, “Mezza-voce”, entre outros.

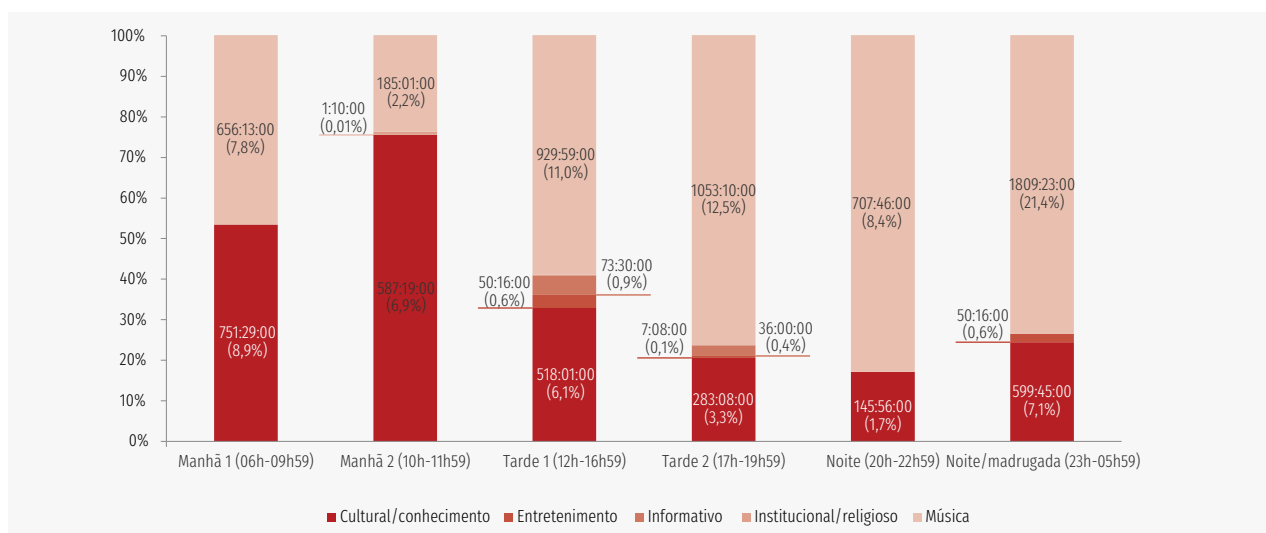
Dada a peculiaridade da programação da Antena 2, fruto da missão que o CCSPT lhe confia, é interessante observar a diversidade de conteúdos integrados no *gênero programa de música*. Estes contemplam a *função* mais simples de fruição de *música* de determinados *gêneros*, como é o caso de “Jazz A 2”, o “Raízes” ou “Música Contemporânea”, dedicado a obras atuais.

Na perspetiva de dar a conhecer a *música*, considerando os seus autores e intérpretes, as suas origens e a história da *música*, encontram-se programas como “A Propósito da Música”¹⁷, «A obra enunciada e refletida dos grandes compositores da História».

b) Diversidade de gêneros radiofónicos por período horário

A Figura 8 ilustra a proporção das grandes categorias de *gêneros* na emissão da Antena 2, ao longo do dia.

FIG.8 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2021)



N= 1407h42m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 778h40m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1379h26m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 853h40m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2459h24m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

17 <https://www.rtp.pt/programa/radio/p1127>

A *música* assume uma posição de grande preponderância em quase todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 20h-22h59 (82,9 %). Por oposição, é no período da *Manhã 2*, entre as 10h e as 11h59 que os conteúdos de *música* têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, 23,8 % da emissão.

Os programas de *informação* têm maior relevância, entre as 12h e as 16h59, com uma presença cifrada em 4,7 % da duração da faixa horária.

É durante a manhã, entre as 10h e as 11h59, que a programação cultural atinge maior expressão, representando 75,4 % do tempo de emissão da faixa. Tem em seguida maior expressão entre as 06h e as 09h59 (53,4 %). A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingida entre as 20h e as 22h59 (17,1 %).

A programação classificada como *entretenimento* viu a sua reduzida expressão distribuir-se por três períodos, estando ausente nos dois períodos da manhã 6h-11h59 e à *noite* (20h-22h59) e com maior expressão, ainda que residual, no primeiro período da tarde (3,2 %).

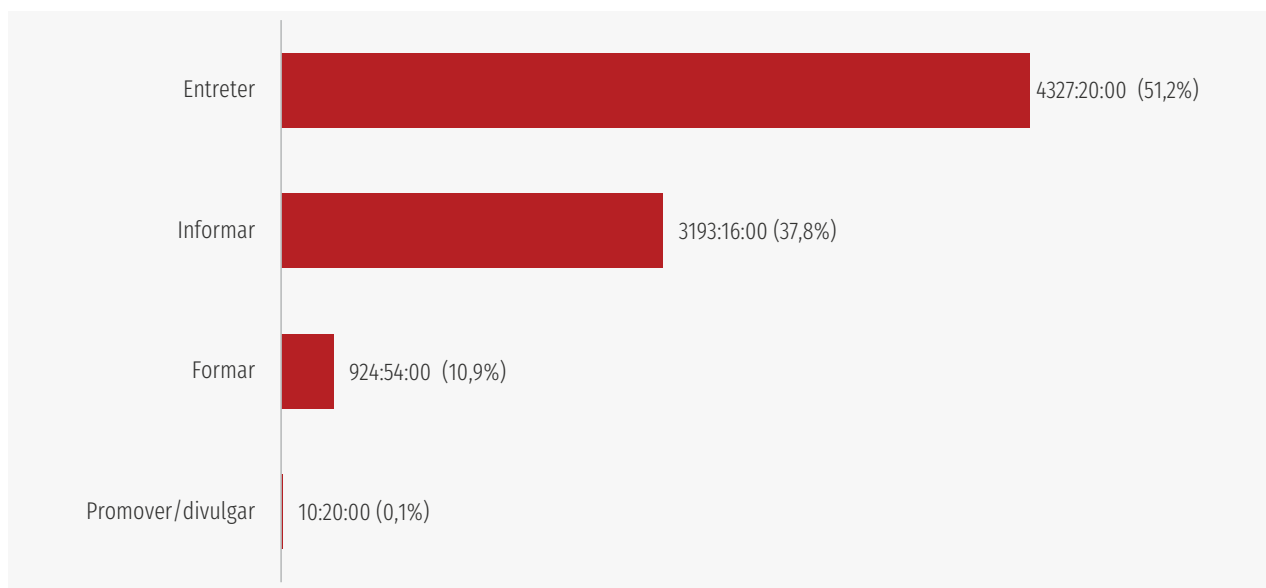
Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da Antena 2 ao longo do dia (Cf. ANEXOS III - Figuras) indica que os *programas de música de continuidade* repartem o domínio das grelhas em três dos seis períodos horários com os *programas de música* - predominante no período *tarde 1* (12h-16h59). Nos períodos *tarde 2* (17h-19h59) e *noite* (20h-22h59), o destaque é conferido à emissão de *espetáculos* musicais, sejam eles em direto ou em diferido. Estes conteúdos preenchem 40,9 % e 56,2 %, daqueles períodos, respetivamente. A *música de continuidade* é predominante no período 12h-16h59, representando 37,4 % da duração desse período horário.

Dos *gêneros* que integram a grande categoria *cultural/conhecimento*, os conteúdos de *artes e media* são aqueles que se destacam em todos os períodos horários da Antena 2, seguidos de *ciências e humanidades*.

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 (2021)



N= 8455h50m00s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2021, cerca de 4300 horas de programação da Antena 2 resultaram ou tiveram como propósito *entreter* os públicos, o que corresponde a 51,2 % da emissão total do serviço de programas. A *função informar* esteve presente em mais de um terço da programação (37,8 %), com quase 3200 horas emitidas.

A *função formar*, com cerca de 924 horas de programação, tem um peso relativo de 10,9 % da emissão total da Antena 2.

Promover/divulgar é a *função* menos significativa da programação da Antena 2, correspondendo a cerca de dez 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 1729 horas de emissão, que correspondem a 50,9 % da duração desta *função*. Seguem-se os *géneros* de *música de continuidade* (29,4 %) e *espetáculo* (16,7 %). Além dos três *géneros* da categoria *música*, apenas programas sem *género* definido de *entretenimento* (3 %) contribuem para a *função entreter* na Antena 2.

Considerando a *função informar*, verifica-se que *artes e media* é o *género* com maior relevância horária, assumindo 52,9 % 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 cometidas pelo CCSPT.

O segundo *género* mais destacado na vertente *informativa* – *programas de música* (19,1 %) – 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 “Música Contemporânea”¹⁸, “Geografia dos Sons”¹⁹ ou “A Propósito das Coisas”.

Nas grelhas da Antena 2, *formar* é uma *função* cumprida em grande parte pelos programas de *artes e media*, consistindo estes em 53,6 % do total do tempo de emissão da *função* referida. São deles exemplo o programa “A Vida Breve” ou “Música portuguesa a Gostar dela Própria”. A categoria *educativo* também sobressai: cobre quase um terço (27,6 %) da *função* e nela encontram-se integrados os programas “Páginas de Português” ou “Palavras de Bolso”.

No que toca às *funções* desempenhadas, os programas de *artes e media* mostram-se ecléticos: constituem 53,4 % da *função informar* e 79,2 % da *função formar*.

Programa de *música* é um *género* que também se apresenta variado em termos da *função* que desempenha, uma vez que representa 35,1 % da *função informar* e 40 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter*.

D. Programação da Antena 3

a) Diversidade de géneros radiofónicos

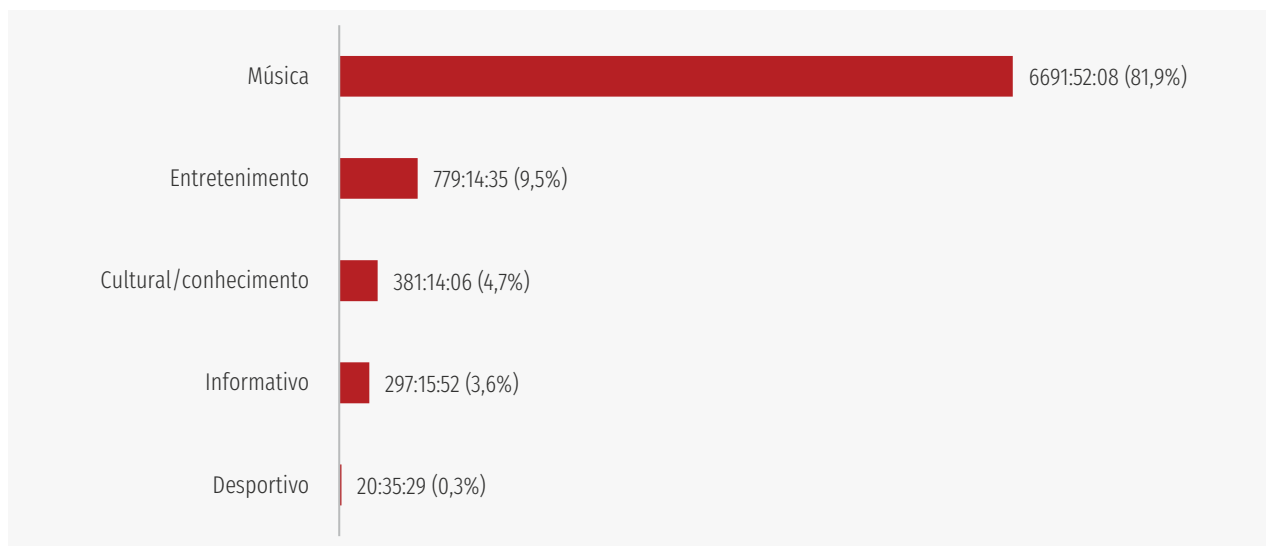
A programação da Antena 3 abrange cinco das principais categorias de *géneros* de programas – *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento*, *informativo* e *desportivos* – não tendo emitido programas *institucionais* ou *religiosos*.

No conjunto da programação da Antena 3, em 2021, verifica-se a presença de 15 *géneros*, num total de 31, significando uma ligeira descida, em relação ao ano precedente, da diversidade do tipo de conteúdos. Registam-se como ausências, na categoria *informação*, a *reportagem*, *comentário*, *edição especial*, *antena aberta*, *informação bolsista*, e outros programas *informativos*; no *desporto*, a *transmissão desportiva*, *resumo* e *comentário desportivos*; no *entretenimento*, *jogo interativo* e outros programas de *entretenimento*; no *cultural/conhecimento*, as *comemorações* e *efemérides*, o *educativo* e outros, bem como os dois *géneros* da categoria *institucional/religioso*.

¹⁸ <https://www.rtp.pt/play/p593/musica-contemporanea>

¹⁹ <https://www.rtp.pt/play/p285/e583386/geografia-dos-sons>

FIG. 18 DURAÇÃO DOS MACROGÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2021)



N= 8170h12m10s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Em 2021, a *música* manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando cerca de oito em cada dez horas de emissão (81,9 %) e perfazendo mais de 6691 horas.

A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com aproximadamente 779 horas de emissão (9,5 %).

Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* assumem o peso de aproximadamente 5 % do total da programação, com pouco mais de 381 horas.

A categoria *informação* é o quarto *macrogênero* da Antena 3 (3,6 %), representando aproximadamente 297 horas anuais de emissão.

Os programas *desportivos* tiveram uma expressão residual (0,3 %), correspondente a pouco mais de vinte horas de emissão no total do ano.

Em relação ao ano precedente, assiste-se a um maior peso dos conteúdos *culturais e conhecimento* ultrapassando assim os de natureza *informativa*. Porém, tal não significa necessariamente uma diminuição da *função informativa*. Já que alguns dos programas enquadráveis nesta grande categoria não deixam de cumprir uma *função informativa*, seguindo, porém, um formato mais flexível dirigido a um público jovem.

FIG. 19 DURAÇÃO DE GÊNEROS RADIOFÓNICOS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2021)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	88:48:00	1,1%
Debate/entrevista	100:06:52	1,2%
Magazine informativo	3:52:00	0,05%
Boletim meteorológico	52:03:00	0,6%
Informação de trânsito	52:26:00	0,6%
Informação desportiva	20:35:29	0,3%
Programa de música	2650:06:58	32,4%
Música de continuidade	3967:43:09	48,6%
Espetáculo	74:02:01	0,9%

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Humor	122:33:31	1,5%
Infotainment	8:54:52	0,1%
Talk show	647:44:12	7,9%
Concurso/jogo	0:02:00	0,0004%
Artes e media	330:04:16	4,0%
Ciências e humanidades	51:09:50	0,6%
Total	8170:12:10	100%

N= 8170h12m10s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Na primeira posição está a *música de continuidade*, que corresponde a cerca metade do tempo anual de emissão (48,6 %), com perto de 3968 horas. Seguem-se os *programas de música*, com 2650 horas (32,4 %). A distância considerável, em terceiro lugar, surgem os programas de *talk show* (7,9 %), dos quais foram emitidas 647 horas.

Os *programas de música* permitem diversificar os conteúdos relativos a diversos *géneros* musicais. Entre estes, destacaram-se novos programas, incluindo com referências ao estilo *grunge* (“Eu e o Grunge: Histórias do Tempo da Flanela”²⁰ e “Só Grunge Músicas”²¹), e outros, como “Disconexo”²², “Fawless radio”²³, dedicado ao *rap*, e “No ar nova temporada”²⁴, que promove emissões dos músicos ao vivo.

Identificam-se novos programas também no âmbito da *cultura/conhecimento*, designadamente “A minha geração”²⁵, que dá voz a jovens entre os 20 e os 35 anos num formato de entrevista, “Ambientalista imperfeita”²⁶, “Batata quente”²⁷ e “Voz de cama”²⁸

O terceiro *género* mais relevante referido - *talk show* - manteve as presenças dos programas “Prova Oral”, “Bons Rapazes” e “Pingue Pongue”. Outros *géneros* pertencentes, igualmente, ao *macrogénero entretenimento*, marcaram a sua presença como “Melancómico”²⁹, “Aleixo Amigo” e “Aleixo FM”.

Os *géneros* com menor expressão são *magazine informativo* e *concurso/jogo*.

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.

20 <https://www.rtp.pt/play/p9208/e566342/eu-e-o-grunge-historias-do-tempo-da-flanela>

21 <https://www.rtp.pt/play/p9207/e569628/so-grunge-musicas>

22 «Todas as semanas, a Antena 3 destaca um novo disco.» (<https://www.rtp.pt/play/p5401/e596210/disconexo#>)

23 «As escavações no mundo do rap pelo filtro de Sam The Kid.» (<https://www.rtp.pt/play/p8695/e593004/flawless-radio>)

24 «A terceira temporada da série “No Ar” regressa e dá espaço aos músicos para mostrarem quem são e como soam ao vivo.» (<https://www.rtp.pt/play/palco/p8711/e538834/no-ar>)

25 «Jovens dos 20 aos 35 anos têm agora um espaço inédito na televisão pública para se darem a conhecer a um público atento, mais amplo e abrangente. Conheça os protagonistas deste novo programa conduzido por Diana Duarte.» (<https://www.rtp.pt/play/p9318/e572371/a-minha-geracao>)

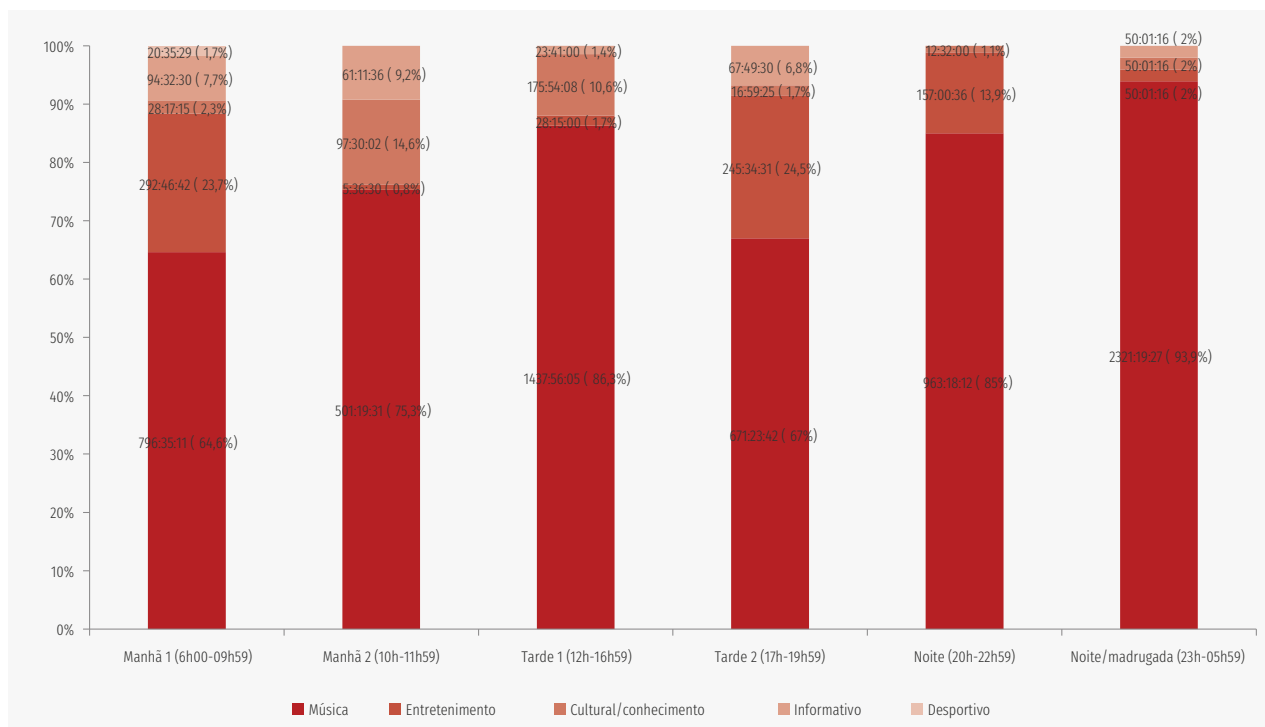
26 «A ativista pela justiça social e climática Joana Guerra Tadeu convida o ouvinte a ser um agente de mudança, partilhando a atualidade da ecologia, a cultura ao serviço da sustentabilidade e dicas práticas que nos ajudam a fazer melhor pelo planeta e pelas pessoas.» (<https://www.rtp.pt/play/p8977/e591630/ambientalista-imperfeita#>)

27 «Uma conversa que traz consigo uma pergunta que passa de convidado para convidado, num ciclo sem previsões.» (<https://www.rtp.pt/play/p8663/e575519/batata-quente>)

28 «A psicóloga-sexóloga Tânia Graça responde às dúvidas dos ouvintes nas Manhãs da 3 e conversa, exclusivamente em podcast, com Ana Markl.» (<https://www.rtp.pt/play/p9445/e595081/voz-de-cama>)

29 «O melancómico é uma personagem que anda pelo bairro com os seus sacos na mão e vê o mundo pelo seu ângulo próprio. Nestas novas deambulações radiofónicas pelo bairro, o melancómico leva um iPod em sexta mão com uns headphones colocados. Enquanto visita a barbearia, a drogaria ou a farmácia, vai fazendo os seus comentários e cantando as suas histórias. No fim de cada exposição, faz uma sugestão cultural melancómica, que pode passar por um livro, um disco ou um filme.» (<https://www.rtp.pt/play/p3942/melancomico>)

FIG. 20 DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2021)



N= 1232h47m07s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 665h37m39s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1665h46m13s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1001h47m08s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1132h50m48s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2471h23m15s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

Grosso modo, a música e o entretenimento destacam-se em tempo de emissão. A música mantém a posição de supremacia em todos os períodos horários. O entretenimento ocupa a segunda posição em três dos seis intervalos horários e a cultura em dois, sendo que no bloco da noite/madrugada estas duas categorias assumem a mesma posição a par da informação.

A programação da Antena 3 caracteriza-se pelo predomínio de música ao longo de todo o dia de emissão. O peso da música chega a ser de 94 % na noite/madrugada (23h-05h59) e de mais de 85 %, quer no primeiro período da tarde, quer no da noite (20h-22h59m). Em contrapartida, a música apresenta menor concentração na primeira parte da manhã (06h00-09h59) e na segunda da tarde (17h-19h59) (respetivamente 64,6 % e 67 %).

O entretenimento regista a segunda maior presença no primeiro período da manhã (06h-09h59), segundo da tarde (17h-19h59) e noite (20h-22h59). Nos blocos da manhã 2 (10h-11h59) e tarde 1 (12h-16h59) esta categoria é ultrapassada pelos conteúdos enquadrados no macrogênero cultura/conhecimento.

No bloco da noite/madrugada, as três categorias, entretenimento, cultura/conhecimento e informação, apresentam uma presença de 2 %.

Considerando as categorias de gênero por período horário (Cf. Anexo III - Figuras), a música de continuidade domina os quatro períodos diurnos, sobretudo entre as 10h e as 16h59 (manhã 2 e tarde 1), em que representa três quartos do volume horário total (respetivamente 71,6 % e 74,3 %). Nos períodos da noite e madrugada a música de continuidade cede lugar aos programas de música. No turno da noite (das 20h às 22h59) e no período noite/madrugada (entre as 23h e as 6h), os programas de música representam metade do tempo de emissão (respetivamente 56,6 % e 60,7 %). Refira-se ainda que são abrangidos programas especiais temáticos e espetáculos como a cobertura do “Festival Tremor”, que toma lugar na Região Autónoma dos Açores.

Observando a diversidade de gêneros ao longo do dia, o período da manhã 1 (06h-09h59) é o que apresenta o leque mais vasto – 12 dos 15 gêneros presentes na programação da Antena 3. Tal, não deixando de ser referida a maior

dedicação à categoria *música*, que concentra 65 % dos conteúdos emitidos, num total de aproximadamente 796 horas. A grande distância da *música*, os conteúdos de *entretenimento* são os segundos com maior presença neste horário, sobretudo o já referido programa de *talk show* (18,1 %).

No segundo período da manhã (10h-11h59), apresentando oito *gêneros*, os programas de *artes e media* são a segunda categoria mais representada (10,8 %) seguindo-se a emissão de *debates/entrevistas* (7,5 %). É neste turno que os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* têm, no seu conjunto, maior expressão (14,6 %).

No primeiro turno da tarde (entre as 12h e as 16h59), apresentando nove *gêneros*, e seguindo o destaque da *música*, o segundo *gênero*, a grande distância, é ocupado pelos programas de *artes e media* (10,2 %).

Na segunda parte da tarde, entre as 17h e as 19h59, foram emitidos também dez *gêneros* de conteúdos. O peso da *música de continuidade* corresponde a 38,9 % do tempo de programação emitido, os *programas de música* a 27,9 % e os *talk shows* representam 22,5 %, conferindo peso ao *entretenimento*.

A diversidade de *gêneros* é menor nos intervalos noturnos, especialmente no período da madrugada (seis).

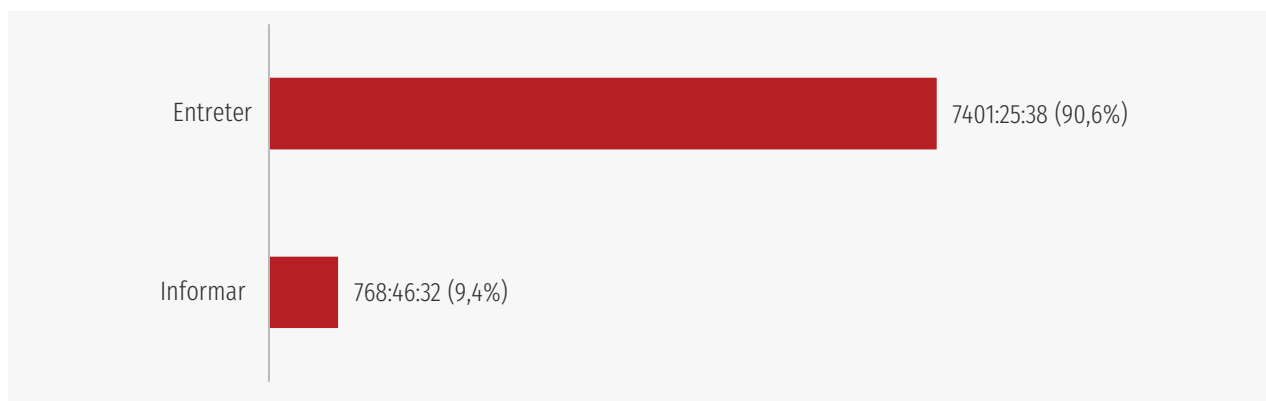
Considerando o horário da *noite* (20h-22h59), em que foram emitidos conteúdos de sete *gêneros* distintos, os *programas de música* tomam a dianteira, representando metade do tempo de emissão (56,6 %). A *música de continuidade* corresponde aqui a uma parcela mais moderada da programação, um terço do tempo de emissão (24,8 %). Entre todas as faixas horárias, é nesta que assume maior expressão a emissão de *espetáculos* (3,6 %).

Na *noite/madrugada* (23h-05h59), em que foram emitidos conteúdos de seis *gêneros* distintos, para além das duas categorias dominantes – *programas de música* com maior destaque (60,7 %) e também *música de continuidade* (32,5 %). É de referir a expressão que as categorias únicas pertencentes aos restantes *gêneros* – *debate/entrevista*, *talk show* e *artes e media* – apresentam o mesmo valor (2 %).

c) Funções na programação

A Antena 3 cumpriu duas das *funções* previstas na presente análise para os conteúdos de radiodifusão.

FIG. 21 DURAÇÃO DAS FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2021)



N= 8170h12m10s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A *função entreter* domina a programação da Antena 3, ultrapassando as nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, sensivelmente 7401 horas de emissão.

Esta *função* concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 88,5 % do tempo total da *função*, somando mais de 6540 horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro *gênero* mais expressivo na duração total desta *função* (8,8 %).

Os conteúdos destinados a informar representam cerca de 9,4 % (768 horas) do total anual da programação. Esta função surge associada a nove géneros de programas pertencentes, na sua maioria, ao *macrogénero informação e cultural/conhecimento*.

Os programas culturais de *artes e media* são os que mais concorrem para realizar a função de informar (42,9 %). Segue-se o programa de *debate/entrevista*, que é o que mais tempo conta na categoria *informativo* (13 %). Em quarto lugar, seguindo os *noticiários* (11,5 %) surgem alguns *programas de música* (9,1 %). Está também presente o género *informação desportiva*, com uma presença diminuta (2,7 %).

Verifica-se que os *programas de música* constituem o género de conteúdos que partilha ambas as funções de *entretém e informar* (respetivamente 34,9 % e 9,1 %).



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 2021, tendo em vista as disposições do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT).

Em termos de diversidade e de pluralismo da programação de rádio, o CCSPRT impõe (Cf. Anexo II - Obrigações) à RTP, enquanto entidade concessionária, disponibilizar diversos serviços de programas com diferentes orientações estratégicas, visando promover uma oferta de serviço público que capte diversas faixas da população e cobrindo audiências diversificadas.

O CCSPRT operacionaliza esta orientação através do princípio da complementaridade da programação dos diversos serviços de programas de rádio, no que respeita ao cumprimento das exigências de serviço público. Assim, a oferta radiofónica de serviço público deve «ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas» (n.º 3 da cláusula 4.ª).

A análise expendida visa, pois, compreender se esta complementaridade entre os três principais serviços de programas de rádio do serviço público existe e se a oferta de programação pode globalmente ser considerada diversa e plural. Assim sendo, é exigida uma leitura conjunta dos dados dos três serviços de programas, considerando ao mesmo tempo as especificidades que lhes estão atribuídas.

É também exigência imposta ao serviço público de radiodifusão a «adoção de tecnologias, técnicas e equipamentos que proporcionem a melhoria da qualidade ou eficiência do serviço público e a sua disponibilização nas diversas plataformas de distribuição de conteúdos audiovisuais, incluindo as plataformas móveis, e de acordo com os diversos contextos de acessibilidade» (alínea j) do n.º 2 da cláusula 4.ª).

O CCSPRT prevê ainda que «a concessão do serviço público de rádio e televisão abranja a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de **serviços multimédia** de natureza **informativa, educativa, formativa, cultural** e de **entretenimento**, nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo a internet» (n.º 1).

Tomando em consideração a missão de cada um dos serviços de programas analisados:

«Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma **forte componente informativa** e de **entretenimento**, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de **música portuguesa**, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações **culturais, desportivas** e outras, de grande interesse do público»³⁰.

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**.

30 Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a).

No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a **Antena 2** é o serviço de programas ao qual está confiada a tarefa de oferecer tipos de conteúdos alternativos aos que predominam no espaço radiofónico em geral. Deste modo, está especialmente vocacionado para a emissão da designada *música* erudita e para a promoção do conhecimento nos domínios da *música* e de outras expressões artísticas.

«Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de **música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea**, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em **fomentar o conhecimento e o gosto pela música**, aberto à temática das **letras**, das **artes** e das **ciências**, sensível à modernidade»³¹.

Por seu turno, a **Antena 3** é o serviço que se destina aos públicos mais jovens.

«Um serviço de programas nacional vocacionado para o **público mais jovem**, que reflita as suas **diversas aspirações e interesses**, promova **novas ideias e projetos** e **estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade**»³².

Do anexo consta a grelha de programação e de pequenos formatos distribuídos pelo alinhamento horário semanal de programas das várias Antenas (Anexo III – Figuras).

De seguida, expõem-se de forma resumida aspetos da análise da programação dos três serviços de programas de rádio mencionados, tendo em vista avaliar de que forma se traduz na observância das orientações específicas impostas pelo CCSPRT.

DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A dissimilitude entre alguns conteúdos apresentados nas grelhas de programação dos três serviços de programas é um indício considerável do cumprimento da estratégia de complementaridade enunciada no supracitado contrato.

A Antena 1 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, com exceção dos programas *culturais/conhecimento* (34,1%), os restantes a grande distância da *música* (63,2%).

A Antena 3 emite programas pertencentes a cinco *géneros*, com um destaque significativo da *música*. 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 mesma assume especial relevância, representando mais de metade da programação do ano (respetivamente 63,2 % e 81,9 %). Por seu turno, a **Antena 1** apresenta menor percentagem de *música* no total da sua programação (41,6 %), mas ainda assim esta categoria lidera os *géneros* que difunde.

Embora esta convergência possa apontar para a ausência **de diversidade de conteúdos entre as três Antenas**, o facto é que esta se aplica às macrocategorias, ao passo que os estilos musicais e a natureza da programação se diversificam.

³¹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

³² Cf. CCSPRT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

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, e a Antena 3, conta com conteúdos musicais marcadamente atuais e dirigidos aos públicos jovens, entre estes o *grunge* e o *rap*.

Considerando os 31 *géneros* em que se desdobram as macrocategorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 24, mostrando-se cumpridora da exigência contratual de se apresentar como um «serviço de programas nacional de caráter generalista, (...) [com] uma forte componente *informativa* e de *entretenimento*». Nas três primeiras posições figuram dois *géneros* pertencentes à categoria *música*: *música de continuidade* e *programas de música*, respetivamente a primeira e a terceira posições. No segundo lugar encontram-se os *noticiários*.

Em 2021, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em nove *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. 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).

Verificou-se que os *géneros magazine informativo, debate/entrevista, reportagem, boletim meteorológico, comemorações e efemérides* e ainda os *géneros* indiferenciados *outro (informativo)* e *outro (cultural/conhecimento)*, não marcaram presença na grelha da Antena 2. Refira-se que estes *géneros* apresentavam já valores residuais em 2020 (entre 0,004 % e 0,1 %), pelo que, objetivamente, não se deduz que a diversidade tenha sido afetada, antes se realça o incremento do *género artes e média* para considerar que a Antena 2, dá cumprimento à tarefa que lhe é confiada: «Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de *programas de música* erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela *música*, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade».

Na Antena 3, que emitiu 15 dos 31 *géneros*, verifica-se que a *música de continuidade* se destaca, com 48,6 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (32,4 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (7,9 %). Este serviço de programas deve estar «vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade».³³

Os programas sobre *música* abordam estilos muito diversos: *música* feita em Portugal, *géneros* musicais como eletrónica e dança, *grunge, rap, rock, heavy metal, alternativa, world music, hip hop, soul, r&B, reggae, dub, house, drum & bass, electro, breakbeat*, entre outros. Com o intuito de chegar ao público mais jovem, identificam-se programas que abordam temas atuais, como a ecologia e as artes, cujas vozes que representam a rádio, a par dos convidados, são também jovens.

Na Antena 1, os *espetáculos* (0,7 %), com destaque para as várias coberturas em direto, incluindo de festivais, em pontos diversificados do país, nos domínios das artes e *música*, cumprem a obrigação de transmissão de concertos e outros eventos.

A cobertura destes eventos permite ainda à Antena 1 dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de *música* portuguesa, seus intérpretes e compositores».

A mesma obrigação de promover a produção e a transmissão de concertos musicais, também a partir do estrangeiro, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», a transmissão de *espetáculos* da Antena 3 (0,9 %

33 Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea c).

da programação) e a presença em festivais de *música* dão cumprimento a esta obrigação. Nesta Antena incluem-se também programas que incidem sobre a divulgação de trabalhos de músicos portugueses num formato de concerto.

A promoção da Língua Portuguesa tem em programas, incluindo os *educativos*, da Antena 1 como “Dicionário ao Contrário”, dirigido a um público juvenil, “O Baile das Palavras” 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 8,6 % da programação da Antena 1, respondem a exigências de serviço público como inclusão 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». Estão incluídos programas como “À Volta dos Livros”, sobre literatura, “Não Há Duas Sem Três”, acerca de crenças populares, “SOS Refugiados”, “Um Homem e uma Mulher”, “Vou ali e Já venho”, revisitando o património cultural, entre vários outros.

O conteúdo *artes e media* representa 28,8 % da programação da Antena 2, com programas como “Música Portuguesa a Gostar dela Própria”, “Pausa para Dançar”, “Roteiro das Artes”, “Boulevard” e “A Vida é Breve”, 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, a Antena 1 dá habitualmente atenção à “Volta a Portugal em Bicicleta”.

De referir ainda que o **programa do provedor do ouvinte** “Em Nome do Ouvinte” é transmitido exclusivamente na Antena 1. O CCSPRT prevê a transmissão deste tipo de conteúdos, mas não obriga à sua repetição em todas as Antenas.

Esta Antena disponibiliza programas como o “Serviço Público – Bloco de Notas”, de apoio escolar, designadamente para os 11^o e 12^o anos.

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*: *entretêr* (48,1 %) e *informar* (45,6 %).

A Antena 2 apresenta *entretêr* como *função* mais relevante da sua programação, cumprida por cerca de 4327 horas de conteúdos difundidos em 2021 (51,2 %). Segue-se *informar* (37,8 %) e *formar* com 10,9 %. A *função promover/divulgar* apresenta um valor residual de 0,1 %.

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 (52,9 %). 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, *artes e media*, é o *género* com maior relevância horária, assumindo 53,4 % da duração da *função*. Seguem-se os *programas de música*, que representam 35,1 %. Estes programas abordam a *música* dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

Em termos evolutivos, reporta-se, em comum, uma presença superior da dimensão cultural em ambas Antena 1 e Antena 2. Esta traduz-se na redistribuição da *função informativa* da Antena 1 em conteúdos culturais, para além dos *informativos*, bem como da valorização da dimensão formativa na Antena 2. Nesta Antena, identifica-se que, e fruto de alterações de recolha metodológica, programas outrora pouco expressivos que davam lugar a presenças residuais de alguns *géneros*, passam a estar agregados numa categoria de *artes e media* que em si comporta diversas vertentes de conteúdos, não se comprometendo a lógica de complementaridade existente entre os três serviços de programas.

A *função entreter* é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da Antena 3, traduzida em mais de 7400 horas de emissão no ano (90,6 %). Esta *função* concretiza-se sobretudo na emissão de *música de continuidade* e de *programas de música*.

Informar, a segunda *função*, está associada a aproximadamente 768 horas de emissão anual, com destaque para os programas de *artes e media*, que representam (42,9 %) perto de um terço daquele tempo, secundados por *debate/intervista* (13 %) seguidos de *noticiários* (11,5 %).

As *funções formar* e *promover/divulgar* não assumiram presença na programação da Antena 3.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais, em cumprimento do disposto no CCSPT.

A Rádio e Televisão de Portugal, concessionária do serviço público de Rádio e Televisão, disponibiliza um portal (<http://www.rtp.pt/radio/>) a partir do qual é possível ao utilizador aceder às emissões em direto dos três serviços de programas de rádio em análise³⁴ e ainda a mais doze: RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 3, Rádio ZigZag, e as *web rádios*, Antena 1 Fado, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Memória, Antena 1 Vida, Antena 2 Jazz In, Antena 2 Ópera.

Relativamente às Antenas em análise, os cidadãos podem aceder aos conteúdos através da Internet e das aplicações disponibilizadas numa base de multiplataformas. Assim, está disponível a possibilidade de aceder às emissões destes serviços, quer em direto, quer pesquisando por programas, seja *on demand* ou *podcast*. Cada uma das Antenas promove o acesso às diferentes *web rádios* mencionadas.

No seu conjunto, estes conteúdos respondem já às obrigações contidas na cláusula 17.ª do CCSPT, designadamente nos n.ºs 1 e 2.

De acordo com a alínea g) da cláusula 4.ª do CCSPT, a Antena 1 encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão em direto e programação *on demand* atualizada à última edição de cada programa. Destaca na sua página conteúdos de *informação* sobre várias áreas, em constante atualização; disponibiliza a subscrição de uma *newsletter* com os principais destaques noticiosos do dia, bem como a possibilidade de descarregar a aplicação móvel RTP Notícias e o acesso a vários *podcasts* sob subscrição.

Apresenta os ícones de ligação à página da rádio no Facebook (<https://www.facebook.com/antena1>) e também do Twitter (<https://twitter.com/antena1rtp>).

34 Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>

Programas como o referido “Serviço Público – Bloco de Notas” estão associados a um número de WhatsApp, possibilitando aos ouvintes colocar as suas questões.

O sítio da Antena 2 (<http://www.rtp.pt/antena2/>) apresenta uma estrutura semelhante ao da Antena 1, embora os conteúdos colocados em destaque pertençam a categorias diversas, com um destaque dos conteúdos culturais. A *informação* e o *desporto* são substituídos por eventos como os concertos Antena 2, festivais de *música* clássica, erudita ou do mundo, o concurso dedicado aos jovens, “Prémio Jovens Músicos”, que integra também as grelhas da rádio. Inclui na sua página 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), Twitter (<https://twitter.com/antena3rtp>) e Instagram (<https://www.instagram.com/antena3rtp/>). 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 2021 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*.

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*, *entretêr* 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).

Por *unidade de análise* entendem-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 2021.

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-contendor”. Assim, a opção pela duração pretende aproximar os resultados desta análise à realidade, através da perceção da percentagem relativa de tempo de exposição dos ouvintes a tipos de programas e duração das *funções* por estes prosseguidas.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no anexo que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – 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 – *gênero comemorações e efemérides*. Integram ainda esta categoria os programas dedicados a *artes e media, ciências e humanidades e educativos*.

Institucional/religioso: programas sobretudo desenvolvidos por entidades externas ao operador de rádio pública, cuja *função* consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil.

c) Funções na programação

Entende-se por *função* a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da receção, com a seleção de um dado conteúdo radiofónico, tendo como ponto de partida a tríade clássica: *informar, formar e entreter*.

Além destas três *funções* centrais, considera-se ainda uma quarta aplicável a programas cuja finalidade central consiste na *promoção e divulgação*. Trata-se de programas que podem ser produzidos por entidades exteriores ao serviço de programas e que têm como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização da categoria *funções* encontra-se diretamente ligada ao conceito de *gênero radiofónico*. Parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *gêneros radiofónicos* presentes nas grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões de análise. Refira-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é direta, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

d) Correspondência entre gêneros radiofónicos e funções

A Figura 14 estabelece uma correspondência entre *gêneros radiofónicos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação casuística, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise segundo a categoria *funções*.

FIG.14 - CLASSIFICAÇÃO DE GÊNEROS RADIOFÓNICOS E FUNÇÕES

Gênero 1º Nível	Gênero	Funções
Macrogênero	Gênero	
1. Informativo	1.1. Noticiário	Informar
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate/Entrevista	
	1.4. Comentário	
	1.5. Edição especial	
	1.6. Magazine informativo	
	1.7. Antena aberta	
	1.8. Boletim meteorológico	
	1.9. Informação trânsito	
	1.10. Informação bolsista	
	1.11. Outro (informativo)	

Género 1º Nível	Género	Funções
Macrogénero	Género	
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. Infotainment	
	4.5. Talk show	
	4.6. Outro (entretenimento)	
5. Culturais/conhecimento	5.1. Artes e media	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) Processo de codificação

A análise compreende o universo de programas emitidos pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2, Antena 3, de acordo com o registo (base de dados em formato Excel de todas as entradas de emissão no respetivo ano) enviado pelo operador.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos, de modo a anular eventuais duplicações de *unidades de análise* ou da segmentação de alguns programas em partes e outros elementos de programação que não se encontram contemplados na presente análise (por exemplo, autopromoções, separadores, *jingles*, etc.).

É realizada a verificação direta do registo áudio dos programas, coadjuvada pela descrição disponibilizada *online* e pela classificação dada pelo operador, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada pelos serviços técnicos da ERC, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.



ANEXO II – OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

A análise de programação de rádio desenvolvida no presente capítulo adota como ponto de referência preceitos que constam do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão - CCSPT.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas no clausulado referido, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* na programação dos três serviços de programas generalistas do setor público.

São ainda consideradas as obrigações da concessionária relativamente ao estipulado na vertente de tecnologia e inovação, com incidência nos conteúdos multimédia disponibilizados. São estas obrigações que surgem listadas de seguida.

FIG.15 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 4.ª – Princípios de atuação

1.	A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.
2.	Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:
(...)	
c)	Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;
d)	Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
e)	Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
f)	A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
g)	A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;
(...)	
3.	Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.
(...)	

Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária

1.	Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2.	À Concessionária incumbe, designadamente:
a)	Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
b)	Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
c)	(...)
d)	Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infantojuvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
e)	Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
f)	Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuam para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
g)	Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;
h)	Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;
(...)	
n)	Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;
(...)	
q)	Ceder tempo de emissão aos Provedores do Serviço Público, em horário que estes considerem adequado, com a duração que julguem necessária consoante a matéria tratada, tendo em conta o limite máximo de uma hora de emissão por mês para cada Provedor ao qual este tempo de emissão se encontra sujeito, num dos serviços de programas de acesso não condicionado livre ou num dos serviços de programas radiofónicos.

FIG.16 - QUADRO DE REFERÊNCIA – ÂMBITO E AÇÕES A DESENVOLVER EM MATÉRIA DE PROGRAMAÇÃO PELOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO

Serviço Público de Rádio	
Cláusula 15.ª – Âmbito	
2.	Integram o serviço público de rádio:
a)	Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público;
b)	Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade;
c)	Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade.
(...)	
Cláusula 16.ª – Ações a Desenvolver em Matéria de Programação	
Para concretização do disposto na cláusula anterior, a Concessionária deve desenvolver, sem prejuízo de outras que se venham a afigurar necessárias, em conformidade com o disposto no projeto estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este, as seguintes ações:	
a)	Promover a inserção, nas suas emissões, de programas que apoiem e divulguem as atividades destinadas a defender e consolidar as tradições e os costumes que consubstanciam a nossa identidade, bem como a promoção da língua e dos valores culturais portugueses;
(...)	
e)	Promover a produção e transmissão de concertos musicais, bem como a transmissão de concertos realizados no estrangeiro, nomeadamente nas emissões destinadas ao público jovem;
g)	Promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais; e
h)	Promover a inclusão nas suas emissões de programas que apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público.
Cláusula 17.ª – Multimédia	
1. A concessão do serviço público de rádio e televisão abrange a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo internet.	
2. O serviço público de rádio e televisão prestado através da internet pode abranger (...) a transmissão simultânea ou diferida, de programas de rádio e de televisão, a disponibilização de serviços e conteúdos audiovisuais especialmente concebidos e organizados para o meio e, em qualquer caso, a sua disponibilização a pedido individual do utilizador.	
(...)	
6. A concessionária disponibilizará na internet, de acordo com os critérios editoriais internos, os documentos sonoros e audiovisuais de relevante valor histórico, sociológico, científico, educativo ou artístico que promovam a salvaguarda da memória coletiva e o reforço da identidade nacional.	

ANEXO III – FIGURAS

FIG.17 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2021)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início	
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Cidade Invisível João Pedro Galveias, Sérgio Noronha e António Brito Guterres	Visita Guiada Paula Moura Pinheiro	Radicais Livres (REP) Rui Pêgo, JN Pinto e Pedro Tadeu	A Teoria da Evolução José Marino	Sultões do Swing José Navarro de Andrade	Costa a Costa Pedro Costa	00:00	
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 Inês Menezes		01:00	
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	02:00	
03:00	Linha do Horizonte					Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves		Vozes da Lusofonia (REP) Edgar Canelas	03:00
04:00		04:00							
05:00						Bairro Latino (REP) João Govern	Rosa dos Ventos (REP) Jorge Afonso	05:00	
06:00	José Candeias					O Povo Que Volta a Cantar Tiago Pereira	A Fé dos Homens	06:00	
07:00						José Candeias	Musical A1	07:00	
08:00	Manhã A1 Ricardo Soares					Hora ZlgZag	Eucaristia Dominical	08:00	
09:00						David Ferreira a Contar Consigo David Ferreira	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00	
10:00					Geometria Variável Maria Flor Pedroso	Encontros Imediatos João Govern e Margarida Pinto Correia	O Amor é... Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	10:00	
11:00	Antena Aberta António Jorge						A Cena do Ódio David Ferreira	11:00	
12:00				Manhã A1 - 2ª parte Augusto Fernandes	Radicais Livres Rui Pêgo, Jaime Nogueira Pinto e Pedro Tadeu		Visão Global Mario Rui Cardoso	12:00	
13:00	Portugal em Direto					Fala com Ela Inês Menezes	Entrevista A1 / Negócios Uma Conversa Capital Rosário Lira	13:00	
14:00	Tarde A1 - 1ª parte Catarina Miranda					Geometria Variável (REP) Maria Flor Pedroso	De Lisboa a Estocolmo Rebeca Abecassis e RM Lopes	Teorias da Conspiração Fernando Neves	14:00
15:00							Os Dias do Futuro Edgar Canelas		Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra/ Musical A1
16:00	Tarde A1 - 2ª parte Filomena Crespo					Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves	Mais Europa Rebeca Abecassis - RM Lopes	Musical A1 Desporto	16:00
17:00							Teoria da Evolução José Marino		17:00
18:00							Cinemax (REP) Tiago Alves		18:00
19:00	Grandes Adeptos Tiago Alves	Palavra de Honra Raquel Varela e Joel Neto	Old Friends Sobrinho Simões e JM Vaz	O Esplendor de Portugal Rui Pêgo	Contraditório João Barreiros		Bairro Latino João Govern	19:00	
20:00		Musical A1	Musical A1					20:00	
21:00	Jorge Afonso					Grandes Adeptos Total Augusto Fernandes		21:00	
22:00								22:00	
23:00	Fala Com Ela - (REP) Inês Menezes	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		23:00	

Fonte: RDP, abril 2021

FIG.18 - GRELHA DE PEQUENOS FORMATOS NA PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2021)

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:22		À Volta dos Livros (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)		
02:42							
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	Números sem Espinhas		
03:42	Portugalex (REP)	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)	David Ferreira a Contar (REP)		
04:00	Noticiários	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	De Lisboa a Estocolmo	Europa Minha	Baile das Palavras (REP)	Ouvido Critico (REP)			
04:58	Não há duas sem três (REP)	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	Noticiários
06:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
06:58	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto		
07:00	Noticiários	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	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo		
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex		
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca		
08:20	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade		
08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
08:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
08:42	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo		
08:47	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
08:49	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia		
09:00	Noticiários	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	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	Noticiários
11:03	Erse	Erse	Erse	Erse	Erse	Erse	Erse

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
12:00	Noticiários	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	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
12:57	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia		
13:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
13:07	Erse (REP)	Erse (REP)	Erse (REP)	Erse (REP)	Erse (REP)	Erse (REP)	Erse (REP)
14:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:20	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas		
14:42	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		
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	Noticiários
15:22	Histórias da História (REP)	Histórias da História (REP)	Histórias da História (REP)	Histórias da História (REP)	Histórias da História (REP)		
15:30	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag		
15:35	À Volta dos Livros						
15:42	SOS Refugiados	Ouvido Crítico	Baile das Palavras				
15:50	Panfletos	Panfletos	Panfletos	Panfletos	Panfletos		
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
16:08					Em Nome do Ouvinte		
16:20	Cinemax	Cinemax	Cinemax	Cinemax	Cinemax		
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		
16:52	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil		
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:20	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade		
17:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
17:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
17:42							
17:58	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência		
18:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
18:20	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade		
18:30	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
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	Noticiários
19:57				Tanto Mundo			
20:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:22	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)			
20:30	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia			
20:40	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas			

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
20:52	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)			
21:00	Noticiários	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)		
21:30	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag	ZigZag
21:40	Muda Num Minuto (REP)	Muda Num Minuto (REP)	Muda Num Minuto (REP)	Muda Num Minuto (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	Noticiários
22:22	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas	Serviço Público - Bloco de Notas		
22:43	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	Noticiários

FIG.19 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2021)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)
Noticiário	222:44:05	17%	58:17:08	8,8%	227:32:50	13,9%	147:32:47	15,9%	93:24:00	8,5%	268:02:06	11,7%
Reportagem	8:39:03	0,7%	06:34:36	1,0%	14:15:35	0,9%	03:47:45	0,4%	02:40:00	0,24%	04:50:00	0,21%
Debate/Entrevista	08:52:25	0,7%	61:50:44	9,4%	51:59:36	3,2%	62:20:47	6,7%	00:25:42	0,04%	00:12:15	0,01%
Comentário	21:15:51	1,6%	20:21:50	3,1%	22:54:27	1,4%	-	-	10:07:00	0,9%	-	-
Edição especial	06:07:08	0,5%	09:58:03	1,5%	15:47:48	1,0%	08:12:21	0,9%	07:14:32	0,7%	01:27:26	0,06%
Magazine informativo	1:35:00	0,1%	03:35:00	0,5%	180:33:18	11,0%	18:22:20	2,0%	0:23:75	0,5%	44:03:46	1,9%
Antena aberta	-	-	175:35:37	26,6%	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	68:58:59	5,3%	19:18:00	2,9%	75:18:51	4,6%	41:36:33	4,5%	32:09:09	2,9%	85:53:23	3,7%
Informação de trânsito	38:00:43	2,9%	16:13:10	2,5%	50:00:44	3,0%	30:54:41	3,3%	08:54:00	0,8%	-	-
Informação bolsista	06:44:48	0,5%	-	-	13:01:26	0,8%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	34:50:54	2,7%	00:19:19	0,05%	68:49:51	4,2%	67:07:48	7,2%	0:00:20	0,001%	01:56:00	0,08%
Transmissão desportiva	-	-	-	-	8:38:07	0,5%	106:52:48	11,5%	452:03:43	41,1%	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	1:28:00	0,09%	1:19:00	0,1%	0:10:00	0,02%	-	-
Comentário desportivo	-	-	-	-	9:33:52	0,6%	27:05:04	2,9%	8:34:43	0,8%	28:55:04	1,3%
Programa de música	77:39:33	5,9%	42:45:12	6,5%	55:14:30	3,4%	44:36:14	4,8%	49:47:34	4,5%	565:14:15	24,6%
Música de continuidade	485:55:59	37%	95:26:25	14,5%	550:32:45	33,5%	285:11:03	30,7%	291:26:52	26,5%	703:04:37	30,6%
Espetáculo	00:00:25	0,001%	-	-	7:08:16	0,4%	03:51:54	0,4%	10:23:31	0,9%	34:06:16	1,5%
Humor	29:51:30	2%	-	-	18:36:00	1,1%	-	-	-	-	13:56:00	0,6%
Talk show	-	-	85:40:02	13%	-	-	-	-	-	-	85:34:08	3,7%
Artes e media	01:16:30	0,1%	12:27:00	1,9%	53:53:20	3,3%	57:50:50	6,2%	6:00:44	0,5%	85:48:32	3,7%
Ciências e humanidades	144:24:45	11%	48:20:12	7,3%	141:19:50	8,6%	20:31:59	2,2%	26:27:37	2,4%	304:11:05	13,2%
Educativo	57:46:18	4,4%	-	-	65:09:27	4,0%	1:40:00	0,2%	35:12:00	3,2%	13:10:00	0,6%

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)
Institucional	1:20:00	0,10%	3:00:00	0,5%	07:40:00	0,5%	-	-	04:00:22	0,4%	16:33:22	0,7%
Religioso	95:39:56	7,3%	-	-	02:00:00	0,1%	-	-	54:13:29	4,9%	42:27:50	1,8%
Total	1311:43:52	100%	659:42:18	100%	164:28:33	100%	928:53:54	100%	1098:57:18	100%	2299:26:05	100%

N= 7940:12:00 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

FIG.20 - DURAÇÃO DE FUNÇÕES POR GÊNERO NA ANTENA 1 (2021)

Gênero	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	1017:32:56	28,1%	-	-	-	-
Reportagem	-	-	40:46:59	1,13%	-	-	-	-
Debate/ entrevista	-	-	181:19:29	5,0%	4:22:00	1,4%	-	-
Comentário	-	-	74:39:08	2,1%	-	-	-	-
Edição especial	-	-	48:47:18	1,3%	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	253:51:24	7,0%	-	-	-	-
Antena aberta	-	-	175:35:37	4,8%	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	323:14:55	8,9%	-	-	-	-
Informação de trânsito	-	-	144:03:18	4,0%	-	-	-	-
Informação bolsista	-	-	19:46:14	0,5%	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	173:04:12	4,8%	-	-	-	-
Transmissão desportiva	567:34:38	14,9%	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	2:57:00	0,08%	-	-	-	-
Comentário desportivo	-	-	74:08:43	2,0%	-	-	-	-
Programa de música	552:45:42	14,5%	264:51:36	7,3%	17:40:00	5,5%	-	-
Música de Continuidade	2411:37:41	63,1%	-	-	-	-	-	-
Espetáculo	55:30:22	1,5%	-	-	-	-	-	-
Humor	62:23:30	1,63%	-	-	-	-	-	-
Talk show	171:14:10	4,48%	-	-	-	-	-	-
Artes e media	-	-	217:16:56	6,0%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	-	-	559:33:11	15,4%	125:42:17	39,2%	-	-
Educativo	-	-	-	-	172:57:45	53,9%	-	-
Institucional	-	-	15:13:22	0,4%	-	-	17:20:22	9,9%
Religioso	-	-	36:14:00	1,0%	-	-	158:07:15	90,1%
Total	3821:06:03	100%	3622:56:18	100%	320:42:02	100%	175:27:37	100%

N= 7940:12:00 (n.º total de horas de emissão na Antena 1) Fig.17 - Grelha de programação semanal da Antena 1 (2021)

FIG.21 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO SEMANAL NA ANTENA 2 (2021)



	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo
00:00	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Raízes Inês Almeida					Fuga da Arte Ricardo Saló
01:00	Bolha Gular Tiago Schwabl	Música Contemporânea Pedro Coelho			Música Contemporânea Pedro Coelho Música Hoje Misomusic Portugal	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Refletor Rui Guimarães
02:00	Olhar a Lua Tomás Anahory	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano					Olhar a Lua Tomás Anahory
03:00	Nocturno André Pinto	Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	Fuga da Arte Ricardo Saló	Nocturno André Pinto
04:00	Dois ao Quadrado Pedro Coelho	A Ronda da Noite Luís Caetano					Dois ao Quadrado Pedro Coelho
05:00		Coreto Jorge Costa Pinto	Caleidoscópio I	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Na Corrente Pedro Coelho	Caleidoscópio II	
06:00	Notas Finais João Pedro						
07:00						Sol Maior Pedro Rafael Costa	
08:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra						
09:00						Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos
10:00	Boulevard I André Pinto					Quinta Essência João Almeida	A Lira de Orfeu Martim Sousa Tavares
11:00						A Propósito da Música Alexandre Delgado	O Tempo e a Música Rui Vieira Nery
12:00						Música Aeterna João Chambers	Páginas de Português José Mário Costa
13:00	Caleidoscópio I	Vêtu Diáfano Pedro Amaral	Caleidoscópio II	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Ecoss da Ribalta João Pereira Bastos		Coreto Jorge Costa Pinto
14:00						O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Na Corrente Pedro Coelho
15:00	Vibrato I Pedro Rafael Costa					Páginas de Português José Mário Costa	Vêtu Diáfano Pedro Amaral
16:00						A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers
17:00	A Lira de Orfeu Martim Sousa Tavares	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Ecoss da Ribalta João Pereira Bastos	Quinta Essência João Almeida	Coreto Jorge Costa Pinto		
18:00	Baile de Máscaras (+ Concerto Aberto às 19h00) João Pedro (+ Andrea Lupi)						
19:00						Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal
20:00	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano						
21:00							
22:00	Grande Auditório Reinaldo Francisco e Susana Valente					Caleidoscópio I	Caleidoscópio II
23:00	A Ronda da Noite Luís Caetano					Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide

Fonte: RTP

Programa de autor

Repetição

FIG.22 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2021)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	01:10:00	0,1%	73:30:00	4,7%	36:00:00	2,6%	-	-	-	-
Programa de música	305:19:00	21,7%	182:03:00	23,4%	340:23:00	21,6%	322:14:00	23,4%	288:11:00	26,7%	1472:59:00	59,9%
Música de continuidade	350:54:00	24,3%	-	-	589:36:00	37,4%	166:30:00	12,1%	-	-	1472:59:00	13,7%
Espetáculo	-	-	02:58:00	0,4%	-	-	564:26:00	40,9%	479:35:00	56,2%	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	50:16:00	3,2%	07:08:00	0,5%	-	-	50:16:00	2,0%
Artes e <i>media</i>	715:34:00	50,8%	519:48:00	66,8%	354:49:00	22,5%	183:45:00	13,3%	110:26:00	12,9%	554:47:00	22,6%
Ciências e humanidades	17:55:00	1,3%	57:51:00	7,4%	85:30:00	5,4%	79:38:00	5,8%	35:20:00	4,1%	44:58:00	1,8%
Educativo	18:00:00	1,3%	09:40:00	1,2%	77:42:00	4,9%	19:45:00	1,4%	00:10:00	0,02%	-	-
Outro (cultural/ conhecimento)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	--	-	05:10:00	0,7%	05:10:00	0,3%	-	-	-	-	-	-
Total	1407:42:00	100,0%	778:40:00	100,0%	1576:56:00	100,0%	1379:26:00	100,0%	913:42:00	100,0%	19:59:00	100,0%

N= 1407h42m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 778h40m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1576h56m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1379h26m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 853h42m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2459h24m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

FIG.23 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNERO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2021)

Gênero	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	110:40:00	3,5%	-	-	-	-	-	-
Música de continuidade	-	-	-	-	1443:24:00	33,4%	-	-
Programa de música	1121:52:00	35,1%	-	-	1729:17:00	40,0%	-	-
Espetáculo	-	-	-	-	1046:59:00	24,2%	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	107:40:00	2,5%	-	-
Artes e <i>media</i>	1706:18:00	53,4%	732:51:00	79,2%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	254:26:00	8,0%	66:46:00	7,2%	-	-	-	-
Educativo	-	-	125:17:00	13,5%	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	10:20:00	100%
Total	3193:16:00	100%	924:54:00	100%	4327:20:00	100%	10:20:00	100%

FIG.11 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2021)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00	Alta Tensão António Freitas	Alta Tensão António Freitas	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	O Disco Disse Mário Lopes Quim Albergaria	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Muitos Mundos Isilda Sanches	Física e Química Rui Estêvão
01:00							
02:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	Precisamos Falar (REP)	Razão de Ser (REP)	Pingue Pongue (REP)	Páginas Amarelas (REP)	Playlist Rui Estêvão	Playlist Ricardo Sérgio
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro					
04:00	A3 - 04h / 06h ***						
05:00						Caixa Ritmos (REP) Nuno Reis	Música com Pés e Cabeça (REP) Rui Vargas
06:00	Prova Oral (REP) Fernando Alvim						
07:00	Manhãs a Trois Tiago Ribeiro / Ana Markl / Hugo Van Der Ding					Playlist Andreia Pinto	Playlist Andreia Pinto
08:00							
09:00							
10:00							
11:00	A3 - 10h / 13h André Santos					Razão de Ser A. Jorge / M. Oliveira B. Martins	Precisamos de Falar L. Oliveira / A. Markl R.M.Abreu / N. Galopim
12:00						A Espuma dos Discos Ana Markl	Concertos
13:00						Domínio Público Daniel Belo Mariana Oliveira Marta Rocha	Domingo no Mundo Luís Oliveira
14:00	A3 - 13h / 16h Isilda Sanches						
15:00						Playlist Rui Estêvão	Playlist Ricardo Sérgio
16:00							
17:00	A3 - 16h / 19h Luís Oliveira						
18:00						A3-30 Fernando Alvim	Flawless Radio (REP)
19:00	Prova Oral Fernando Alvim (Em Teletrabalho)					Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo
20:00	A3 - 20h / 22h Rui Estêvão				Bons Rapazes Miguel Quintão Álvaro Costa	MQ3 Miguel Quintão	Notas Azuis Rui Miguel Abreu
21:00				Flawless Radio Sam The Kid			Páginas Amarelas Á. Costa / N. Galopim
22:00	Portugália Henrique Amaro					Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Pingue Pongue Tomás Cunha Ferreira Matilde Campilho
23:00	Indiegente Nuno Calado						A Profecia do Duque Ricardo Saló

Fonte: RTP, Atualizado a 25 julho 2021

FIG.15 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2021)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	33:30:00	2,7%	11:06:00	1,7%	11:06:00	0,7%	33:06:00	3,3%	-	-	-	-
Debate/entrevista	-	-	50:05:36	7,5%	-	-	-	-	-	-	50:01:16	2,0%
Magazine informativo	-	-	-	-	3:52:00	0,2%	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	26:05:00	2,1%	-	-	8:43:00	0,5%	17:15:00	1,7%	-	-	-	-
Informação de trânsito	34:57:30	2,8%	-	-	-	-	17:28:30	1,7%	-	-	-	-
Informação desportiva	20:35:29	1,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programa de música	16:35:36	1,3%	24:32:36	3,7%	187:04:48	11,2%	279:03:39	27,9%	641:42:53	56,6%	1501:07:26	60,7%
Música de continuidade	779:59:35	63,3%	476:46:55	71,6%	1238:15:39	74,3%	389:22:20	38,9%	280:36:58	24,8%	802:41:42	32,5%
Espetáculo	-	-	-	-	12:35:38	0,8%	02:57:43	0,3%	40:58:21	3,6%	17:30:19	0,7%
Humor	60:35:43	4,9%	5:36:00	0,84%	28:15:00	1,7%	20:21:48	2,0%	7:45:00	0,7%	-	0,0%
Talk show	223:14:37	18,1%	-	-	-	-	225:12:43	22,5%	149:15:36	13,2%	50:01:16	2,0%
Infotainment	8:54:52	0,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	0:01:30	0,002%	0:00:30	0,001%	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e media	20:43:55	1,7%	71:49:32	10,8%	169:06:08	10,2%	16:07:25	1,6%	02:16:00	0,2%	50:01:16	2,0%
Ciências e humanidades	7:33:20	0,6%	25:40:30	3,9%	6:48:00	0,4%	0:52:00	0,1%	10:16:00	0,9%	-	-
Total	1232:47:07	100%	665:37:39	100%	1665:46:13	100%	1001:47:08	100%	1132:50:48	100%	2471:23:15	100%

N= 8170h12m10s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

FIG.16 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS POR FUNÇÃO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2021)

Gênero	Entreter		Informar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	88:48:00	11,55%
Debate/entrevista	-	-	100:06:52	13,0%
Magazine informativo	-	-	3:52:00	0,50%
Boletim meteorológico	-	-	52:03:00	6,8%
Informação de trânsito	-	-	52:26:00	6,8%
Informação desportiva	-	-	20:35:29	2,7%
Programa de música	2580:25:53	34,9%	69:41:05	9,1%
Música de continuidade	3967:43:09	53,6%	-	-
Espetáculo	74:02:01	1,0%	-	-
Humor	122:33:31	1,7%	-	-
Talk show	647:44:12	8,8%	-	-
Infotainment	8:54:52	0,1%	-	-
Concurso/jogo	0:02:00	0,0005%	-	-
Artes e media	-	-	330:04:16	42,9%
Ciências e humanidades	-	-	51:09:50	6,7%
Total	7401:25:38	100%	768:46:32	100%

N= 8170h12m10s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2021, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou cinco pedidos de modificação de projeto, dois com alteração da tipologia.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados sete pedidos de alteração do controlo do capital social, mais um do que no ano anterior.

Em 2021, não se verificaram cessões de serviços de programas de âmbito local e respetivas licenças.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 14 (catorze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A regulação e supervisão do setor da rádio representam uma parte considerável da atividade da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 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. 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 radiotexto 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, nos termos do disposto no 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 suprarreferido 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.

1 Cf. Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro

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

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 não procedeu à atribuição ou revogação de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

4. MODIFICAÇÃO DO PROJETO LICENCIADO OU AUTORIZADO

A observância das condições e dos termos dos serviços de programas, quer sejam licenciados ou autorizados, constitui uma obrigação dos operadores de rádio, nos termos do n.º 1 do artigo 26.º LR.

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 LR, os pedidos de modificação do 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 2021, a ERC analisou e aprovou cinco pedidos de modificação do projeto de serviços de programas de rádio (cf. Figura 1) e indeferiu um pedido.

FIG. 1 – MODIFICAÇÃO DO PROJETO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS		TIPOLOGIA		CONCELHO
		ANTERIOR	ATUAL	ANTERIOR	ATUAL	
ERC/2021/55 (AUT-R) de 17.02	Rádio Mais, CRL.	Fí FM	Rádio Observador 93.7	Generalista	Temático informativo	Amadora
ERC/2021/105 (AUT-R) de 21.03	Moviface - Meios Publicitários, Lda.	Rádio SIM - Porto	Rádio Maria Porto	Generalista	Generalista	Maia
	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio SIM - Pal	Rádio Maria	Generalista	Generalista	Palmela
ERC/2021/162 (AUT-R) de 17.02	97.5FM Rádio Portel, Unipessoal, Lda.	Rádio SIM - Alentejo	Rádio Esperança	Generalista	Generalista	Portel
ERC/2021/204 (AUT-R) de 07.07	Lusocanal, Lda.	Radar	Radar	Generalista	Temático musical	Almada

A ERC indeferiu o pedido de modificação do projeto RÁDIO SIM ALENTEJO, do operador 97.5FM – Rádio Portel, Lda., e estabelecimento de parceria com o projeto Rádio Canção Nova, nos termos da deliberação ERC/2021/71 (AUT-R), de 3 março 2021.

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

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 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 caso, sujeita a aprovação prévia da ERC, a qual decide «após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes»⁶.

De acordo com o disposto no ponto i) da alínea b) do artigo 2.º 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 2021, a ERC autorizou sete alterações de controlo do capital social de operadores de rádio (cf. Figura 2).

FIG. 2 – ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES

DELIBERAÇÃO	OPERADOR
2021/6(AUT-R) de 07.01	Rede Regional de Radiodifusão RCI, Lda.
2021/27 (AUT-R) de 28.01	Lezíria – Comunicação Social, S.A.
2021/33(AUT-R) de 31.02	Antena Minho-Emissora Regional de Braga, Lda.
2021/105(AUT-R) de 31.03	Moviface – Meios Publicitários, Lda.
2021/105(AUT-R) de 31.03	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda.
2021/155(AUT-R) de 25.05 e 2021/167(AUT-R) de 08.06	Alteração de domínio (indireto) do operador de televisão TVI – Televisão Independente, S.A., e dos operadores de rádio (...)
2021/181(AUT-R) de 16.06	Foz do Mondego – Meios de Radiodifusão, Lda.

⁶ Cf. Artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, da Lei da Rádio.





6. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

De acordo com o n.º 9 do artigo 4.º da LR, «(é) permitida, nos termos previstos para a alteração de domínio dos operadores, a cessão de serviços de programas de âmbito local das respetivas *licenças* ou autorizações, quando comprovadamente útil para a salvaguarda do projeto licenciado (...)».

É, 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, 6 e segunda parte do n.º 7 (concorrência e não concentração), bem como ao artigo 22.º, n.º 8, da LR.

Em 2021, não ocorreram cessões de serviços de programas e respetivas *licenças* dos operadores radiofónicos.

⁷ Cf. Artigo 4.º, n.º 10, da Lei da Rádio, conjugado com o disposto alínea c) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC

7. SISTEMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS EM RADIODIFUSÃO (RDS) PELOS OPERADORES DE RÁDIO

Conforme resulta do disposto nas alíneas c) do n.º 2 e a) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, conjugados com o n.º 5 do artigo 3.º e com o n.º 6 do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, o Conselho Regulador da ERC dispõe de competências específicas em matéria de transmissão de mensagens através da utilização de radiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS) requerido pelos operadores radiofónicos.

Em 2021, ao abrigo das referidas competências, a ERC emitiu 14 (catorze) pareceres relativos à atribuição e/ou alteração do nome de canal de programas (PS) e mensagens de radiotexto (RT), por solicitação do ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações.

FIG. 3 – PARECER VINCULATIVO PARA OPERAÇÃO NO SISTEMA RDS

Parecer	Operador
ERC/2021/50 (Parecer-R)	Pedido de alteração do nome do canal de programa (PS), do operador SIRS - Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, S.A.
ERC/2021/82 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) e alteração do nome do canal de programa (PS), do operador Rádio Mais, CRL
ERC/2021/161 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS), do operador Mediaborba – Sociedade de Comunicação Social, Unipessoal, Lda.
ERC/2021/163 (Parecer-R)	Parecer relativo à alteração do nome do canal de programa (PS) no sistema RDS do operador Inforádio – Comunicação Social, S.A. (indeferido)
ERC/2021/176 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador radiofónico Rádio Objectiva, Lda.
ERC/2021/203 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS), do operador Rádio Insular, Lda.
ERC/2021/207 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador radiofónico Ciclone - Publicações e Difusões, Lda.
ERC/2021/218 (Parecer-R)	Parecer relativo à alteração do nome do canal de programa (PS) no sistema RDS do operador Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda.
ERC/2021/224 (Parecer-R)	Parecer relativo à alteração do nome do canal de programa (PS) no sistema RDS do operador Moviface - Meios Publicitários, Lda.
ERC/2021/256 (Parecer-R)	Pedido de autorização para transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) no sistema RDS do operador Rádio Clube de Pombal, CRL
ERC/2021/326 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador radiofónico Rádio Portalegre – Cooperativa de Rádio, Recreio e Animação, CRL
ERC/2021/331 (Parecer-R)	Parecer relativo à alteração do nome do canal de programa (PS) no sistema RDS do operador 97.5FM – Radio Portel, Unipessoal, Lda.
ERC/2021/351 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS), do operador Record FM – Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.
ERC/2021/366 (Parecer-R)	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador radiofónico RCCI – Rádio Comunicação Criatividade e Imagem, Lda.

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 Lei da Rádio.

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 constem a orientação e os objetivos do serviço de programas, assim como a grelha de programação e respetivas sinopses.

Após apreciação do pedido e comprovação, junto do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), da admissibilidade do nome do serviço de programas (na classe correspondente), a ERC procede ao registo solicitado.

No decurso de 2021, foram aprovados 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet (cf. Figura 4).

FIG. 4 – EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RÁDIO EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET

(ordem cronológica)

Nº de registo	Serviço de programas	Nº de registo	Serviço de programas
700153	Rádio Freguesia de Belém	700165	Dão Digital
700154	RLX - Rádio Lisboa	700166	Rádio Horizonte Atlântico
700155	Beat FM Rádio	700167	Rádio Mais Lusofonia
700156	Rádio Doce Amiga	700168	Futura - Rádio de Autor
700157	(REP) Rádio Esperança Popular	700169	Rádio Estrada Nacional 2
700158	Rádio Ritmos Online	700170	Rádio Portugal Somos Nós
700159	Ginga Rádio	700172	Rádio Amigos Unidos
700160	Madeira by Night	700173	Rádio Sénior
700161	ER - Engenharia Rádio	700174	Rádio Bobadela 2020
700162	Rádio Estação	700175	Rádio Voz do Norte
700163	NRP - Nova Rádio Portugal	700176	Grupo SM Rádio
700164	RQC - Rádio Quinta do Conde		

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS

1. VISÃO GLOBAL

Em 2021, efetuamos dez ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local para a verificação das obrigações legais, de acordo com o plano aprovado pelo Conselho Regular, 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.

De referir que as ações de fiscalização não foram possíveis de realizar nos estúdios/sedes dos operadores, localizados em 16 (dezassex) distritos de Portugal Continental, devido à situação pandémica.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2021, 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, foi solicitado aos operadores um conjunto de elementos e informações, para elaboração do respetivo relatório de audição.

3. METODOLOGIA

Estas ações foram desencadeadas segundo três critérios:

- i) Transitadas do ano de 2020;
- ii) No âmbito de processos em curso;
- iii) Propostas pelos Técnicos da ERC.

4. AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO

As ações transitadas do ano anterior (2020) aos serviços de programas Emissora de Regional do Zêzere, Rádio Azul, Rádio Insular e Top Rádio, estes dois últimos serviços de programas estão sediados na Ilha Terceira, na Região Autónoma dos Açores.

As ações de fiscalização efetuadas no âmbito de processos em curso aos serviços de programas Rádio Imagem e Mundial FM, por fim ações de fiscalização propostas pelos Técnicos da ERC, aos serviços de programas Emissora das Beiras, Rádio Hertz, Antena Sul - Rádio Almodôvar e Rádio Clube de Sintra, conforme Figuras 1, 2 e 3.

FIG.1 – TRANSITADAS DO ANO DE 2020

Operador	Serviço de programas	Concelho – Ilha-Distrito
Associação Cultural e Recreativa	ERZ -Emissor Regional do Zêzere	Ferreira do Zêzere- Santarém
R.A. Produções Radiofónicas, Lda.	Rádio Azul	Setúbal – Setúbal
Rádio Insular, Lda.	Rádio Insular	Ilha Terceira – Região Autónoma dos Açores
Top Rádio, Lda.	Top Rádio	Angra do Heroísmo - Ilha Terceira

FIG.2 – NO ÂMBITO DE PROCESSOS EM CURSO

Operador	Serviço de programas	Concelho -Distrito
Associação de Promoção Social, Cultural e Desportiva de Formos de Algodres	Radio Imagem	Fornos de Algodres - Guarda
Cooperativa de Santo André, C.R.L.	Mundial FM	Vila Nova de Poiares- Coimbra

FIG.3 – PROPOSTAS PELOS TÉCNICOS DA ERC

Operador	Serviço de programas	Concelho -Distrito
Ao Tom Dela (Rádio), Lda.	Emissora das Beiras	Tondela-Viseu
Associação Cultural e Recreativa, Rádio Hertz	Rádio Hertz	Tomar – Santarém
Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Unipessoal, Lda.	Antena Sul – Rádio Almodôvar	Almodôvar – Évora
Rádio Clube de Sintra Lda.	Rádio Clube de Sintra	Sintra – Lisboa

5. SÍNTESE

Em 2021, foram realizadas dez ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local, conforme Figuras 1, 2 e 3, tendo sido auditadas as suas emissões, bem como todos os elementos apurados junto dos mesmos, tendo por base os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, Lei da Rádio, sendo possível aferir o seguinte:

- Existência de uma programação própria, nos serviços fiscalizados, dirigida à população da área de cobertura local, para cada concelho, contemplando espaços de emissão animados por locutores e colaboradores, nos termos do n.º 2 do artigo 12.º, da Lei da Rádio;
- Difusão de espaços regulares de informação, com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura dos referidos serviços de programas, nos termos da alínea a) do n.º 2 do artigo 32.º, da Lei da Rádio;
- Existência de um responsável pela programação em cada serviço de programas, tendo a seu cargo a orientação e supervisão do conteúdo das emissões, nos termos do n.º 1, do artigo 33.º da Lei da Rádio;
- Existência de um responsável pela informação em cada serviço de programas, tendo funções de chefia, de coordenação ou de redação, e serviços noticiosos, nos termos do n.º 5 do artigo 33.º da Lei da Rádio,
- Existência de pelo menos três serviços noticiosos, entre as 7 e as 24 horas, nos termos do artigo 35.º da Lei da Rádio;
- As funções de chefia, de coordenação ou de redação nos serviços noticiosos, são asseguradas por jornalistas ou equiparados, nos termos n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Rádio;
- A denominação e a frequência de emissão nos serviços de programas, são indicadas pelo menos uma vez em cada hora e sempre que reiniciem um segmento de programação própria, nos termos do n.º 2 do artigo 37.º da Lei da Rádio;
- Os serviços de programas fiscalizados emitem diariamente e funcionam 24 horas por dia, nos termos do artigo 38.º da Lei da Rádio;
- As gravações das emissões e conservação das mesmas são garantidas pelo período mínimo de 30 dias, nos termos do artigo 39.º, da Lei da Rádio;

- A inserção de publicidade nos programas emitidos pelas estações de rádio fiscalizadas, não afetou a integridade dos mesmos, tendo em conta as pausas próprias, a sua duração e a sua natureza, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º, da Lei da Rádio;
- Foram identificados em alguns serviços de programas que os cargos de gerente e de responsável de informação eram exercidos pela mesma pessoa. Não sendo possível o exercido dessas funções em simultâneo, nos termos do n.º 5 do artigo 33.º, da Lei da Rádio, esta Entidade advertiu os operadores para a substituição dos respetivos nomes e, de imediato, os responsáveis operadores requereram averbamento dos respetivos nomes;
- Foi detetado que em alguns serviços de programas o estatuto editorial não se encontrava disponibilizado em suporte adequado, para acesso ao público, ou através do sítio eletrónicos de cada serviço de programas, nos termos do n.º 5 do artigo 34.º, da Lei da Rádio, tendo a ERC recomendado aos operadores a disponibilização do estatuto do serviço de programas;
- Foi ainda constatado em alguns serviços de programas o não envio mensalmente para o portal das rádios desta Entidade as quotas da “música portuguesa”, nos termos dos artigos 41.º, e seguintes, todos da Lei da Rádio. Os respetivos operadores foram alertados para o facto de o sistema de automação instalado nos estúdios dos mesmos permitir a funcionalidade de criar ficheiros e descarregar para enviar as listagens mensais para o portal das rádios, o que veio a verificar-se.

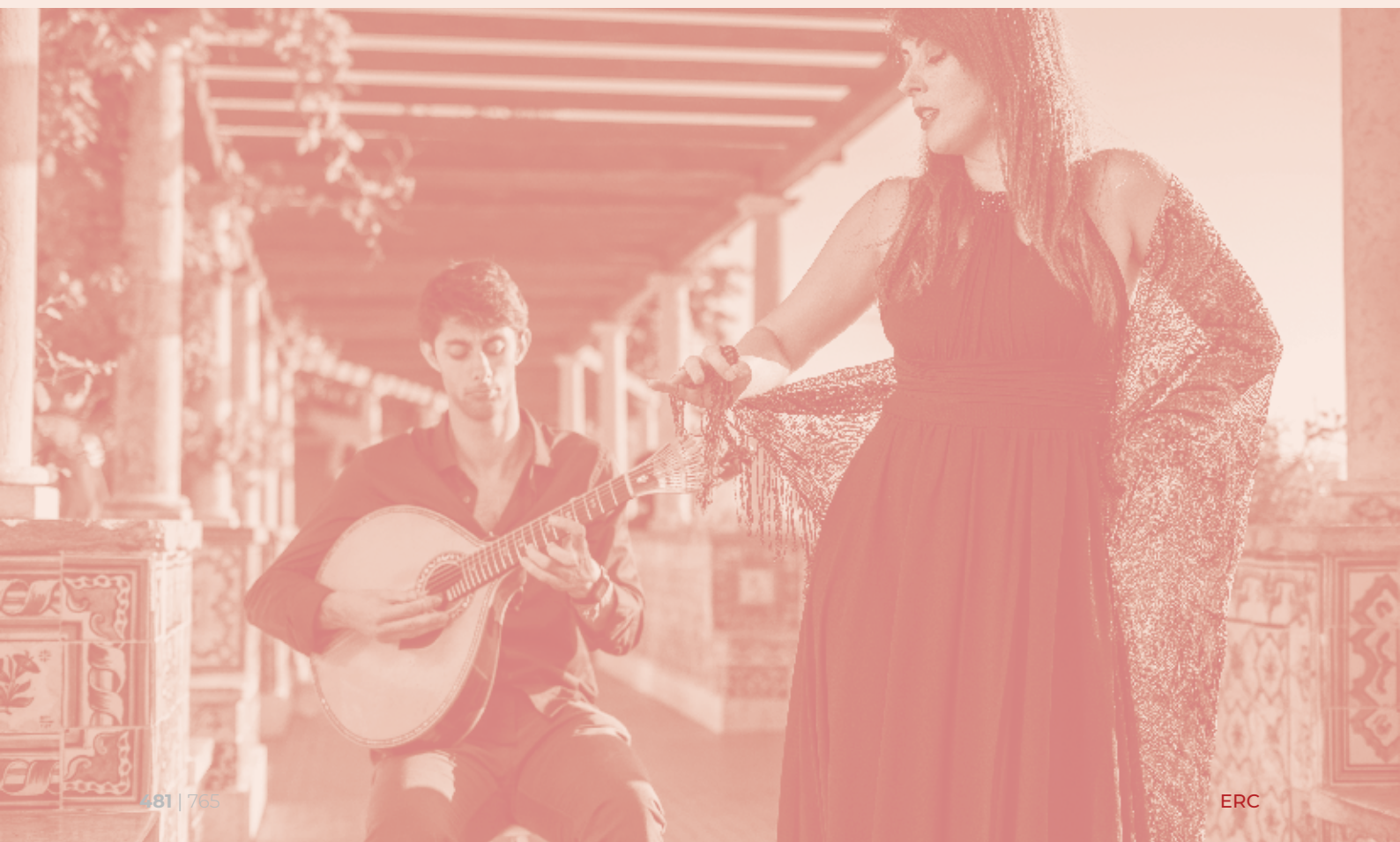
QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

Os indicadores resultantes da análise de 2021, no que respeita à difusão de música portuguesa, permitem concluir que a quase generalidade dos serviços de programas radiofónicos que submetem os dados no “Portal das Rádios”, com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas 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, pelo que a análise efetuada não compreende a totalidade dos serviços licenciados a nível nacional.

Além dos serviços de programas de cobertura local ativos no portal, constituída por uma amostra mensal de 130 serviços de programas, cuja comunicação de dados por via da plataforma “Portal das Rádios” foi regular, monitorizaram-se mensalmente as quotas dos serviços também ativos, um de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).



A análise dos dados dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, do operador de serviço público, constam de relatório autónomo.

Dos serviços ativos analisados no presente relatório e no que se refere aos de cobertura local, de acordo com os dados rececionados, uma proporção bastante superior a 90 % mantém o cumprimento da quota legal de difusão de música portuguesa.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa. Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passou a ser obrigatoriamente preenchida, a partir do mês de março, com a quota mínima de 30 % de música portuguesa, aplicando-se ainda nos meses de janeiro e fevereiro a quota mínima de 25 %.

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

O serviço de programas de âmbito regional M80 cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % (janeiro e fevereiro) e 30 % (março a dezembro) de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas.

Do mesmo modo no que respeita à subquota de música em língua portuguesa, também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem de 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados Rádio Comercial, RR e RFM cumprem na maioria ou ultrapassam a quota de 30 % de música portuguesa, não obstante algumas oscilações, tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas.

No que respeita à subquota de 60 %, constata-se que os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, assim como no período das 7 às 20 horas, registando a RR, mais uma vez, a percentagem mais elevada, superior a 90 %.

Acresce ainda a quota de música recente fixada em 35 %, que nos serviços RFM e Rádio Comercial reflete, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

Em 2021, as difusões musicais da RR revelam alguma quebra na música recente, tendo em conta os valores observados no ano anterior, que se prendem a constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo da estação, mas com evolução favorável até ao final do ano, nomeadamente em dezembro, mês em que regista uma percentagem superior a 30 %.

Foi acautelado o acompanhamento dos serviços de programas no sentido da resolução 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.

Em cumprimento do n.º 3 do artigo 44.º, foi atualizada a disponibilização pública no *site* da ERC de obras de música portuguesa, que foram comunicadas à ERC pela SPA, AFP/Audiogest e pela Warner Music.

Encontram-se isentos do cumprimento integral das quotas de música 33 (trinta e três) serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/2008, de 29 de agosto), cuja programação musical assenta nos géneros Hip hop/Rap/Urbana; Infantil, Jazz/blues, Dance e Clássica.



2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente capítulo dedica-se ao 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 2021.

O artigo 41.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio), determina que «a programação musical dos serviços de programas radiofónicos é obrigatoriamente preenchida, em quota mínima variável de 25 % a 40 %, com música portuguesa», competindo ao Governo, nos termos do artigo 46.º, estabelecer, por períodos de um ano, a quota de difusão de música portuguesa.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa fixada em 25 %, que se mantinha inalterada desde 2006. Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passa a ser obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.

A mesma portaria entrou em vigor, no dia 27 de fevereiro de 2021, produzindo efeitos pelo período de um ano.

Mais prevê a lei que a quota referida deverá ser preenchida, no mínimo, com 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.

Para além da quota de 30 %, apurada sobre a totalidade das difusões musicais, nos meses de março a dezembro, 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 que condicionam o envio 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 2017-2021 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 anterior a que respeita.

Estes dados chegam ao Regulador por via do “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento implementado pela ERC.

Manteve-se, tal como em 2021, a média observada de 130 serviços de programas locais que se encontram ativos na plataforma “Portal das Rádios” com o envio regular de dados. Para além destes serviços, encontram-se igualmente ativos um serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, do operador de serviço público, e Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM, pertencentes a operadores privados).

Os 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 n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), conforme as disposições dos artigos 41.º a 47.º:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 30 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 30 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas, cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses (subquota de 30 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra).



4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

4.1 APURAMENTO AUTOMÁTICO

Conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, entende-se por serviço de programas com cobertura de âmbito local o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

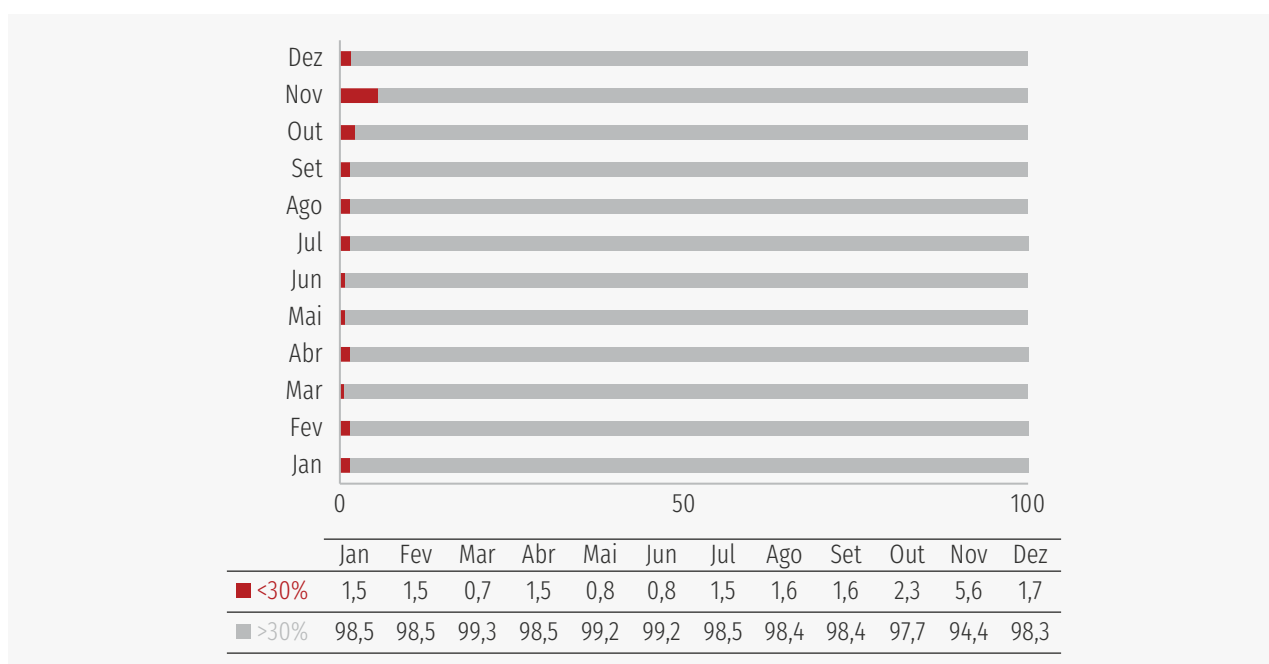
A presente análise compreende a avaliação das cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas anteriormente no presente relatório. De acordo com a sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre os operadores locais que incluem a amostra, i.e., aqueles que se encontram inscritos no portal de apuramento automático de quotas de música e que enviaram dados durante 2021, que permitiram apurar a percentagem de cumprimento das quotas de música portuguesa.

No que respeita à primeira vertente da análise, os resultados obtidos constam nas figuras seguintes.

FIG. 1 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 30 %, NO PERÍODO DE 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 30%	98,9	97,6
< 30 %	1,1	2,4

FIG. 2 - CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 30 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



Nota: Nos meses de janeiro e fevereiro a quota mínima de referência foi de 25 %.

Os dados apurados permitem concluir que, em 2021, tal como em anos anteriores, o índice de cumprimento da quota de música portuguesa é bastante elevado por parte dos serviços de programas da amostra.

Mais de 90 % dos operadores que submeteram os dados pelo portal das rádios cumpriram a quota mínima mensal de 30 %, nas 24 horas de emissão, não obstante o diferencial de 1,3 p.p. entre o primeiro e o segundo semestre, sendo que 98,9 % e 97,6 % dos operadores cumpriram a quota regulamentar

Nos meses de janeiro e fevereiro, a quota em referência foi de 25 %, com índice de cumprimento por parte os operadores de 98,5 %.

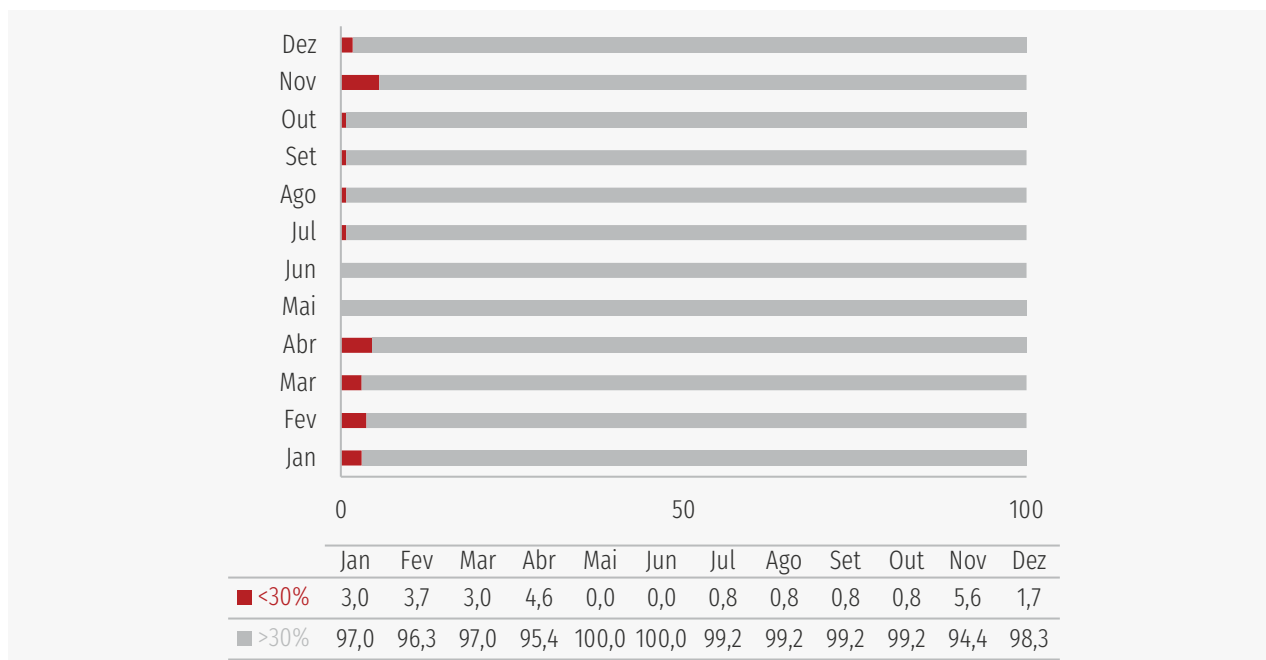
Já nos meses de março a dezembro, a quota mínima de referência incidiu sobre a nova quota mínima então estabelecida por Portaria, fixada em 30 %, mantendo-se substancial a percentagem de operadores da amostra mensal que cumpriram esta quota.

A segunda vertente de análise apresenta o índice de cumprimento da quota de música por parte dos serviços de programas de rádio, com uma quota superior ou inferior a 30 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 7 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 30 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 30%	97,6	98,3
< 30%	2,4	1,8

FIG. 4 – CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 30 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

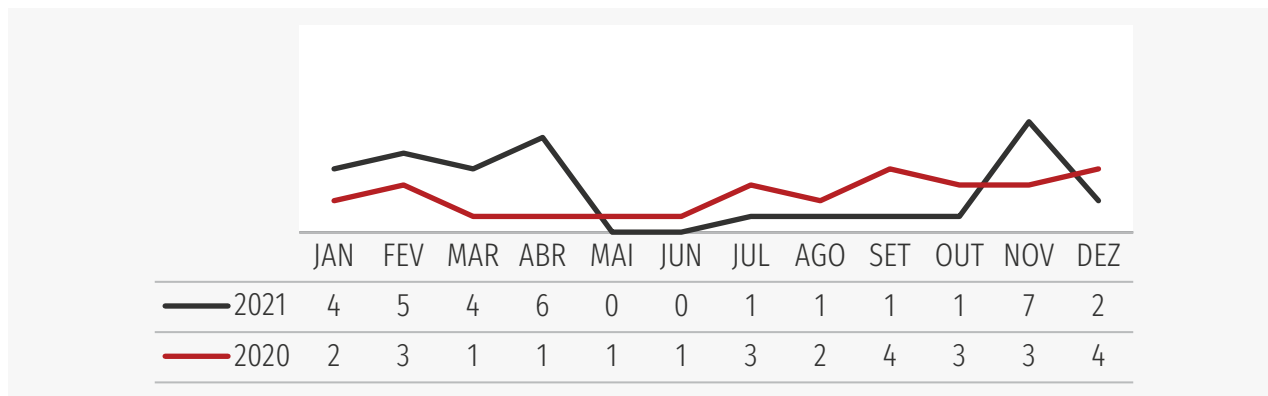


Nota: Nos meses de janeiro e fevereiro, a quota mínima de referência foi de 25 %.

No que se refere ao período compreendido entre as 7 e as 20 horas, os serviços de programas da amostra registaram, tal como em anos anteriores, uma proporção bastante superior a 90 % de difusão de música portuguesa, com médias de cumprimento, por semestre, de 97,6 % e 98,3 %, que resulta numa subida de 0,7p.p. no segundo semestre do ano.

Nos meses de maio e junho, os serviços de programas da amostra cumpriram integralmente a quota mínima de 30 %, com um índice de cumprimento de 100 %, no período de maior audiência.

FIG. 5 - INCUMPRIMENTOS REGISTRADOS NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



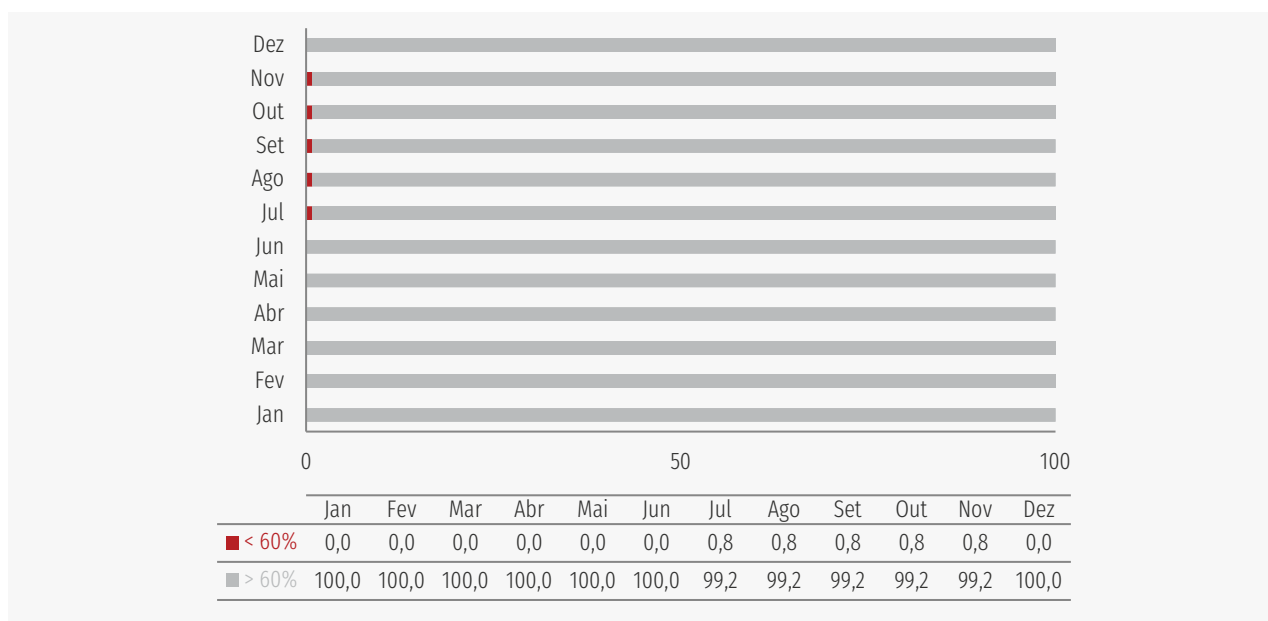
No que respeita a situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 % (janeiro e fevereiro) e 30 % (março a dezembro) no período entre as 7 e as 20 horas, verifica-se uma subida de casos verificados do ano 2020 (28) para 2021 (33) com maior número de casos nos meses de abril (6) e novembro (7). Estes incumprimentos ocorreram em serviços de programas a transmitir em cadeia e ocasionados, na maior parte, por questões técnicas, na sua maioria rapidamente ultrapassadas.

A terceira vertente de análise compreende o artigo 43.º da Lei da Rádio de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, abrangendo as 24 horas de emissão, com os seguintes apuramentos:

FIG. 6 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 60 % NO PERÍODO DAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 60%	100,0	99,3
< 60%	0,0	0,7

FIG. 7 - 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, no que importa à quota mínima de 60 %, a média de cumprimento por parte dos operadores, no primeiro e segundo semestres de 2021, foi de 100,0 % e 99,3 %.

Podemos verificar que, no período de janeiro a junho, e depois novamente em dezembro, todos os operadores da amostra cumpriram a quota mínima de 60 % no período das 24 horas de emissão, anunciando-se bastante expressiva a difusão de música em língua portuguesa por parte dos operadores visados.

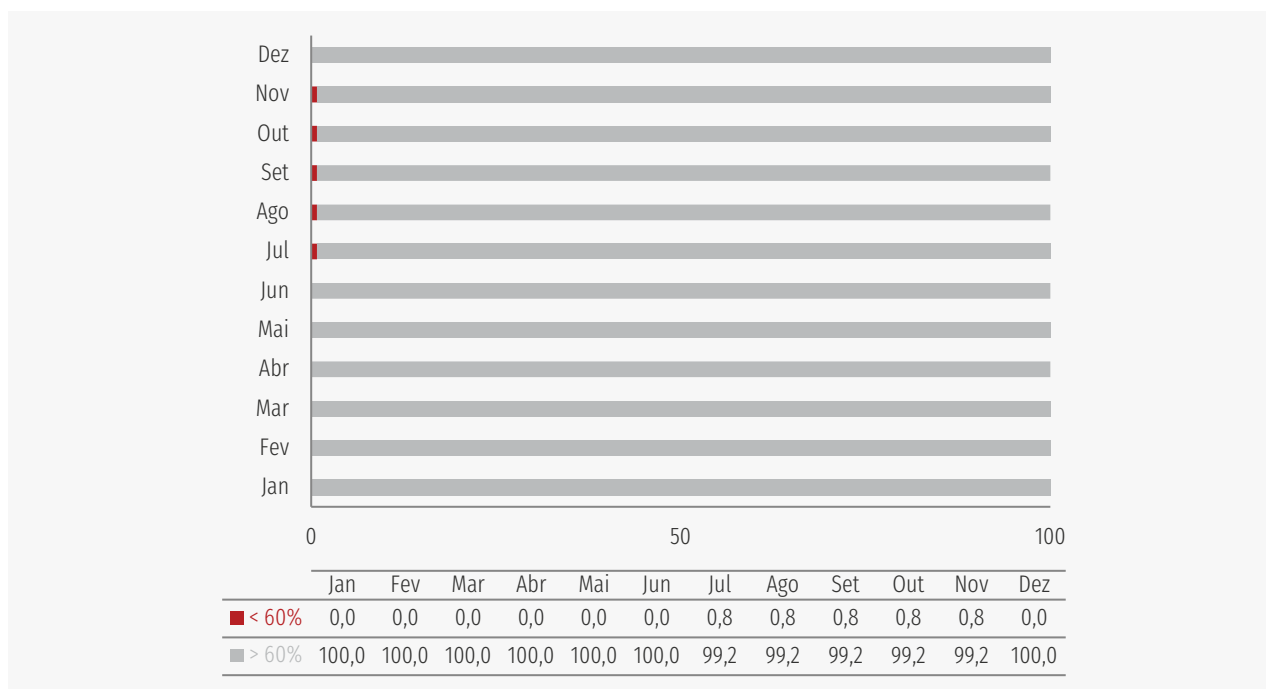
A última vertente de análise observa o cumprimento do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas inscritos no portal e constituintes da amostra, que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas.

Esta percentagem decorre da quota apurada nos termos do artigo 41.º, n.º 1, que impõe a quota geral de música portuguesa a que os operadores estão obrigados na sua programação musical.

FIG. 8 – MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 60 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 60%	100,0	99,3
< 60%	0,0	0,7

FIG. 9 - PERCENTAGEM MENSAL DOS OPERADORES DA QUOTA 60 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



No que respeita ao número de serviços que cumpriram a quota de difusão musical em língua portuguesa, no que reporta ao período de maior audiência, verificou-se que os valores foram idênticos aos verificados no período das 24 horas de emissão.

A média apurada, no primeiro e segundo semestres, foi de 100 % e 99,3 % sendo que, em sete meses do ano, a totalidade dos operadores de cobertura local constituintes da amostra alcançaram ou superaram a quota mínima estabelecida, no período das 7 às 20 horas.

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
54,1	56,1	59,0	69,5	69,5	75,2	67,2	70,4	69,3	73,1	70,2	73,8
63,9						70,7					
1º SEMESTRE						2º SEMESTRE					

No que respeita à avaliação do cumprimento da quota de música recente, determinada no artigo 44.º da Lei da Rádio, tendo por base apenas os dados que foram comunicados pelos operadores da amostra, a título indicativo, observou-se, no primeiro semestre do ano, um índice de cumprimento por parte de 63,9 % dos operadores e, no segundo, de 70,7 %, tendo em conta a quota mínima de 35 % de música recente.

Da mesma forma se aferiu que, no primeiro semestre, o mês com maior índice de cumprimento foi junho, 75,2 % e no segundo, dezembro, 73,8 %.

O apuramento da música recente é condicionado por fatores que interferem nas quotas observadas: por um lado, a produção nacional recente, embora tenha tido um acréscimo significativo nos últimos anos, não é abrangente e nem sempre acompanha a diversidade e generalidade 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. Da mesma forma, o recurso a conteúdos não automaticamente registados pelos sistemas de programação utilizados pelas rádios (como o CD ou eventos em direto), salvo se o operador assegurar a sua inserção, acabam por não ser contabilizados.



5. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

O operador regional com cobertura sobre a região norte do país, de programação específica no domínio da temática informativa, TSF, nunca se associou ao portal de música portuguesa.

5.1 OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor temático musical, a emitir o serviço de programas M80 Rádio, está inscrita no portal das rádios, o que permitiu, ao longo do ano, acompanhar o seu comportamento em matéria de difusão de música portuguesa.

A percentagem de música portuguesa apurada no serviço de programas M80 Rádio, aferida de acordo com as vertentes de análise consideradas neste relatório, foi a seguinte:

FIG.11 - QUOTA DE 30 % DE DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA

M80 RÁDIO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	27,0	27,5	32,6	33,4	34,3	33,4	34,8	34,3	33,5	34,7	33,7	33,6
Das 7 às 20 horas	26,2	26,3	30,2	31,5	32,5	31,4	33,4	32,6	31,7	33,2	31,8	31,9

Nota: Nos meses de janeiro e fevereiro a quota mínima de referência foi de 25 %.

A M80 registou, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 7 e as 20 horas, percentagens que correspondem ou ultrapassam a quota mínima estabelecida com especial incidência no mês de julho 34,8 % e 33,4 %, respetivamente em cada um dos períodos horários analisados.

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	78,6	78,7	78,8	79,7	79,3	79,6	79,3	79,0	79,9	79,0	79,9	79,4
Das 7 às 20 horas	79,5	81,1	79,7	82,0	81,0	81,1	80,9	80,0	81,3	81,6	80,6	80,5

Nota: Isento do cumprimento da quota de música recente

No que respeita à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período das 24 horas de emissão, quer no período compreendido entre as 7 e as 20 horas, os valores observados são bastante elevados no corrente ano, destacando-se os meses de setembro e novembro, 79,9 %, e o mês de abril, com a quota de 82 %, considerando as duas faixas horárias em epígrafe.

O modelo de programação musical da M80, dedicado à difusão de fonogramas publicados há mais de um ano, permitiu que este serviço de programas tenha beneficiado da isenção do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2 da Lei da Rádio, relativa à música recente.

6. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

6.1 RFM, RR E RÁDIO COMERCIAL

Apresentam-se de seguida os apuramentos relativos aos serviços de programas RFM, RR e Rádio Comercial, desta vez incidindo sobre rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional.

Os serviços de programas nacionais da RTP, concessionária do serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente deste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais 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 30 %, e 60 %, no período das 24 horas e no período das 7h às 20h, tendo presente o descritivo dos pontos A, B, C, D e 35 % do ponto E, já mencionados no início deste relatório.

Note-se que, nos meses de janeiro e fevereiro, a quota mínima de música portuguesa de referência foi de 25 %.

FIG. 13 - PERCENTAGEM DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R.COMERCIAL	27,2	29,8	31,3	32,3	32,0	31,1	31,4	30,6	30,5	31,0	31,5	33,9
RFM	27,1	28,3	30,2	30,1	29,4	29,9	29,7	29,7	29,9	29,5	30,6	27,4
RR	29,2	29,7	37,8	36,8	36,4	34,9	34,8	31,6	34,0	34,8	38,2	37,8

No que respeita à primeira quota apurada destinada à música portuguesa nas 24 horas de emissão, podemos concluir que os serviços Rádio Comercial, RFM (embora com ligeiros desvios) e a RR, que apresenta as quotas mais elevadas, cumpriram ou superaram, em todos os meses do ano, a quota prevista, com maior visibilidade, em dezembro, 33,9 %, em novembro, 30,6 %, e em março e dezembro, 37,8 %, respetivamente.

FIG. 14 - PERCENTAGEM DE MÚSICA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R.COMERCIAL	27,6	29,9	31,1	32,2	31,0	31,0	30,7	30,0	30,6	30,7	31,6	35,1
RFM	25,8	27,5	29,7	29,5	29,2	29,0	29,8	29,9	29,6	29,5	31,9	27,7
RR	28,7	28,8	36,4	36,5	35,5	33,7	33,8	30,9	33,5	34,7	38,0	36,8

No que se refere à faixa horaria entre as 7 e as 20 horas, a Rádio Comercial e a RR cumpriram ou superaram nos meses de janeiro e fevereiro a quota mínima de 25 % e nos restantes meses a de 30 %, com maior evidência em dezembro, 35,1 % e novembro, 38,0 %, novamente em superioridade pela RR.

A RFM, neste período, evidenciou algumas oscilações relativamente ao cumprimento da nova quota de 30 % de música portuguesa entre as 7 e as 20 horas, no entanto, registou em novembro a percentagem de 31,9 %.

Mais se verificou que o desvio sinalizado no mês de dezembro, foi objeto de regularização logo no mês seguinte (janeiro/2022).

FIG. 15 - PERCENTAGEM DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R.COMERCIAL	80,5	82,1	83,8	84,9	88,0	86,6	88,4	85,7	86,7	83,7	78,9	82,3
RFM	72,3	76,7	77,1	74,3	71,0	70,6	75,0	74,4	72,8	74,1	81,7	80,0
RR	91,9	90,5	88,6	87,2	88,8	88,2	88,2	88,1	89,7	89,9	88,9	88,9

No que se refere às difusões musicais em língua portuguesa compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia, para o período das 24 horas de emissão, as quotas foram muito relevantes, tendo a Rádio Comercial maior evidência no mês de julho, 88,4 %, a RFM, em novembro, 81,7 %, ostentando a RR os valores mais altos destas difusões, com o valor máximo no mês de janeiro, 91,9 %.

FIG. 16 - PERCENTAGEM DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R.COMERCIAL	80,5	83,2	84,1	86,8	88,6	88,9	89,6	90,2	87,1	82,3	77,9	81,7
RFM	71,6	75,0	75,4	73,7	71,3	69,5	74,0	73,6	70,7	71,7	81,0	80,3
RR	92,2	89,7	89,1	86,9	89,3	88,5	88,1	87,9	89,1	90,1	88,2	88,6

Analisado o período de maior audiência entre as 7 e as 20 horas, verificou-se, uma vez mais, que a RR supera nos valores observados nas presentes rádios nacionais, com maior evidência, em janeiro, com 92,2%, a RFM revela o seu máximo, em novembro, 81,0 % e a Rádio Comercial, em agosto, 90,2 %.

FIG. 17 - PERCENTAGEM DE MÚSICA RECENTE, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R.COMERCIAL	66,7	70,4	65,4	65,0	42,4	44,9	59,9	59,1	58,9	52,9	47,3	54,1
RFM	43,8	44,1	41,7	43,9	48,8	50,8	54,4	52,5	55,6	51,1	50,0	55,7
RR	24,0	14,0	27,6	28,0	26,6	27,6	23,2	22,0	21,6	20,8	25,0	30,3

Por fim, debruçamo-nos sobre o cumprimento da quota de música recente definida em 35 %, apurada sobre o total de música portuguesa difundida pelo respetivo serviço de programas.

Podemos verificar que a Rádio Comercial e a RFM registaram, ao longo do ano, percentagens significativas de música recente, com maior incidência, em fevereiro, 70,4% e dezembro, 55,7 %, respetivamente.

Já a RR no decurso do ano, assinala flutuações contrárias à quota mínima exetável. Este serviço de programas tem vindo a manifestar alguns constrangimentos na questão da difusão de música nova, que decorrem do projeto editorial adotado e do público-alvo da estação.

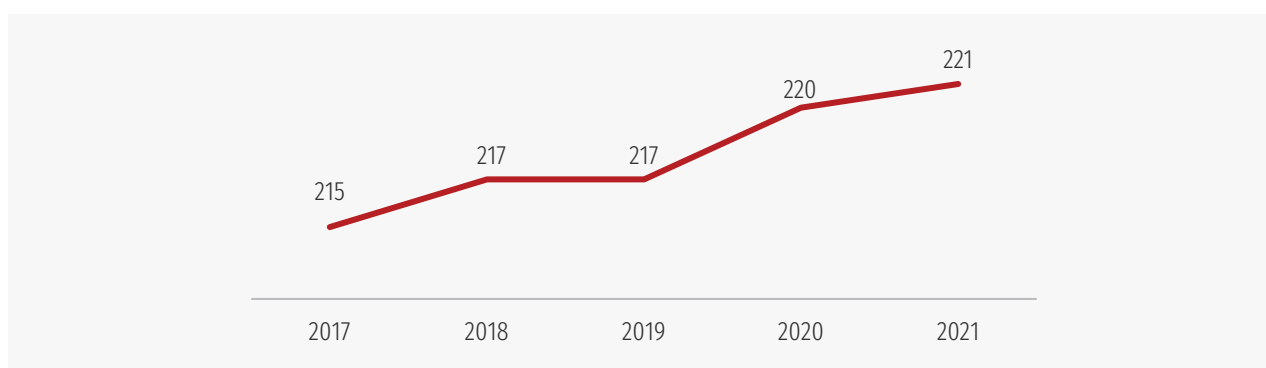
No obstante, e objeto de monitorização pela ERC, podemos constatar que a RR no último mês do ano, promoveu a difusão de música nova nas suas emissões, o que configurou uma quota mais elevada destas difusões, 30,3 %.

7. APURAMENTO SEMESTRAL E COMPARAÇÃO NO QUINQUÊNIO

7.1 PORTAL DE RÁDIO – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

Em 2021, o número de serviços inscritos no “Portal das Rádios” de quotas de música registou apenas uma nova adesão, pelo que compreende agora 221 registos.

FIG. 18 – NÚMERO DE SERVIÇOS INSCRITOS NO PORTAL DE RÁDIO 2017-2021



7.2 OPERADORES LOCAIS

Reportando, de seguida, a análise dos apuramentos semestrais dos operadores locais, no último quinquénio, e comparando os valores do biénio 2020-2021, podemos assinalar o seguinte:

FIG. 19 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 30% NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Ano	> 30%		< 30%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
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
2020	99,5	98,8	0,5	1,2
2021	98,9 ↓	97,6 ↓	1,1 ↑	2,4 ↑

Em 2021, a média semestral dos operadores locais que asseguram o cumprimento da quota mínima de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, foi inferior face ao ano anterior, em 0,6p.p e 1,2p.p, no primeiro e segundo semestres, tendo em conta as percentagens apuradas, 98,9 % e 97,6 %.

FIG. 20 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 30% ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Ano	> 30%		< 30%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
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
2020	98,8	97,6	1,2	2,4
2021	97,6 ↓	98,3 ↑	2,4 ↑	1,8 ↓

No que se refere à faixa horária entre as 7 as 20 horas, verificou-se, no primeiro semestre, uma descida, comparando o período homólogo do ano anterior, em 1,2p.p, assinalando uma média de 97,6 %. Ao contrário, no segundo semestre, os valores traduzem um aumento de 0,7p.p., face a 2020, numa média de cumprimento da quota estabelecida por parte de 98,3 % dos operadores da amostra.

FIG. 21 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Ano	> 60%		< 60%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
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
2020	98,3	98,6	1,7	1,4
2021	100,0 ↑	99,3 ↑	0,0 ↓	0,7 ↓

No que diz respeito às médias apuradas relativas à difusão de música em língua portuguesa, nas 24 horas de emissão, podemos observar que atingiram o seu máximo, no primeiro semestre, com a totalidade dos operadores da amostra a cumprirem a quota estabelecida, numa subida de 1,7p.p, face a 2020, e da mesma forma, no segundo semestre, verifica-se uma subida de 0,7p.p, sendo apurada a média de 99,3 %.

FIG. 22 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Ano	> 60%		< 60%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
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
2020	99,1	99,6	0,9	0,4
2021	100,0 ↑	99,3 ↓	0,0 ↓	0,7 ↑

Quanto à difusão de música em língua portuguesa, no horário de maior audiência, as médias apuradas no corrente ano são superiores às do ano anterior, no primeiro semestre com uma média de 100 %, a mais alta dos últimos cinco anos, com 0,9p.p de diferencial, face a 2020, e no segundo semestre, 99,3 %, no entanto, aqui mais baixa, com um diferencial de 0,3p.p.

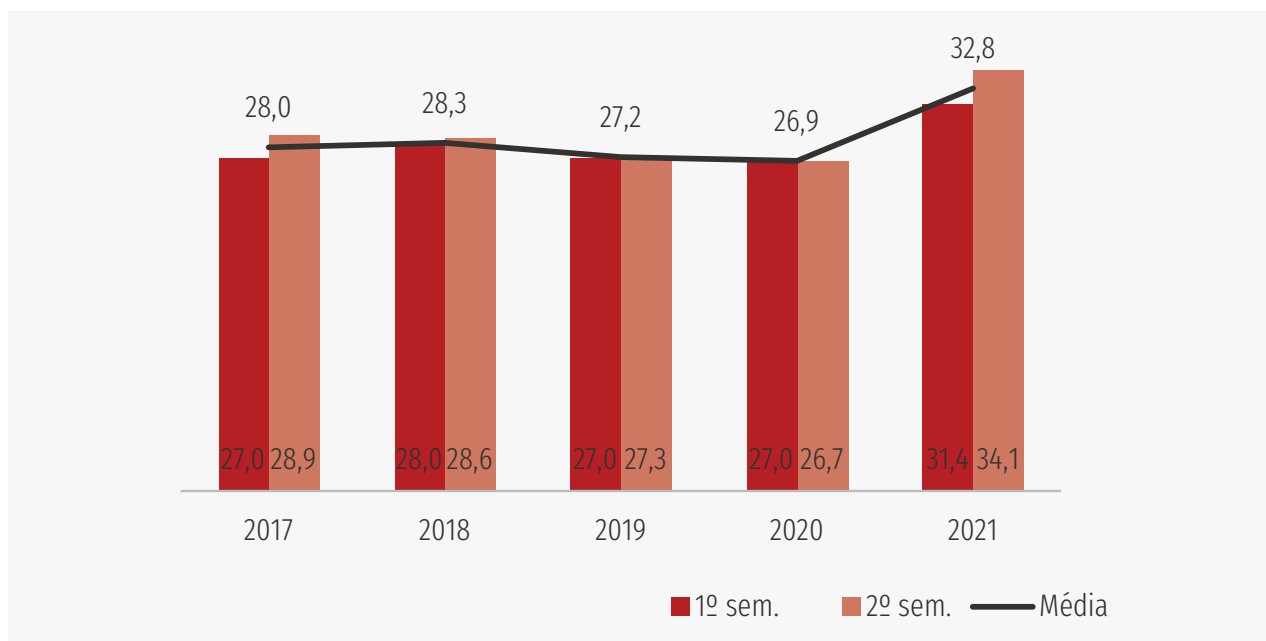
7.3 OPERADOR REGIONAL

Avalia-se de seguida o comportamento evolutivo semestral do operador que detém 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 (2017-2021)

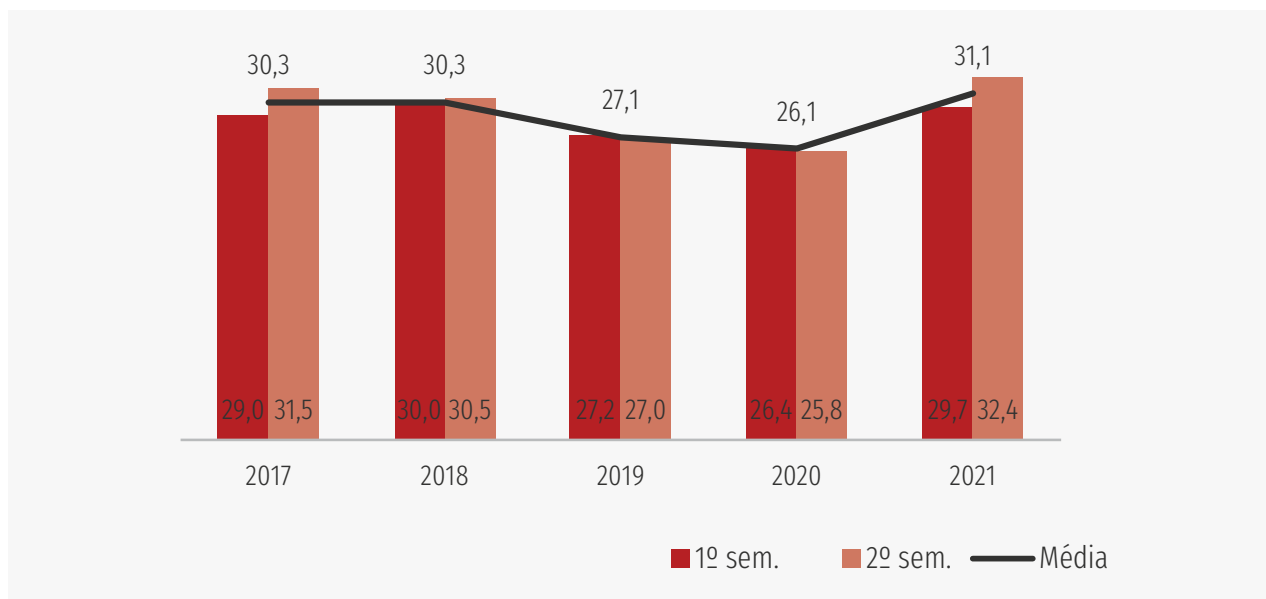
Ano	MUSICA PORTUGUESA				MUSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA			
	24 horas		7 - 20 horas		24 horas		7 - 20 horas	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2017	27,0	28,9	29,0	31,5	81,8	82,0	81,9	82,7
2018	28,0	28,6	30,0	30,5	82,4	82,2	83,1	82,7
2019	27,0	27,3	27,2	27,0	83,8	80,6	84,4	81,7
2020	27,0	26,7	26,4	25,8	79,1	78,3	80,1	79,3
2021	31,4	34,1	29,7	32,4	79,1	79,4	80,7	80,8

FIG. 24 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 30 % NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



Em 2021, as médias semestrais de música portuguesa difundidas, nas 24 horas de emissão, relativas à M80 comparando os valores do último biênio, refletem uma subida, que resulta num crescimento de 4,4 p.p., e 7,4p.p., apuradas as médias de 31,4 % e 34,1 %, respetivamente em cada um dos semestres.

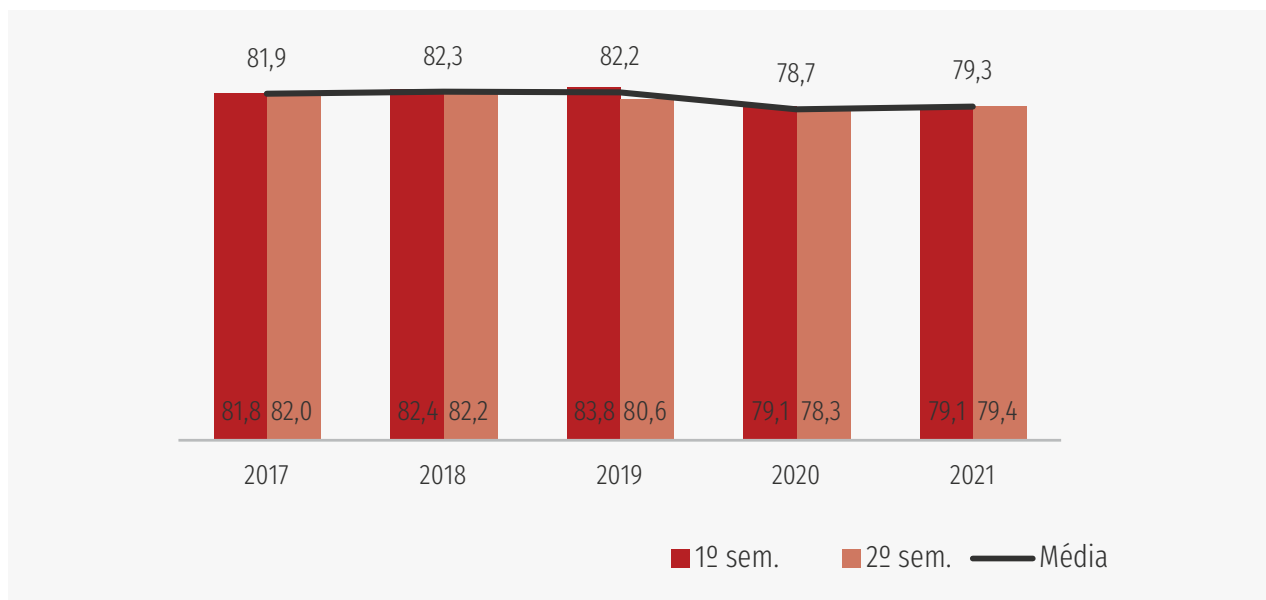
FIG. 25 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 30 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Da mesma forma, no que respeita à faixa horária entre as 7 e as 20 horas, podemos assinalar valores mais altos face ao ano anterior, respetivamente 3,3p.p, no primeiro semestre, na média apurada de 29,7 %, e 6,6p.p, 32,4 %, no segundo semestre.

A média anual calculada, em 2021, revela uma percentagem superior no período das 24 horas de emissão, 32,8 %, acréscimo de 5,9p.p, assim como no período entre as 7 e as 20 horas, mais 5,0p.p em comparação com o ano anterior, impulsionadas pelo aumento da quota mínima estabelecida de 25 % para 30 %.

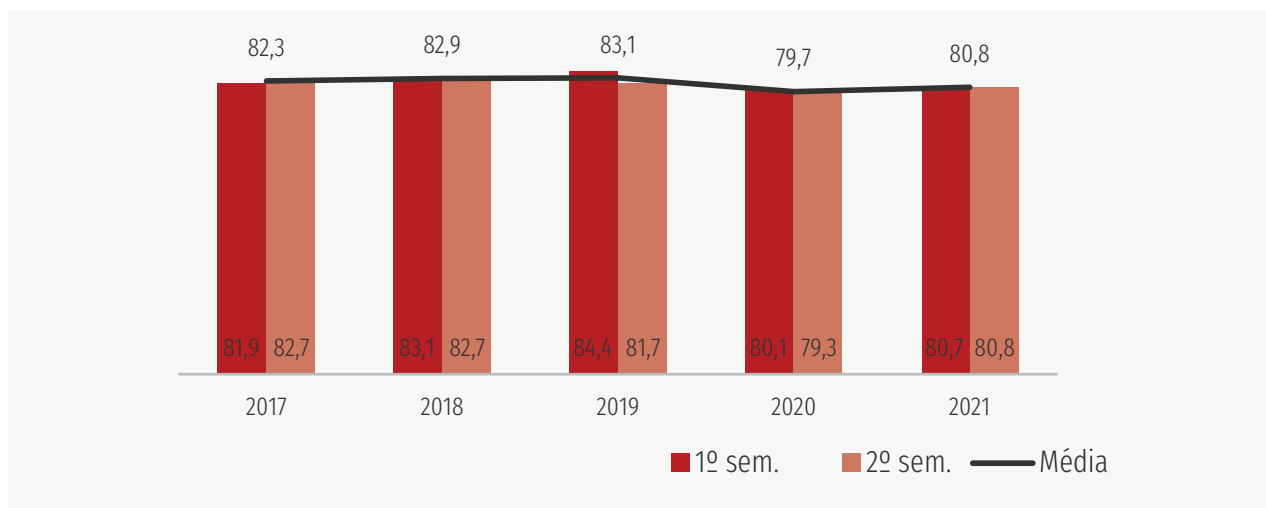
FIG. 26 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 60% NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



No que se refere à quota de 60 % preenchida com a difusão música em língua portuguesa, os valores observados no ultimo ano permitem concluir a sua superioridade relativamente ao anterior, em mais 0,6p.p, na média apurada de 79,3 %.

No primeiro semestre do corrente ano, a média apurada foi idêntica, 79,1%, já no segundo cresceu 1,1p.p, com uma média de 79,4 % de difusão de música em língua portuguesa, nas 24 horas de emissão.

FIG. 27 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 60 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



No que atende ao período das 7 às 20 horas, da mesma forma, a média observada no último ano apresenta-se superior à do ano anterior, somando mais 1,1p.p, na média apurada de 80,8 %.

Comparando os valores semestrais do último biênio, em períodos homólogos, registou-se uma subida de 0,6p.p, numa média de 80,7 %, e 1,5p.p, numa média observada de 80,8 %, no corrente ano.

Podemos confirmar a grande relevância da M80 na difusão de música em língua portuguesa em sintonia com as médias semestrais apuradas.

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 (2017-2021), promovendo-se ainda a análise dos valores do último biênio.

FIG. 28 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO (2017-2021)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2017	25,8	26,3	25,5
2018	27,3	27,0	25,3
2019	26,0	29,3	26,3
2020	28,1	28,0	28,6
2021	31,1	29,3	34,7

Em 2021, os três serviços de programas de cobertura nacional privados, no que respeita à difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, registaram valores superiores ao ano anterior, na Rádio Comercial com um diferencial positivo de 3,0 p.p e uma média anual de difusão de 31,1 % na RFM, 1,3p.p, numa média anual de 29,3 %, e na RR, 6,1 p.p, numa média de 34,7 %, a mais alta dos últimos cinco anos.

FIG. 29 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS (2017-2021)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2017	25,5	25,0	26,1
2018	27,3	26,5	26,3
2019	25,8	28,5	26,7
2020	26,9	26,9	29,0
2021	31,0 ↑	29,1 ↑	33,9 ↑

Da mesma forma, no que respeita ao período das 7 às 20 horas, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa apresentam-se superiores no corrente ano, na Rádio Comercial em 4,1p.p, numa percentagem média de 31,0 %, na RFM 2,2p.p com 29,1 %, e a RR em 4,9p.p num valor anual de 33,9 %, configurando as médias mais elevadas do quinquénio aqui representado.

Salienta-se ainda o apuramento anual das difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, desta forma, reportando as difusões musicais no período das 24 horas de emissão.

FIG. 30 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO (2017-2021)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2017	79,0	75,0	60,9
2018	75,9	73,5	83,6
2019	73,9	61,5	89,3
2020	78,2	73,4	93,4
2021	84,3 ↑	75,0 ↑	89,1 ↓

Podemos observar que a Rádio Comercial assinala na uma subida de 6,1p.p, registando a média anual de 84,3 %, a mais alta dos últimos cinco anos em análise.

A RFM regista uma subida de 1,6p.p, numa média anual de 75,0 %, idêntica à apurada em 2017.

A RR repete a média mais alta de música em língua portuguesa das rádios nacionais, 89,1 %, não obstante ter diminuído 4,3p.p face ao ano anterior.

FIG. 31 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS (2017-2021)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2017	80,6	79,6	60,8
2018	75,6	73,4	83,2
2019	74,7	59,4	89,1
2020	78,2	71,2	93,2
2021	85,1 ↑	74,0 ↑	89,0 ↓

Ainda no que respeita ao preenchimento da programação emitida entre as 7 e as 20 horas, podemos presenciar crescimentos face ao ano anterior na Rádio Comercial um crescimento de 6,9p.p, numa média anual de 85,1 %, assim como na RFM, 2,8p.p a que corresponde a média de 74,0 %.

A RR mantém a percentagem mais alta dos operadores privados em referência de difusões musicais em língua portuguesa de idêntico modo nesta faixa horária, onde também decresceu 4,2p.p, face a 2020, ano em que registou a média mais alta já observada, este ano com uma média anual apurada de 89,0 %.

8. REGIME DE EXCEÇÃO

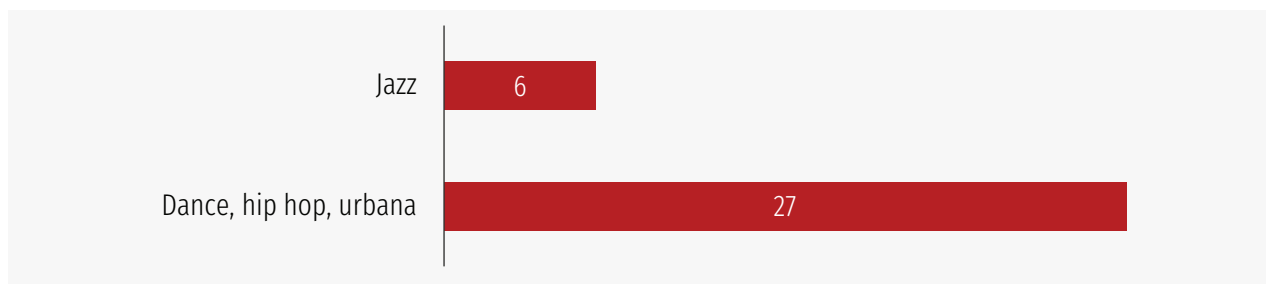
A Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas temáticos musicais cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, estabelece que apenas os serviços classificados como temáticos musicais podem requerer a isenção das quotas previstas na lei, cujo modelo de programação em vigor, e conforme projeto aprovado, corresponda aos géneros musicais de produção insuficiente, identificados no referido diploma.

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 às «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, Hip hop/Rap/Urbana, Infantil, Jazz/Blues *Dance* e Clássica.

FIG. 32 – N.º DE SERVIÇOS ISENTOS POR GÉNERO MUSICAL



Ao abrigo do regime de exceção, mantêm a isenção do cumprimento de quotas 33 serviços de programas temáticos musicais, sendo que seis contemplam uma programação musical centrada no Jazz e 27 nos géneros Hip hop/Rap/Urbana e *Dance*.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA - SERVIÇO PÚBLICO

1. VISÃO GLOBAL

De acordo com a análise efetuada, a Antena 1, no que respeita à difusão de música portuguesa, 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 perto ou acima de 70 %.

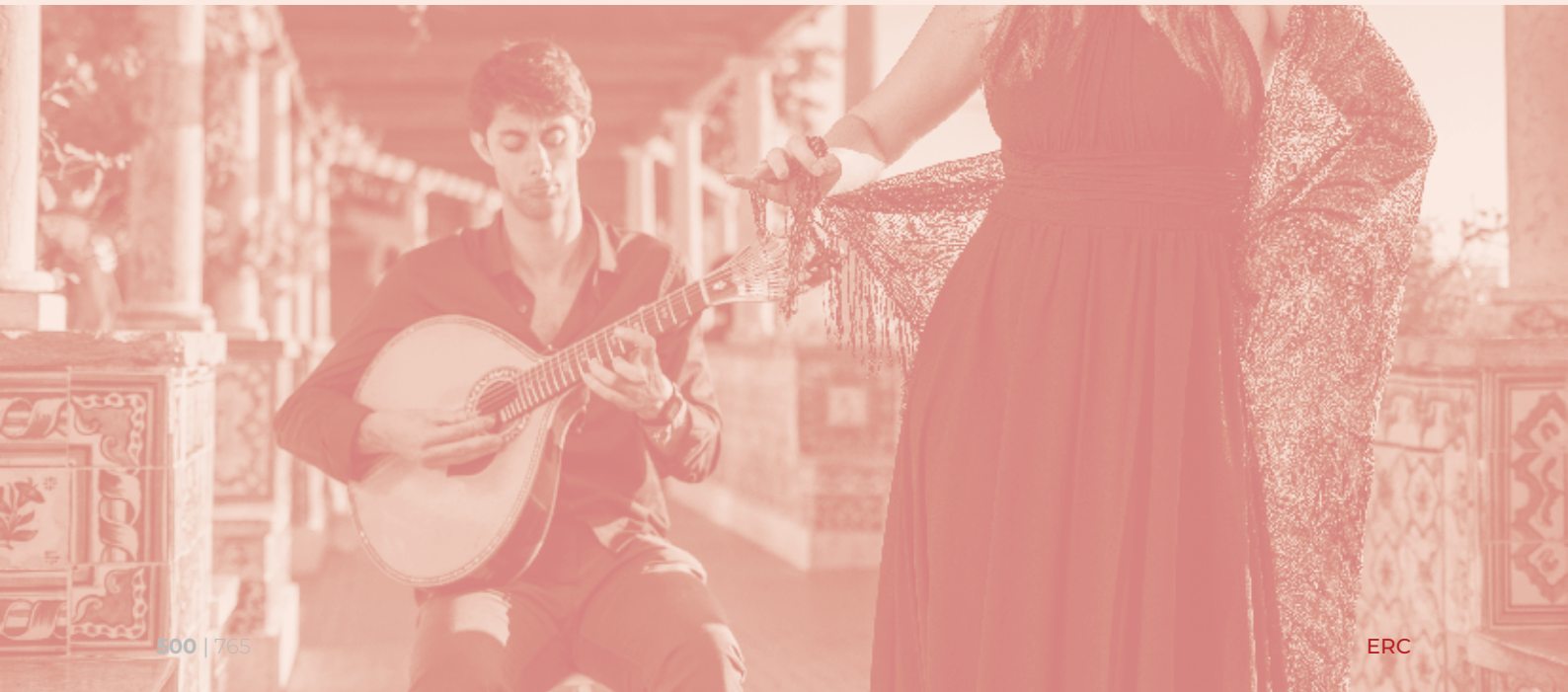
No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal muitas vezes superou 80 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, com cálculo de uma média anual de 89,3 %.

No que se refere à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, as percentagens mensais apuradas mostraram-se quase sempre superiores ao valor em referência, ultrapassando os 40 %.

A Antena 3, no domínio da música portuguesa, assinalou quotas 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 valores quase sempre superiores a 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas.

Da mesma forma, durante o ano de 2021, a Antena 3 registou valores muito significativos de música recente, com percentagens que superam 80 %, defendendo a grande importância atribuída à divulgação de novas obras de música portuguesa.



2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente relatório tem como objetivo a análise dos serviços de programas radiofónicos Antena 1 e Antena 3, da concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

A mesma análise não integra o serviço de programas Antena 2, considerando que é um serviço temático orientado para a música clássica, género este abrangido pelo regime de isenção de cumprimento de quotas de música.

A presente avaliação decorre das obrigações impostas pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), que estabelece que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do artigo 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

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 recentes, 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 % 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.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota de música portuguesa prevista no n.º 1 do art.º 41.º da Lei da Rádio, que se mantinha inalterada desde 2006, no seu valor mínimo, 25 %.

Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passa a ser obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.

A mesma portaria entrou em vigor, no dia 27 de fevereiro de 2021, produzindo efeitos pelo período de um ano.

Nos termos da Lei da Rádio, no que diz respeito à Antena 3, incumbe à ERC (Cf. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento da quota de 30 % de música portuguesa, de 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 7 e as 20 horas.

O presente relatório compara ainda apuramentos médios semestrais dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, respeitantes ao quinquénio 2017-2021.



3. METODOLOGIA

Os dados analisados resultam da validação feita pela ERC da informação rececionada no “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento de quotas de música portuguesa, implementado pela ERC.

O presente apuramento é efetuado mensalmente, por via dos dados submetidos na plataforma respetiva, 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, contempla as seguintes vertentes estatuídas na Lei da Rádio:

3.1 PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 1:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

3.2 TERCEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 3:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 30 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 30 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60% apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. ANTENA 1

4.1 CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da 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	Jan.	Fev.	Mar.	Abril	Maió	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	79,1	74,9	74,7	76,3	76,7	76,1	74,5	74,0	74,4	75,0	74,9	73,6
7 às 20h	72,6	71,6	71,1	74,5	75,9	73,7	71,8	74,1	74,1	73,6	72,7	71,7

A Figura 1 ilustra que a Antena 1 apresenta, em 2021, valores de difusão de música portuguesa relevantes, quer no período das 24 horas, quer no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, revelando percentagens quase sempre superiores a 70 % em todos os meses do ano, com máximos nos meses de janeiro, 79,1 %, e maio, 75,9, respetivamente, nos dois períodos horários em referência.

A Antena 1 mantém, assim, a habitual consistência nas percentagens apuradas de difusão de música portuguesa nos dois períodos horários contidos na lei, cumprindo e superando as exigências delineadas para o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público.

FIG.2 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2017-2021 (VALORES EM %)

Ano	24 Horas		Das 7H às 20H	
	Média 1º semestre	Média 2º semestre	Média 1º semestre	Média 2º semestre
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
2020	73,8	72,9	72,2	71,4
2021	76,3	74,4	73,2	73,0

A Figura 2 apresenta os valores semestrais por ano, quanto à difusão de música portuguesa, os quais demonstram que a Antena 1 manifesta um crescimento significativo em 2021.

No primeiro e segundo semestres do último biénio, verificam-se, em 2021, subidas de 2,5p.p e 1,5p.p, numa média observada de 76,3 % e 74,4 %, no período das 24 horas de emissão.

Da mesma forma, na faixa horária das 7 às 20 horas, assistiu-se a uma subida de 1,0p.p e 1,6p.p, atentas as médias observadas de 73,2 % e 73,0 %, respetivamente, nos dois semestres.

É possível verificar nos dois períodos da emissão, a grande prevalência da música portuguesa, que se traduz em valores bastante superiores à quota mínima definida na lei para o primeiro serviço do operador de serviço público.

4.2 EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

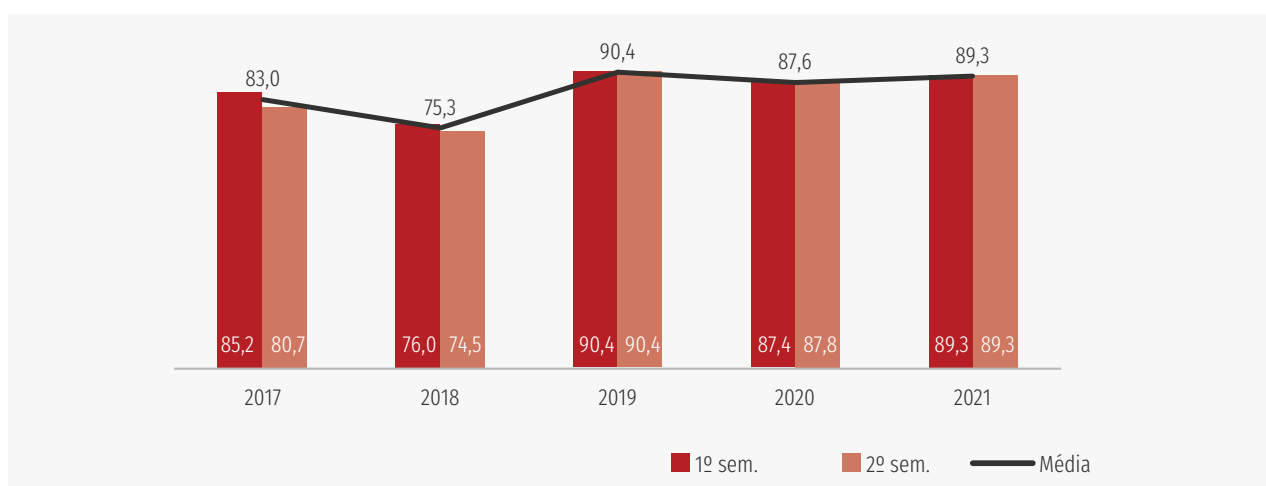
Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

FIG.3 - DIFUSÃO DE MÚSICA COMPOSTA POR CIDADÃOS DA UE (VALORES EM %)

Período horário	Jan.	Fev.	Mar.	Abril	Mai	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	88,4	87,5	87,9	89,0	89,6	88,3	88,4	87,1	88,9	90,2	90,0	90,9
7 às 20h	88,4	88,7	89,5	90,8	89,9	88,6	89,4	86,7	87,7	91,0	89,9	91,1

A Antena 1 apresenta, ao longo do ano, percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa substanciais, registando dezembro os valores mais altos, 90,9 %, nas 24 horas de emissão e 91,1 %, no período das 7 às 20 horas.

FIG. 4 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2017-2021 NO PERÍODO 7- 20H (VALORES EM %)



Em termos comparativos, atenta a análise do período homólogo do ano anterior, as médias anuais e semestrais apuradas, permitiram concluir, no primeiro semestre de 2021, uma subida de 1,9p.p. e da mesma forma no segundo semestre, mais 1,5p.p., apurada uma média anual de 89,3 % de difusão de música em língua portuguesa, superior assim à calculada em 2020.

4.3 EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRÁFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

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.	Abril.	Maió.	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
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
2020	47,8	52,6	51,2	46,4	40,3	39,6	41,2	39,2	41,5	44,6	41,5	41,1
2021	34,6	39,9	45,1	45,7	46,8	42,8	43,6	39,9	41,4	43,2	44,7	46,7

Durante 2021, a quota mínima de 35 % tem vindo a ser cumprida e superada, com maior expressividade no mês de maio, 46,8 %, o que reflete a contínua difusão de obras 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.º 1, da Lei da Rádio, da difusão da quota mínima de 50 %.

Sucedem-se, desta forma, os apuramentos da quota de música portuguesa, da subquota de 60 %, preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, e da quota de 35 % de música recente.

Caracteriza-se, neste ponto do relatório, a obrigação de difusão de 30 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão (Cf. artigo 41.º Lei da Rádio) e nos termos da Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro.

FIG.6 - DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA - QUOTA DE 30 % (VALORES EM %)

Período horário	Jan.	Fev.	Mar.	Abril.	Maió.	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	53,1	53,1	53,0	52,9	52,9	52,8	53,4	53,5	53,8	53,8	53,7	53,7
7 às 20h	53,5	53,5	53,4	53,3	53,3	53,2	53,8	53,9	54,2	54,3	54,2	54,2

Durante 2021, a Antena 3, quer no período das 24 horas de emissão, como no período diário de maior audiência, apresenta valores de difusão de música portuguesa superiores a 50 %.

Os exemplos mais notórios surgem nos meses de setembro e de outubro, com as percentagens mais altas, 53,8 % e 54,3 % em cada um dos períodos horários analisados.

FIG.7 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2017-2021 NO PERÍODO 7-20H (VALORES EM %)

Ano	24 Horas		Das 7H às 20H	
	Média 1º semestre	Média 2º semestre	Média 1º semestre	Média 2º semestre
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
2020	52,5	53,1	52,7	53,6
2021	53,0	53,7	53,4	54,1

No que respeita aos valores semestrais apurados no último quinquénio, podemos constatar que a Antena 3 tem vindo a observar médias mais elevadas. Comparando os números do último biênio, a Antena 3, no período das 24 horas de emissão, registou percentagens ligeiramente superiores, em 0,5p.p, no primeiro semestre, e 0,6p.p, no segundo, com a média observada de 53,0 % e 53,7 % respetivamente.

Assinala-se no horário de maior audiência, no primeiro semestre, uma subida de 0,7p.p, face ao período homólogo do ano anterior, e no segundo, uma subida de 0,5p.p., apuradas as médias semestrais de 53,4% e 54,1 %.

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).

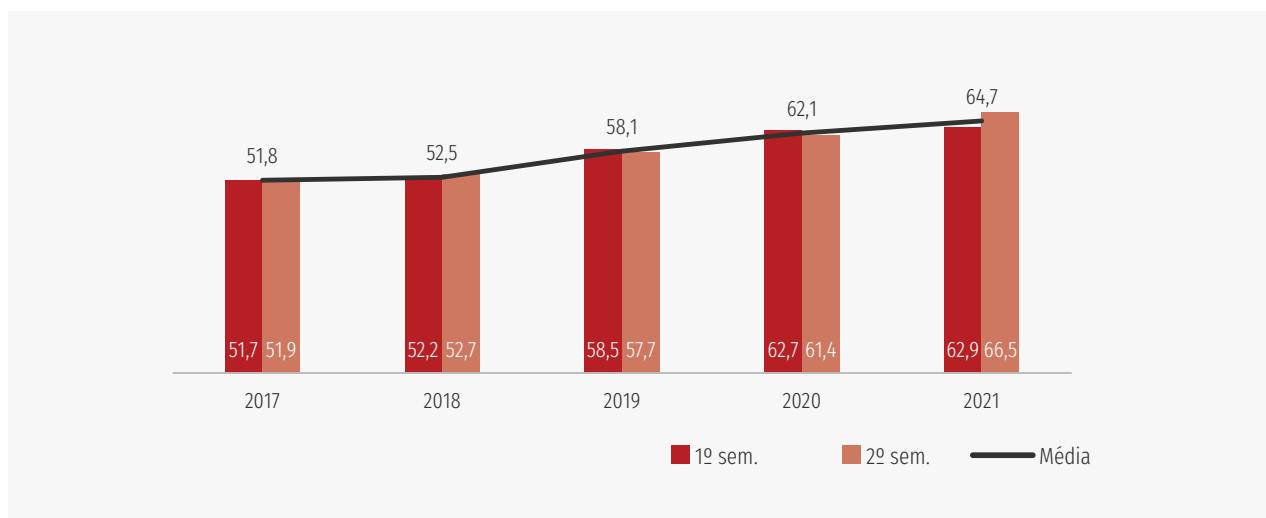
FIG.8 - DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA - SUBQUOTA DE 60 % (VALORES EM %)

Período horário	Jan.	Fev.	Mar.	Abril.	Maió.	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	64,8	62,0	59,7	61,1	64,1	66,8	69,2	66,8	65,8	63,5	67,9	68,1
7 às 20h	64,6	61,6	59,7	61,0	63,9	66,6	69,2	66,3	65,2	63,0	67,6	67,6

No que se refere à quota de música em língua portuguesa, durante 2021, a Antena 3 certificou e superou a quota de 60 % destas difusões musicais.

Conforme demonstra a Figura 8, o mês de julho expressa o valor mais significativo do ano, 69,2 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período de maior audiência, das 7 às 20 horas.

FIG.9 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2017-2021 NO PERÍODO 7-20 H (VALORES EM %)



No que respeita à evolução dos últimos cinco anos, feita a análise dos apuramentos semestrais e anuais de difusão de música em língua portuguesa da Antena 3, no último biénio, tanto no primeiro como no segundo semestres, os valores superaram a quota de 60 %, sendo que, em 2021, a média anual foi ainda superior à do ano anterior, 64,7 %.

Com efeito, a Antena 3 assegurou um crescimento significativo de difusão de música em língua portuguesa, demonstrando uma subida de 0,2p.p, no primeiro semestre, apurada a média de 62,9 %, e no segundo, numa subida de 5,1p.p, que se revela bastante expressiva, situando-se em 66,5 %, a mais elevada desde 2017.

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.	Maió.	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
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
2020	79,0	79,6	81,5	82,4	78,6	79,9	79,5	77,4	78,1	76,4	74,6	76,7
2021	77,1	76,5	75,0	74,7	75,4	76,9	79,1	76,6	74,5	71,1	71,1	72,8

A Figura 10 permite concluir que as percentagens de música recente foram sempre superiores a 70 %, sendo a mais alta registada no mês de julho, 79,1 %.

Esta é uma tendência evidente que se mantém de anos anteriores, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35 %.

Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de 30 % de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, demonstrando os apuramentos efetuados a grande relevância da música enquadrável na linha musical e editorial da Antena 3, direcionada a um público mais jovem e na promoção de novos talentos artísticos nacionais.

VOLUME II

Televisão



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

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo tem como principal objetivo verificar o cumprimento dos princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2021 pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabó) CMTV, e pela RTP3, serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

A análise da programação televisiva parte do entendimento de que a *diversidade* da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões de *pluralismo* – entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto conjunto de valores, opiniões e pontos de vista, de informações e de conteúdos, representando os múltiplos interesses sociais, políticos, culturais, económicos, etc.

A análise realizada estrutura-se a partir das obrigações gerais de programação fixadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP). No caso dos serviços de programas do operador público de televisão também se considera o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de 6 de março de 2015. No caso da SIC e da TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão¹. No caso da CMTV, a análise é também enquadrada pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial².

A identificação dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação é a principal forma de caracterizar a oferta de um operador televisivo, permitindo verificar a amplitude de tipos de programas que cada serviço de programas disponibiliza aos seus públicos. Ainda que a apreciação da *diversidade* da oferta televisiva não se esgote na análise de *géneros televisivos*, esta estratégia metodológica de caracterização continua a ser, no entendimento da ERC, a que melhor reflete as obrigações a que, em matéria de *diversidade* de programação, estão sujeitos os operadores em apreço.

A *diversidade* é aferida, primeiramente, pela identificação dos *macrogéneros* e *géneros* que, à luz da grelha adotada, melhor permitem caracterizar cada um dos programas transmitidos. É também identificada a função de programação predominante em cada programa, na medida em que a LTSAP também estabelece como princípio geral que os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, devem contribuir para a *informação*, *formação* e *entretenimento* dos públicos³.

Além da *diversidade* global das grelhas de emissão, que abrange o escrutínio dos conteúdos disponibilizados no *horário nobre* (20h00-22h59) de cada um dos serviços de programas generalistas, um olhar mais fino perpassa a programação *informativa*, *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento*, assim como aquela destinada à promoção da *diversidade* cultural e interesses de grupos minoritários no contexto nacional, de modo a perceberem como estes elementos específicos de programação são integrados nas grelhas de emissão de 2021.

A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores: a duração global (volume de horas de emissão) e a frequência de exibição (número de edições de programas) desses *géneros televisivos* ao longo do ano, privilegiando-se o primeiro, mas recorrendo ao segundo sempre que a avaliação incida numa norma quantificada.

Note-se que, enquanto serviço de programas generalista, a CMTV está igualmente sujeita a um compromisso com uma oferta televisiva verdadeiramente diversa e plural, razão que justifica a decisão de analisar a sua programação de forma mais sistemática.

No caso da CMTV, a análise tem-se deparado todos os anos com a dificuldade em distinguir as partes autónomas da grelha de programação, em conformidade com o conceito de *programa* desenvolvido 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»⁴ - elementos que, não raro, estão

¹ Para enquadrar as obrigações destes serviços de programas, são relevantes os seguintes documentos:

- **Deliberação 1-L/2006**, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e TVI);
- **Deliberação 2/LIC-TV/2007**, de 20 de dezembro (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo TVI);
- **Deliberação 1/LIC-TV/2012**, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da SIC, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação 2/LIC-TV/2012**, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da TVI, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2028/268**, de 19 de dezembro (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2028/269**, de 19 de dezembro (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional TVI - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2021/300 (LIC-TV)** referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador SIC (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido;
- **Deliberação ERC/2021/301 (LIC-TV)**, referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador TVI (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido;

² 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 Correo da Manhã TV).

³ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro), artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

⁴ LTSAP, artigo 42.º.

omissos no caso da emissão da CMTV. Esta dificuldade em identificar a unidade de análise *programa* com recurso à sua delimitação por elementos formais é 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, no relatório referente a 2021, mantém-se a avaliação de que não seriam suficientemente fiáveis os resultados produzidos com base numa grelha de programação com as características acima descritas, pelo que se optou por não apresentar o indicador “número de programas” relativamente à CMTV.

No total dos seis serviços de programas analisados foram contabilizadas:

- RTP1 - 7017h13m24s de emissão, correspondentes a 7219 programas;
- RTP2 - 8656h05m28s, correspondentes a 25 963 programas;
- SIC - 6386h42m47s de emissão, correspondentes a 6273 programas;
- TVI - 6413h37m33s, correspondentes a 6990 programas;
- CMTV - 7158h09m29s;
- RTP3 - 8301h50m12s, correspondentes a 13 100 programas.

Além dos dados apresentados no presente capítulo, em anexo são disponibilizadas tabelas com dados desagregados que complementam e permitem aprofundar algumas das leituras e análises.



2. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ÂMBITO NACIONAL

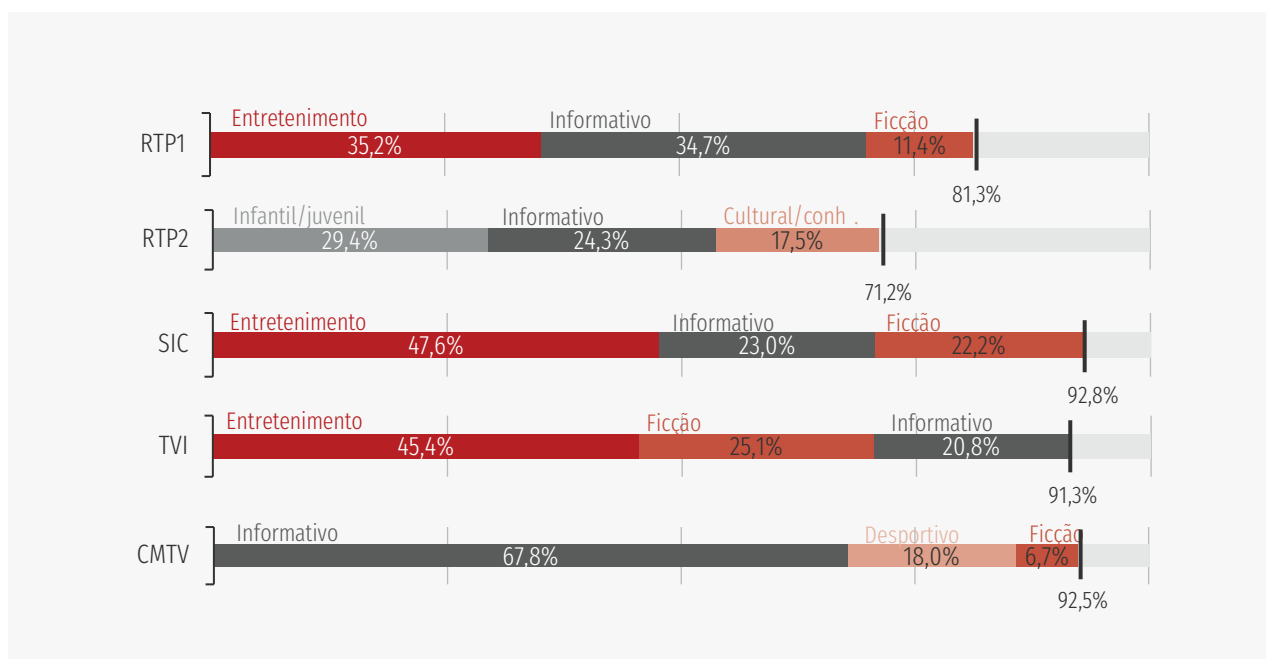
RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV⁵

- Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma **programação diversificada** e dirigida à **globalidade do público**;
- Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados: Contribuir para a **informação, formação e entretenimento** do público;
- Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional: Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma programação diversificada e plural.

DIVERSIDADE E (MACRO)GÉNEROS DOS PROGRAMAS EMITIDOS

No presente ponto do capítulo, pela análise da *diversidade* de géneros exibidos, pretende-se dar conta das especificidades de programação de cada um dos serviços de programas generalistas nacionais contemplados no relatório – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV –, de modo a obter uma visão geral da amplitude e do *pluralismo* das suas grelhas de emissão em 2021.

FIG. 1 - MACROGÉNEROS TELEVISIVOS, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)



⁵ LTSAP, artigo 8.º, n.º 2; artigo 9.º, n.º 1, alínea a) e artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

RTP1

- O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às **realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa**, conceder especial relevo: à informação; ao **entretenimento** de qualidade e de expressão originária portuguesa; à transmissão de caráter cultural; à **sensibilização dos telespectadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos**;
- Assegura a cobertura de manifestações que constituam **fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva**;
- Visa o grande público, pelo que deve incluir **programas de entretenimento**, dando especial relevo a **formatos diferenciadores** face os serviços comerciais existentes no mercado, cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, **respeito pela dignidade humana** e pelas minorias possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista;
- Espaços de **entretenimento** que promovam a **integração das gerações e grupos sociais**, favoreçam o **contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional** e entre eles e as **comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas** e a coesão nacional;
- Espaços de **entretenimento** com **preocupação formativa** que contribuam para a **promoção da cultura geral** e da **abertura ao conhecimento**.⁶

Em 2021, a RTP1 exibiu um total de 7219 programas, que perfizeram 7017h13m24s de emissão, distribuídos por 33 géneros da grelha utilizada na presente análise.

Em termos horários, os formatos de *entretenimento* (35,2 %) foram os mais representados na RTP1, seguidos de perto pelos conteúdos de *informação* (34,7 %), com uma diferença de apenas 36 horas de emissão ao ano. O terceiro macrogénero mais exibido corresponde, em volume horário, a programas de *ficção*.

Em matéria de *diversidade*, recai especificamente sobre a RTP1 a obrigação de apresentar conteúdos que atendam às diferentes realidades do território, que cubram manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional institucional, cívica, social, cultural e desportiva.

Em 2021, fazendo por cumprir o requisito da *diversidade*, a RTP1 manteve programas de *entretenimento*, classificados nesta análise como variedades, através dos quais percorreu o país de norte a sul, dando a conhecer a diversidade cultural do território nacional. O programa com mais tempo de emissão foi “Aqui Portugal”, a que se juntam os programas “Festa das Vindimas”, “Há Volta”, “Tenda às Costas”, entre outros.

No formato de concurso, o programa “7 Maravilhas da Nova Gastronomia” destina-se a promover a tradição gastronómica portuguesa. No formato *infotainment*, destaque para os programas “Mesa Portuguesa... Com Estrelas com Certeza” e “Jardins Históricos”. É ainda de assinalar o programa de *entretenimento* “Missão: 100% Português”, destinada a divulgar, de forma lúdica, produtos de fabrico nacional.

O programa “Portugal em Direto” manteve-se na programação da RTP1 no ano em análise, dedicando-se ao território nacional de uma perspetiva *informativa*. O programa contribui para cumprir o desígnio de coesão nacional da concessionária de serviço público de televisão, permitindo a visibilidade de protagonistas e temas que, tendencialmente, não são prioridade dos serviços noticiosos de horário nobre.

O requisito de uma programação de vocação familiar, com a componente de cultura geral exigida ao primeiro serviço de programas do operador público, é cumprido, entre outros, através de programas como o concurso “Joker”.

Em matéria de *ficção*, cumpre destacar o espaço da grelha “Cinema Português”, no qual foram exibidos 48 filmes de produção nacional, incluindo diversas estreias (destaque para “Variações”, estreado em horário nobre no dia 1 de janeiro de 2021).

⁶ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

RTP2

- Serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma programação de **forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil**;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público;
- Constituir como uma **alternativa à oferta da RTP1, bem como às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo **conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público;
- Conceder particular relevo na sua programação ao **princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico**;
- **Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com **abertura à participação das entidades correspondentes** na sua programação;
- Assegurar espaços de **informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da **atualidade nacional, regional e internacional**, nomeadamente **culturais**;
- Incluir **espaços educativos e de entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**.⁷

Em 2021, a RTP2 exibiu um total de 25 963 programas, que perfizeram um total de 8656h05m28s de emissão, repartidos por 31 *géneros* da grelha de análise da ERC.

São os programas *infantis/juvenis* (29,4 %) que mais se destacam, em tempo de emissão, na programação do segundo canal do operador público de televisão, seguidos pelos *informativos* (24,3 %) e os programas *culturais/conhecimento*, em terceiro lugar (17,5 %). Sobre estes três *macrogéneros*, a análise detalhada é apresentada mais adiante neste capítulo.

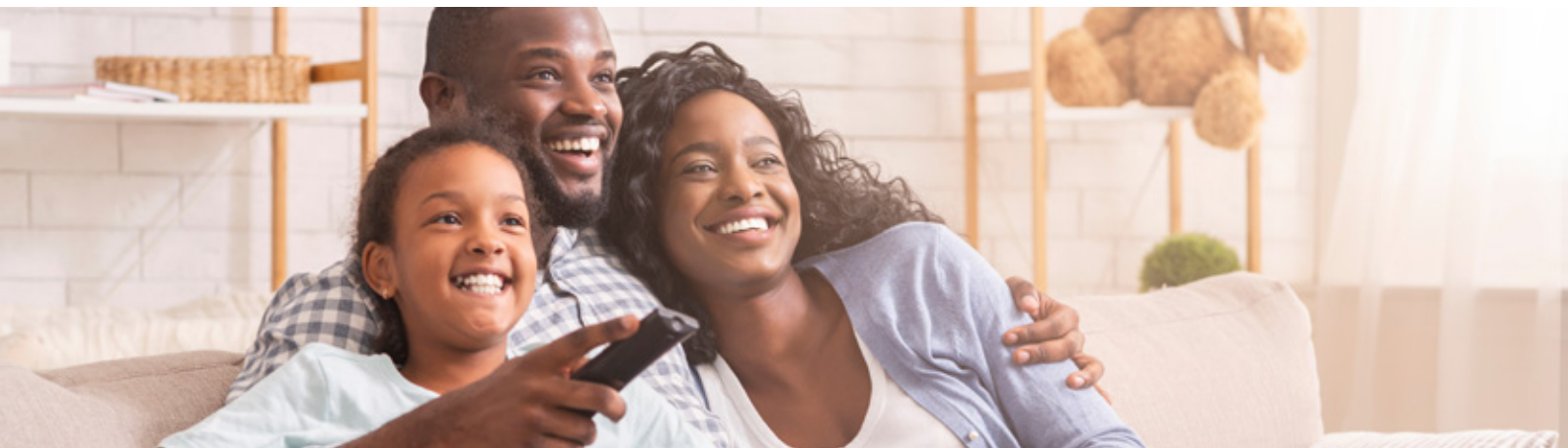
O quarto macrogénero mais expressivo, em volume horário, é o dos programas de *ficção*. É relevante destacar as *séries*, o género de *ficção* mais exibido (tanto em volume horário como em número de programas). A programação de *ficção* de qualidade e diversificada apresentada pela RTP2 contribui para corresponder às exigências de fomentar a inovação, a criatividade e a originalidade da oferta audiovisual, contribuindo ainda para que a RTP2 se constitua como alternativa à oferta do primeiro serviço de programas do operador de serviço público e do mercado. Assim, as *séries* com maior volume de horas exibidas em 2021 foram “Escola Noturna: Os Sonhos Nunca Dormem”, “O Regresso de Lucas”, “O Jovem Montalbano”, “Chegou a Felicidade”. Um aspeto menos positivo neste ano é a reduzida presença de *séries* de produção nacional.

Se à luz do princípio da complementaridade, é na RTP2 que o operador público mais investe quer na exibição de programas para os públicos infantis e juvenis quer nos programas culturais e de conhecimento, em contrapartida observa-se que o macrogénero dominante no primeiro serviço de programas – o *entretenimento* – tem apenas presença residual (1,5 %) no segundo serviço de programas.

Os programas desportivos exibidos na RTP2 contribuem para dar visibilidade a modalidades menos divulgadas, como andebol, basquetebol, ciclismo, ginástica, vela, automobilismo, atletismo, canoagem, motociclismo, artes marciais, incluindo a divulgação de modalidades paralímpicas. Em 2021, associada à realização dos Jogos Olímpicos de Tóquio, os programas de transmissão desportiva foram na RTP2 os de maior expressão neste macrogénero.

Dos programas de teor religioso, destaque para “A Fé dos Homens”, o espaço dedicado às diferentes religiões reconhecidas em Portugal e instituídas através de Igreja própria.

⁷ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).



SIC

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **gêneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias**;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público (...)**, tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**.⁸

Em 2021, a SIC exibiu um total de 6273 programas, entre os quais, tal como 2020, foram identificados 23 géneros televisivos diferentes. No final do ano, esses programas perfizeram um total de 6386h42m47s de emissão.

À semelhança do que se tem vindo a observar na análise de grelhas de emissão de anos anteriores, verifica-se que a esmagadora maioria do tempo de programação da SIC – 92,8 % – se cingiu à exibição de programas que a ERC classifica em três categorias de *macrogéneros*: *entretenimento*, *informativo* e *ficção*. Ainda assim, é de notar que a maior fatia de tempo é ocupada pelo *entretenimento*, 47,6 %, sendo que à *informação* e à *ficção* é dedicada uma percentagem de tempo de emissão quase idêntica, respetivamente, 23 % e 22,2 %.

Ao analisar a *diversidade* de programação do canal tendo por base o nível mais específico de classificação dos programas (isto é, os *géneros*), considerando o tempo que lhes foi dedicado no global do ano, repete-se a prevalência de três *géneros* de programas: os *talk shows*, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas* e que, no seu conjunto, representaram 66 % do tempo global da programação da SIC em 2021. De notar que, ainda assim, há um destaque dos programas de *talk show*, que dominaram 30,3 % do tempo global, seguidos dos *serviços noticiosos*, com 22,7 % do tempo global, sendo que os episódios das 11 *telenovelas* exibidas nesse ano ocuparam 13 % desse tempo.

Para o acentuar do tempo dedicado pela SIC ao *entretenimento*, quer em termos de tempo de emissão, quer em número de programas, contribuiu a estreia dos *talk shows* “Estamos em casa”, “Alô Marco Paulo” e “Retorno ao futuro”, a acrescentar aos que se mantiveram em exibição: “Casa Feliz”, “Júlia”, “Alô Portugal” e “Linha Aberta”. De notar que, entre estes *talk shows* que se mantiveram na grelha do serviço de programas, “Casa Feliz” concentrou quase 9 % do tempo global de emissão, sendo que “Júlia” ficou ligeiramente acima dos 6 % desse tempo e “Alô Portugal” próximo dos 5 %.

Já no que diz respeito aos *serviços noticiosos*, programas que continuaram a justificar o destaque assumido pelos conteúdos *informativos* no tempo de programação global –, pode referir-se que a “Edição da Manhã”, ainda que sem exibição aos fins de semana, continuou a ser o noticiário com maior número de horas de emissão (501h48m35s), embora próximo dos resultados alcançados pelo “Jornal da Noite” (499h57m33s). O “Primeiro Jornal” manteve-se como o serviço noticioso que ocupou menos tempo na grelha da SIC, sendo que ainda assim chegou às 449h18m39s.

Os restantes 20 *géneros* identificados equivalem a 34 % do tempo global da programação desse ano.

⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

TVI

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **gêneros diversificados** de programas dirigidos a **vários públicos em diferentes faixas horárias**;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** (...), tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**;
- Transmitir, **semanalmente**, a **missa dominical**.⁹

Em 2021, a TVI exibiu um total de 6990 programas, correspondendo a um universo de 6413h37m33s de emissão, que se distribuem por 25 *gêneros televisivos*, ainda que alguns desses estejam muito pouco representados.

Ao analisar a *diversidade* de programas da grelha de programas da TVI em 2021, verifica-se que 45,4 % do tempo de programação foi dedicado ao *entretenimento*, o *macrogênero* que se destaca. Os programas de *ficção* e *informativos* foram os segundos e terceiros *macrogêneros* a que foi reservado maior percentagem do tempo de programação, respetivamente 25,1 % e 20,8 %. O mesmo é dizer 91,3 % do tempo de programação do ano foi ocupado por esses três *macrogêneros*, ou seja, os restantes quatro apresentaram uma representação manifestamente diminuta.

Na desagregação por *gêneros*, observa-se uma divisão tripartida; em termos de tempo de programação, os três *gêneros* mais destacados apresentam uma representação muito equivalente: *talk show* com cerca de 20,8 % das horas anuais de programação, seguido dos *serviços noticiosos* com 19,3 % e das *telenovelas* com 17,6 %. Os *reality shows* surgem como quarto gênero, com 10 % do tempo de programação (embora este valor não traduza a sua expressão real na grelha, pela presença de conteúdos relacionados com *reality shows* em programas classificados noutros *gêneros*).

Se considerarmos o número de episódios exibidos, esses *gêneros* mantêm-se como os mais representados, embora não pela mesma ordem. Com efeito, em primeiro lugar destacam-se as *telenovelas* (que representaram 22,3 % do total de programas transmitidos), seguidas dos *serviços noticiosos* (15,6 %) e dos *talk shows* (11,5 %). Os *reality shows* mantêm a quarta posição, ao representar 8,9% dos programas.

CMTV

- As linhas gerais da programação assentam na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento.¹⁰

A CMTV exibiu, em 2021, 7158h09m29s de programação, repartidas por seis *macrogêneros* e 18 *gêneros* distintos.

Na distribuição do tempo de programação por *macrogêneros*, mais de dois terços do tempo de programação da CMTV correspondem a conteúdos *informativos* (67,9 %); seguem-se os programas *desportivos* (18,0 %) e *ficção* (9,9 %). A soma destes três *macrogêneros* representa mais de nove em cada dez horas de programação. O quarto gênero mais expressivo, em total de horas, é o dos programas de *entretenimento* (6,2 %). Com expressão residual, assinalem-se os programas de *cultura/conhecimento* (1,3 %) e os *institucionais/religiosos* (0,3 %).

O *serviço noticioso* é o gênero com maior expressão horária, correspondendo a mais de metade das horas anuais de programação (57,1 %) e com valores claramente destacados dos restantes *gêneros*. Surgem em segundo lugar os programas de *comentário desportivo* (14,7 %), seguidos por *filmes/telefimes* (6,6 %), *comentário* (5,4 %) e *talk show* (4,9 %). A soma destes *gêneros* corresponde a quase nove em cada dez horas de emissão, sendo reservada aos restantes *gêneros* uma expressão residual na programação da CMTV.

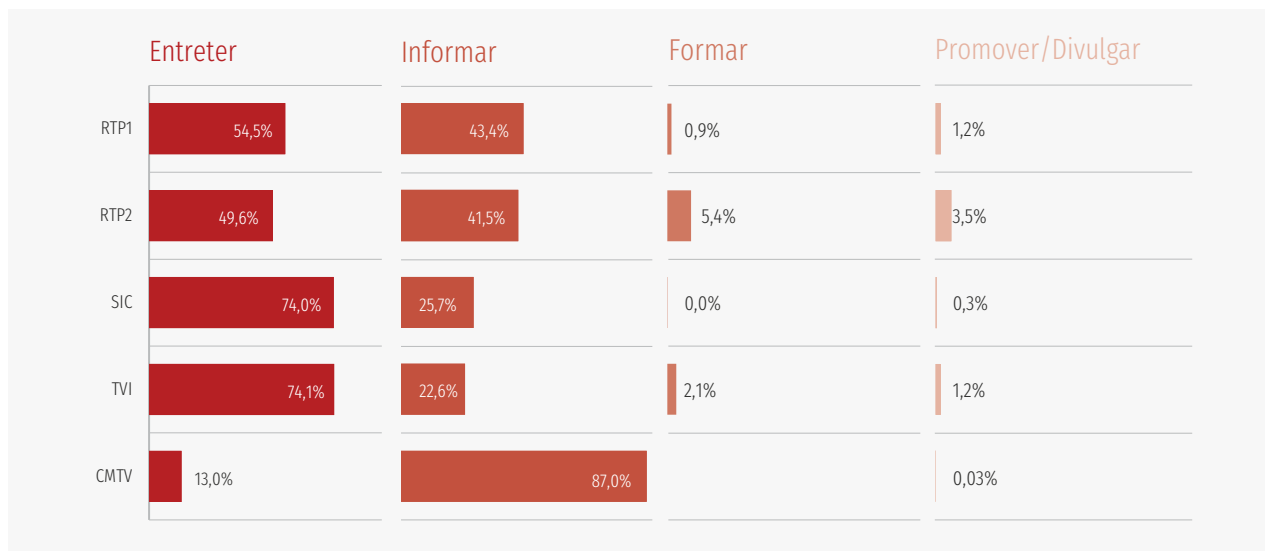
⁹ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

¹⁰ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

DIVERSIDADE E FUNÇÕES DOS PROGRAMAS EMITIDOS

No presente ponto do capítulo, a análise da *diversidade* da programação em cada serviço de programas generalistas nacionais, em 2021, foca-se nas funções predominantes associadas aos *géneros* exibidos.

FIG. 2 - FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA (DURAÇÃO), POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)



N = 7017H13M24S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP1); 8656H05M28S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP2); 6386H42M47S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA SIC); 6413H37M33S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA TVI); 7158H09M29S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA CMTV).

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- Informação, formação e *entretenimento* do público;¹¹

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.¹²

RTP1

Em 2021, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas (54,5 %). Nesta *função* que, em volume horário, soma 3817h18m13s de emissão, o género que mais sobressai (correspondente a mais de um quarto da duração total desta *função*) é o *talk show*, com destaque para os programas “Praça da Alegria” e “A Nossa Tarde”, emitidos de 2ª a 6ª feira, respetivamente nos períodos da manhã e da tarde. Em segundo lugar, surgem os programas de *concurso/jogo*, destacando-se aí “O Preço Certo” e “Joker”. Segue-se o género de variedades, sobretudo com o programa “Aqui Portugal”, emitido nas tardes de sábado. Um pouco abaixo, os *filmes/telefilmes* representam um décimo das horas de programação associadas a esta *função*. Os programas de *transmissão desportiva* tiveram, em 2021, espaço de antena alargado, com oito em cada dez das horas de programas vocacionados para *entreter*, reforçado pela realização dos Jogos Olímpicos de Tóquio. Os restantes *géneros* com uma presença expressiva no conjunto de programas destinados a *entreter* são *séries* e *telenovelas*; somados, representam nove em cada dez das horas de programação correspondentes à *função entreter*.

¹¹ Obrigação decorrente da LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

¹² Obrigação decorrente do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

Quanto à *função informar*, com 3042h48m01s anuais (43,4 %), o género com maior extensão horária (mais de quatro em cada dez horas) é o dos *magazines informativos*, sobretudo devido ao programa diário “Bom Dia Portugal”. Seguem-se os *serviços noticiosos*, responsáveis por mais de um quarto da duração total dos programas com essa função, com destaque para o “Jornal da Tarde” e o “Telejornal”. Os dois *géneros* perfazem perto de três quartos do tempo de programação com esta *função*.

Na função *formar*, com 65h17m00s de emissão total (0,9 %), destacam-se os programas do género *educativo infantil/juvenil* (correspondendo a mais de oito em cada dez horas de programação com esta função) emitidos no espaço-contentor “Zig Zag”; o restante tempo de programação corresponde a programas de *cultura e conhecimento*, nos *géneros humanidades, ciência e educativo*.

A função *promover/divulgar*, que somou 81h50m10s, corresponde maioritariamente a programas *religiosos* (que representam oito em cada dez horas da programação associada a esta função), sobretudo devido à transmissão da “Eucaristia Dominical”. Os programas *institucionais* foram sobretudo representados pelos espaços de direito de antena (reforçados em 2021 pela ocorrência de eleições Presidenciais).

RTP2

Em 2021, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas (49,6 %). Nesta função que, em volume horário, soma 4289h21m32s de emissão, a maior parcela corresponde a desenhos animados e a segunda, a grande distância, a *séries de ficção*.

Das 3594h28m42s anuais de programas com a função principal de *informar* (41,5 %), a maior parcela corresponde a *serviços noticiosos*, uma expressão para a qual contribui com grande preponderância o programa “Euronews”. Em segundo lugar estão os *documentários* e em terceiro os *magazines informativos*.

A função *formar* é a terceira mais expressiva em tempo de programas (5,4 %), a grande distância das duas primeiras, com 470h49m48s. A maior parcela de tempo de emissão de programas com função formativa corresponde a *educativos infantis/juvenis*, confirmando-se também na leitura deste indicador a relevância da programação para os públicos mais novos na oferta deste serviço de programas (analisada em detalhe mais adiante no presente capítulo).

Por fim, têm lugar os programas cuja missão é *promover/divulgar* conteúdos associados às entidades que os desenvolvem. Com 301h25m26s, esta é a função com expressão mais reduzida na programação da RTP2. Os conteúdos *religiosos* são os que mais concorrem para o cumprimento da função, designadamente o programa “Fé dos Homens”.

A RTP2 é, dos serviços de programas analisados, aquele que mais tempo dedica a programas com as funções predominantes de *formar* e *promover/divulgar*.

SIC

A predominância da função *entreter* (presente em 74 % do tempo de programação global do ano, isto é, 4726h32m35s) associada aos programas exibidos pela SIC, em 2021, resultou maioritariamente do destaque dados aos *talk shows*, que, conforme já observado, foram o género de programas que acumulou maior volume de horas e edições. Embora com uma representação mais modesta, também contribuem para a carga horária dos programas com a função de *entreter* as *telenovelas* exibidas.

A *função informar* foi a segunda mais presente na programação de 2021, tendo sido a dominante em 25,7 % do tempo global do ano, percentagem correspondente a 1640h49m10s. Identificaram-se programas de sete *géneros* distintos em que essa foi a *função dominante*. No entanto, em termos de diversidade, continua a sobressair que o destaque dado

a essa função sobretudo aos três *serviços noticiosos* exibidos na SIC (“Edição da Manhã”, “Jornal da Noite” e “Primeiro Jornal”). No seu conjunto, representaram 92,8 % do tempo global destinado a essa *função*. Adiante neste capítulo, a representação desses três noticiários na grelha da SIC estará novamente em evidência, mas nesse caso para analisar a *diversidade* de *gêneros informativos* identificados na programação de 2021.

Os programas a que se reconhece a função predominante de *formar* mantiveram a sua presença residual na grelha.

A função *promover/divulgar* também teve uma tímida representação na grelha de 2021, ocupando apenas 0,3 % das horas de programação transmitida, correspondentes a 16h35m49s. Considerou-se que foi associada à promoção/divulgação de causas, diretamente associadas a instituições e ou marcas (como exemplo refiram-se os estreantes “É bom Fazer o Bem” e “Sementes do Futuro”), bem como aos tempos de antena dos candidatos à eleição para a Presidência da República.

TVI

Cerca de 74 % das horas de programação difundidas pela TVI em 2021, isto é, 4753h52m24s, estão associadas a programas cuja função dominante é *entretener*. À programação que privilegia a *função informar* foram dedicadas 22,6 % das horas de programação anual (correspondentes a 1450h32m35s). Ou seja, programas com as funções de *formar* e *promover/divulgar* tiveram uma presença diminuta, respetivamente 2,1 % e 1,2 %.

Fazendo a análise da diversidade de gêneros em que é dado predomínio à função *entretener*, identificam-se 14 *gêneros* distintos, sendo de notar desde logo que nem todos contribuem em igual proporção para a hegemonia dessa função. Quer a análise seja feita tendo por base o volume de horas, quer o número de edições/episódios de programas transmitidos ao longo do ano, conclui-se que os *talk shows* e as *telenovelas* são os dois *gêneros* que justificam a prevalência dessa função. Com efeito, juntos perfazem quase 52 % da duração total dos programas que privilegiam a *função entretener*, e representam aproximadamente 51 % desses 4651 programas.

Os *reality shows* e os programas de *infotainment* surgem como os *gêneros* seguintes que mais contribuem para o volume horário da programação dedicada a *entretener*, justificando respetivamente 13,5 % e 7,6 % desse tempo.

A *função informar* é assegurada por programas classificados em nove *gêneros*, embora os *serviços noticiosos* justifiquem quase 88 % das horas de emissão associada a esta *função*. Ou seja, também neste caso, a diversidade de gêneros que asseguram esta *função* da programação é apenas aparente.

Já no caso da função *formar*, aquela que torna a apresentar a presença mais tímida na programação da TVI, são dois os programas que concorrem para essa presença: “Minuto Seguro” (classificado no gênero *educativo*) e “Curious George” (classificado no gênero *educativo infantil/juvenil*), que voltou a ser transmitido depois de ter estado em exibição durante largos anos na grelha, até abril de 2018.

Quanto à *função promover/divulgar*, observa-se que são as transmissões de celebrações religiosas que concentram cerca de 96 % do tempo dedicado à programação que privilegia essa função, tendo o restante sido ocupado pelo tempo de antena dos candidatos às eleições para a Presidência da República.

CMTV

Em 2021, com um total de 7158h09m29s, a função predominante *informar* observa um rácio próximo de nove em cada dez horas de programação da CMTV – esta função está associada não só a programas do *macrogênero informativo*, mas também a outros, designadamente os programas de *desportivos* (designadamente, de *comentário*).

A segunda função com presença na programação é *entreter* (13,0 %, ou seja, 928h33m37s), concretizada sobretudo através de *filmes/telefimes* (exibidos nos espaços “Cinema” e “Cinema Erótico”) e programas de *talk show* (“Manhã CM” e “Tarde CM”).

A elevada concentração da programação oferecida pelo serviço de programas reflete-se na presença residual de programas associados à função *promover/divulgar* e na ausência de programas em que *formar* surja como a função predominante.

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE HORÁRIO NOBRE (20H00-23H00)

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV¹³

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**;

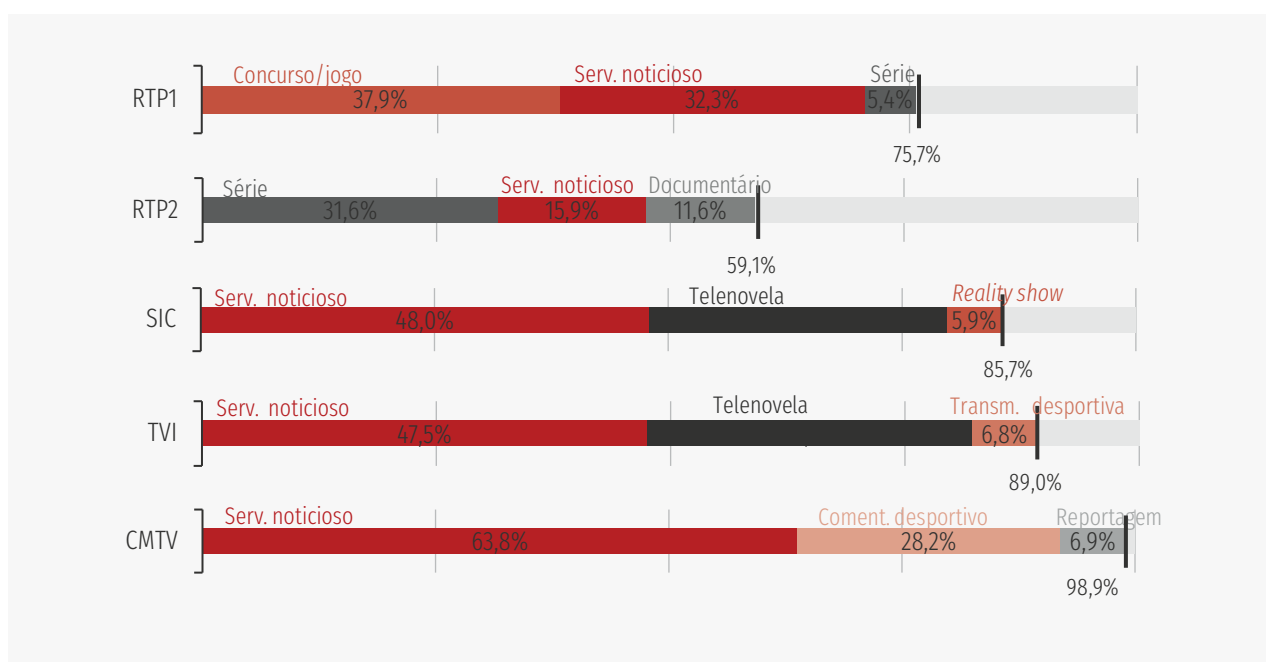
SIC e TVI¹⁴

- **Diversificar os géneros** da programação emitida no chamado ‘**horário-nobre**’ (20h00-23h00).

O intervalo compreendido entre as 20h00 e as 22h59, que compreende o denominado horário nobre, equivale a uma das faixas horárias em que tradicionalmente se registam maior variedade e amplitude de públicos.

Considera-se, por isso, um dos horários de maior audiência a que a Lei da Televisão impõe a difusão de uma programação diversificada e plural o que, no caso dos operadores privados, é reforçado nas licenças para o exercício da atividade televisiva. É da diversidade de programação exibida neste horário, traduzida em *géneros televisivos*, que se ocupa a análise seguinte.

FIG. 3 - TRÊS GÉNEROS TELEVISIVOS COM MAIOR VOLUME DE HORAS DE EXIBIÇÃO EM HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)



N = 1022H42M12S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA RTP1); 1043H51M19S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA RTP2); 1023H24M04 (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA SIC); 961H55M07S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA TVI); 846H31M39S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA CMTV).

¹³ Obrigação decorrente da LTSAP, artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

¹⁴ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

RTP1

Na RTP1, a programação nesta faixa horária distribui-se por 21 *gêneros*.

No ano em análise, os programas de *concurso/jogo* foram gênero com maior tempo total de emissão no *horário nobre* da RTP1 (37,9 %), sobretudo devido o programa “Joker”, ultrapassando o *serviço noticioso* (32,3 %), correspondente à exibição do “Telejornal”. A grande distância, o terceiro gênero com maior expressão em *horário nobre* são as *séries de ficção* (5,4 %). Juntos perfazem 75,7 % do volume total de programação emitida neste horário. Os outros 18 *gêneros* são responsáveis pelo tempo restante, o que indica uma certa concentração, em prejuízo do princípio da *diversidade* nesta faixa horária.

Na análise da função principal associada aos conteúdos exibidos em *horário nobre* na RTP1, as funções *informar* e *entretener* correspondem à quase totalidade do tempo de emissão, correspondentes aos gêneros acima identificados. Observa-se a presença de uma terceira função, *promover/divulgar*, porém com expressão marginal.

RTP2

Neste período horário, os programas emitidos pela RTP2 foram repartidos por 26 *gêneros* – uma *diversidade* superior a qualquer outro dos serviços de programas compreendidos nesta análise.

Os *gêneros* que mais se destacam – juntos perfazendo perto de seis em cada dez horas de programação neste período horário – são *séries* (31,6 %), *serviços noticiosos* (15,9 %) e programas de *documentário* (11,6 %).

Com expressão relevante surgem ainda os programas de *humanidades* e de *desenho animado*; os restantes *gêneros* têm neste período horário uma representação diminuta, ou mesmo residual.

Na programação da RTP2 são observadas as quatro *funções* durante o *horário nobre*, com destaque para *entretener* (51,6 %) e *informar* (44,5 %). Para a função *entretener* concorrem sobretudo as *séries* e *desenhos animados* exibidos neste horário; para a função *informar* contribuem não só os *serviços noticiosos* como os programas de *documentário*.

SIC

Em *horário nobre*, verifica-se que a programação exibida pela SIC em 2021 se traduziu numa *diversidade* de 10 *gêneros televisivos* distintos, embora nem todos com a mesma representação.

Com efeito, apesar dessa aparente *diversidade* de *gêneros* nesta faixa horária, é de notar que, sozinho, o *serviço noticioso* “Jornal da Noite”, tal como em anos anteriores, continuou a ocupar o maior volume de horas de programação nela emitidos (48,4 % do tempo dos programas de *horário nobre*). A *telenovela* também se manteve como segundo gênero mais destacado em volume de horas (32 %) exibidas nesse período horário. De referir, que a programação de *horário nobre* deste serviço de programas durante os dias úteis foi ocupada esmagadoramente por esses dois *gêneros*.

Como indicador de concentração, verifica-se que o tempo global de exibição dos três gêneros com maior expressão em *horário nobre* ultrapassou oito em cada dez horas de programação neste período.

Com efeito, os *reality shows* foram o terceiro gênero mais representado no *horário nobre* da SIC (5,8 %), ainda que com valores muito próximos dos *gêneros* imediatamente abaixo: *concursos/jogos* e programas de *humor* (ambos com uma representação de 4,7%), cuja maior expressão horária se observa nos fins de semana. Os restantes *gêneros* identificados neste período horário tiveram uma expressão ainda mais diminuta, alguns completamente residual.

Considerando os géneros predominantes em *horário nobre* é fácil antever que as *informar* e *entreter* tenham sido as duas funções destacadas na programação dessa faixa horária, com respetivamente 48,8 % e 51 % do tempo total. O *serviço noticioso* “Jornal da Noite” foi o programa que justificou essa expressão da *função informar*. No caso da *função entreter*, a sua prevalência ficou a dever-se em grande parte à exibição, em estreia, das *telenovelas* “Amor, Amor” e “A Serra” (em conjunto, as duas telenovelas ocuparam cerca de 30 % do tempo de programação exibida em *horário nobre*).

Constata-se ainda a ausência nessa faixa horária de programas que tenham privilegiado a *função formar*, sendo que a programação em que se destacou a *função de promover/divulgar* obteve uma expressão residual.

TVI

Em 2021, a grelha de *horário nobre* da TVI contou com a presença de programas classificados em doze *géneros*. No entanto, à semelhança do que acontece com a generalidade da programação deste serviço de programas, também nesta faixa horária essa é uma *diversidade* apenas aparente.

Na realidade, a programação de *horário nobre* volta a ser dominada pela transmissão do *serviço noticioso* “Jornal das 8” e de *telenovelas* (das cinco exibidas em 2021, “Bem me Quer”, seguida de “Festa é Festa”, concentram o maior número de horas). Juntos, esses dois *géneros* representam 82,1 % do tempo dedicados aos programas exibidos nesta faixa horária, e 89 % do total das 916 edições/episódios desses programas.

De referir que as *transmissões desportivas* são o terceiro género de programas a ocupar mais horas do *horário nobre* (6,8 %), o que se deveu maioritariamente aos jogos de futebol da Taça de Portugal Placard e da Liga dos Campeões.

Somados, os três *géneros* com maior presença na grelha representam nove em cada dez horas da programação transmitida em *horário nobre*. Logo abaixo, com uma expressão horária muito próxima, surgem os *reality shows* (6,5 %). Os restantes oito *géneros* de programas identificados nesta faixa horária tiveram uma representação diminuta ou até mesmo residual. No caso do género *concurso/jogo* essa presença chegou aos 3,6 %, cada um dos sete restantes ocuparam próximo de 1% ou abaixo de 0,5 %.

Nesta faixa horária, os programas exibidos pela TVI em 2021 privilegiaram sobretudo duas *funções* da programação: *entreter* (51,9 %) e *informar* (48,1 %), a primeira justificada sobretudo pelo volume de horas ocupado pelas *telenovelas*, a segunda pelo *serviço noticioso* “Jornal das 8”.

CMTV

Neste horário, a CMTV exibiu uma programação repartida por sete *géneros*; contudo, os três *géneros* mais exibidos concentram praticamente a totalidade das horas de emissão neste horário (98,9 %), com os restantes quatro a apresentar uma expressão residual.

Com efeito, neste período horário, 63,8 % da programação da CMTV corresponde aos *géneros serviço noticioso* (sobretudo com a emissão do “CM Jornal 20h”), que apresentam clara saliência relativamente aos restantes. O segundo género mais exibido é o *comentário desportivo*, com 28,2% do tempo total de programação neste horário (sobretudo ocupado pelos programas “Golos” e “Liga d’Ouro”). O gráfico contempla ainda o terceiro género mais exibido, *reportagem*, que representa 6,9 % (com a exibição do programa “Investigação CM”).

Em 2021, estes três *géneros* perfaziam nove em cada dez horas de programação, traduzindo uma concentração da oferta de *horário nobre*, com consequente prejuízo da diversidade já assinalado em anos anteriores e que em 2021 se acentuou ainda mais.

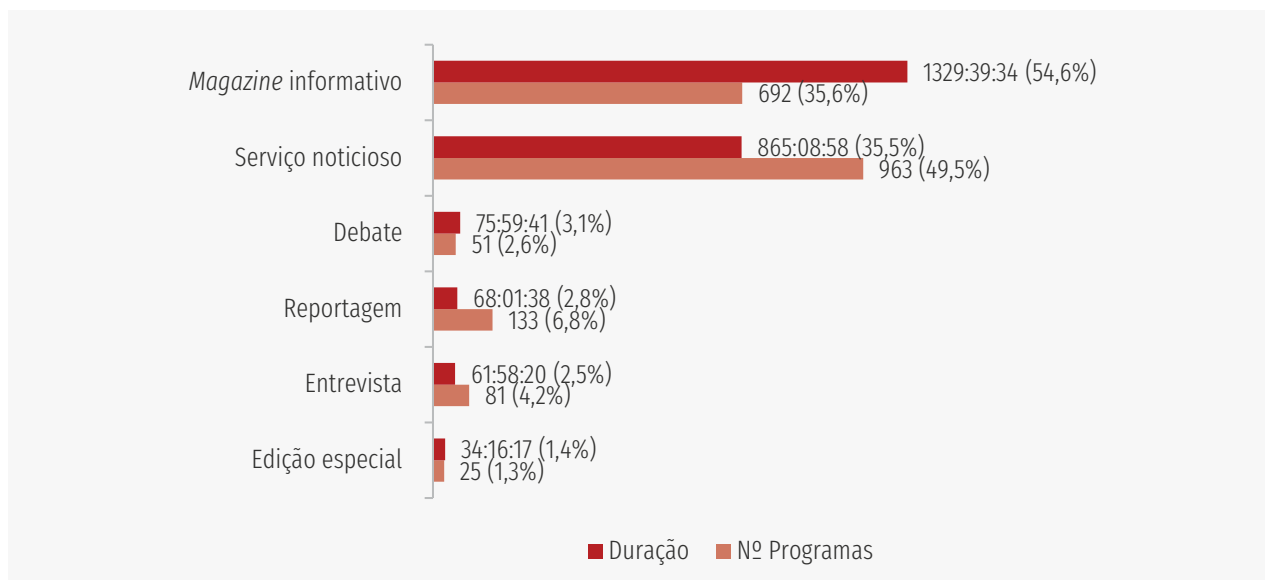
Neste bloco horário, praticamente a totalidade dos programas emitidos tem como *função* predominante *informar* (99,9 % do tempo de programação).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

RTP1

- Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua **cobertura informativa adequada**;
- Conceder especial relevo à informação, designadamente através da difusão de **noticiários, debates, entrevistas, reportagens**;
- **Espaços regulares diários** em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
- **Espaços regulares de debate**, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
- **Espaços regulares de entrevista** a personalidades que se destaquem na sua atividade profissional ou cívica;
- **Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional**, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e das forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
- **Espaços regulares de reportagem**;
- **Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais** relevantes;
- **Com frequência mínima: Três vezes por dia** para os **noticiários**; **Semanal**, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista; **Quinzenal**, para os programas de grande reportagem.¹⁵

FIG. 4 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP1 (2021)



N=2435H04M28S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N=1945 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Os conteúdos *informativos* representaram, como se referiu acima, 34,7 % do volume total da programação exibida pela RTP1 – tendo sido o segundo *macrogénero* mais exibido pelo primeiro serviço de programas do operador público.

O CCSPRT estabelece uma frequência mínima de três edições diárias de *noticiários*. Com 963 edições de *serviços noticiosos*, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,6 por dia). Considera-se adequado incluir na noção de *noticiário* os

¹⁵ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

magazines informativos diários sobre temas da atualidade, o que leva a que o rácio de “espaços noticiosos” ultrapasse largamente os valores impostos.

Assim, foram exibidos *magazines informativos* diários como “Bom Dia Portugal” e “Portugal em Direto”, assim como os *serviços noticiosos* “Jornal da Tarde”, “Telejornal” e “Manchetes 3”, que asseguram as exigências de emissão de «espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais».

É exigida frequência semanal de emissão de programas de *debate* e *entrevista*. Com 51 edições de debates e 81 entrevistas emitidas em 2021, verifica-se que a RTP1 assegura o estipulado. Nos debates, o programa “É ou Não É?” contribui para assegurar a obrigação de emissão semanal de espaços regulares de *debate*, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa. Para além deste, há a destacar o programa “Fronteiras XXI”, ainda que com presença mais esporádica na grelha. Semanalmente, os programas “Grande Entrevista” e “Primeira Pessoa” também asseguram o estipulado. A estes, soma-se a emissão pontual de outras entrevistas.

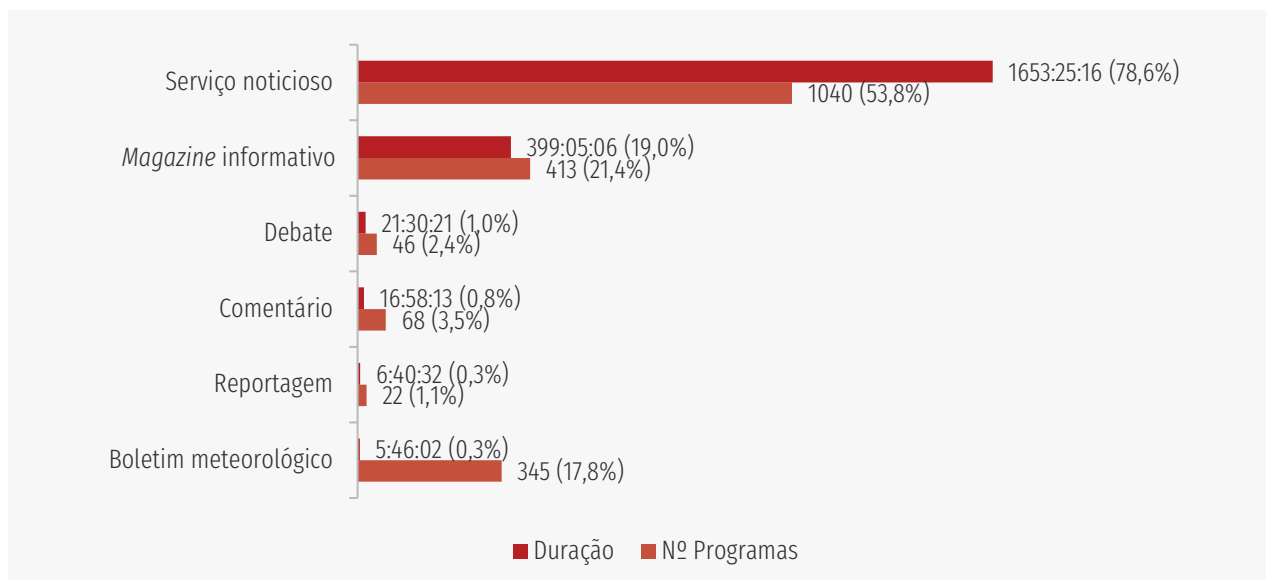
Relativamente à exigência de transmissão de espaços semanais de *informação* dedicados especificamente às instituições políticas e à promoção da cidadania, há a destacar a emissão de 49 edições do *magazine informativo* “Europa Minha”, num total de 15h16m, a que acrescem 11 edições do “Aqui Europa”, dedicado a acompanhar a atualidade associada à Presidência Portuguesa da União Europeia, e o início do ciclo de entrevistas com líderes partidários, no âmbito das Eleições Legislativas que tiveram lugar em 30 de janeiro de 2022.

A RTP1 deve exibir, quinzenalmente, espaços regulares de grande reportagem, requisito concretizado com as 133 edições identificadas (incluindo reexibições), para as quais contribuem com periodicidade semanal os programas “Sexta às 9” e “Linha da Frente”, para além de outros espaços autónomos pontuais.

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.¹⁶

FIG. 5 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS NA RTP2 (2021)



N = 2103H25M30S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N = 1934 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

¹⁶ Obrigação decorrente do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

O *macrogénero informativo* representou 24,3 % do tempo total da programação da RTP2 em 2021, tendo sido o segundo mais exibido pelo serviço de programas.

O segundo serviço de programas da RTP deve assegurar «espaços de *informação* diários que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional».

Os *serviços noticiosos* representam mais de três quartos da programação *informativa* – este género compreende três programas, “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África”.

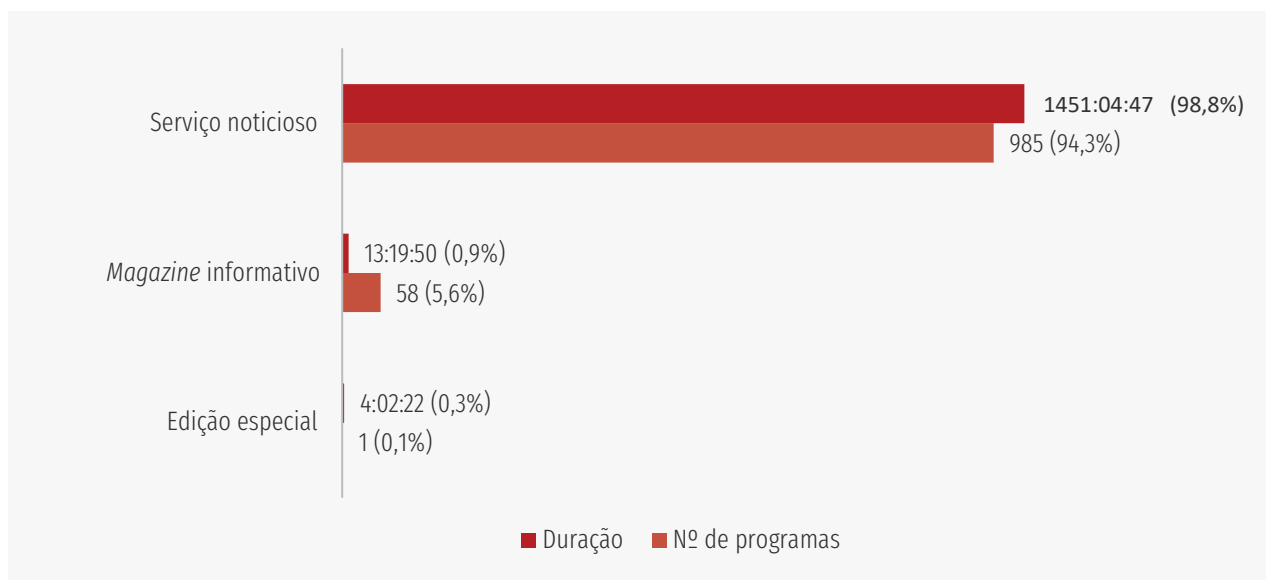
O segundo género de informação com expressão mais relevante, próximo de um quinto dos programas *informativos*, é o *magazine informativo*. Neste género, o programa que perfaz a quase totalidade do tempo é o “Sociedade Civil”, com emissão de segunda a sexta-feira (e reexibição diária no mesmo serviço de programas, o que justifica o número de edições apresentado no gráfico).

Os restantes géneros informativos tiveram, em termos de duração total, uma expressão diminuta. No entanto, quando analisada a frequência de exibição desses tipos de programas, os resultados são substancialmente mais expressivos. Assim, é de destacar que o programa de *debate* exibido semanalmente (“Eurodeputados”) e o programa de *comentário* (“Página 2”), exibido duas vezes por semana (ao sábado e domingo), contribuem para o cumprimento da obrigação de contextualização e aprofundamento de matérias da atualidade, tanto nacional como internacional.

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**.¹⁷

FIG. 6 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS NA SIC (2021)



N = 1468h26m59s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N = 1044 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Recorde-se que o *macrogénero informativo* foi o segundo mais expressivo em termos do tempo de programação do ano que ocupou, ou seja, 23 % das 6386h42m47s.

¹⁷ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

Considerando as obrigações da SIC em matéria de *diversidade* de informação, importa começar por referir que, em 2021 foi identificada a presença de programas com três géneros informativos: *serviço noticioso*, *magazine informativo* e *edição especial*. Essa conclusão permite inferir, desde logo, o incumprimento em relação à obrigação de emitir programas autónomos de *entrevista* e *debate*. Refira-se que entrevistas e debates foram identificados como conteúdos integrados em serviços noticiosos. Como se poderá confirmar numa das conclusões presentes no capítulo deste relatório que analisa a *informação* diária em *horário nobre*, entrevistas e debates, bem como espaços de *comentário*, tendem a surgir no alinhamento dos próprios *serviços noticiosos*.

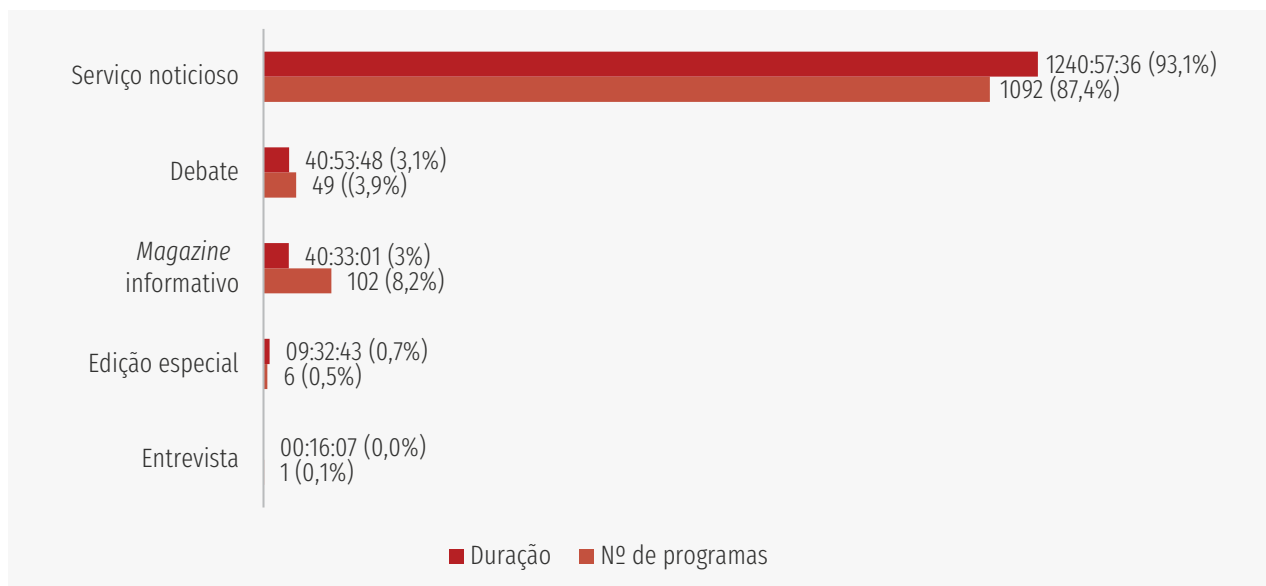
A hegemonia do *serviços noticiosos*, que ocupam cerca 98,8% do tempo dedicado a conteúdos *informativos*, decorre da presença de três *noticiários* na programação da SIC: a “Edição da Manhã” (com uma edição diária, no horário da manhã, nos dias úteis), o “Primeiro Jornal” (com uma edição diária com transmissão cerca das 13h00) e o “Jornal da Noite” (com uma edição diária com transmissão cerca das 20h00). É a presença desses *noticiários* que faz com que o canal se aproxime do mínimo de três blocos *informativos* diários requeridos, mínimo que só não é cumprido porque a “Edição da Manhã” continuou a não ter transmissão aos fins de semana.

Relativamente aos géneros *magazine informativo* e *edição especial* verifica-se que tiveram uma presença manifestamente residual. Juntos representaram menos de 1,5% do tempo dedicado aos conteúdos informativos.

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**.¹⁸

FIG. 7 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA TVI (2021)



N=1332H13M15S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N= 1250 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Os conteúdos classificados como *informativos*, recorde-se, foram o terceiro *macrogénero* mais representado na grelha de programação de 2021 da TVI, tendo representado cerca de 20,8% das horas de programação desse ano, e aproximadamente 18% das edições dos programas transmitidos.

¹⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

A respeito das obrigações relacionadas com a *diversidade de géneros informativos* importa recordar que 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».

Ao analisar a diversidade de géneros informativos na programação deste serviço de programas, é fácil concluir que é muito diminuta, dada a prevalência dos *serviços noticiosos*, que são responsáveis por 93,1% do tempo dedicado a essa programação.

Considerando apenas os programas classificados como *serviços noticiosos*, é possível constatar que ao longo do ano foram transmitidas 364 edições do “Diário da Manhã” (260 durante a semana e 104 aos fins-de semana, 365 edições do “Jornal da Uma” e 363 do “Jornal das 8” (nos dias 24 de janeiro e 26 de setembro, no seu horário, foi substituído por edições especiais respetivamente dedicadas às eleições para a Presidência da República e às eleições Autárquicas). Ou seja, pode-se concluir que a obrigação da TVI em relação à exibição diária de *serviços noticiosos* foi cumprida. Recorde-se que, na sequência da resposta da TVI ao relatório realizado a propósito da 2ª Renovação da licença, concordou-se reclassificar como *serviço noticioso* o programa “Diário da Manhã”, anteriormente classificado no género *magazine informativo*.

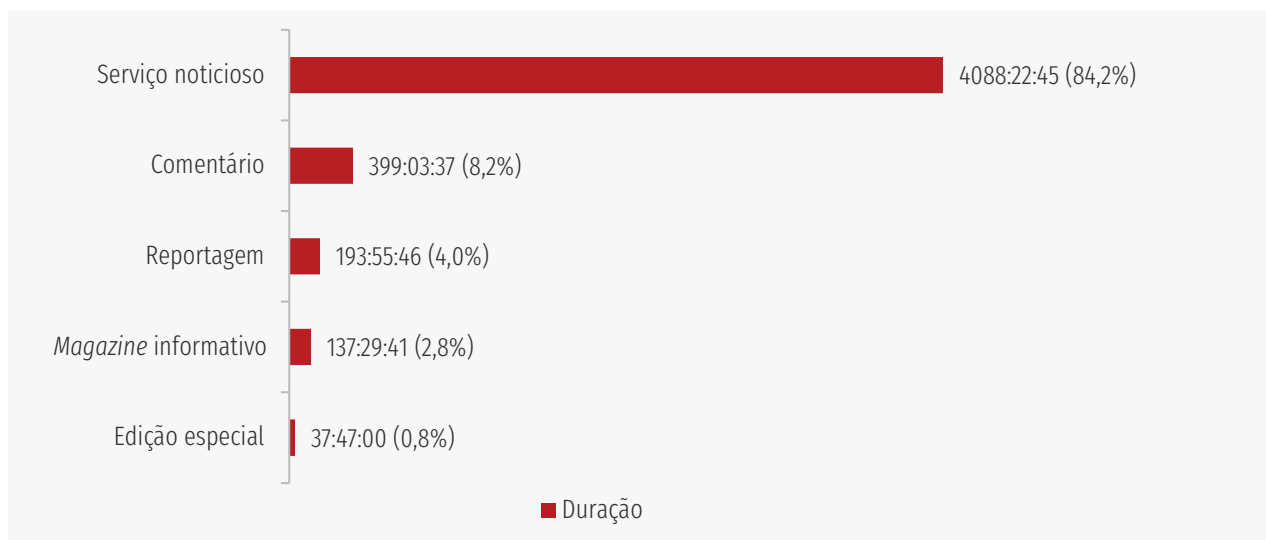
Contrariamente a anos anteriores, em 2021, a TVI mudou a sua opção e passou a exibir programas autónomos de debate. “Circulatura do Quadrado” é o programa de debate político, entre José Pacheco Pereira, António Lobo Xavier e Ana Catarina Mendes e conduzido por Carlos Andrade, que a TVI passou a exibir na sua grelha a 28 de janeiro de 2021, embora num horário tardio, perto das três horas da manhã. Recorde-se que este programa tem origem num dos mais antigos programas de debate político, a “Quadratura do Círculo” (exibido durante anos pela SIC), vindo a ser, em dezembro de 2021, substituído pelo programa de debate “Princípio da Incerteza”, que reúne o mesmo painel de participantes.

No caso da entrevista, verifica-se que em 2021 foi transmitida um único programa autónomo desse género – uma entrevista com o Primeiro-ministro, transmitida a 6 de setembro. As restantes permaneceram integradas em *serviços noticiosos*.

CMTV

- Difundir **notícias de hora a hora**, 24 horas por dia;
- Espaços *informativos* diários nas áreas de **Economia** e **Desporto**.¹⁹

FIG. 8 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS NA CMTV (2021)



N = 4856H38M49S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

¹⁹ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

Os conteúdos informativos representam 67,8 % do tempo total de programação da CMTV, o que traduz uma clara preponderância deste *macrogénero* na grelha.

Os *serviços noticiosos* têm clara primazia em termos de volume horário, com mais de oito em cada dez horas do tempo total de programas informativos. Nesta matéria, a CMTV emite blocos noticiosos com uma frequência próxima da descrita na grelha-tipo apresentada no seu projeto editorial. Neste género, são exibidos diariamente os programas “CM Jornal 13H”, “Jornal 6”, “Jornal 7” e “CM Jornal 20H”, a que se somam diversas transmissões diárias do “Notícias CM”.

No seu projeto, a CMTV prevê ter «total agilidade para interromper a emissão sempre que qualquer facto relevante o imponha» – interrupções identificadas normalmente com os títulos “Alerta CM” e “Especial CM”²⁰.

Quanto a espaços informativos diários de economia e desporto, condições de emissão assumidas pela CMTV em matéria de programação informativa, verificou-se não existirem programas diários de informação económica na grelha da CMTV (ainda que no âmbito do programa informativo matinal “Manhãs CM” seja emitido o segmento temático “Negócios”, as 249 emissões ficam aquém da periodicidade diária estipulada).

No tocante a informação desportiva, verifica-se que a CMTV cumpre a obrigação, considerando os programas de *comentário desportivo*. Dos diversos conteúdos de teor desportivo presentes na grelha do serviço de programas, “Mercado” é o principal programa de *informação desportiva*. No género *comentário desportivo*, cuja função predominante associada é *informar*, estão incluídos os programas “Liga d’Ouro”, “Golos” e “Pé em Riste”.

²⁰ Para o cálculo da duração total, são apenas contabilizadas as edições devidamente caracterizadas como espaços autónomos na programação, tal como prescrito na LTSAP, artigo 42.º – alteração metodológica a que se procedeu a partir de 2020, que justifica a quebra face aos valores registados pelo género *edição especial* em anos anteriores.

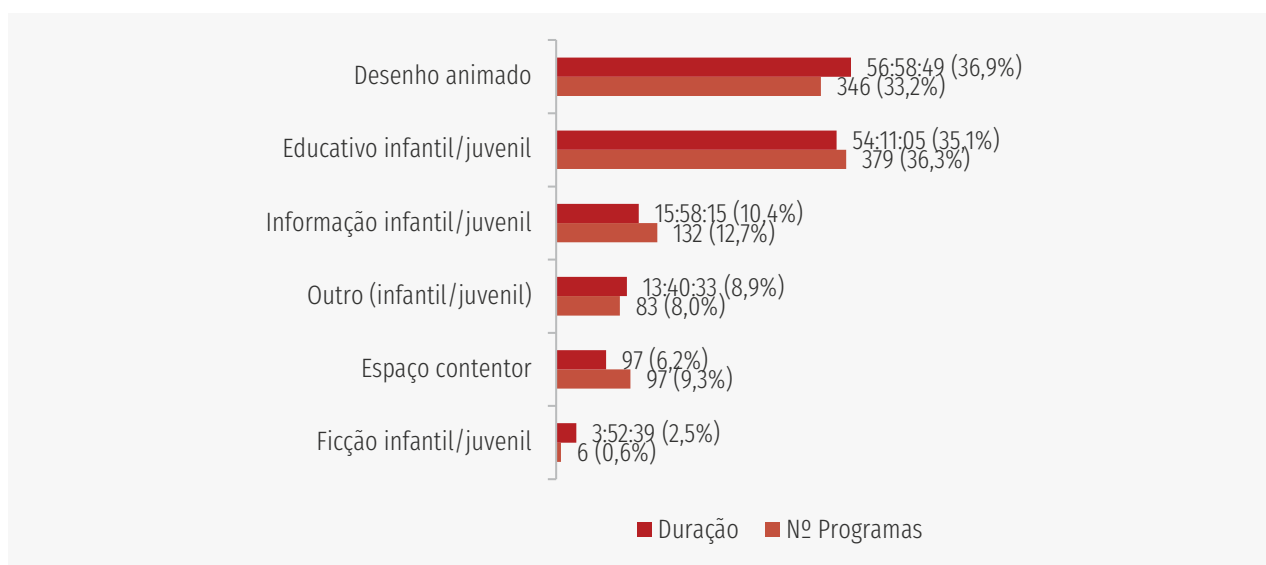


DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL

RTP1

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua **formação**;
- **Espaços regulares** de programação **lúdica, formativa e educativa** para o público infantojuvenil.²¹

FIG. 9 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2021)



N=154H18M14S (DURAÇÃO TOTAL); N= 1043 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS)

No caso da RTP1, as horas dedicadas a programas orientados para o público infantojuvenil representam, em termos relativos, apenas 2,2 % do tempo total da programação.

A LTSAP e o CCSPT estabelecem que a RTP1 apresente «programas educativos de entretenimento» para os mais novos, garantindo «espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa».

Em 2021 foram exibidos programas classificados em seis *gêneros* diferentes – mais um do que no ano anterior (programas de *ficção infantil/juvenil*²²). O gênero mais exibido, em duração, foi o *desenho animado*, porém suplantado pelos *educativos infantis/juvenis* quanto ao número de programas.

Relativamente às funções desempenhadas pela programação *infantil/juvenil*, a maioria do tempo de emissão teve como função principal *entretêr* (55,6 %), seguido pela função de *formar* (34,3 %), associada aos programas *educativos*. Um décimo do tempo foi preenchido por programas com a *função informar* (10,0 %), com a emissão do “Radar XS”.

Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se quase exclusivamente nos alinhamentos das manhãs dos fins de semana, sendo no segundo serviço de programas que mais se concentra a programação orientada para o público jovem e infantil.

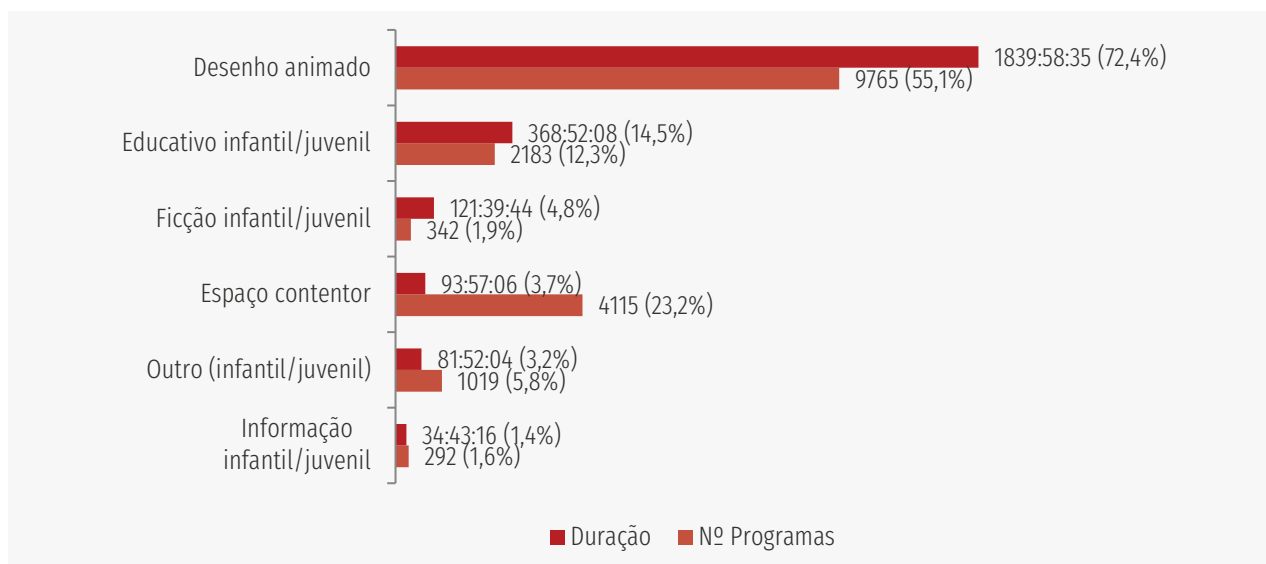
²¹ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

²² No trabalho de análise de grelhas de programação que é realizada, os filmes/telefilmes que têm como público preferencial o infantil/juvenil, opta-se por classificá-los no âmbito do macrogênero *infantil/juvenil*, especificamente na categoria *ficção infantil/juvenil*. Esta é uma forma de privilegiar a diversidade de oferta para diferentes públicos.

RTP2

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua formação²³;
- - Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**²⁴.

FIG. 10 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2021)



N = 2541H02M53S (DURAÇÃO TOTAL); N = 17716 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS)

O “Zig Zag”, espaço dedicado a estes públicos na programação da RTP2, tem por regra dois momentos de exibição diária, de manhã e ao final da tarde (uma parte do qual em horário nobre) e aos fins de semana de manhã. Conforme se assinalou no anterior Relatório de Regulação, em 2020 a RTP2 investiu substancialmente no reforço das horas diárias de programação infantil/juvenil transmitidas, em resposta ao encerramento temporário das escolas nos períodos de confinamento, o que resultou num volume anual de horas (mais 247 horas que em 2019) excecionalmente elevado (só ultrapassado pelo valor recorde registado em 2018).

Em 2021, apesar de manter a estratégia de ajustamento do tempo de programação ao calendário escolar, os valores totais declinaram drasticamente, aproximando-se dos anos em que, na oferta do serviço de programas, se registaram valores mais baixos no que se refere a este tipo de programação (2015 foi o ano em que se registou o valor mínimo desde o início do período analisado pela ERC).

A RTP2 manteve em 2021 a preocupação de incluir na sua grelha conteúdos relacionados com a pandemia de COVID-19, em particular com as implicações das medidas de confinamento. É o caso da ficção juvenil “Quaranteens”, série de produção nacional estreada em 2020, ou do programa “No Tempo em que Víamos a Cidade pela Janela” – «série de 7 episódios onde dois atores apresentam textos e desenhos feitos por crianças entre os 5 aos 14 anos, que refletem os seus dias de isolamento durante o período de confinamento»²⁵.

O segundo serviço de programas generalista do operador público tem a incumbência de emitir diariamente programas educativos e de entretenimento destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação. Com um total de 2183 edições e perto de 370 horas de programas do género *educativo infantil/juvenil*, confirmou-se em 2021 o cumprimento deste dever por parte da RTP2. Entre os diversos conteúdos com propósitos *educativos* para diversas

²³ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

²⁴ Obrigação decorrente do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

²⁵ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p40406>

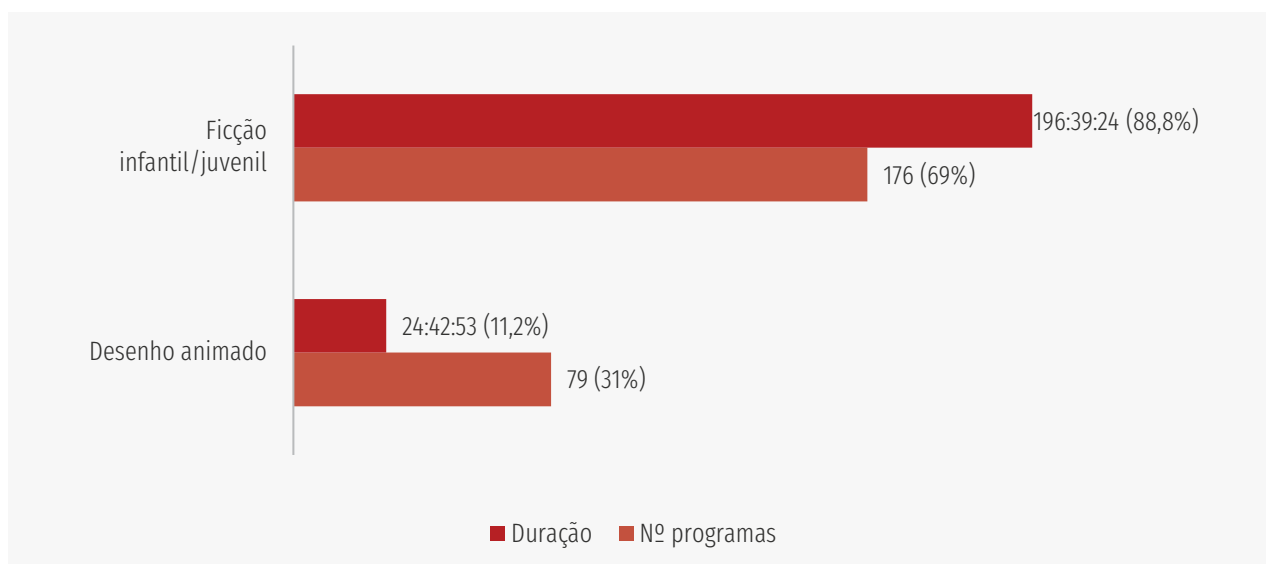
idades, refere-se, a título ilustrativo, aqueles que somam maior volume de horas exibidas: “Wow! Wow! Wubbzy!”, “Max e o Maestro”, “Óscar, o Balonista”, “Bitz & Bob”, “Bing”, “Cadetes”, “Falar para o Boneco”, “loga para Crianças”, “Covil@ ZigZag” e “Exploradores da Natureza”.

Na análise das funções da programação, *entreter* representa 84,1 % da duração total dos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens. É também expressivo, ainda que inferior (14,5 %), o tempo dos programas com a função principal de *formar*. Quanto à função *informar*, apesar de em volume horário obter uma expressão residual, a leitura do indicador “número de programas” permite destacar como positivo que as 292 edições registadas correspondam à exibição regular (2ª, 4ª e 6ª feira) de um programa de informação infantil/juvenil, “Radar XS”.

SIC

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**²⁶.

FIG. 11 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2021)



N=221h22m17s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO INFANTIS/JUVENIS); N=255 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

No global da programação da SIC de 2021, os programas infantis-juvenis traduziram-se num total de 221h22m17s, ou seja, 3,5 % do tempo global da programação anual. Em termos de diversidade de gêneros, observa-se que dos oito considerados na grelha da análise da ERC, foram identificados programas classificáveis em dois gêneros: desenhos animados e *ficção infantil/juvenil*²⁷.

No que diz respeito a este tipo de programação, recorde-se que a SIC tem a obrigação de exibir diariamente programas preferencialmente destinados ao público infantojuvenil, durante as manhãs ou tardes.

Ora, ao mapear as datas de todas as edições de programas transmitidas pela SIC ao longo de 2021 com gêneros infantis/juvenis, é fácil constatar que essa obrigação voltou a não ser plenamente cumprida pelo serviço de programas. Dos 365 dias de 2021, identificou-se a emissão deste tipo de programação em 112, o que significa que em cerca de 69% dos dias do ano, a SIC não exibiu programas especificamente dedicados aos mais jovens.

²⁶ Obrigação decorrente da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

²⁷ No trabalho de análise de grelhas de programação que é realizada, os filmes/telefilmes que têm como público preferencial o infantil/juvenil, opta-se por classificá-los no âmbito do macrogênero *infantil/juvenil*, especificamente na categoria *ficção infantil/juvenil*. Esta é uma forma de privilegiar a diversidade de oferta para diferentes públicos.

Já a análise da grelha considerando o período da semana (dias de semana ou fins de semana) em que os programas infantis/juvenis foram transmitidos, permitiu concluir que 82,4% do tempo que lhes foi dedicado foi em dias de fim de semana. O mesmo é dizer que apenas 17,6 % tiveram transmissão durante os dias de semana, no caso em datas que coincidem com feriados ou vésperas de feriados (último e primeiro dia do ano, 5 de outubro, 1 e 8 de dezembro, 1 novembro, 24 de dezembro, dia 2 de abril – sexta-feira santa, 3 de junho – Corpo de Deus) ou seja, dias em que o público infantil/juvenil se encontra em período de pausa escolar. Nos restantes dias do ano, essa programação ficou restringida à programação de fim de semana, sendo de referir que em todos os fins de semana de 2021 foi exibido pelo menos um programa infantil/juvenil.

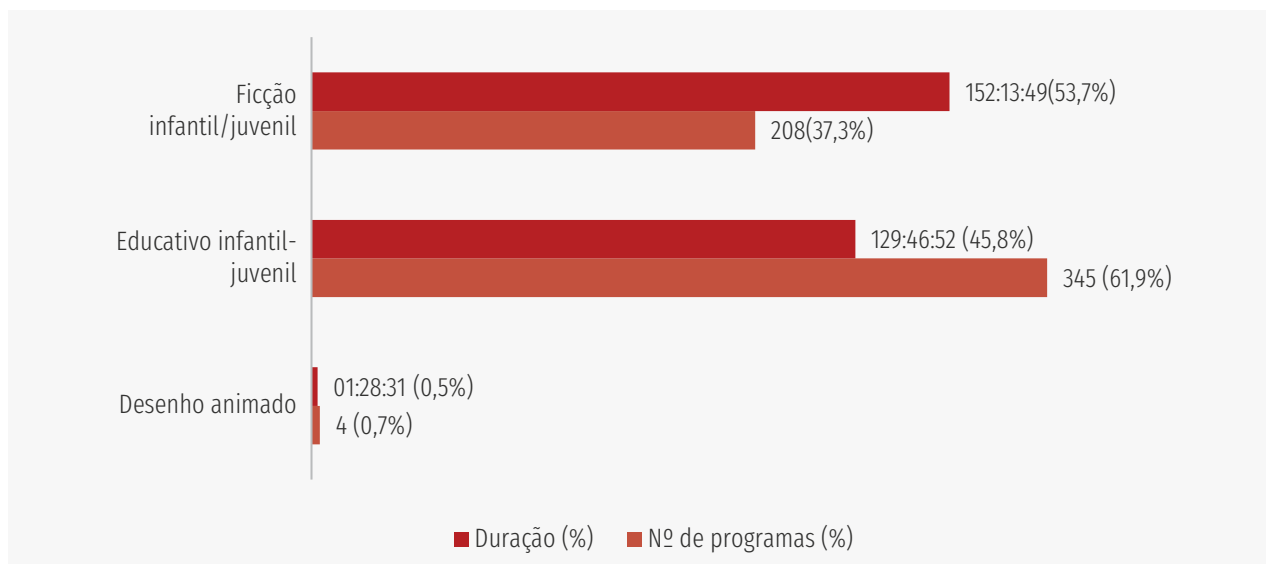
Ao analisar os períodos horários em que a programação infantil/juvenil da SIC foi exibida em 2021, observa-se uma concentração destes conteúdos no *período da manhã*. Com efeito, 179h12m35s (81 %) das 221h22m17s dedicadas a este tipo de programas foram transmitidas no período horário que vai das 06h00 às 12h59. O *período da tarde* (13h00 às 19h59) somou 17,3 % das horas dedicadas a este tipo de programação e o da noite/madrugada 1,8 % dessas horas.

No que diz respeito às funções privilegiadas pela programação infantil/juvenil transmitida, considerou-se que a totalidade dessa programação valorizou, sobretudo, a formação *entreter*. O mesmo é dizer que não foram identificados programas infantis-juvenis em que a função *formar* tenha sido claramente dominante. Relacionada com esta conclusão, é de observar que ao longo de 2021 não foram identificados programas que tenham sido classificados com o género *educativo infantil/juvenil*.

TVI

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao público **infantil/juvenil**, no período da manhã ou da tarde ²⁸.

FIG. 12 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2021)



N=283H29M12S (DURAÇÃO TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO INFANTIS/JUVENIS); N=557 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

Em 2021 a programação *infantil/juvenil* transmitida pela TVI alcançou uma representação de 4,4% do volume global de horas de programação, à frente dos programas *desportivos*, de *cultura/conhecimento* e dos *institucionais/religiosos*. De notar que essa percentagem sobe para 8% quando está em causa a representação deste tipo de programas no total das edições/episódios de todos os programas exibidos nesse ano.

²⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

De acordo com as suas obrigações em relação a este tipo de programação, a TVI deve incluir programas para os públicos *infantis/juvenis*, numa base diária, no período da manhã ou da tarde. Em 2021, ao contrário do verificado nos anos anteriores, a TVI alterou a sua grelha no sentido de melhor corresponder a esta obrigação.

Com efeito, os dados revelam que entre 16 de janeiro e 27 de dezembro, entre cerca das 6h00 e 6h20 da manhã, a TVI passou a exibir diariamente (inclusivamente aos fins de semana) “Curious George”, um programa educativo infantil/juvenil já exibido em anos anteriores pelo serviço de programas. A partir de 28 de dezembro, no mesmo horário, passou a ser exibido, em estreia, o desenho animado “Viva o Rei Juliano”.

À exceção desses dois programas, a restante programação *infantil/juvenil* da TVI ficou concentrada aos fins de semana. “O Bando dos 4”, “Inspector Max”, “Detective Maravilha”, “Campeões e Detectives” foram os programas de ficção infantil/juvenil exibidos aos sábados e domingos, todos eles em reposição na grelha do serviço de programas (alguns datados de 2006/2007 e 2008).

CMTV

Na sua grelha de 2021, o serviço de programas não apresentou programas infantojuvenis.

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.

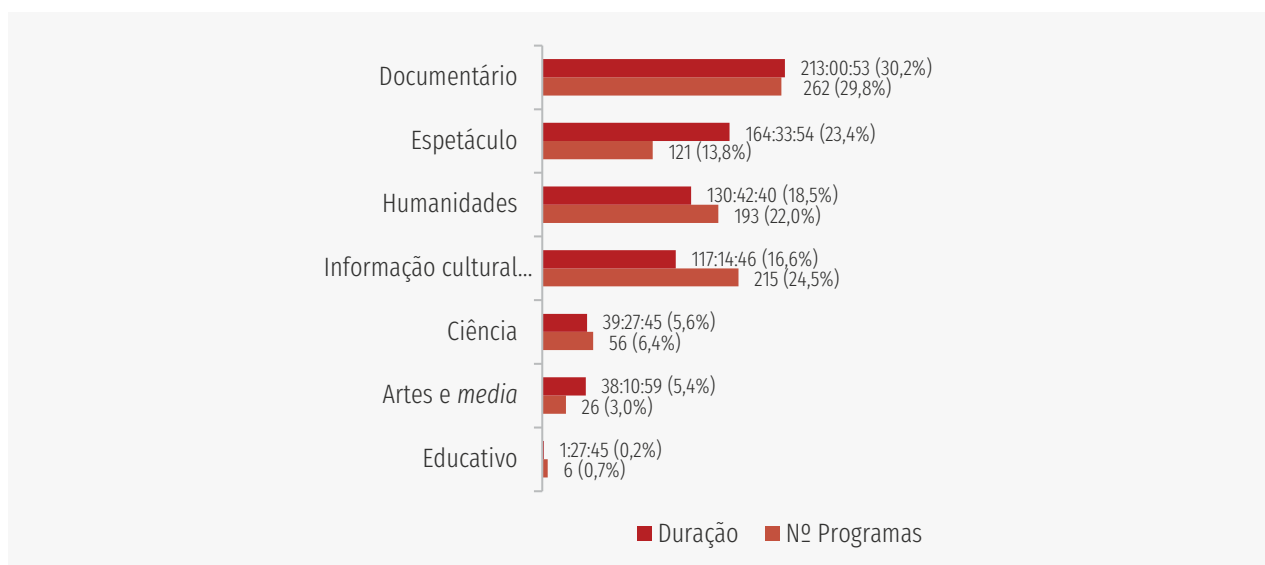


DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/ CONHECIMENTO

RTP1

- Transmissão de **programas de carácter cultural**;
- Espaços regulares de difusão de **documentários originais**, focando a realidade **social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa**;
- Espaços regulares de **divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas; (...)**; **Espaços regulares com grandes espetáculos culturais ou artísticos**, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas; Espaços regulares dedicados à música portuguesa;
- Periodicidade **semanal** para os programas de **divulgação cultural**; **Quinzenal**, para os programas de **documentários (...)**; Mensal para os **grandes espetáculos culturais ou artísticos** e para os programas dedicados à música portuguesa²⁹.

FIG. 13 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2021)



N=704H38M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N= 879 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

O CCSPT estipula que a RTP1 deve satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público, com a transmissão de programas culturais, espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas, grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas, espaços dedicados à música portuguesa.

Em 2021, os *documentários* foram o gênero mais expressivo em ambos os indicadores, com 213 horas de exibição. Quanto à frequência, as 262 exibições ultrapassaram com ampla margem a regularidade mensal exigida.³⁰

Considerando especificamente os *documentários* originais focados na realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, a presença destes programas na grelha apresenta também uma periodicidade supe-

²⁹ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

³⁰ Complementares à categoria *documentários* são as de *ciências*, *artes e media* e *humanidades* já que, considerando exclusivamente o formato, alguns dos programas classificados naquelas categorias também são conteúdos documentais. No entanto, para melhor traduzir a diversidade de programação, nos casos em que a temática de um dado programa se enquadra num daqueles três gêneros indicados, entendeu-se privilegiar esse enquadramento, em detrimento do formato genérico do programa.

rior ao exigido. Por exemplo, os *documentários* “História do Teatro de Revista em Portugal” ou “Histórias das Mulheres do Meu País”, entre outros.

Os espaços de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas têm presença regular na RTP1, assim como aqueles dedicados à música portuguesa. A título de exemplo, destacam-se os *magazines* “Todas as Palavras” (estreia), dedicado a divulgar criadores literários, e “Alta Fidelidade”, na área da música.

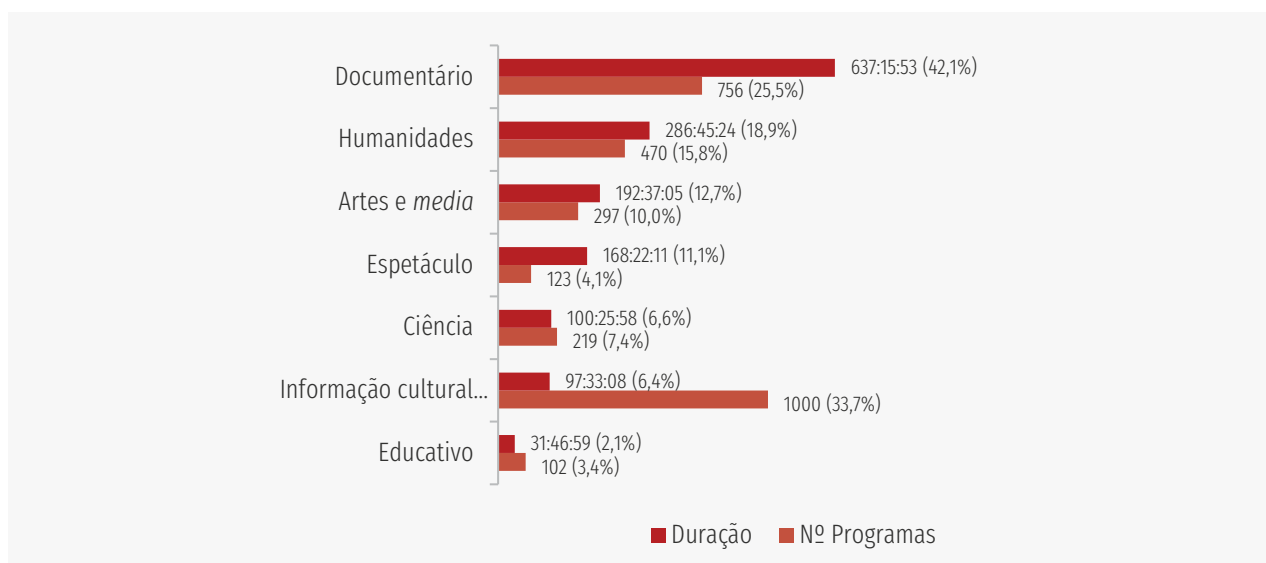
Os programas de *informação cultural* superaram o requisito de regularidade semanal, com um total de 215 edições, com destaque para o programa “Janela Indiscreta”. Merece menção o magazine cultural “Unidos ao Clube”, que se propõe acompanhar, por todo o país, as “mais diversas modalidades amadoras e atividades recreativas”.³¹

A RTP1 exibiu ao longo do ano 121 espetáculos, superando a regularidade mensal exigida.

RTP2

- Compreende uma programação de **forte componente cultural** e formativa, aberta à **sociedade civil**;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade** e **distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este;
- Constituir uma **alternativa** à oferta da RTP1, bem como **às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam **visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público;
- Conceder particular relevo na sua programação ao princípio da **inovação**, privilegiando a **criatividade**, a **originalidade** e o **sentido crítico**;
- Valorizar a **educação**, a **ciência**, a **investigação**, a **saúde**, a **ação social**, a **igualdade de género**, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o **ambiente** e a **defesa do consumidor**, entre outros, com abertura à **participação das entidades** correspondentes na sua programação³².

FIG. 14 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2021)



N = 1514H46M38S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N = 2967 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

³¹ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p38415>

³² Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

A RTP2 deve ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil, assegurar uma programação cultural de qualidade e distintiva dos demais serviços de programas do operador público, constituindo-se como uma alternativa à oferta da RTP1 e às ofertas de programação cultural do mercado.

Verifica-se que os programas de *cultura/conhecimento* estão entre os mais valorizados na programação da RTP2, em terceiro lugar na grelha em volume horário (abaixo dos *infantis/juvenis* e dos *informativos*), com um total anual de 1514h46m38s, o que se traduz num volume médio de quatro horas diárias deste tipo de programação– o que efetivamente o distingue dos outros serviços de programas generalistas em análise.

No gráfico sobressai o elevado número de programas de *informação cultural*, dado que é maioritariamente justificado pela emissão, entre duas a três vezes por dia, do programa “Folha de Sala”.

De referir ainda a oferta variada de programas de *documentário* neste serviço de programas tanto pelo volume de horas como pela frequência com que são exibidos.

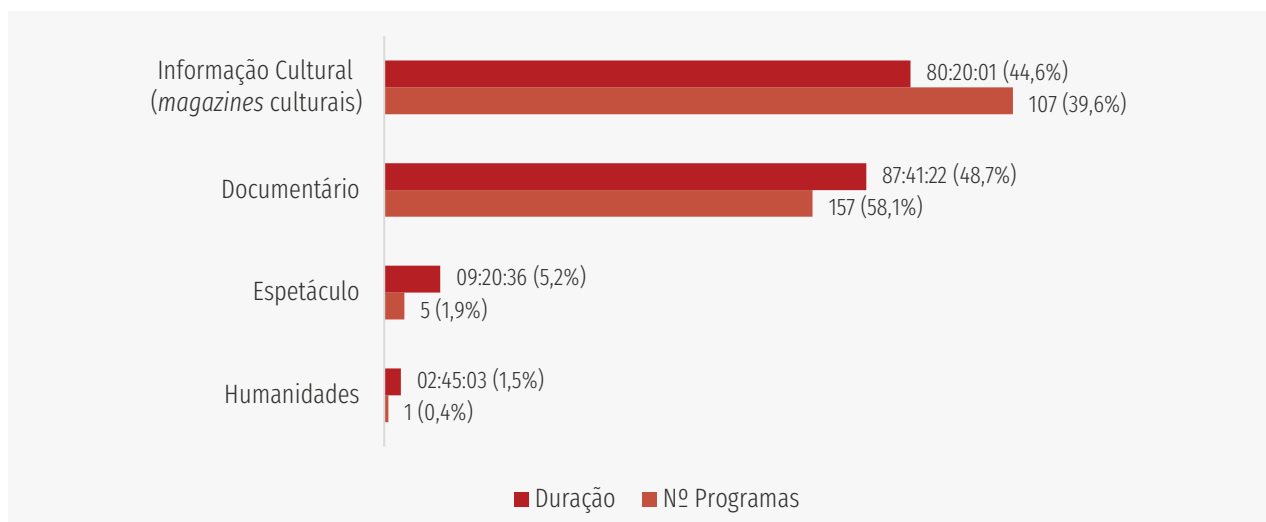
Observando a grelha no seu detalhe, os programas que mais contribuem para o volume horário deste macrogénero são “Cinemax: Curtas”, classificado no género *artes e media*, “Artes Performativas”, classificado como programa de espetáculo, e o *magazine* “Folha de Sala”.

Já em termos de frequência de emissão, destaca-se, conforme já referido, o programa “Folha de Sala” (com 955 exibições, incluindo-se nesse número edições originais e reexibições). Com 80 edições exibidas anualmente, há a referir o programa de *ciência* “Biosfera”, o “Cinemax: Curtas” e o programa de *artes e media* “Nada Será como Dante”; com 78 edições anuais, tem presença regular na emissão o programa de humanidades “Visita Guiada”. Contribuem ainda para a relevância conferida a este macrogénero nas grelhas da RTP2 programas com periodicidade semanal como: “Cuidado com a Língua”, programa *educativo* sobre a língua portuguesa; a série *documental* “Gente da Minha Rua”, exibida entre abril e agosto; Artes Performativas” e “Musical”, ambos programas de *espetáculo*, habitualmente exibidos ao fim de semana.

SIC

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de **audiência não reduzida** e com periodicidade **regular**.³³

FIG. 15 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2021)



N=180H07M02S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N=270 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

33 Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

Numa primeira caracterização da programação da SIC de 2021 classificada como *cultural/conhecimento*, recorde-se que correspondeu a 180h07m02s de emissão, ou seja 2,3 % do tempo global de programação do ano. No que diz respeito à *diversidade de géneros*, dos sete *géneros* de programas de *cultura/conhecimento* que servem de referência à análise, foram identificados programas de quatro *géneros*: *documentário*, *informação cultural* (*magazines* culturais), *espetáculo* e *humanidades*.

Os *géneros informação cultural* (*magazines* culturais) e os *documentários* concentram a maior parte tipo da programação *cultural/conhecimento* da grelha da SIC em 2021, quer em volume de horas, quer em número de edições. No seu conjunto, representaram 93,3 % das horas dedicadas a este tipo de programação, percentagem que sobe para 97,7 % quando se considera o número de edições. Ainda assim, é notar que, se em número de horas a representação desses dois *géneros* fica muito próxima, em número de episódios exibidos há uma clara proeminência da *informação cultural* (*magazines* culturais). Os programas “Etnias” e “Original e a Cultura”, que a SIC exhibe há vários anos, bem com o “Advnce”, estreado em 2020, justificam essa presença.

No caso dos *espetáculos* e *humanidades*, os dois restantes *géneros* de programação *cultural/conhecimento* identificados, verifica-se que a sua representação não vai além de respetivamente, 5,2 % e 1,5 % do total de horas dedicadas a este tipo de programação. No caso dos *espetáculos* correspondeu à exibição dos programas “Portugal à Gargalhada”, “Casal da Treta” e do Festival de Circo de Monte Carlo.

Em termos de diversidade, uma ausência que se fez notar na programação *cultural/conhecimento* de 2021 é a de programas classificáveis no género *educativo*.

No que diz respeito às principais funções que se associam aos programas de *cultura/conhecimento* identificados na grelha da SIC, conclui-se que a larga maioria tem como *função informar*.

Com expressão diminuta, a função de *entretener* da programação *cultural/conhecimento* da SIC ficou associada aos *espetáculos* acima referidas. Já no que diz respeito aos programas *culturais/conhecimento* que privilegiaram a função *formar*, constata-se que a sua presença foi completamente residual.

A propósito da formação e informação dos públicos, é importante lembrar que essa é uma obrigação da SIC. Enquanto serviço de programas generalista, é expectável que assuma essa obrigação, nomeadamente através da 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. Como tal, deve contemplar programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.

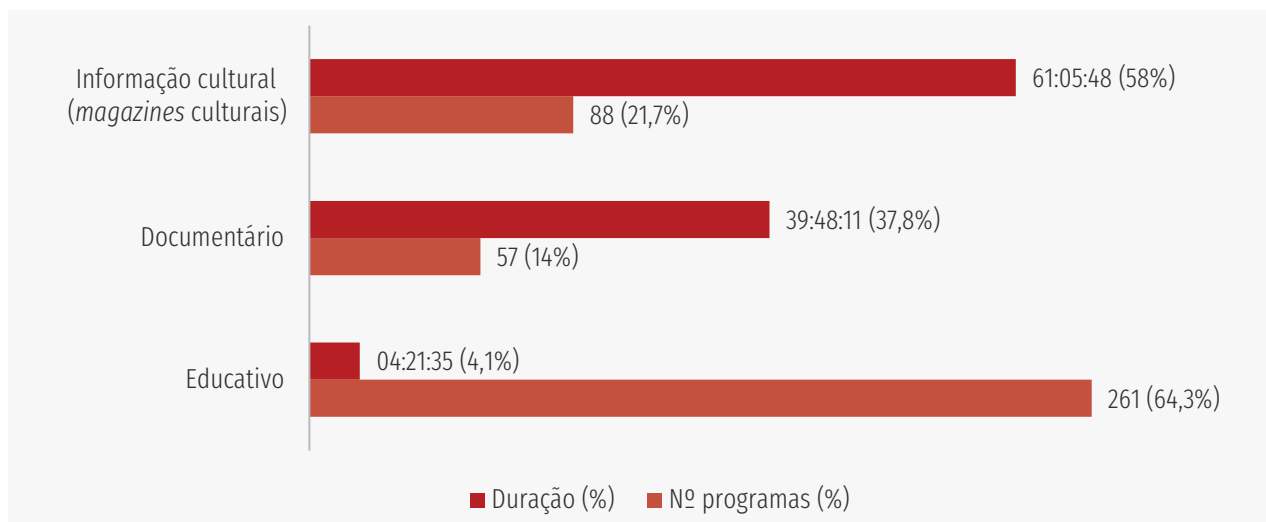
A grelha de 2021 volta a apresentar uma grande disparidade no que diz referência à exibição de programas *culturais/conhecimento* durante a semana e aos fins de semana, com uma clara preferência pelos últimos. Com efeito, Cerca de 67 % das horas dedicadas a este tipo de programação foram exibidas aos fins de semana, sendo que a mesma conclusão se pode tirar quando se considera o número de edições de programas transmitidos, isto é, cerca de 62 % das edições de programas de *cultural/conhecimento* foram transmitidas aos sábados e domingos. De notar que esse é um resultado que se fica a dever sobretudo ao facto de a SIC, tal como em anos anteriores, ter continuado a transmitir “O Nosso Mundo” (aos sábados) e “A Vida Selvagem” (aos domingos), ambos antes do serviço noticioso da hora de almoço e o *magazine* cultural “Etnias” aos sábados, cerca das 6h00/6h30 da manhã.

Os únicos dois *espetáculos* de teatro identificados – “Casal da Treta” e “Portugal à Gargalhada” – foram exibidos ao sábado, na parte da tarde.

TVI

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade **regular**³⁴.

FIG. 16 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2021)



N= 105H15M34S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N= 406 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

Conforme já referido no início deste capítulo, a programação da TVI classificada como *cultura/conhecimento* teve uma representação muito tímida na grelha de 2021. Foi-lhe dedicado 1,6 % do tempo global da programação do ano, o que se traduz em 5,8 % do total global de edições de programa transmitidos.

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.

O gênero *informação cultural (magazines culturais)* foi o que mais tempo ocupou na grelha de cultura/conhecimento, tendo ocupado 58 % do tempo dedicado a este tipo de programação. A justificar esse tempo esteve sobretudo a exibição de “Autores” (exibido às quintas-feiras), mas também de “Mesa Nacional” (transmitido aos domingos).

Da análise realizada é possível concluir que apesar de continuar a ser tímida a representação deste tipo de programação, 2021 fica marcado por três estreias de documentários, o segundo gênero cultura/conhecimento mais representado nas horas dedicadas a esta programação: “Vida animal” (exibido aos sábados, antes do serviço noticioso da hora de almoço, entre fevereiro e outubro desse ano); “Humanos”, exibido aos domingos, entre 3 de outubro e 5 de dezembro, igualmente antes do noticiário da hora de almoço; “As Grandes Maravilhas do Mundo”, transmitido entre 30 de outubro e 26 de dezembro (sempre aos sábados, com exceção da edição de 26 de dezembro, um domingo), ora entre cerca das 9h00/10h00 ou 10h00/11h00.

Os resultados de 2021, à semelhança de anos anteriores, evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole formativa na programação anual da TVI. O programa “Minuto Seguro” continuou a ser, sozinho, responsável

³⁴ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

pela presença na grelha do género *educativo*, cuja função principal é *formar*. Foi exibido um total de 261 edições deste programa, em dias de semana (geralmente de segunda a sexta-feira, cerca das 17h00).

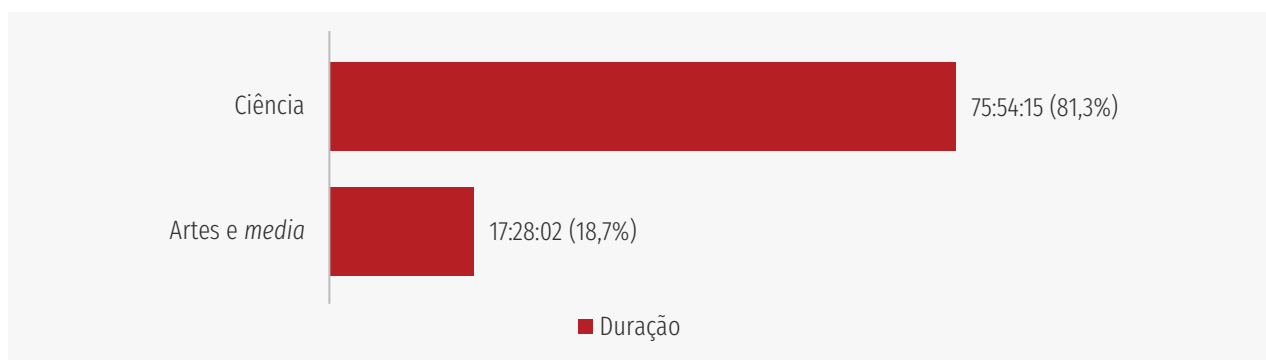
Da análise de diversidade de géneros *cultural/conhecimento* identificados na grelha da TVI, é fácil antever que *informar* e *formar* são as duas funções da programação mais privilegiadas por este tipo de programação. No caso da função *informar* esse destaque acontece em termos de volume de horas, no caso da função *formar* a prevalência é justificada pelo número de edições/episódios de programas transmitidos.

Graças aos *documentários* acima referidos, o *período da manhã* é aquele em que foi exibida a maior percentagem de programas de *cultura/conhecimento*, seguido pelo *período da noite/madrugada*, devido às 52 emissões do programa “Autores”, exibido às quintas-feiras, cerca das duas da manhã.

CMTV

- Promover os novos valores portugueses, exibindo em estreia **documentários, novas bandas e peças de teatro**³⁵.

FIG. 17 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2021)



N = 93H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

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. Os resultados de 2021, como em anos anteriores, evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da CMTV.

A CMTV exibiu programas de *cultura e conhecimento* repartidos por dois géneros televisivos, *ciência* e *artes e media*, e que refletem a exibição de somente dois programas. Oito em cada dez horas desta programação correspondem à emissão do *magazine* “Falar Global”, dedicado a *informar* sobre questões de *ciência*, tecnologia e inovação na sociedade portuguesa e classificado como *ciência*. No género *artes e media*, foi emitido o programa “Língua Mãe”.

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», não tendo sido identificados espaços autónomos desta natureza na programação emitida em 2021 por este canal.

Estes resultados evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da CMTV, tendo esta ficado novamente aquém das suas obrigações específicas nesta matéria.

³⁵ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS

RTP geral (RTP1 e RTP2)³⁶:

- Fornecer uma **programação variada e abrangente**, que promova a **diversidade cultural** e tenha em conta os **interesses das minorias**;
- Garantir a transmissão de **programas de carácter cultural, educativo e informativo** para públicos específicos, incluindo os que compõem as **diversas comunidades imigrantes em Portugal**;
- A possibilidade de **expressão e debate** das diversas **correntes de opinião, designadamente** de natureza política, **religiosa** e cultural;
- Fornecer uma **programação variada, diferenciadora e abrangente**, que **promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias**;
- Garantir que os **espaços de informação** dos serviços de programas contribuem para a **sensibilização dos públicos para as questões da integração**, igualdade de género, **coesão social** e **interesses das minorias**;
- Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos **nacionais de países de língua portuguesa**;
- Ceder **tempo de emissão às confissões religiosas**.

RTP2:

- Valorizar a educação, a *ciência*, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, **as confissões religiosas**, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

SIC e TVI³⁷:

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo **grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais**.

Os resultados apurados reportam-se a todos os programas exibidos em 2021 cujas temáticas e público-alvo privilegiem as diferentes comunidades imigrantes residentes em Portugal, comunidades portuguesas no estrangeiro, portuguesas com ligação a países de expressão portuguesa, assim como aqueles programas em que se identifica claramente que o objetivo é o de representar e/ou dar voz a grupos minoritários habitualmente excluídos ou marginalizados dos palcos mediáticos, refletindo a diferença e a multiculturalidade e favorecendo uma sociedade mais inclusiva.

Parte-se de um entendimento lato de *grupos minoritários*, incluindo-se na análise todos os programas que abordem diretamente temáticas sobre minorias étnicas, culturais, religiosas e sociais.

Esta opção não dá conta de segmentos ou edições específicas de programas em que tenham sido abordadas questões ligadas a grupos minoritário (por exemplo, reportagens ou entrevistas incluídas em programas *informativos*). Por um lado, porque tal só seria possível mediante análise de conteúdo de cada edição de todos os programas exibidos pelos serviços de programas analisados, o que não é consentâneo com a metodologia seguida.

Apreciadas as grelhas de emissão de 2021 dos cinco serviços de programas generalistas, identificaram-se 1461 edições de programas com as características elencadas, num total de 694h32m26s de programação anual. Para os valores

³⁶ Obrigações nas duas primeiras alíneas decorrentes da LTSAP. Obrigações nas alíneas seguintes decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

³⁷ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

globais não contribui a CMTV, por não se ter identificado nas grelhas daquele serviço de programas qualquer espaço autónomo com as características acima enunciadas.

Apresenta-se de seguida o quadro detalhado desta programação.

FIG. 18 - PROGRAMAS DESTINADOS À PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E DOS INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS NA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV (2021)

Serviço de programas	Programa	Género	Período semanal	Período horário	Duração (hh:mm:ss)	N.º programas
RTP1	Começar de Novo	Humanidades	Dia de semana	Noite / Madrugada	6:48:52	15
	Calema – Live no Campo Pequeno	Espetáculo	Dia de semana	Noite / Madrugada; Tarde	2:48:04	2
	Gala 25 Anos RDP Africa	Outro (entretenimento)	Fim de semana	Noite / Madrugada	1:35:45	1
	Habitat	Documentário	Dia da semana; Fim de semana	Noite / Madrugada	1:39:34	2
	No chão que Eles Pisam	Reportagem	Dia da semana	Nobre	1:02:09	2
	Portugueses pelo Mundo	Documentário	Dia de semana	Noite / Madrugada	7:33:42	15
	Selma Uamusse ao Vivo	Espetáculo	Dia de semana	Noite / Madrugada	1:22:08	1
	Total RTP1				22:50:14	38
RTP2	A Fé dos Homens	Religioso	Dia de semana	Tarde	135:13:55	524
	Gente da Minha Rua	Documentário	Dia de semana	Tarde	26:40:13	52
	Jantar Indiscreto	Talk Show	Dia de semana	Noite / Madrugada	4:29:10	6
	Nha Terra Nha Cretcheu	Informação/ magazine cultural	Dia da semana; Fim de semana	Noite / Madrugada; Nobre	1:44:40	2
	Repórter África	Serviço noticioso	Dia da semana; Fim de semana	Manhã	116:24:46	261
	Zig Zag - Pablo	Outro infantil/juvenil	Dia da semana; Fim de semana	Manhã / Tarde	39:27:16	215
Total RTP2				324:00:00	1060	
SIC	Alô Portugal	Talk show	Dia da semana	Manhã	292:14:24	258
	Etnias	Informação/ magazine cultural	Fim de semana	Manhã	28:20:17	53
	Total SIC				320:34:41	311
TVI	Todos Iguais	Magazine informativo	Dia da semana; Fim de semana	Manhã	27:07:24	52
	Total TVI				27: 07:31	52
CMTV	-	-	-	-	-	-

3. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DO SERVIÇO PÚBLICO

- **Prestação especializada de informação** nas suas diferentes formas, designadamente **documentários, reportagens, noticiários e debates**, acerca de **temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social**, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado
- A par da **informação nacional e internacional**, uma **vocação de proximidade**, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a **temas com interesse para regiões e comunidades específicas**, tendencialmente e sempre que possível através de **janelas de programação com este propósito**.
- Assegurar a difusão, no território nacional, de **programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional**.³⁸

Atendendo a vocação *informativa* deste serviço temático do operador de serviço público, conforme seria exetável, também em 2021 a maior parte da grelha da RTP3 é composta por programas classificáveis no *macrogénero informativo*, os quais ocuparam 82,7 % das 8301h50m12s dedicadas à programação do ano. Tal como em anos anteriores, os conteúdos de *cultural/conhecimento* surgem na segunda posição, com quase 12,1 % desse tempo. Em terceiro lugar, com uma representação bem menos expressiva, voltam a surgir os programas classificados como *desportivos*, que representaram 5 % do tempo global da programação do ano.

Ainda assim, quando se considera o número global de edições de programas exibidas ao longo do ano, ou seja, 13100, constata-se que essa representação hegemónica dos conteúdos informativos não é tão vincada, passando a representar 69,5 % das edições do ano. Por sua vez, os programas classificados no *macrogénero cultura/conhecimento*, que se mantêm como os segundos mais frequentes, atingem uma representação de 22,4 % das edições dos programas transmitidos em 2021.

Em termos de funções de programação, constata-se que quase 98 % das horas de programação exibidas pela RTP3 em 2021 foram dedicadas a programas que privilegiaram a *função informar*, facto que, uma vez mais, confirma a natureza temática *informativa* deste serviço de programas. O tempo de programação destinado às restantes funções identificadas foi completamente residual. Os programas que privilegiaram a *função formar* ocuparam 2 % do tempo global e os que destinaram a *entretêr* representaram 0,1 % desse tempo.

Quando analisada em detalhe a diversidade de géneros classificados no *macrogénero informativo*, os *serviços noticiosos* continuam a ser o *género* mais destacado, representando 62,5 % do tempo dedicado a esses conteúdos. Foram classificados 26 programas como *serviços noticiosos*, sendo que o “360º” e o “Notícias 18/20” são os dois que concentram maior número de horas de exibição, respetivamente 579h53m15s e 447h26m. Seguem-se o “24 horas”, “Jornal das 12” e “Notícias 3 às 14”, todos acima das 300 horas de emissão.

No que diz respeito à obrigação inerente ao CCSPT de difundir, no território nacional, programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional, verifica-se que foram exibidas 356 edições diárias do

³⁸ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

“Telejornal Açores” (correspondentes a 193h03m45s) e 355 edições diárias do “Telejornal Madeira” (que contabilizam 178h49m54s). Embora não comprometa o cumprimento desta obrigação, é, contudo, de notar que a hora de emissão destes serviços noticiosos se manteve numa faixa horária de menor audiência (entre as 4 e as 5 horas da manhã).

Ainda no que diz respeito à diversidade de géneros informativos, verifica-se que os *magazines informativos* se destacam na segunda posição, representando respetivamente 23,2 % do tempo global da programação da RTP3, em 2021. Aliás, é de notar que, apesar da prevalência do género *serviço noticioso*, foi precisamente um *magazine informativo*, “Bom dia Portugal”, o programa *informativo* que contabilizou o maior número de horas de emissão (1006h23m38s).

Na terceira posição voltou a ficar o género *debate*, ao ocupar 7,3 % do tempo reservado à programação *informativa*. Sem haver um programa de *debate* que se destaque claramente em relação aos restantes, entre os que concentraram maior volume de horas surgem “O Último Apaga a Luz”, “O Outro Lado”, “Eurodeputados”, “Parlamento”, “É ou Não é?” e “Fronteiras XXI”.

Além desses três géneros, que ocuparam 93 % do tempo da programação de informação, também foram identificados na grelha da RTP3 programas que privilegiaram os géneros *reportagem*, *entrevista* e *edição especial*, os dois primeiros preenchendo cada um 2,8 % do tempo dedicado aos conteúdos informativos e as edições especiais 1,4 % desse tempo. Quando a análise tem por base o número de edições de programas informativos exibidos, constata-se que a representação das reportagens e das entrevistas sobe respetivamente para os 4 % e os 3,3 %.

Outra continuidade da grelha da RTP3 a assinalar em termos de diversidade da programação *informativa* são os programas vocacionados para a atualidade do continente africano, nomeadamente os *serviços noticiosos* “África 7 Dias”, “Repórter África: 2.ª edição” e “Zoom África” e o *magazine informativo* “África Global”, produzidos em colaboração com as redações da RTP sediadas nesse continente. Em 2021, também foi emitido um *magazine* dedicado aos 25 anos da Cimeira da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, realizada em julho de 2021, em Luanda, Angola, sob o lema “Construir e Fortalecer um Futuro Comum e Sustentável”.

No que diz respeito à programação de *cultura e conhecimento*, a segunda a ocupar mais tempo em 2021, foram identificados programas de cinco géneros distintos. O género com maior expressão foi o da *informação cultural (magazines culturais)*, que ocupou 39,3 % do tempo dedicado a este tipo de programação, mais precisamente 395h28m03s. Sobressaem, com maior volume horário e número de edições, “Janela Indiscreta” (149h52m10s e 193 exibições), “Todas as Palavras” (125h30m35s e 339 exibições) e “As Horas Extraordinárias” (89h04m48s e 371 exibições, 183 das quais correspondem a reexibições).

Uma das obrigações específicas deste serviço de programas prende-se com a exibição de *documentários*, género que na tabela de classificação da ERC faz parte do macrogénero *cultural/conhecimento*. Ora, da análise micro realizada a esta programação da RTP1, também foi possível constatar que esse foi o segundo género de *cultura/conhecimento* a que foi dedicado maior número de horas, atrás da *informação cultural (magazines informativos)*: 255h13m40s, correspondentes a 311 edições. De notar que as edições do “Doc 3”, programa em exibição neste serviço de programas há vários anos, ocuparam 230h18m19s.

Cerca de 21 % do tempo dedicado à programação *cultural/conhecimento* em 2021 foi reservado a programas que são classificados com o género *humanidades*, o qual volta a surgir como o terceiro mais destacado em volume horário, somando 212h03m06s, correspondentes a 599 edições de programas. “Visita Guiada” e “Essência” mantêm-se como os programas de *humanidades* com mais horas na grelha.

Além de programação *informativa* e de *cultura/conhecimento*, em termos de diversidade, também foram identificados programas classificados nos macrogéneros *desportivo*, *entretenimento* e *institucional/religioso*, o primeiro com uma representação de 5 % do tempo de programação anual, os dois últimos como uma representação complementar residual, igual ou inferior a 0,1 %.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RTP1, RTP2 e RTP3

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*, *informativo* e também *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 2021, verifica-se que a RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas que oferecem maior *diversidade* de conteúdos neste horário.

Quanto aos programas *informativos*, a RTP1 cumpriu os requisitos em matéria de emissão diária de três blocos de *noticiários*, emissão semanal de programas de *debate* e *entrevista* e quinzenal de programas de *grande reportagem*.

Ambos os serviços de programas apresentam conteúdos para corresponder às quatro *funções* televisivas previstas na análise. De entre todos os serviços de programas generalistas, é na RTP2 que a função *formar* tem expressão horária mais destacada. A RTP2 assegura, como é sua obrigação, espaços de *informação* diários que tratem matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.

É também a RTP2 que assegura a grande parcela das incumbências relativas à *formação* e ao *entretenimento* dos públicos infantis e juvenis. O segundo serviço de programas privilegia ainda a programação desportiva, contribuindo para divulgar modalidades que habitualmente têm pouca visibilidade televisiva.

Sobre a RTP3, enquanto canal temático informativo do serviço público de televisão, recaem obrigações relacionadas com a transmissão de informação sob diferentes formas, o que se reflete quer ao nível dos formatos escolhidos para transmitir essa informação, quer ao nível dos temas, ideias e protagonistas a que dá visibilidade. Ora, uma análise baseada somente nos *géneros* e nas *funções* da programação permite inferir que este serviço de programas honra a sua vocação *informativa*, através de uma grelha composta por programas que privilegiam sobretudo a *função informar*. Em termos de *diversidade* de géneros, ainda que os *serviços noticiosos*, muitos deles com uma periodicidade diária, sejam os programas *informativos* que ocupam maior percentagem do tempo de programação, alguns *magazines informativos*, programas de *entrevista*, *reportagem* e *documentário* também surgem com regularidade na grelha, pelo menos uma vez por semana.

Apreciados estes elementos gerais da programação da RTP1, da RTP2 e da RTP3, considera-se que, em 2021, as opções de programação destes canais do operador público de televisão são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, verificando-se que proporcionam a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor.

SIC

Realizada uma caracterização global da grelha de programação da SIC em termos de *macrogéneros*, *géneros* e *funções* privilegiados nos programas exibidos em 2021, considera-se que, em termos de *diversidade*, as opções de programação apenas parcialmente são coerentes com os requisitos exigidos a um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Com efeito, apesar de ter contemplado um total de 23 *gêneros* distintos, volta a ser inegável a concentração da programação da SIC em apenas três macrogêneros - *entretenimento*, *informativo* e *ficção*, com o primeiro, ainda assim, claramente predominante. Essa concentração é novamente verificável em termos de gêneros, com o predomínio do tempo de programação anual dado aos *talk shows*, *serviços noticiosos* e *telenovelas*. Os restantes gêneros identificados acabam por apresentar uma presença diminuta, alguns dos quais muito residual.

Mais distante da meta a que está obrigada no domínio da *informação*, a SIC continuou a não emitir semanalmente *debates* e *entrevistas* como espaços autónomos de programação, continuando a optar por integrar os dois subgêneros nos *noticiários*.

As programações *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento* voltam a apresentar uma representação que não chega para dar resposta às obrigações assumidas por este serviço de programas em relação esses dois tipos de programação.

Considerando que a SIC deve ainda oferecer uma programação diversificada, capaz de contribuir para a *informação* e *formação* do(s) público(s), cumpre notar que a função *entretener* foi claramente a mais privilegiada, surgindo a *função informar* com a segunda mais destacada, embora como uma grande diferença.

Já no caso de programas que privilegiem a função de *formar* os públicos, constata-se, uma vez mais, que a oferta identificada é completamente residual, sendo por isso desejável um maior investimento.

No que diz respeito à *diversidade* de programação em diferentes faixas horárias, nomeadamente em *horário nobre*, volta a sobressair uma evidente concentração em programas de dois gêneros – *serviços noticiosos* e *telenovelas* – os quais ocuparam quase 80 % do tempo da programação destinada a essa franja horária.

Os programas explicitamente vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da *diversidade* social e cultural continuaram a ter uma representação modesta na grelha de programação.

TVI

Apreciados estes elementos gerais da programação da TVI, numa análise baseadas na caracterização da grelha com base em *macrogêneros*, *gêneros* e *funções*, considera-se que, em 2021, as opções de programação apenas parcialmente são coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Em termos de diversidade de *macrogêneros*, observa-se uma clara concentração do tempo de programação em conteúdos de *entretenimento*, aquele que é claramente dominante, seguido da *ficção* e da *informação*.

Igual conclusão se observa em relação à diversidade de gêneros. Apesar de terem sido identificados programas de 26 *gêneros* distintos, são três os que concentram quase 58 % do tempo de programação anual. Se considerarmos que os *reality shows* surgem como o quarto gênero que capta maior percentagem desse tempo, cerca de 10 % do volume horário anual (ainda que este valor fique aquém da real expressão destes conteúdos na programação da TVI), é fácil concluir que os restantes *gêneros* apresentam uma representação diminuta, em alguns casos meramente residual.

A falta de *diversidade* observada na generalidade da grelha de programação é extensível ao própria faixa horária do *horário nobre*, cujo tempo foi predominantemente preenchido por *serviços noticiosos* (no caso, o “Jornal das 8”) e *telenovelas*.

Considerando que o “Diário da Manhã” passou a ser classificado como *serviço noticioso*, a par do “Jornal da Uma” e do “Jornal das 8”, conclui-se que a TVI ficou próxima do cumprimento da obrigação de emissão de três *serviços noticiosos*

diários – com um rácio de 2,7 programas emitidos por dia, uma vez que o *serviço noticioso* da manhã continuou a ser emitido apenas durante os dias de semana.

Contrariamente a anos anteriores, em 2021, a TVI mudou a sua opção e passou a exibir programas autónomos de *debate* (“Circulatura do Quadrado”, substituído depois por “Princípio da incerteza”), embora tenha mantido a opção de não exibir programas autónomos do género *entrevista*.

No que diz respeito à programação *infantil/juvenil*, a TVI reintroduziu na sua grelha o programa *educativo* “Curious George”, emitido diariamente (inclusivamente aos fins de semana), sendo que, no final de 2021, o substituiu pelo *dese-nho animado* “Viva o Rei Juliano”. Com a exibição desses cerca de 22 minutos de programação infantil, entre as 6h00 e as 6h30 da manhã, procurou dar resposta à obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. Com efeito, a restante programação *infantil/juvenil* continuou a ser concentrada aos fins de semana, com a reposição de séries já exibidas em anos anteriores.

Limitada continuou também a ser a expressão na grelha da TVI de programas de índole *cultural/conhecimento* (embora seja de notar a estreia, nomeadamente, de *documentários*) e formativa.

Embora tenham sido identificados exemplos na grelha de 2021, é de referir que os programas explicitamente vocacionados para grupos minoritários e para a promoção da diversidade social e cultural continuaram a apresentar uma representação tímida na programação deste serviço de programas.

CMTV

Apreciados estes elementos gerais da programação da CMTV, considera-se que, em 2021, as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de cobertura nacional de oferecer uma programação diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência. Com efeito, as características da programação emitida pela CMTV em 2021 continuam, tal como já observado nos anos anteriores, mais coerentes com as 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.



ANEXOS

ANEXO I – METODOLOGIA, CONCEITOS E GRELHA DE ANÁLISE

METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2021 dos três serviços do operador público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP3 – e dos três operadores licenciados SIC, TVI e CMTV, com o modelo de análise a alicerçar-se nos dois conceitos operativos já referenciados – género televisivo e função da programação.

Por **géneros** entende-se as diferentes tipologias de programas (i.e., unidades autónomas no alinhamento de uma grelha de emissão), cujos formatos se encontram relativamente padronizados, considerando o seu conteúdo temático, a forma de conceção/apresentação, a intencionalidade do programador e/ou públicos-alvo.

A identificação dos géneros televisivos faz-se a dois níveis. Um primeiro nível abrange sete grandes categorias de conteúdos (macrogéneros): informativo, desportivo, ficção, infantil/juvenil, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso.

Os sete macrogéneros mencionados subdividem-se em 39 categorias de género. A título de exemplo, o macrogénero informativo é composto pelos sete géneros seguintes: serviço noticioso, reportagem, debate, entrevista, comentário, edição especial, *magazine* informativo e boletim meteorológico.

Também é aplicado o conceito de **função**, que pretende traduzir a intencionalidade preponderante de um programa televisivo a partir do seu conteúdo e aferir a finalidade prosseguida pelo programador com a inclusão e o posicionamento de um dado programa nas suas grelhas de emissão.

São consideradas as três funções clássicas da atividade televisiva – informar, formar e entreter –, conjugadas com a função promover/divulgar.

A unidade de análise corresponde aos **programas**, entendidos como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e um genérico final próprios e distintivos dos demais programas e outros elementos da emissão.

O **corpus** da análise é recolhido das bases de dados da Markdata, Mediamonitor/Markttest, com apoio no *software* YUMI. Esta fonte de informação fornece as grelhas de emissão diárias de cada um dos serviços de programas, organizadas cronologicamente, com a duração total de todos os programas exibidos, hora de início e de fim.

A operação de constituição do *corpus* implica a eliminação destas grelhas de todos os elementos de programação que não correspondem à unidade de análise adotada, tal como os intervalos publicitários, os espaços de tele vendas, as autopromoções, os indicativos de estação, os separadores ou outros elementos de antena semelhantes.

O tratamento dos dados recolhidos tem início com a verificação das obrigações genéricas de *diversidade* de programação a que os quatro serviços de programas generalistas se encontram sujeitos, compreendendo seguidamente as obrigações específicas de cada um deles relativamente às tipologias de programas a emitir, a sua periodicidade, o seu horário de emissão, entre outras.

Recorde-se que a análise de géneros televisivos que é desenvolvida no presente capítulo não tem correspondência direta com a codificação que é produzida pelos serviços da Mediamonitor/Markttest, designadamente em matéria de tipologias de programas. Ou seja, a codificação de um programa não corresponde necessariamente à classificação que

lhe é atribuída por aquela fonte de informação, uma vez que estão em causa modelos de análise conceptualmente diversos. No entanto, não havendo divergências, os programas receberão a mesma classificação.

Ao longo da análise são utilizados dois indicadores de medida na apresentação dos dados: duração (hh:mm:ss) e número de programas (frequência de programas emitidos), privilegiando o primeiro. Se o número de programas nem sempre espelha o peso relativo, e em volume horário, que determinado género televisivo ou função podem assumir, o indicador ganha pertinência sempre que a avaliação incida numa norma quantificada na legislação aplicável.

Apresenta-se abaixo a grelha de classificação de programas quanto ao género televisivo.

Grelha de classificação geral de géneros televisivos: macrogéneros e géneros

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a *informação* dos públicos sobre assuntos que marcam a atualidade. São programas de índole jornalística, sob a alçada da direção de informação. Desta categoria estão excluídos programas informativos temáticos que possam ser classificados em macrogéneros específicas (p. ex. desportivo, cultural/conhecimento).

Desportivo: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre diferentes modalidades desportivas e para a exibição de competições desportivas diversificadas. A categoria compreende conteúdos de informação desportiva (que se subdivide em vários géneros, incluído o comentário) e *transmissão* de eventos desportivos.

Ficção: programas vocacionados para o entretenimento dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas de ficção.

Infantil/juvenil: programas que, dentro de vários géneros e formatos televisivos, tenham em comum a vocação de 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 19 apresenta a grelha de classificação dos programas televisivos a dois níveis – macrogéneros e *géneros*. A figura estabelece ainda uma correspondência entre *géneros televisivos* e *funções* – uma correspondência *indicativa*, pois é na fase de análise de media que se atribui a cada programa a *função* predominante, considerando a finalidade que mais se destaca.

FIG. 19 - GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO DE GÊNEROS TELEVISIVOS E RELAÇÃO COM FUNÇÕES

Macrogênero / Gênero	Funções
Informativo	
Serviço noticioso	Informar
Reportagem	
Debate	
Entrevista	
Comentário	
Edição especial	
<i>Magazine</i> informativo	
Boletim meteorológico	
Desportivo	
Informação desportiva	Informar
Transmissão desportiva	Entreter
Resumo desportivo	Informar
Comentário desportivo	Informar
Ficção	
Filme/teledfilme	Entreter
Série	
Telenovela	
Infantil/juvenil	
Desenho animado	Entreter
Concurso/jogo infantil/juvenil	
Ficção infantil/juvenil	
Telenovela infantil/juvenil	Formar
Educativo infantil/juvenil	
Informação infantil/juvenil	
Espaço contendor	
Outro (infantil/juvenil)	Entreter
Entretenimento	
Concurso/jogo	Entreter
<i>Reality show</i>	
Variedades	
<i>Talk show</i>	
Humor	
<i>Infotainment</i>	
Outro (entretenimento)	
Cultural/conhecimento	
Artes e <i>media</i>	Informar; Formar
Humanidades	
Ciência	
Documentário	Entreter
Espetáculo	
Educativo	Formar
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	Informar
Institucional/religioso	
Institucional	Informar; Formar; Promover/divulgar
Religioso	Promover/divulgar

ANEXO II – OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

A análise de programação televisiva desenvolvida no presente capítulo do relatório tem como referencial preceitos que constam da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, para todos os serviços de programas analisados, e do “Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão”, para os três serviços de programas da RTP.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas nos diplomas referidos, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das funções predominantes na programação dos quatro serviços de programas generalistas e no serviço de programas temático *informativo* do setor público, sendo esses os que surgem listados de seguida.

FIG. 20 - QUADRO DE REFERÊNCIA – LEI DA TELEVISÃO E DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
(Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho)

Artigo 8.º - Tipologia de serviços de programas televisivos

2. Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público.
3. São temáticos os serviços de programas televisivos que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos do público.

Artigo 9.º - Fins da atividade de televisão

1. Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados:
 - a) Contribuir para a informação, formação e entretenimento do público.

Artigo 34.º - Obrigações gerais dos operadores

2. Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional:
 - a) Assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural.

Artigo 51.º - Obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão

1. A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespetadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2. À concessionária incumbe, designadamente:
 - a) Fornecer uma programação variada e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
 - b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
 - (...)
 - d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;
 - e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluindo os que compõem as diversas comunidades imigrantes em Portugal;

FIG. 21 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 4.ª – Princípios de atuação

1. A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.
2. Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:
 - (...)
 - c) Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

- d) Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
- e) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
- f) A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
- g) Uma informação precisa, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados;
- h) A promoção económica e cultural de Portugal além-fronteiras;
- i) A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;

(...)

3. Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.

(...)

Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2. À Concessionária incumbe, designadamente:
- a) Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
 - b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
 - c) (...)
 - d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infantojuvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
 - e) Garantir a transmissão de programas de caráter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
 - f) Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
 - g) Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;
 - h) Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;
- (...)
- k) Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua portuguesa;
 - n) Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;

Cláusula 7.ª – Âmbito

2. Integram o serviço público de televisão:
- a) Um serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com o objetivo de satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público;
 - b) Um segundo serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil;
- (...)
- e) Um serviço de programas orientado para a prestação especializada de informação, com uma vocação de proximidade e concedendo particular atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas.

FIG. 22 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO: OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTA DE ÂMBITO NACIONAL

Obrigações específicas da RTP1
Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 9.ª Primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional

1.	O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às distintas realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa, conceder especial relevo:
	a) À informação, designadamente através da difusão de noticiários, debates, entrevistas, reportagens e documentários;
	b) Ao entretenimento de qualidade e de expressão originária portuguesa, promotor dos valores consagrados no código de conduta e ética da Concessionária;
	c) À transmissão de programas de caráter cultural; e
	d) À sensibilização dos telespetadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos.
2.	A programação do primeiro serviço de programas assegura a cobertura de manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva.
3.	A programação do primeiro serviço de programas generalista visa o grande público, pelo que deve incluir programas de entretenimento, dando especial relevo a formatos diferenciadores face os serviços comerciais existentes no mercado., cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, respeito pela dignidade humana e pelas minorias possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista.
	(...)
7.	Tendo em conta o disposto na alínea a) do n.º 1 desta cláusula [9.ª], assim como no n.º 1 e na alínea c) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
	e) Espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
	f) Espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
	g) Espaços regulares de entrevista a personalidades que se destaquem na atividade profissional ou cívica;
	h) Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
	i) Espaços regulares de grande reportagem;
	j) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal; e
	k) Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais relevantes.
8.	Tendo em conta o disposto na alínea b) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e no n.º 1 da cláusula 6.ª, a programação do primeiro serviço de programas generalista inclui necessariamente:
	a) Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas e a coesão nacional;
	b) Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento;
	c) Espaços de entretenimento originais e criativos que estimulem a presença de novos valores na televisão portuguesa.
	(...)
10.	Tendo em conta o disposto nas alíneas b) e c) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e nas alíneas b), d), h) e j) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
	a) Espaços regulares de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas;
	(...)
	c) Espaços regulares com grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas;
	(...)
	d) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil; e
	e) Espaços regulares dedicados à promoção da cidadania, esclarecendo os telespetadores dos seus direitos e deveres de participação na vida pública, incentivando-os ao seu exercício e cumprimento, designadamente nas áreas política, educativa, cívica, ambiental e associativa.
11.	Para efeitos do disposto nos n.ºs 7 e 10 da presente cláusula [9.ª], e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, considera-se exigível a seguinte frequência mínima:
	a) Três vezes por dia para os noticiários;
	b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;
	c) Quinzenal, para os programas de grande reportagem e documentários; e
	d) Mensal, para os grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas.

FIG. 23 - QUADRO DE REFERÊNCIA – OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO SEGUNDO SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTA DE ÂMBITO NACIONAL

Obrigações específicas da RTP2

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 10.ª - Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional

1.	O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional compreende uma programação de forte componente cultural e formativa, aberta à sociedade civil.
2.	O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve assegurar de forma coerente uma programação cultural de qualidade e distinta dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este.
3.	A programação do serviço de programas a que se refere a presente cláusula constitui uma alternativa à oferta do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional, bem como às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que 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.
4.	O segundo serviço de programas generalista concede particular relevo na sua programação ao princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico.
5.	O segundo serviço de programas generalista deve valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.
6.	Algumas das obrigações de programação previstas no número anterior podem ser asseguradas num outro serviço de programas oferecido em acesso não condicionado livre, de modo a promover-se a componente de conteúdos culturais e formativos do segundo serviço de programas.
(...)	
8.	O segundo serviço de programas generalista assegura espaços de informação diários que, de modo contextualizado, e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.
9.	Os espaços de informação do segundo serviço de programas generalista podem recorrer a outros serviços de programas disponibilizados pela Concessionária em plataformas de acesso universal para desenvolver todas as matérias que, pelas características do meio, não possam ser objeto de tratamento exaustivo na emissão televisiva.
10.	O segundo serviço de programas generalista deve incluir espaços educativos e de entretenimento diários, destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação.

FIG. 24 - QUADRO DE REFERÊNCIA – OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO

Obrigações específicas da RTP3

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 13.ª - Serviço de programas temático informativo

1.	O serviço de programas temático informativo destina-se à prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente documentários, reportagens, noticiários e debates, acerca de temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado.
2.	O serviço de programas temático informativo deve ter também, a par da informação nacional e internacional, uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a temas com interesse para regiões e comunidades específicas, tendencialmente e sempre que possível através de janelas de programação com este propósito.
(...)	
4.	O serviço de programas temático informativo deve também assegurar a difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional.

ANEXO III – FIGURAS

FIG. 25 - GÊNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO TOTAL) POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)

Macrogénero/Género	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Informativo	2435:04:28	34,7	2103:25:30	24,3	6868:04:42	82,7	1468:26:59	23,0	1332:13:15	20,8	4856:38:49	67,8
Serviço noticioso	865:08:58	12,3	1653:25:16	19,1	4290:33:01	51,7	1451:04:47	22,7	1240:57:36	19,3	4088:22:45	57,1
Reportagem	68:01:38	1,0	6:40:32	0,1	192:16:27	2,3	-	-	-	-	193:55:46	2,7
Debate	75:59:41	1,1	21:30:21	0,2	504:29:00	6,1	-	-	40:53:48	0,6	-	-
Entrevista	61:58:20	0,9	-	-	190:03:21	2,3	-	-	0:16:07	0,004	399:03:37	5,6
Comentário	-	-	16:58:13	0,2	-	-	-	-	-	-	37:47:00	0,5
Edição especial	34:16:17	0,5	-	-	95:09:59	1,1	4:02:22	0,1	9:32:43	0,1	37:47:00	0,5
Magazine informativo	1329:39:34	18,9	399:05:06	4,6	1595:32:54	19,2	13:19:50	0,2	40:33:01	0,6	137:29:41	1,9
Boletim meteorológico	-	-	5:46:02	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Desportivo	369:37:28	5,3	667:20:14	7,7	416:49:40	5,0	40:33:04	0,6	90:05:22	1,4	1285:53:12	18,0
Transmissão desportiva	306:51:03	4,4	459:18:18	5,3	-	-	36:12:16	0,6	78:59:42	1,2	8:44:24	0,1
Informação desportiva	61:29:06	0,9	198:59:34	2,3	247:44:04	3,0	1:12:30	0,0	11:05:40	0,2	227:51:24	3,2
Resumo desportivo	1:17:19	0,02	9:02:22	0,1	0:47:56	0,01	3:08:18	0,0	-	-	-	-
Comentário desportivo	-	-	-	-	168:17:40	2,0	-	-	-	-	1049:17:24	14,7
Ficção	800:56:15	11,4	1390:47:09	16,1	-	-	1416:34:11	22,2	1607:19:22	25,1	479:33:51	6,7
Filme/telefilme	369:09:45	5,3	390:35:12	4,5	-	-	231:03:00	3,6	223:57:58	3,5	474:18:35	6,6
Série	226:39:40	3,2	766:51:13	8,9	-	-	356:18:11	5,6	253:06:01	3,9	-	-
Telenovela	205:06:50	2,9	233:20:44	2,7	-	-	829:13:00	13,0	1130:15:23	17,6	5:15:16	0,1
Infantil/Juvenil	154:18:14	2,2	2541:02:53	29,4	-	-	221:22:17	3,5	283:29:12	4,4	-	-
Desenho animado	56:58:49	0,8	1839:58:35	21,3	-	-	24:42:53	0,4	1:28:31	0,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	3:52:39	0,1	121:39:44	1,4	-	-	196:39:24	3,1	152:13:49	2,4	-	-
Educativo infantil/juvenil	54:11:05	0,8	368:52:08	4,3	-	-	-	-	129:46:52	2,0	-	-
Informação infantil/juvenil	15:58:15	0,2	34:43:16	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço contendor	9:36:53	0,1	93:57:06	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	13:40:33	0,2	81:52:04	0,9	-	-	-	-	-	-	440:15:22	6,2
Entretenimento	2470:48:07	35,2	129:21:45	1,5	8:47:59	0,1	3043:03:15	47,6	2913:51:00	45,4	0:28:48	0,0
Concurso/jogo	797:01:11	11,4	56:27:29	0,7	-	-	67:42:05	1,1	86:36:03	1,4	-	-
Variedades	492:04:44	7,0	-	-	1:12:25	0,01	341:03:39	5,3	297:36:22	4,6	350:34:53	4,9
Talk show	1034:00:43	14,7	17:58:20	0,2	-	-	1933:33:32	30,3	1332:35:49	20,8	58:36:45	0,8
Humor	2:30:22	0,04	-	-	6:13:19	0,1	107:15:25	1,7	123:00:38	1,9	23:19:50	0,3
Infotainment	42:40:45	0,6	52:16:58	0,6	-	-	261:14:58	4,1	359:13:59	5,6	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	295:42:19	4,6	641:19:17	10,0	7:15:06	0,1
Outro (entretenimento)	102:30:22	1,5	2:38:58	0,0	1:22:15	0,02	36:31:17	0,6	73:28:52	1,1	93:22:17	1,3
Cultural/Conhecimento	704:38:42	10,0	1514:46:38	17,5	1007:11:56	12,1	180:07:02	2,8	105:15:34	1,6	17:28:02	0,2
Artes e média	38:10:59	0,5	192:37:05	2,2	64:31:37	0,8	-	-	-	-	-	-
Humanidades	130:42:40	1,9	286:45:24	3,3	212:03:06	2,6	2:45:03	0,0	-	-	75:54:15	1,1
Ciência	39:27:45	0,6	100:25:58	1,2	79:55:30	1,0	-	-	-	-	-	-
Documentário	213:00:53	3,0	637:15:53	7,4	255:13:40	3,1	80:20:01	1,3	39:48:11	0,6	-	-
Espetáculo	164:33:54	2,3	168:22:11	1,9	-	-	9:20:36	0,1	-	-	-	-
Educativo	1:27:45	0,02	31:46:59	0,4	-	-	-	-	4:21:35	0,1	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	117:14:46	1,7	97:33:08	1,1	395:28:03	4,8	87:41:22	1,4	61:05:48	1,0	2:25:58	0,03
Institucional/Religioso	81:50:10	1,2	309:21:19	3,6	0:55:55	0,01	16:35:59	0,3	81:23:48	1,3	2:25:58	0,03
Institucional	15:53:22	0,2	127:54:47	1,5	0:55:55	0,01	16:35:59	0,3	9:29:36	0,1	-	-
Religioso	65:56:48	0,9	181:26:32	2,1	-	-	-	-	71:54:12	1,1	-	100,0
Total	7017:13:24	100,0	8656:05:28	100,0	8301:50:12	100,0	6386:42:47	100,0	6413:37:33	100,0	7158:09:24	100,0

FIG. 26 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	1945	26,9	1934	7,4	9107	69,5	1044	16,6	1250	17,9	-	-
Serviço noticioso	963	13,3	1040	4,0	5599	42,7	985	15,7	1092	15,6	-	-
Reportagem	133	1,8	22	0,1	368	2,8	-	-	-	-	-	-
Debate	51	0,7	46	0,2	610	4,7	-	-	49	0,7	-	-
Entrevista	81	1,1	-	-	304	2,3	-	-	1	0,01	-	-
Comentário	-	-	68	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	25	0,3	-	-	76	0,6	1	0,0	6	0,1	-	-
Magazine informativo	692	9,6	413	1,6	2150	16,4	58	0,9	102	1,5	-	-
Boletim meteorológico	-	-	345	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Desportivo	455	6,3	556	2,1	454	3,5	80	1,3	166	2,4	-	-
Transmissão desportiva	298	4,1	351	1,4	-	-	19	0,3	42	0,6	-	-
Informação desportiva	98	1,4	191	0,7	301	2,3	46	0,7	124	1,8	-	-
Resumo desportivo	59	0,8	14	0,1	1	0,01	15	0,2	-	-	-	-
Comentário Desportivo	-	-	-	-	152	1,2	-	-	-	-	-	-
Ficção	832	11,5	1537	5,9	-	-	2161	34,4	29,51	29,5	-	-
Filme/telefilme	224	3,1	255	1,0	-	-	131	2,1	1,9	1,9	-	-
Série	313	4,3	960	3,7	-	-	655	10,4	5,3	5,3	-	-
Telenovela	295	4,1	322	1,2	-	-	1375	21,9	22,3	22,3	-	-
Infantil/Juvenil	1043	14,4	17716	68,2	-	-	255	4,1	7,97	8,0	-	-
Desenho animado	346	4,8	9765	37,6	-	-	79	1,3	0,1	0,1	-	-
Ficção infantil/juvenil	6	0,1	342	1,3	-	-	176	2,8	3,0	3,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	379	5,3	2183	8,4	-	-	-	-	4,9	4,9	-	-
Espaço contendor	97	1,3	4115	15,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	132	1,8	292	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	83	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Entretenimento	1727	23,9	276	1,1	573	4,4	2427	38,7	2334	33,4	-	-
Concurso/jogo	708	9,8	159	0,6	-	-	45	0,7	86	1,2	-	-
Variedades	203	2,8	-	-	1	0,01	103	1,6	114	1,6	-	-
Talk show	555	7,7	20	0,1	-	-	1338	21,3	803	11,5	-	-
Humor	53	0,7	-	-	571	4,4	120	1,9	369	5,3	-	-
Infotainment	86	1,2	96	0,4	-	-	363	5,8	242	3,5	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	417	6,6	624	8,9	-	-
Outro (entretenimento)	122	1,7	1	0,0	1	0,01	41	0,7	96	1,4	-	-
Cultural/Conhecimento	879	12,2	2967	11,4	2929	22,4	270	4,3	406	5,8	-	-
Artes e média	26	0,4	297	1,1	296	2,3	-	-	-	-	-	-
Humanidades	193	2,7	470	1,8	599	4,6	1	0,02	-	-	-	-
Ciência	56	0,8	219	0,8	719	5,5	-	-	-	-	-	-
Documentário	262	3,6	756	2,9	311	2,4	107	1,7	57	0,8	-	-
Espetáculo	121	1,7	123	0,5	-	-	5	0,1	-	-	-	-
Educativo	6	0,1	102	0,4	-	-	-	-	261	3,7	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	215	3,0	1000	3,9	1004	7,7	157	2,5	88	1,3	-	-
Institucional/Religioso	338	4,7	977	3,8	37	0,3	36	0,6	214	3,1	-	-
Institucional	274	3,8	347	1,3	37	0,3	36	0,6	153	2,2	-	-
Religioso	64	0,9	630	2,4	-	-	-	-	61	0,9	-	-
Total	7219	100,0	25963	100,0	13100	100,0	6273	100,0	6990	100,0	-	-

FIG. 27 - GÊNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO TOTAL) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Informativo	458:33:22	44,8	191:08:23	18,3	847:26:58	83,2	499:32:22	48,8	462:07:33	48,0	606:28:19	71,6
Serviço noticioso	330:47:13	32,3	165:46:29	15,9	612:02:46	60,1	495:30:00	48,0	456:25:53	47,5	540:17:02	63,8
Reportagem	52:45:32	5,2	0:34:43	0,1	20:28:56	2,0	-	-	-	-	58:05:20	6,9
Debate	46:33:09	4,6	0:56:02	0,1	57:54:37	5,7	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	16:58:13	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	18:32:04	1,8	-	-	30:44:08	3,0	-	-	0:16:07	0,03	-	-
Edição especial	9:55:24	1,0	-	-	10:17:27	1,0	4:02:22	0,4	5:25:33	0,6%	4:57:46	0,6
Magazine informativo	-	-	1:29:04	0,1	115:59:04	11,4	-	-	-	-	3:08:11	0,4
Boletim meteorológico	-	-	5:23:52	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Desportivo	54:20:44	5,3	24:57:13	2,4	22:57:15	2,3	21:31:12	2,1	65:15:13	6,8	239:05:38	28,2
Transmissão desportiva	51:28:21	5,0	15:18:12	1,5	-	-	21:31:12	2,1	65:10:03	6,5	0:08:15	0,02
Informação desportiva	1:54:46	0,2	7:54:59	0,8	13:36:50	1,3	-	-	0:05:10	0,01	-	-
Resumo desportivo	0:57:37	0,09	1:44:02	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário desportivo	-	-	-	-	9:20:25	0,9	-	-	-	-	238:57:23	28,2
Ficção	58:20:27	5,7	356:26:24	34,1	-	-	341:28:30	33,4	336:49:47	35	-	-
Filme/telefilme	3:18:52	0,3	26:49:49	2,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	55:01:35	5,4	329:36:35	31,6	-	-	13:39:04	1,3	3:11:39	0,3	-	-
Telenovela	58:20:27	5,7	-	-	-	-	327:49:26	32,0	333:38:08	34,7	-	-
Infantil/Juvenil	-	-	133:40:37	12,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenho animado	-	-	79:14:04	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	20:27:03	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	21:37:08	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	0:12:45	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço contendor	-	-	0:25:32	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	11:44:05	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Entretenimento	419:10:48	41,0	12:53:45	1,2	2:00:42	0,2	159:14:38	15,6	97:37:54	10,1	-	-
Concurso/jogo	387:54:32	37,9	-	-	-	-	47:53:00	4,7	34:26:15	3,4	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-	0:13:42	0,02	-	-
Talk show	19:10:59	1,9	0:55:00	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	-	-	-	-	0:38:27	0,1	47:47:02	4,7	-	-	-	-
Infotainment	5:20:32	0,5	11:58:45	1,1	-	-	-	-	0:45:09	0,1	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	59:05:22	5,8	62:12:48	6,5%	-	-
Outro (entretenimento)	6:44:45	0,7	-	-	1:22:15	0,13	4:29:14	0,4	-	-	-	-
Cultural/Conhecimento	31:58:06	3,1	311:39:28	29,9	145:52:57	14,3	-	-	-	-	-	-
Artes e média	3:10:18	0,3	4:19:30	0,4	4:16:21	0,4	-	-	-	-	-	-
Humanidades	7:21:16	0,7	89:59:01	8,6	11:06:45	1,1	-	-	-	-	-	-
Ciência	0:52:28	0,1	16:10:11	1,5	6:30:48	0,6	-	-	-	-	-	-
Documentário	2:27:20	0,2	121:09:33	11,6	99:44:33	9,8	-	-	-	-	-	-
Espetáculo	18:06:44	1,8	42:08:30	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo	-	-	4:38:54	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	33:13:49	3,2	24:14:30	2,4	-	-	-	-	-	-
Institucional/Religioso	0:18:45	0,03	13:05:29	1,3	0:04:19	0,01	1:37:22	0,2	0:04:40	0,01	0:57:42	0,1
Institucional	0:11:50	0,02	12:01:53	1,2	0:04:19	0,01	1:37:22	0,2	0:04:40	0,01	0:57:42	0,1
Religioso	0:06:55	0,01	1:03:36	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1022:42:12	100,0	1043:51:19	100,0	1018:22:11	100,0	1023:24:04	100,0	961:55:07	100,0	846:31:39	100,0

FIG. 28 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2021)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	507	47,9	761	25,3	894	69,4	354	36,2	342	37,3	-	-
Serviço noticioso	341	32,2	361	12,0	447	34,7	353	36,1	339	36,4	-	-
Reportagem	94	8,9	2	0,1	41	3,2	-	-	-	-	-	-
Debate	32	3,0	2	0,1	78	6,1	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	68	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	30	2,8	-	-	55	4,3	-	-	1	0,1	-	-
Edição especial	10	0,9	-	-	18	1,4	1	0,1	2	0,2	-	-
Magazine informativo	-	-	5	0,2	255	19,8	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	323	10,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Desportivo	82	7,8	30	1,0	20	1,6	11	1,1	40	4,4	-	-
Transmissão desportiva	27	2,6	11	0,4	-	-	11	1,1	34	3,7	-	-
Informação desportiva	11	1,0	17	0,6	14	1,1	-	-	6	0,7	-	-
Resumo desportivo	44	4,2	2	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário desportivo	-	-	-	-	6	0,5	-	-	-	-	-	-
Ficção	78	7,4	417	13,8	-	-	497	50,8	480	52,4	-	-
Filme/telefilme	2	0,2	19	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	76	7,2	398	13,2	-	-	18	1,8	4	0,4	-	-
Telenovela	78	7,4	-	-	-	-	479	49,0	476	52	-	-
Infantil/Juvenil	-	-	934	31,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenho animado	-	-	382	12,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	45	1,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	123	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	1	0,03	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço contendor	-	-	108	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	275	9,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Entretenimento	359	33,9	15	0,5	64	5,0	115	11,8	52	5,7	-	-
Concurso/jogo	321	30,3	-	-	-	-	29	3	22	2,4	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,1	-	-
Talk show	18	1,7	1	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	-	-	-	-	63	4,9	59	6,0	-	-	-	-
Infotainment	11	1,0	14	0,5	-	-	-	-	1	0,1	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	25	2,6	28	3,1	-	-
Outro (entretenimento)	9	0,9	-	-	1	0,08	2	0,2	-	-	-	-
Cultural/Conhecimento	29	2,7	777	25,8	308	23,9	-	-	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	2	0,2	19	0,6	20	1,6	-	-	-	-	-	-
Humanidades	15	1,4	116	3,9	46	3,6	-	-	-	-	-	-
Ciência	1	0,1	27	0,9	59	4,6	-	-	-	-	-	-
Documentário	3	0,3	142	4,7	118	9,2	-	-	-	-	-	-
Espetáculo	8	0,8	37	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo	-	-	19	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	417	13,8	65	5,0	-	-	-	-	-	-
Institucional/Religioso	3	0,3	78	2,6	3	0,2	1	0,1	2	0,2	-	-
Institucional	2	0,2	77	2,6	3	0,2	1	0,1	2	0,2	-	-
Religioso	1	0,1	1	0,03	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1058	100,0	3012	100,0	1289	100,0	978	100,0	916	100,0	-	-

RTP1

- Informativos

FIG. 29 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	100:30:30	9,1	433:51:15	58,1	330:47:13	72,1	-	-
Reportagem	0:31:26	0,05	6:32:34	0,9	52:45:32	11,5	8:12:06	6,8
Debate	-	-	-	-	46:33:09	10,2	29:26:32	24,3
Entrevista	-	-	1:13:34	0,2	18:32:04	4,0	42:12:42	34,8
Edição especial	13:07:40	1,2	2:03:42	0,3	9:55:24	2,2	9:09:31	7,5
Magazine informativo	994:11:50	89,7	303:09:58	40,6	-	-	32:17:46	26,6
Total	1108:21:26	100,0	746:51:03	100,0	458:33:22	100,0	121:18:37	100,0

N = 2103H25M30S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 30 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	236	38,9	386	58,7	341	67,3	-	-
Reportagem	1	0,2	12	1,8	94	18,5	26	15,0
Debate	-	-	-	-	32	6,3	19	11,0
Entrevista	-	-	2	0,3	30	5,9	49	28,3
Edição especial	7	1,2	3	0,5	10	2,0	5	2,9
Magazine informativo	363	59,8	255	38,8	-	-	74	42,8
Total	607	100,0	658	100,0	507	100,0	173	100,0

N = 1934 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 31 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	644:14:54	32,4	220:54:04	49,6
Reportagem	63:44:41	3,2	4:16:57	1,0
Debate	74:19:25	3,7	1:40:16	0,4
Entrevista	59:53:57	3,0	2:04:23	0,5
Edição especial	13:54:27	0,7	20:21:50	4,6
Magazine informativo	1133:57:25	57,0	195:42:09	44,0
Total	1990:04:49	100,0	444:59:39	100,0

N = 2103H25M30S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 32 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	755	47,0	208	61,2
Reportagem	125	7,8	8	2,4
Debate	48	3,0	3	0,9
Entrevista	78	4,9	3	0,9
Edição especial	10	0,6	15	4,4
Magazine informativo	589	36,7	103	30,3
Total	1605	100,0	340	100,0

N = 1934 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 33 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	56:58:49	67,7	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	3:52:39	4,6	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	54:11:05	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	15:58:15	100,0
Espaço contentor	9:36:53	11,4	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	13:40:33	16,3	-	-	-	-
Total	84:08:54	100,0	54:11:05	100,0	15:58:15	100,0

N=154H18M14S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 34 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	346	65,0	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	6	1,1	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	379	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	132	100,0
Espaço contentor	97	18,2	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	83	15,6	-	-	-	-
Total	532	100,0	379	100,0	132	100,0

N= 1043 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 35 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Tarde	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	56:58:49	37,9	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	3:52:39	100,0
Educativo infantil/juvenil	54:11:05	36,0	-	-
Informação infantil/juvenil	15:58:15	10,6	-	-
Espaço contentor	9:36:53	6,4	-	-
Outro (infantil/juvenil)	13:40:33	9,1	-	-
Total	150:25:35	100,0	3:52:39	100,0

N=154H18M14S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 36 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Tarde	
	N	%	N	%
Desenho animado	346	33,4	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	6	100,0
Educativo infantil/juvenil	379	36,5	-	-
Informação infantil/juvenil	132	12,7	-	-
Espaço contendor	97	9,4	-	-
Outro (infantil/juvenil)	83	8,0	-	-
Total	1037	100,0	6	100,0

N= 1043 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 37 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	-	-	56:58:49	37,9
Ficção infantil/juvenil	3:52:39	100,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	54:11:05	36,0
Informação infantil/juvenil	-	-	15:58:15	10,6
Espaço contendor	-	-	9:36:53	6,4
Outro (infantil/juvenil)	-	-	13:40:33	9,1
Total	3:52:39	100,0	150:25:35	100,0

N=154H18M14S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 38 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	-	-	346	33,4
Ficção infantil/juvenil	6	100,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	379	36,5
Informação infantil/juvenil	-	-	132	12,7
Espaço contendor	-	-	97	9,4
Outro (infantil/juvenil)	-	-	83	8,0
Total	6	100,0	1037	100,0

N= 1043 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 39 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	-	-	38:10:59	7,2
Humanidades	-	-	5:07:55	46,2	125:34:45	23,7
Ciência	-	-	4:30:15	40,6	34:57:30	6,6
Documentário	-	-	-	-	213:00:53	40,3
Espetáculo	164:33:54	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	1:27:45	13,2	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	117:14:46	22,2
Total	164:33:54	100,0	11:05:55	100,0	528:58:53	100,0

N=704H38M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 40 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	-	-	-	26	3,5
Humanidades	-	-	9	52,9	184	24,8
Ciência	-	-	2	11,8	54	7,3
Documentário	-	-	-	-	262	35,4
Espetáculo	121	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	6	35,3	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	215	29,0
Total	121	100,0	17	100,0	741	100,0

N=879 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 41 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>			12:32:23	15,6	3:10:18	9,9	22:28:18	5,3
Humanidades	27:01:52	16,3	23:27:01	29,3	7:21:16	23,0	72:52:31	17,1
Ciência	7:01:27	4,2	2:02:10	2,5	0:52:28	2,7	29:31:40	6,9
Documentário	87:14:47	52,5	6:37:46	8,3	2:27:20	7,7	116:41:00	27,4
Espetáculo	12:45:02	7,7	34:49:56	43,4	18:06:44	56,7	98:52:12	23,2
Educativo	0:11:10	0,1	0:41:00	0,9	-	-	0:35:35	0,1
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	32:02:07	19,3	-	-	-	-	85:12:39	20,0
Total	166:16:25	100,0	80:10:16	100,0	31:58:06	100,0	426:13:55	100,0

N=704H38M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 42 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>			5	6,3	2	6,9	19	3,6
Humanidades	39	15,9	41	51,3	15	51,7	98	18,7
Ciência	6	2,4	1	1,3	1	3,4	48	9,2
Documentário	106	43,1	11	13,8	3	10,3	142	27,1
Espetáculo	9	3,7	19	23,8	8	27,6	85	16,2
Educativo	2	0,8	3	3,8	-	-	1	0,2
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	84	34,1	-	-	-	-	131	25,0
Total	246	100,0	80	100,0	29	100,0	524	100,0

N=879 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 43 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	21:25:59	5,9	16:45:00	4,9
Humanidades	59:01:21	16,1	71:41:19	21,2
Ciência	23:42:09	6,5	15:45:36	4,7
Documentário	101:15:44	27,7	111:45:09	33,0
Espetáculo	100:16:17	27,4	64:17:37	19,0
Educativo	0:46:45	0,2	0:41:00	0,2
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	59:36:33	16,3	57:38:13	17,0
Total	366:04:48	100,0	338:33:54	100,0

N=704H38M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 44 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2021)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	18	4,0	8	1,8
Humanidades	89	20,0	104	24,0
Ciência	32	7,2	24	5,5
Documentário	128	28,8	134	30,9
Espetáculo	84	18,9	37	8,5
Educativo	3	0,7	3	0,7
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	91	20,4	124	28,6
Total	445	100,0	434	100,0

N=879 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

RTP2

- Informativos

FIG. 45 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	181:50:35	99,2	-	-	165:46:29	86,7	1305:48:12	85,6
Reportagem	1:27:59	0,8	4:19:03	2,1	0:34:43	0,3	0:18:47	0,0
Debate	-	-	-	-	0:56:02	0,5	20:34:19	1,3
Comentário	-	-	-	-	16:58:13	8,9	-	-
<i>Magazine</i> informativo	-	-	198:02:49	97,7	1:29:04	0,8	199:33:13	13,1
Boletim meteorológico	0:01:00	0,01	0:20:10	0,2	5:23:52	2,8	0:01:00	0,001
Total	183:19:34	100,0	202:42:02	100,0	191:08:23	100,0	1526:15:31	100,0

N = 2103H25M30S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 46 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	320	98,2	-	-	361	47,4	359	58,8
Reportagem	5	1,5	14	5,9	2	0,3	1	0,2
Debate	-	-	-	-	2	0,3	44	7,2
Comentário	-	-	-	-	68	8,9	-	-
Magazine informativo	-	-	202	85,6	5	0,7	206	33,7
Boletim meteorológico	1	0,3	20	8,5	323	42,4	1	0,2
Total	326	100,0	236	100,0	761	100,0	611	100,0

N = 1934 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 47 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1030:33:09	71,4	622:52:07	94,5
Reportagem	3:17:33	0,2	3:22:59	0,5
Debate	20:34:19	1,4	0:56:02	0,1
Comentário	-	-	16:58:13	2,6
Magazine informativo	385:29:47	26,7	13:35:19	2,1
Boletim meteorológico	4:15:11	0,3	1:30:51	0,2
Total	1444:09:59	100,0	659:15:31	100,0

N = 2103H25M30S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 48 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	718	50,9	322	61,5
Reportagem	11	0,8	11	2,1
Debate	44	3,1	2	0,4
Comentário	-	-	68	13,0
Magazine informativo	382	27,1	31	5,9
Boletim meteorológico	255	18,1	90	17,2
Total	1410	100,0	524	100,0

N = 1934 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 49 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1839:58:35	86,1	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	121:39:44	5,7	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	368:52:08	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	34:43:16	100,0
Espaço contendor	93:57:06	4,4	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	81:52:04	3,8	-	-	-	-
Total	2137:27:29	100,0	368:52:08	100,0	34:43:16	100,0

N = 2541H02M53S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 50 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	9765	64,1	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	342	2,2	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	2183	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	292	100,0
Espaço contendor	4115	27,0	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	1019	6,7	-	-	-	-
Total	15241	100,0	2183	100,0	292	100,0

N = 17716 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 51 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1115:06:55	73,9	645:37:36	71,8	79:14:04	59,3
Ficção infantil/juvenil	24:30:56	1,6	76:41:45	8,5	20:27:03	15,3
Educativo infantil/juvenil	244:02:22	16,2	103:12:38	11,5	21:37:08	16,2
Informação infantil/juvenil	16:53:06	1,1	17:37:25	2,0	0:12:45	0,2
Espaço contendor	60:49:05	4,0	32:42:29	3,6	0:25:32	0,3
Outro (infantil/juvenil)	46:42:50	3,1	23:25:09	2,6	11:44:05	8,8
Total	1508:05:14	100,0	899:17:02	100,0	133:40:37	100,0

N = 2541H02M53S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 52 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite	
	N	%	N	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	5937	55,0	3446	57,5	382	40,9
Ficção infantil/juvenil	97	0,9	200	3,3	45	4,8
Educativo infantil/juvenil	1495	13,9	565	9,4	123	13,2
Informação infantil/juvenil	140	1,3	151	2,5	1	0,1
Espaço contendor	2540	23,5	1467	24,5	108	11,6
Outro (infantil/juvenil)	584	5,4	160	2,7	275	29,4
Total	10793	100,0	5989	100,0	934	100,0

N = 17716 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 53 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1430:34:12	73,2	409:24:23	69,8
Ficção infantil/juvenil	37:34:28	1,9	84:05:16	14,3
Educativo infantil/juvenil	309:57:24	15,9	58:54:44	10,0
Informação infantil/juvenil	34:43:16	1,8	-	-
Espaço contendor	78:00:56	4,0	15:56:10	2,7
Outro (infantil/juvenil)	63:29:48	3,2	18:22:16	3,1
Total	1954:20:04	100,0	586:42:49	100,0

N = 2541H02M53S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 54 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	7688	54,7	2077	56,9
Ficção infantil/juvenil	122	0,9	220	6,0
Educativo infantil/juvenil	1840	13,1	343	9,4
Informação infantil/juvenil	292	2,1	-	-
Espaço contendor	3292	23,4	823	22,5
Outro (infantil/juvenil)	830	5,9	189	5,2
Total	14064	100,0	3652	100,0

N = 17716 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 55 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	10:17:51	10,8	182:19:14	14,6
Humanidades	4:04:40	2,4	50:44:08	53,0	231:56:36	18,6
Ciência	-	-	-	-	100:25:58	8,1
Documentário	-	-	2:53:56	3,0	634:21:57	50,9
Espetáculo	168:22:11	97,6	-	-	-	-
Educativo	-	-	31:46:59	33,2	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	97:33:08	7,8
Total	172:26:51	100,0	95:42:54	100,0	1246:36:53	100,0

N = 1514H46M38S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 56 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	-	12	6,0	285	10,8
Humanidades	10	7,5	78	39,2	382	14,5
Ciência	-	-	-	-	219	8,3
Documentário	-	-	7	3,5	749	28,4
Espetáculo	123	92,5	-	-	-	-
Educativo	-	-	102	51,3	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	1000	38,0
Total	133	100,0	199	100,0	2635	100,0

N = 2967 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 57 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	0:26:42	0,3	29:17:51	5,2	4:19:30	1,4	158:33:02	31,9
Humanidades	58:22:37	40,0	110:23:15	19,7	89:59:01	28,9	28:00:31	5,6
Ciência	8:14:36	5,6	65:52:04	11,8	16:10:11	5,2	10:09:07	2,0
Documentário	69:22:36	47,5	275:08:03	49,1	121:09:33	38,9	171:35:41	34,6
Espetáculo	-	-	16:59:41	3,0	42:08:30	13,5	109:14:00	22,0
Educativo	1:11:53	0,8	23:00:55	4,1	4:38:54	1,5	2:55:17	0,6
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	8:24:51	5,8	39:44:56	7,1	33:13:49	10,7	16:09:32	3,3
Total	146:03:15	100,0	560:26:45	100,0	311:39:28	100,0	496:37:10	100,0

N = 1514H46M38S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 58 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	1	0,3	71	5,5	19	2,4	206	34,9
Humanidades	88	28,7	225	17,4	116	14,9	41	6,9
Ciência	13	4,2	161	12,5	27	3,5	18	3,1
Documentário	85	27,7	372	28,8	142	18,3	157	26,6
Espetáculo	-	-	15	1,2	37	4,8	71	12,0
Educativo	6	2,0	66	5,1	19	2,4	11	1,9
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	114	37,1	383	29,6	417	53,7	86	14,6
Total	307	100,0	1293	100,0	777	100,0	590	100,0

N = 2967 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 59 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	134:42:42	12,2	57:54:23	14,1
Humanidades	259:38:01	23,5	27:07:23	6,6
Ciência	73:56:31	6,7	26:29:27	6,4
Documentário	537:55:40	48,8	99:20:13	24,1
Espetáculo	8:12:12	0,7	160:09:59	38,9
Educativo	14:02:55	1,3	17:44:04	4,3
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	74:13:46	6,7	23:19:22	5,7
Total	1102:41:47	100,0	412:04:51	100,0

N = 1514H46M38S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 60 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2021)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	223	10,1	74	9,8
Humanidades	410	18,6	60	7,9
Ciência	144	6,5	75	9,9
Documentário	650	29,4	106	14,0
Espetáculo	7	0,3	116	15,3
Educativo	46	2,1	56	7,4
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	730	33,0	270	35,7
Total	2210	100,0	757	100,0

N = 2967 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

SIC

- Informativos

FIG. 61 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	501:48:35	100,0	453:46:12	100,0	495:30:00	99,2	-	-
Edição especial	-	-	-	-	4:02:22	0,8	-	-
<i>Magazine</i> informativo	-	-	-	-	-	-	13:19:50	100,0
Total	501:48:35	100,0	453:46:12	100,0	499:32:22	100,0	13:19:50	100,0

N = 1468H26M59S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 62 - FREQUÊNCIA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	256	100,0	376	100,0	353	99,7	-	-
Edição especial	-	-	-	-	1	0,3	-	-
<i>Magazine</i> informativo	-	-	-	-	-	-	58	100,0
Total	256	100,0	376	100,0	354	100,0	58	100,0

N = 1044 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 63 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1219:07:06	98,9	231:57:41	98,2
Edição especial	-	-	4:02:22	1,7
Magazine informativo	13:10:18	1,1	0:09:32	0,1
Total	1232:17:24	100,0	236:09:35	100,0

N = 1468H26M59S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 64 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	778	93,3	207	98,6
Edição especial	-	-	1	0,5
Magazine informativo	56	6,7	2	1,0
Total	834	100,0	210	100,0

N = 1044 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 65 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2021)

Gênero	Função	
	Entreter	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	24:42:53	11,2
Ficção infantil/juvenil	196:39:24	88,8
Total	221:22:17	100,0

N = 221H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 66 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2021)

Gênero	Função	
	Entreter	
	N	%
Desenho animado	79	31,0
Ficção infantil/juvenil	176	69,0
Total	255	100,0

N = 255 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 67 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	23:54:26	13,3	-	-	0:48:27	20,6
Ficção infantil/juvenil	155:18:09	86,7	38:14:55	100,0	3:06:20	79,4
Total	179:12:35	100,0	38:14:55	100,0	3:54:47	100,0

N = 221H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 68 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	77	34,2		0,0	2	50,0
Ficção infantil/juvenil	148	65,8	26	100,0	2	50,0
Total	225	100,0	26	100,0	4	100,0

N = 255 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 69 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	-	-	24:42:53	13,4
Ficção infantil/juvenil	37:22:53	100,0	159:16:31	86,6
Total	37:22:53	100,0	183:59:24	100,0

N = 221H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 70 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	-	-	79	34,5
Ficção infantil/juvenil	26	100,0	150	65,5
Total	26	100,0	229	100,0

N = 255 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 71 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Humanidades	-	-	2:45:03	100,0	-	-
Documentário	-	-	-	-	80:20:01	47,8
Espetáculo	9:20:36	100,0	-	-	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	87:41:22	52,2
Total	9:20:36	100,0	2:45:03	100,0	168:01:23	100,0

N = 180H07M02S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 72 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2021)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Humanidades	-	-	1	100,0	-	-
Documentário	-	-	-	-	107	40,5
Espetáculo	5	100,0	-	-	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	157	59,5
Total	5	100,0	1	100,0	264	100,0

N = 270 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 73 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Humanidades	-	-	-	-	2:45:03	4,4
Documentário	77:49:13	70,0	-	-	2:30:48	4,0
Espetáculo	3:25:27	3,1	5:55:09	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	29:58:16	26,9	-	-	57:43:06	91,6
Total	111:12:56	100,0	5:55:09	100,0	62:58:57	100,0

N = 180H07M02S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 74 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Humanidades	-	-	-	-	1	1,0
Documentário	103	63,6	-	-	4	3,8
Espetáculo	2	1,2	3	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	57	35,2	-	-	100	95,2
Total	162	100,0	3	100,0	105	100,0

N = 270 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 75 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Humanidades	-	-	2:45:03	2,3
Documentário	-	-	80:20:01	67,0
Espetáculo	1:21:47	2,3	7:58:49	6,7
Informação cultural (magazines culturais)	58:47:56	97,7	28:53:26	24,1
Total	60:09:43	100,0	119:57:19	100,0

N = 180H07M02S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 76 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Humanidades	-	-	1	0,6
Documentário	-	-	107	64,1
Espetáculo	1	1,0	4	2,4
Informação cultural (magazines culturais)	102	99,0	55	32,9
Total	103	100,0	167	100,0

N = 270 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

TVI

- Informativos

FIG. 77 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	318:12:12	91,6	466:19:31	98,8	456:25:53	99,6	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	40:53:48	75,3
Entrevista	-	-	-	-	0:16:07	0,1	-	-
Edição especial	2:06:19	0,6	2:00:51	1,2	5:25:33	0,4	-	-
Magazine informativo	27:07:24	7,8	-	-	-	-	13:25:37	24,7
Total	347:25:55	100,0	468:20:22	100,0	462:07:33	100,0	54:19:25	100,0

N =1332H13M15S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 78 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	364	87,1	389	99,2	339	99,4	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	49	49,5
Entrevista	-	-	-	-	2	0,3	-	-
Edição especial	2	0,5	2	0,8	1	0,3	-	-
Magazine informativo	52	12,4	-	-	-	-	50	50,5
Total	418	100,0	391	100,0	342	100,0	99	100,0

N =1250 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 79 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	862:05:27	95,3	378:52:09	88,6
Debate	40:53:48	4,5	-	-
Entrevista	0:16:07	0,03	-	-
Edição especial	1:15:55	0,1	8:16:48	1,9
Magazine informativo	-	-	40:33:01	9,5
Total	904:31:17	100,0	427:41:58	100,0

N =1332H13M15S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 80 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	782	93,9	310	74,3
Debate	49	5,9	-	-
Entrevista	1	0,1	-	-
Edição especial	1	0,1	5	1,2
Magazine informativo	-	-	102	24,5
Total	833	100,0	417	100,0

N = 1250 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 81 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2021)

Gênero	Função			
	Entreter		Formar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1:28:31	1,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	152:13:49	99,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	129:46:52	100,0
Total	153:42:20	100,0	129:46:52	100,0

N = 283H29M12S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 82 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2021)

Gênero	Função			
	Entreter		Formar	
	N	%	N	%
Desenho animado	4	1,9	-	-
Ficção infantil/juvenil	208	98,1	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	345	100,0
Total	212	100,0	345	100,0

N = 557 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 83 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário			
	Manhã (06h00-12h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1:28:31	0,5	-	-
Ficção infantil/juvenil	150:31:39	53,4	1:42:10	100,0
Educativo infantil/juvenil	129:46:52	46,1	-	-
Total	281:47:02	100,0	1:42:10	100,0

N = 283H29M12S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 84 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário			
	Manhã (06h00-12h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%
Desenho animado	4	0,7	-	-
Ficção infantil/juvenil	207	37,2	1	100,0
Educativo infantil/juvenil	345	62,1	-	-
Total	556	100,0	1	100,0

N = 557 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 85 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1:28:31	1,5	-	-
Ficção infantil/juvenil	2:20:55	2,4	149:52:54	80,1
Educativo infantil/juvenil	92:31:48	96,0	37:15:04	19,9
Total	96:21:14	100,0	187:07:58	100,0

N = 283H29M12S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 86 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	4	1,6	-	-
Ficção infantil/juvenil	3	1,2	205	67,4
Educativo infantil/juvenil	246	97,2	99	32,6
Total	253	100,0	304	100,0

N = 557 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 87 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2021)

Gênero	Função			
	Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	-	-	39:48:11	39,4
Educativo	4:21:35	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	61:05:48	60,6
Total	4:21:35	100,0	100:53:59	100,0

N = 105H15M34S (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 88 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2021)

Gênero	Função			
	Formar		Informar	
	N	%	N	%
Documentário	-	-	57	39,3
Educativo	261	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	88	60,7
Total	261	100,0	145	100,0

N = 406 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI)

FIG. 89 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	39:01:23	70,9	-	-	0:46:48	1,7
Educativo	-	-	4:21:35	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	16:03:10	29,1	-	-	45:02:38	98,3
Total	55:04:33	100,0	4:21:35	100,0	45:49:26	100,0

N = 105H15M34S (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 90 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2021)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Documentário	56	60,9	-	-	1	1,9
Educativo	-	-	261	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	36	39,1	-	-	52	98,1
Total	92	100,0	261	100,0	53	100,0

N = 406 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI)

FIG. 91 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	-	-	39:48:11	71,3
Educativo	4:21:35	8,8	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	45:02:38	91,2	16:03:10	28,7
Total	49:24:13	100,0	55:51:21	100,0

N = 105H15M34S (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 92 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Documentário	-	-	57	61,3
Educativo	261	83,4	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	52	16,6	36	38,7
Total	313	100,0	93	100,0

N = 406 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI)

CMTV

- Informativos

FIG. 93 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1748:31:09	97,4	1458:26:56	88,7	540:17:02	89,1	341:07:38	42,1
Reportagem	-	-	56:14:36	3,4	58:05:20	9,6	79:35:50	9,8
Comentário	23:23:57	1,3	110:41:50	6,7	-	-	264:57:50	32,7
Edição especial	9:26:35	0,5	10:50:39	0,7	4:57:46	0,8	12:32:00	1,5
<i>Magazine informativo</i>	14:11:51	0,8	7:17:37	0,4	3:08:11	0,5	112:52:02	13,9
Total	1795:33:32	100,0	1643:31:38	100,0	606:28:19	100,0	811:05:20	100,0

N = 4586H38M49S (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS NA CMTV)

FIG. 94 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	2946:40:30	84,3	1141:42:15	83,9
Reportagem	116:33:49	3,3	77:21:57	5,7
Comentário	348:17:15	10,0	50:46:22	3,7
Edição especial	20:53:59	0,6	16:53:01	1,2
Magazine informativo	63:07:37	1,8	74:22:04	5,5
Total	3495:33:10	100,0	1361:05:39	100,0

N = 4586H38M49S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS NA CMTV)

- Culturais/conhecimento

FIG. 95 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2021)

Gênero	Função	
	Informar	
	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	17:28:02	18,7
Ciência	75:54:15	81,3
Total	93:22:17	100,0

N = 93H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV)

FIG. 96 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2021)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	3:39:16	8,3	13:48:46	28,0
Ciência	40:20:22	91,7	35:33:53	72,0
Total	43:59:38	100,0	49:22:39	100,0

N = 93H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV)

FIG. 97 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2021)

Gênero	Período horário			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	11:23:04	25,2	6:04:58	12,6
Ciência	33:48:32	74,8	42:05:43	87,4
Total	45:11:36	100,0	48:10:41	100,0

N = 93H22M17S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV)

RTP3

- Informativos

FIG. 98 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	956:51:00	45,1	1698:01:02	82,7	612:02:46	72,2	1023:38:13	55,4
Reportagem	23:39:20	1,1	34:19:48	1,7	20:28:56	2,4	113:48:23	6,2
Debate	47:37:46	2,2	77:48:18	3,8	57:54:37	6,8	321:08:19	17,4
Entrevista	2:54:03	0,1	16:56:15	0,8	30:44:08	3,6	139:28:55	7,5
Edição especial	18:52:19	0,9	20:31:16	1,0	10:17:27	1,2	45:28:57	2,5
Magazine informativo	1070:19:25	50,5	204:39:58	10,0	115:59:04	13,7	204:34:27	11,1
Total	2120:13:53	100,0	2052:16:37	100,0	847:26:58	100,0	1848:07:14	100,0

N = 6868H04M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS NA RTP3)

FIG. 99 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2021)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	1205	54,2	2157	73,9	447	50,0	1790	58,3
Reportagem	46	2,1	68	2,3	41	4,6	213	6,9
Debate	79	3,6	86	2,9	78	8,7	367	11,9
Entrevista	5	0,2	32	1,1	55	6,2	212	6,9
Edição especial	8	0,4	10	0,3	18	2,0	40	1,3
Magazine informativo	880	39,6	565	19,4	255	28,5	450	14,6
Total	2223	100,0	2918	100,0	894	100,0	3072	100,0

N= 9107 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS NA RTP3)

FIG. 100 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	3331:05:15	64,9	959:27:46	55,2
Reportagem	94:28:51	1,8	97:47:36	5,6
Debate	341:52:01	6,7	162:36:59	9,4
Entrevista	164:58:30	3,2	25:04:51	1,4
Edição especial	50:58:37	1,0	44:11:22	2,5
Magazine informativo	1147:52:02	22,4	447:40:52	25,8
Total	5131:15:16	100,0	1736:49:26	100,0

N = 6868H04M42S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS NA RTP3)

FIG. 101 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2021)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	4142	65,7	1457	52,0
Reportagem	184	2,9	184	6,6
Debate	387	6,1	223	8,0
Entrevista	256	4,1	48	1,7
Edição especial	39	0,6	37	1,3
<i>Magazine informativo</i>	1295	20,5	855	30,5
Total	6303	100,0	2804	100,0

N= 9107 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS NA RTP3)

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

A análise do pluralismo e da 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».

O cumprimento dos deveres de pluralismo e de diversidade por aqueles serviços de programas generalistas é observado através da aplicação da metodologia que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007.

Assim, tal como na análise referente à verificação das obrigações de rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação diária, os resultados apresentados decorrem do visionamento de 30 edições de cada um dos serviços noticiosos, emitidas em 2021, que se traduzem no seguinte número de peças:

- “Telejornal”, da RTP1 - 712 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 378 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC - 813 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 856 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 1096 peças.

Do ponto de vista da regulação, e para efeitos deste relatório, a análise da diversidade e do pluralismo é realizada a partir de um *tema dominante*, do seu *enfoque geográfico*, de um *ator principal* e do registo das *fontes de informação* identificadas em cada peça noticiosa.

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 causa 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 que norteiam a análise realizada e as variáveis/indicadores que lhe correspondem são apresentadas na Figura 1 e na Figura 2. Descrevem-se essas dimensões com o enquadramento legal que as inspira e que orienta o modo como as mesmas são aqui apreciadas.

FIG. 1 – CRITÉRIOS E INDICADORES UTILIZADOS NA VERIFICAÇÃO DA DIVERSIDADE E PLURALISMO

Crítérios 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 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

FIG. 2 – ENQUADRAMENTO LEGAL QUE SERVE DE BASE ÀS DIMENSÕES UTILIZADAS NA VERIFICAÇÃO DOS DEVERES DE DIVERSIDADE E PLURALISMO

Enquadramento legal	Dimensões de análise
Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei nº74/2020, de 19 de novembro (Aprova a Lei da Televisão, que regula o acesso à atividade de televisão e o seu exercício)	
	Diversidade e pluralismo temático
«Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural.» (artigo 9.º, n.º 1, alínea c))	Diversidade e pluralismo geográfico
«Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção.» (artigo 34.º, n.º 2, alínea b))	Diversidade e pluralismo de fontes de informação
	Diversidade e pluralismo de protagonistas/atores
«Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico.» (artigo 34.º, n.º2, alínea c))	Diversidade e pluralismo de protagonistas/atores segundo o sexo
	Grupos minoritários

Enquadramento legal	Dimensões de análise
Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro (Aprova o Estatuto do Jornalista)	
«Procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem.» (artigo 14.º, n.º 1, alínea e))	Diversidade e pluralismo de fontes de informação. Sexo das fontes de informação
«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.» (artigo 14.º, n.º 2, alínea e)) ¹	Diversidade e pluralismo de protagonistas/atores segundo o sexo e origem Grupos minoritários
Obrigações específicas da concessionária de serviço público de televisão Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (Aprova a Lei da Televisão, que regula o acesso à atividade de televisão e o seu exercício)	
«Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada.» (artigo 51.º, n.º 2, alínea b))	Diversidade e pluralismo temático
«Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais.» (artigo 51.º, n.º 2, alínea c))	Diversidade e pluralismo geográfico

Além do enquadramento legal acima especificado, recordam-se os compromissos assumidos pelos cinco serviços de programas e respetivos serviços noticiosos nos seus estatutos editoriais e em outros mecanismos de independência editorial pela qual regem a sua atividade.

Também são considerados os elementos contidos no Contrato de Concessão dos serviços de programas do operador de serviço público (RTP1 e RTP2), 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», prevista 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;
- «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.

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.²

¹ 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.

² 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>.



2. RESULTADOS

DIVERSIDADE E PLURALISMO TEMÁTICO

De acordo com a Lei da Televisão³, a informação dos canais generalistas deve ser plural e diversa, ou seja, no que respeita aos temas cobertos pelos serviços noticiosos, deve mostrar ocorrências variadas.

A ERC avalia a diversidade temática através da multiplicidade de *temas dominantes* nas peças, tendo como critérios a presença e a duração do seu assunto principal. Esta análise recorre a um total de 20 categorias temáticas, correspondentes a 215 subcategorias específicas. Outra dimensão considerada, é a diversidade das categorias temáticas mais representadas através da análise das presenças das subcategorias que as integram.

Em 2021, verifica-se que as peças do “Jornal da Noite”, da SIC, abordam os 20 macros *temas dominantes*. O “Telejornal”, da RTP1, o “Jornal das 8”, da TVI, e o “CM Jornal 20H”, da CMTV, não apresentam peças sobre *grupos minoritários* como *tema dominante*. Já no “Jornal 2”, da RTP2, duas categorias estão ausentes: *ciência e tecnologia* e *grupos minoritários*.

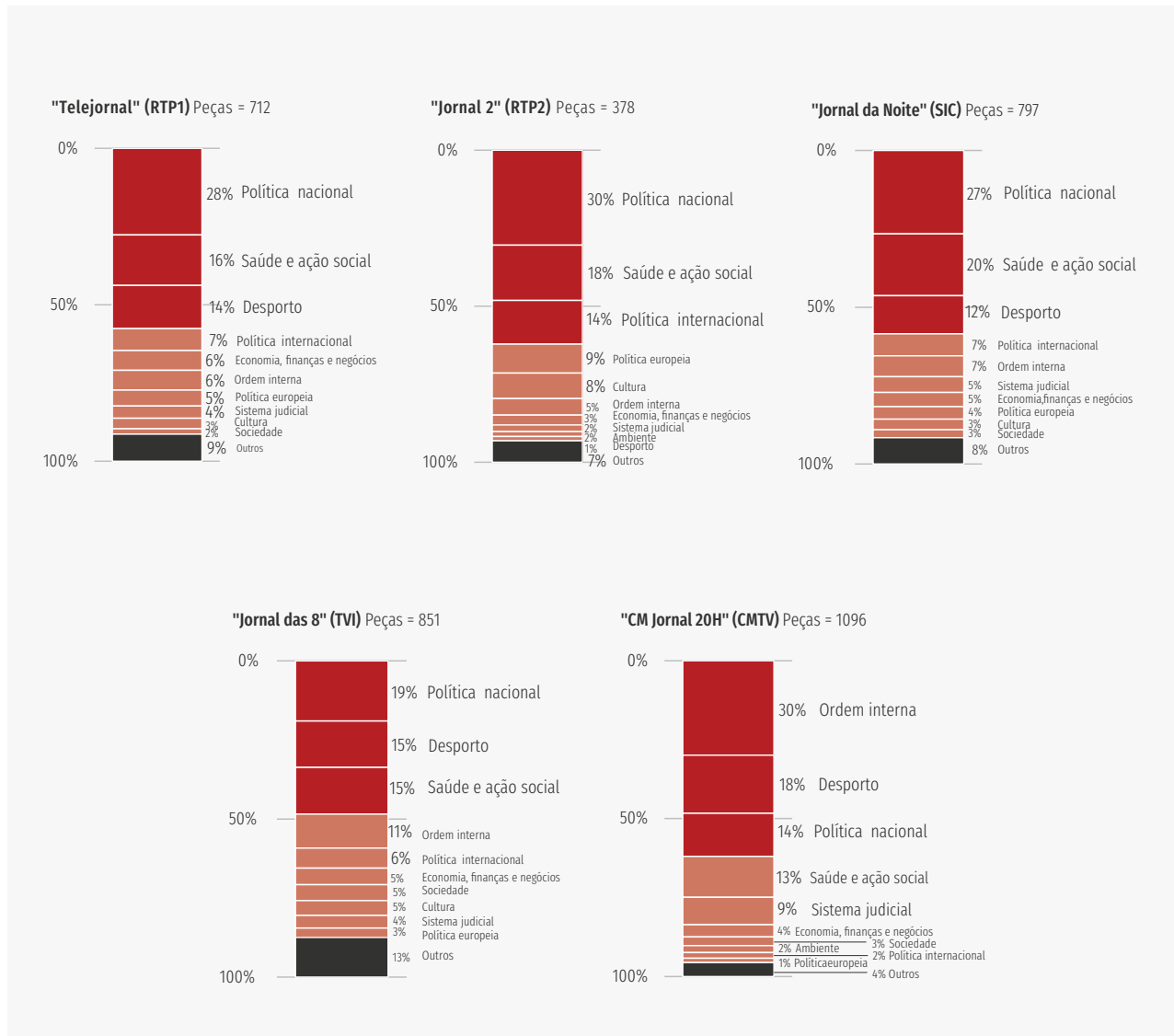
Como em 2020, grande parte da cobertura informativa esteve focada na pandemia de Covid-19 e para evitar uma sobrerrepresentação deste evento, consideraram-se as peças relacionadas, nomeadamente, com a contagem diária de casos de Covid-19, novas variantes do vírus, surtos, aspetos da doença e processo de vacinação como *epidemia/pandemia*, subcategoria do macro tema *saúde e ação social*. Isto quer dizer que outros acontecimentos que estiveram relacionados com a pandemia, como as medidas do confinamento, a fiscalização do cumprimento das medidas, o impacto nos diferentes setores da sociedade, entre outras, foram codificados nas categorias temáticas segundo a área correspondente abordada na peça.

Considerando as temáticas dominantes dos assuntos transmitidos nos serviços noticiosos de horário nobre mais frequentes, a *saúde e ação social* continua presente como em 2020; contudo a *política nacional* volta a ter uma proporção importante, como nos anos anteriores à pandemia, ocupando a primeira posição no “Telejornal”, “Jornal 2”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”. No “CM Jornal 20H” a *ordem interna* ocupa a primeira posição; já a *saúde e ação social* encontra-se na quarta posição dos *temas dominantes* mais noticiados. Outros temas que se destacam nos serviços noticiosos são a *ordem interna* e o *desporto*.

Assim, a *política nacional*, *saúde e ação social* e *desporto* concentram 58 % das peças dos noticiários da RTP1 e da SIC e 48 % da TVI. Na RTP2 as três categorias principais – *política nacional*, *saúde e ação social* e *política internacional* – perfazem 62 % e na CMTV a *ordem interna*, *desporto* e *política nacional* representam 62 % do total de peças.

³ Artigo 9.º, n.º 1, alínea c) e o artigo 34.º, n.º 2, alínea b) da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e com a redação dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.

FIG. 3 – TEMAS DOMINANTES



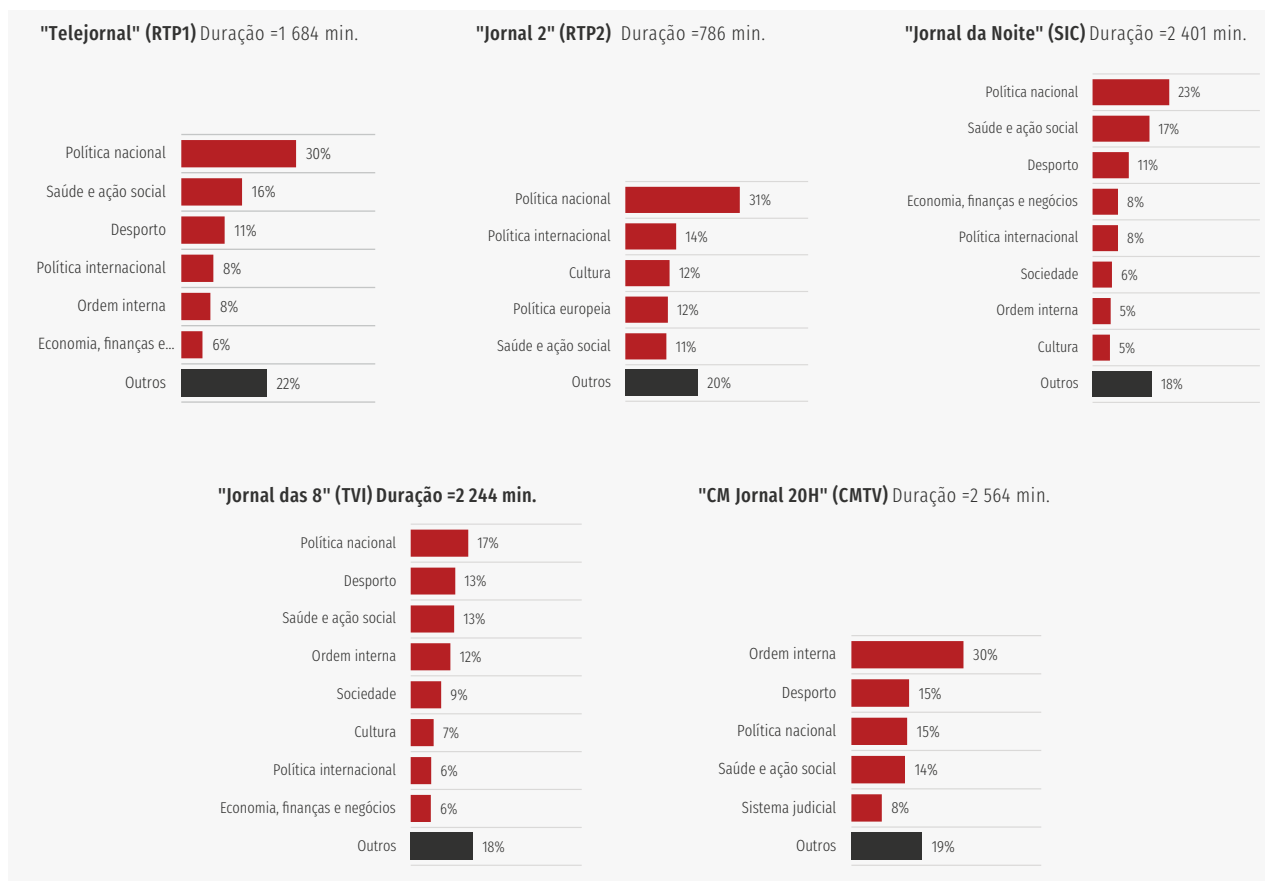
Para complementar esta análise e tendo em conta a duração dos *temas dominantes*, identificaram-se as categorias temáticas que apresentam uma percentagem superior ao valor médio de temas no bloco informativo⁴.

Observa-se que a diversidade temática no “Jornal da Noite” e “Jornal das 8” é maior, comparativamente aos restantes noticiários, pois cada serviço noticioso destaca oito *temas dominantes*. Por seu lado, no “Telejornal” seis categorias temáticas têm uma maior representação e no “Jornal 2” e no “CM Jornal 20H” este indicador reduz-se a cinco categorias cada. É importante referir, que o noticiário da RTP2 caracteriza-se por ser de curta duração e o da CMTV o de maior⁵.

⁴ Consideram-se as categorias com percentagens de tempo de duração superiores ou igual a $1/p$, sendo p o número total de temas identificados por serviço noticioso. Em termos hipotéticos, se são identificados 18 temas dominantes num serviço noticioso, 5,6 % seria o valor médio. Quanto maior for o número de categorias com uma percentagem de tempo de duração superior ou igual ao valor médio, mais diversos serão os temas dos assuntos noticiados.

⁵ Em 2021, a duração média do bloco informativo “Jornal 2” foi de 27 minutos. O “Telejornal” registou uma média de 57 minutos, o “Jornal das 8” de 1 hora e 17 minutos, o “Jornal da Noite” de 1 hora e 22 minutos e o “CM Jornal 20H” de 1 hora e 28 minutos.

FIG. 4 - TEMAS DOMINANTES MAIS REPRESENTADOS SEGUNDO A SUA DURAÇÃO (EM %)



Analisando a diversidade temática das categorias mais representadas, a *política nacional* surge com a cobertura de diversos acontecimentos relacionados com as *atividades/propostas de partidos políticos*, as *políticas para a saúde*, as *atividades da Presidência da República*, as *atividades das autarquias*, as *atividades da Assembleia da República*, entre outras. Em 2021, as eleições presidenciais, autárquicas e internas do partido PSD, as medidas adotadas pelo Estado Português para combater a pandemia, a divulgação de dados pessoais por parte da Câmara de Lisboa a entidades estrangeiras, as negociações entre os partidos para aprovar o Orçamento de Estado que acabou por ser chumbado, entre outros eventos, marcaram a agenda dos noticiários.

A *saúde e ação social* concentra grande parte da duração das peças nas subcategorias *funcionamento do sistema de saúde*, destacando-se as deficiências do Serviço Nacional de Saúde perante o aumento de número de casos de Covid-19, e o subtema *epidemia/pandemia*, com peças focadas principalmente nos surtos em várias partes do país e no número de contágios e mortes provocados pela doença. A duração dedicada às peças cujo *tema dominante* foi *epidemia/pandemia* ocupou 38 % do total do tempo sobre *saúde e ação social*, estando mais presente nos noticiários do operador de serviço público, RTP2 (60 %) e RTP1 (42 %), seguido pela SIC (39 %), TVI (38%) e CMTV (26%). Contudo, considerando a totalidade de tempo analisado, o subtema *epidemia/pandemia* ocupa 6 %, isto é, seis pontos percentuais menos do que em 2020.

Quanto ao tema *ordem interna*, como em 2020, é mais frequente no "CM Jornal 20H" do que nos outros serviços noticiosos. Salienta-se que antes de 2020 este tema tinha uma maior representação nos noticiários analisados, principalmente nos operadores privados SIC e TVI. Nesta categoria, destacam-se os subtemas *acidentes e catástrofes*, *atividades policiais*, *homicídios/tentativas de homicídio*, *incêndios*, entre outros. É importante referir que muitas peças noticiadas no noticiário da CMTV sobre este tema são repetidas na mesma edição.

As peças sobre *desporto* voltam a ter uma maior presença nos noticiários. No ano anterior, esta categoria temática tinha diminuído a sua presença nos telejornais devido à pandemia, mas em 2021 ocupa a segunda posição

no “CM Jornal 20H” e no “Jornal das 8” e a terceira no “Telejornal” e no “Jornal da Noite”. Já no “Jornal 2”, as peças sobre *desporto* estão relacionadas com a tensão gerada pelos adeptos britânicos na véspera do jogo final da Liga dos Campeões, no Porto, e sobre as declarações do Ministro da Administração Interna sobre os festejos do Sporting, depois de ganhar a Liga de Portugal.

Verifica-se que as competições de futebol concentram grande parte da cobertura desportiva, principalmente dos jogos das equipas do Benfica, Sporting e Porto. O “CM Jornal 20”, também destaca vários jogos da Liga dos Campeões. Por seu lado, nas peças sobre outras modalidades desportivas, destacam-se os jogos de futsal, os prémios de Fórmula 1, as Olimpíadas de Tóquio, entre outras, sendo menos frequentes no noticiário da CMTV.

A *política internacional* surge entre as categorias temáticas mais presentes no operador de serviço público, principalmente no “Jornal 2”. As peças sobre *conflitos armados* e *atentados terroristas* destacam-se no serviço público, especificamente, a retirada dos Estados Unidos e a tomada de posse dos talibãs no Afeganistão e os ataques jihadistas em Moçambique. Nos operadores privados, a categoria subtemática mais frequente é *ações governativas/Estado*, principalmente relacionada com a crise pandémica e o seu impacto em vários países.

A *cultura* encontra-se entre os temas com maior duração no “Jornal 2”, da RTP2, sobressaindo a subcategoria *artes e eventos culturais* com a apresentação de vários festivais, de obras de vários artistas e os efeitos da pandemia no setor. Nos operadores privado, este tema é mais frequente no “Jornal das 8” e no “Jornal da Noite”; já no “CM Jornal 20H” o tempo dedicado a esta temática é reduzido.

DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO

A diversidade da informação passa também pela diversificação das áreas geográficas cobertas nas peças jornalísticas, enquanto local dos acontecimentos, ou enquanto enfoque das problemáticas⁶.

Esta dimensão da diversidade distingue dois níveis: o *nacional* (divisão do país em oito áreas geográficas: *Grande Lisboa*, *Norte*, *Centro*, *Grande Porto*, *Algarve*, *Alentejo*, Região Autónoma da *Madeira* e Região Autónoma dos *Açores*) e o *internacional* (divisão por continentes: europeu, americano, africano, asiático e *Oceânia*).

Outra dimensão analisada é o pluralismo cultural tendo em conta a presença de temas relacionados com manifestações culturais portuguesas⁷.

Em 2021, a maioria das peças dos noticiários cobre acontecimentos ocorridos ou com alcance no território *nacional*, sendo esta opção mais evidente nos blocos informativos da CMTV, RTP1, SIC e TVI. Por seu lado, duas de cada dez peças versam sobre acontecimentos internacionais, estando mais presentes nos noticiários da RTP2. Apenas quatro peças têm *enfoque geográfico genérico* não especificado.

⁶ Também pode ser considerada a proveniência geográfica de determinados protagonistas, sempre e quando for central na construção da peça.

⁷ Segundo a Lei de Televisão (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, versão atualizada), entre as obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão, estabelece-se na alínea b) do n.º 2, do art.º 51º: «Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada». Consideram-se as categorias temáticas *artes e eventos culturais*, *moda*, *vida e obra de autores/artistas*, *figuras/acometimentos históricos*, *património cultural*, *restantes subtemas da área cultura e lazer e diversão*, sempre e quando tratem da cultura portuguesa.





FIG. 5 – ENFOQUE GEOGRÁFICO

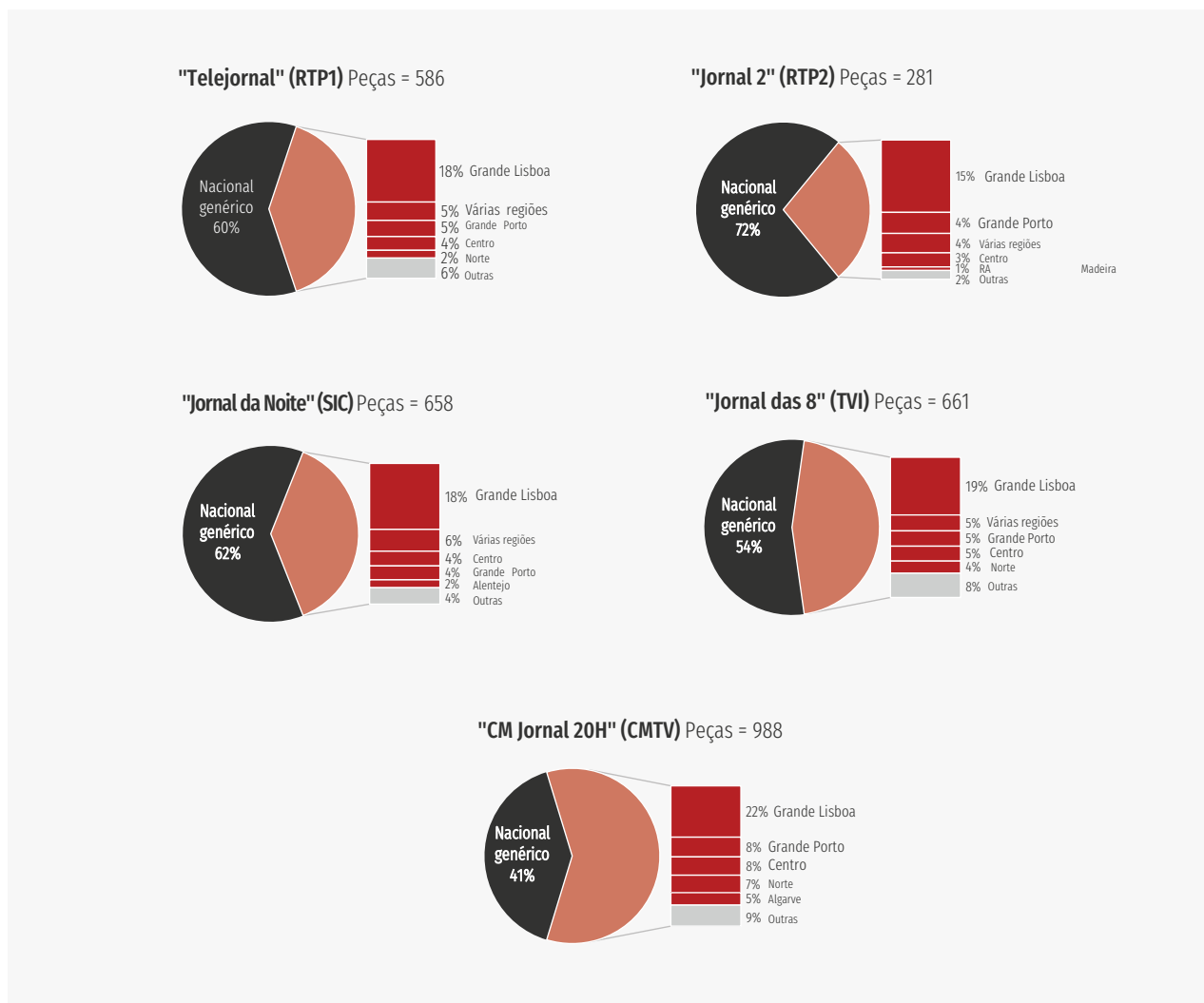


Nota: São consideradas as peças com enfoque geográfico específico. Quatro peças têm *enfoque geográfico genérico* ou não é específico: três no “Jornal das 8” e uma no “Jornal da Noite”.

As diferentes regiões de Portugal são referidas pelos noticiários, embora grande parte dos assuntos relacionados com o país não destaquem uma região em particular. Com exceção do serviço noticioso da CMTV, que apresenta o maior número de peças sobre acontecimentos ou factos relacionados com as diferentes regiões do país.

Quando destacadas nas peças, as oito regiões do país estão presentes nas edições dos serviços noticiosos monitorizados em 2021. Contudo, verifica-se que predomina o que acontece ou se relaciona com a região da *Grande Lisboa*. As Regiões Autónomas dos Açores e Madeira, o Alentejo e o Algarve são as regiões menos salientes nos blocos informativos

FIG. 6 - ENFOQUE GEOGRÁFICO NACIONAL



Quando analisados os *temas dominantes* por região, verifica-se diferenças entre os serviços noticiosos. A *Grande Lisboa* surge associada a diversos temas, sendo o “Jornal das 8” o noticiário que a apresenta a menor concentração das três principais categorias temáticas, seguido do “Jornal da Noite”, “CM Jornal 20H”, “Telejornal” e “Jornal 2”. A *política nacional* é a categoria mais frequente nos noticiários, exceto no da CMTV, no qual estão mais presentes as peças sobre *ordem interna*.

O “Jornal das 8” apresenta uma menor concentração das principais categorias temática por região, especificamente nas regiões *Grande Porto* e *Centro*. Já o “Jornal 2” e o “CM Jornal 20H” concentram a cobertura dos acontecimentos em determinadas categorias temáticas, no caso do noticiário da CMTV a *ordem interna* é o *tema dominante* em todas as regiões e ocupa 50 % ou mais das peças transmitidas. É importante referir que uma menor concentração dos temas mais destacados implica uma diversidade de assuntos tratados.

A *economia, finanças e negócios* surge entre as categorias temáticas mais frequentes nas regiões dos serviços noticiosos, com maior relevância no *Algarve*, muitas vezes associada ao impacto das medidas restritivas para combater a pandemia, bem como à reativação do turismo com o levantamento das restrições.

Nas peças sobre assuntos que envolvem *várias regiões* do país a *saúde e ação social* é o tema mais frequente nos cinco serviços noticiosos, especificamente trata-se de peças sobre a evolução da pandemia em Portugal.

Quando a informação tem um *enfoque geográfico nacional genérico*, a *política nacional*, o *desporto*, a *saúde e ação social* e o *sistema judicial* são os *temas dominantes* mais frequentes nos blocos informativos.

FIG. 7 - TEMAS DOMINANTES MAIS FREQUENTES POR REGIÃO

RTP1	Região	Tema dominante
"Telejornal" (RTP1)	Grande Lisboa Peças = 105	Política nacional (41%)
		Saúde e ação social (20%)
		Desporto (10%)
	Várias regiões Peças = 31	Saúde e ação social (35%)
		Política nacional (29%)
		Desporto (13%)
	Grande Porto Peças = 27	Saúde e ação social (33%)
		Política nacional (30%)
		Desporto (22%)
	Centro Peças = 23	Política nacional (39%)
		Economia, finanças e negócios (17%)
		Saúde e ação social (13%)
Norte Peças = 13	Política nacional (38%)	
	Ordem interna (23%)	
	Desporto (23%)	
Algarve Peças = 12	Economia, finanças e negócios (33%)	
	Política nacional (25%)	
	Saúde e ação social (8%)	
Alentejo Peças = 12	Política nacional (25%)	
	Ordem interna (25%)	
	População (17%)	
RTP2	Região	Tema dominante
"Jornal 2" (RTP2)	Grande Lisboa Peças = 41	Política nacional (56%)
		Cultura (15%)
		Saúde e ação social (12%)
	Grande Porto Peças = 12	Política nacional (58%)
		Desporto (25%)
		Cultura (8%)
	Várias regiões Peças = 11	Saúde e ação social (45%)
		População (18%)
		Política nacional (9%)
SIC	Região	Tema dominante
"Jornal da Noite" (SIC)	Grande Lisboa Peças = 117	Política nacional (38%)
		Saúde e ação social (17%)
		Desporto (14%)
	Várias regiões Peças = 39	Saúde e ação social (38%)
		Política nacional (36%)
		Ordem interna (10%)

SIC	Região	Tema dominante
"Jornal da Noite" (SIC)	Centro Peças = 26	Política nacional (38%)
		Saúde e ação social (12%)
		Cultura (12%)
	Grande Porto Peças = 25	Política nacional (44%)
		Desporto (24%)
		Saúde e ação social (16%)
	Alentejo Peças = 14	Política nacional (36%)
		Ordem interna (29%)
		Cultura (14%)
	Algarve Peças = 10	Ordem interna (30%)
		Política nacional (20%)
		Economia, finanças e negócios (20%)
	Norte Peças = 10	Desporto (30%)
		Saúde e ação social (30%)
		Ordem interna (20%)
	TVI	Região
"Jornal das 8" (TVI)	Grande Lisboa Peças = 124	Política nacional (27%)
		Ordem interna (16%)
		Desporto (15%)
	Várias regiões Peças = 34	Saúde e ação social (29%)
		Política nacional (12%)
		Economia, finanças e negócios (12%)
	Grande Porto Peças = 33	Desporto (21%)
		Política nacional (18%)
		Saúde e ação social (15%)
	Centro Peças = 32	Política nacional (31%)
		Saúde e ação social (13%)
		Economia, finanças e negócios (13%)
	Norte Peças = 26	Ordem interna (38%)
		Sociedade (12%)
		Cultura (12%)
	Algarve Peças = 18	Economia, finanças e negócios (44%)
Ordem interna (22%)		
Saúde e ação social (11%)		
Alentejo Peças = 16	Política nacional (31%)	
	Ordem interna (25%)	
	Economia, finanças e negócios (19%)	
RA Madeira Peças = 10	Política nacional (60%)	
	Economia, finanças e negócios (20%)	
	Sociedade (10%)	

CMTV	Região	Tema dominante
"CM Jornal 20H" (CMTV)	Grande Lisboa Peças = 215	Ordem interna (33%)
		Desporto (20%)
		Política nacional (18%)
	Grande Porto Peças = 83	Ordem interna (63%)
		Desporto (12%)
		Sistema judicial (11%)
	Centro Peças = 76	Ordem interna (50%)
		Política nacional (12%)
		Saúde e ação social (9%)
	Norte Peças = 73	Ordem interna (53%)
		Sistema judicial (21%)
		Saúde e ação social (11%)
	Algarve Peças = 52	Ordem interna (67%)
		Economia, finanças e negócios (13%)
Sistema judicial (8%)		
Várias regiões Peças = 42	Saúde e ação social (26%)	
	Ordem interna (24%)	
	Ambiente (17%)	
Alentejo Peças = 33	Ordem interna (55%)	
	População (12%)	
	Política nacional (12%)	
RA Madeira Peças = 10	Ordem interna (70%)	
	Economia, finanças e negócios (10%)	
	Sistema judicial (10%)	

Nota: São consideradas as regiões com dez ou mais peças por serviço noticioso.

No que diz respeito ao pluralismo cultural, considera-se os assuntos relacionados com as manifestações culturais portuguesas identificados nos subtemas *artes e eventos culturais*, *lazer e diversão*, *património cultural*, *vida e obra de autores/artistas*, *figuras/acontecimentos históricos* e *moda*. O número de peças identificadas com esta característica é reduzido nas edições analisadas, estando ainda mais ausente no "CM Jornal 20H" (0,6 %).

O "Jornal 2" mostra o maior número de peças com presença de manifestações culturais portuguesas. Grande parte delas trata de Portugal de forma genérica sobre lançamentos de obras de música, cinema, teatro, entre outras artes. Por seu lado, o "Jornal das 8" e "Jornal da Noite" mostram uma maior abrangência de expressões culturais de diferentes regiões do país.

Nas peças analisadas não se identificaram manifestações culturais nacionais nas Regiões Autónomas da *Madeira* e dos *Açores*.

FIG. 8- EXPRESSÕES CULTURAIS PORTUGUESAS POR REGIÃO

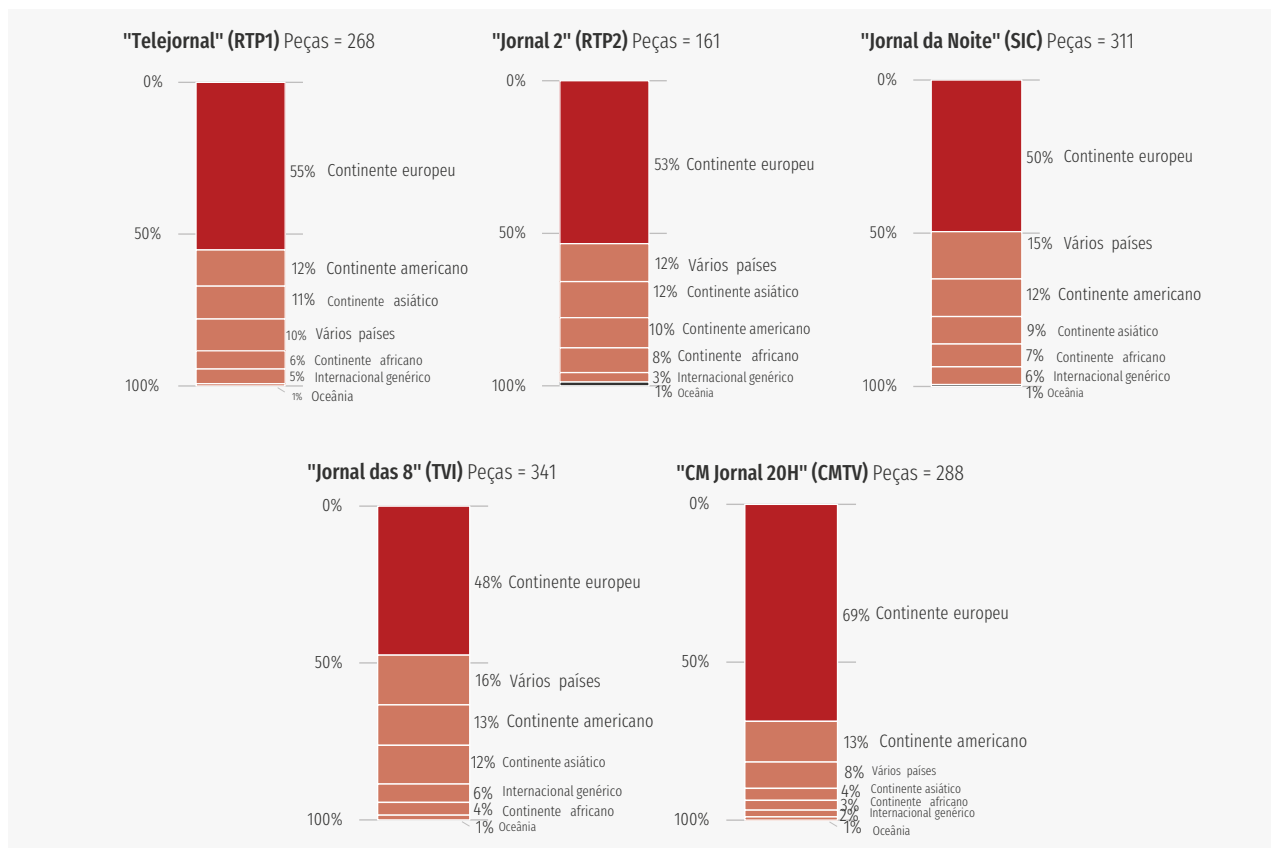
	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Nacional genérico	11	19	6	14	4
Grande Lisboa	4	5	4	4	2
Centro	-	-	3	3	-
Grande Porto	-	1	1	3	-
Alentejo	1	-	2	1	-
Norte	-	-	1	2	-
Algarve	1	-	-	1	-
Várias regiões de Portugal	-	-	1	1	-
Total	17	25	18	29	6
%	2,9%	8,9%	2,7%	4,4%	0,6%

Analisando a diversidade geográfica internacional, duas de cada dez peças versam sobre acontecimentos internacionais, evidenciando-se os assuntos dos países do *continente europeu*, principalmente do Reino Unido, Espanha e Alemanha, bem como sobre os assuntos que envolvem vários países da União Europeia ou da Europa.

As peças com *ênfase internacional e nacional* estão mais presentes no "Jornal 2" (26 %). Já no "CM Jornal 20H" estas peças representam apenas 10 % do total de peças com *ênfase geográfico* específico. Os assuntos dos países do *continente europeu* têm maior destaque quando há uma combinação do *ênfase nacional e internacional*, sendo os acontecimentos, relacionados com os temas *política europeia, política nacional, saúde e ação social e desporto*, que envolvem vários países da União Europeia ou da Europa os que têm maior cobertura.

As categorias do *ênfase geográfico* menos representadas na amostra de 2021 são *Oceânia* e *continente africano*. Não se identificam peças relacionadas com o *Polo Norte* e o *Polo Sul*.

FIG. 9 – ESPECIFICAÇÃO DO ENFOQUE GEOGRÁFICO INTERNACIONAL



No que diz respeito aos *temas dominantes* dos países mais destacados, o Reino Unido destaca-se com peças sobre *desporto* - especificamente os jogos de futebol das equipas inglesas -, assim como com a cobertura de vários acontecimentos sobre *política internacional*.

A erupção do vulcão da Ilha de La Palma sobressai entre os acontecimentos mais noticiados da Espanha no “Telejornal”, no “Jornal 2”, no “Jornal de Notícias” e no “Jornal das 8”. No “CM Jornal 20H” os jogos de futebol das equipas espanholas têm uma maior cobertura.

A Alemanha surge principalmente com assuntos da *política europeia*, destacando-se as eleições para o parlamento alemão; bem como os jogos de futebol entre as equipas da primeira divisão de Alemanha e de Portugal, principalmente no noticiário da CMTV.

A Rússia, com maior presença nos noticiários do operador público, surge associada à polémica gerada pela partilha, da Câmara Municipal de Lisboa ao *governo* russo, de dados pessoais de ativistas russos que participaram em manifestações contra Putin em Lisboa.

Os Estados Unidos de América é o país do *continente americano* mais destacado nos noticiários, com a cobertura de diversos acontecimentos da *ordem interna*, *política internacional*, *desporto*, entre outros. A sua presença é maior no “Jornal das 8”.

O caso de justiça do antigo presidente do clube português de futebol Boavista, pela descoberta de droga no avião onde ele e outros passageiros iriam viajar, destaca-se entre os assuntos relacionados com o Brasil. Outros acontecimentos do Brasil, da *saúde e ação social* e da *política internacional*, têm relevância nos serviços noticiosos, muitas vezes estes temas surgem relacionados com a pandemia de Covid-19 e a gestão do Estado brasileiro para combater a doença.

FIG. 10 - TEMAS DOMINANTES MAIS FREQUENTES POR PAÍS

RTP1	País	Tema dominante
“Telejornal” (RTP1)	Espanha Peças = 18	Ordem interna (33%)
		Política europeia (17%)
		Sistema judicial (6%)
	Estados Unidos Peças = 15	Política internacional (33%)
		Desporto (20%)
		Ordem interna (20%)
	Reino Unido Peças = 13	Desporto (54%)
		Economia, finanças e negócios (23%)
		Política internacional (15%)
	Rússia Peças = 12	Política nacional (33%)
		Sistema judicial (17%)
		Saúde e ação social (17%)
Alemanha Peças = 11	Desporto (45%)	
	Política europeia (36%)	
	Saúde e ação social (9%)	
Moçambique Peças = 10	Política internacional (90%)	
	Política nacional (10%)	
Brasil Peças = 10	Sistema judicial (30%)	
	Saúde e ação social (30%)	
	Política nacional (10%)	

RTP2	País	Tema dominante
"Jornal 2" (RTP2)	Rússia Peças = 10	Política nacional (40%)
		Política internacional (30%)
		Saúde e ação social (10%)
	Espanha Peças = 10	Ordem interna (50%)
		Política europeia (40%)
		Economia, finanças e negócios (10%)
SIC	País	Tema dominante
"Jornal da Noite" (SIC)	Reino Unido Peças = 33	Política internacional (39%)
		Desporto (21%)
		Saúde e ação social (18%)
	Estado Unidos Peças = 18	Política internacional (28%)
		Ordem interna (28%)
	Alemanha Peças = 14	Comunicação (11%)
		Desporto (36%)
		Política europeia (29%)
	Brasil Peças = 12	Saúde e ação social (14%)
		Política internacional (25%)
Sistema judicial (25%)		
Espanha Peças = 10	Política nacional (17%)	
	Ordem interna (33%)	
	Sistema judicial (17%)	
Hungria Peças = 10	Ciência e tecnologia (17%)	
	Desporto (90%)	
		Economia, finanças e negócios (10%)
TVI	País	Tema dominante
"Jornal das 8" (TVI)	Estados Unidos Peças = 31	Sociedade (29%)
		Ordem interna (19%)
		Cultura (13%)
	Reino Unido Peças = 22	Desporto (45%)
		Política internacional (23%)
	Espanha Peças = 22	Sociedade (14%)
		Ordem interna (32%)
		Política europeia (18%)
	Itália Peças = 15	Ciência e tecnologia (18%)
		Desporto (27%)
Ordem interna (20%)		
França Peças = 13	Cultura (13%)	
	Desporto (38%)	
	Saúde e ação social (15%)	
		Economia, finanças e negócios (15%)
CMTV	País	Tema dominante
"CM Jornal 20H" (CMTV)	Reino Unido Peças = 29	Desporto (45%)
		Sociedade (14%)
		Política internacional (14%)
	Alemanha Peças = 23	Ordem interna (70%)
		Desporto (17%)
		Política europeia (13%)
	Espanha Peças = 22	Desporto (50%)
		Ordem interna (36%)
		Política europeia (5%)

CMTV	País	Tema dominante
"CM Jornal 20H" (CMTV)	Estados Unidos Peças = 21	Ordem interna (33%)
		Saúde e ação social (24%)
		Sistema judicial (19%)
	Itália Peças = 16	Desporto (69%)
		Crença e religião (13%)
		Saúde e ação social (6%)
	Rússia Peças = 11	Política nacional (73%)
		Saúde e ação social (9%)
		Desporto (9%)
	Brasil Peças = 10	Sistema judicial (30%)
		Política nacional (20%)
		Ordem interna (20%)

Nota: São considerados os países com dez ou mais peças por serviço noticioso.

DIVERSIDADE E PLURALISMO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

A análise baseada nas fontes de informação consultadas nas peças também é considerada essencial para avaliar a obrigação de diversidade informativa a que os operadores se encontram sujeitos, sobretudo por se considerar que a diversificação das entidades/indivíduos que fornecem informação é fundamental para que as peças jornalísticas sejam, elas próprias, diversas.

Outro aspeto relevante neste ponto, é identificar se determinados atores da sociedade têm voz nos serviços noticiosos avaliados, especificamente aqueles considerados como minorias, ou seja, migrantes, minorias religiosas, minorias sexuais, minorias étnicas e pessoas portadoras de deficiência⁸.

Quanto à diversidade da origem da informação, a avaliação realizou-se com recurso a um total de 21 categorias de análise, correspondentes a diferentes áreas de proveniência de fontes de informação, que na sua base têm 164 subcategorias específicas, e que incorporam o conceito na medida em que permitem identificar a origem da informação no conteúdo manifesto das peças jornalísticas monitorizadas. Refira-se que, na avaliação efetuada, foram identificadas e assinaladas, por peça, as primeiras três fontes de informação e respetivo sexo⁹.

Nas edições monitorizadas em 2021, observa-se que no, no "Jornal da Noite" da SIC e no "CM Jornal 20H" da CMTV estão presentes 20 categorias de fontes; no "Telejornal" da RTP1, "Jornal 2" da RTP2 e no "Jornal das 8" da TVI estão presentes 19 categorias. Os grupos minoritários, como fonte, estão ausentes no serviço noticioso de horário nobre da RTP1, RTP2 e TVI e são residuais nos restantes. Por seu lado, regista-se a presença, embora absolutamente residual no "Jornal 2" de fontes da área do desporto.

Há uma concentração das fontes nas áreas política nacional em todas as edições em análise, seguidas de saúde e ação social, na RTP1, RTP2 e SIC. No caso da TVI, a segunda maior concentração de fontes é na área da sociedade e, na CMTV, a comunicação.

As fontes da política nacional são as mais veiculadas pela informação de horário nobre do serviço público, em particular pelo "Jornal 2"; nos operadores privados, estão mais presentes no "Jornal da Noite". No "Jornal das 8" as fontes

⁸ Consideram-se as categorias de fontes cuja identificação na peça permite estabelecer uma relação com determinados grupos sociais conhecidos como minorias, ou seja, quando as fontes são identificadas como imigrantes e descendentes, refugiados, associações/comunidades ROM, associações/comunidades de minorias sexuais, associações/comunidades de minorias religiosas, associações/comunidades de portadores de deficiência, restantes fontes de área grupos minoritários, instituições religiosas, crentes e restantes fontes de área crença e religião. A religião católica é excluída desta análise. É importante referir que esta análise não é exaustiva na medida em que determinadas fontes, que poderiam estar relacionadas com estes grupos, são enquadradas noutras categorias devido ao papel que lhes é dado na peça. Por exemplo, por vezes, os migrantes vítimas de naufrágios no Mediterrâneo, poderão ser codificados como vítimas deixando de ser contabilizados nesta análise.

⁹ 79 % das peças analisadas identificam um número máximo de três fontes de informação.

da política nacional estão quase a par das da sociedade. Em 2021, as fontes da ordem interna passaram a ocupar a terceira posição no “CM Jornal 20H” (ocupavam o quarto em 2020) e política nacional é a mais destacada.

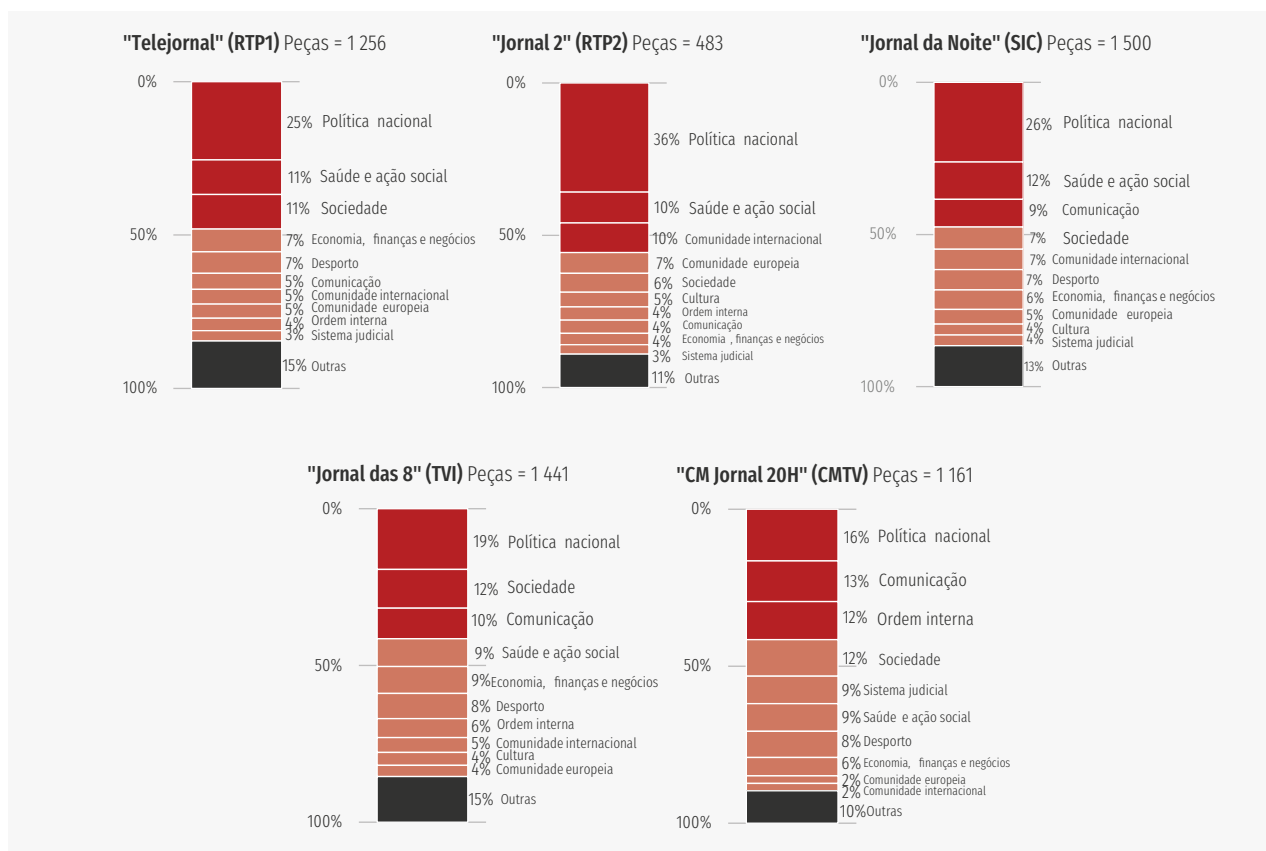
Entre as fontes da política nacional, as mais presentes, por ordem decrescente, são os secretários-gerais e presidentes dos partidos; ministros em Ex équo com o Presidente da República, cabeça de lista/candidatos, no contexto das eleições autárquicas de 2021 e primeiro-ministro.

As fontes da área da comunicação são sobretudo consultadas pelo “CM Jornal 20H”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”. Trata-se de outros órgãos de comunicação social, destacando-se as imagens das competições de futebol transmitidas pelo serviço de programas SPORT TV ou Eleven Sports.

As fontes da comunidade internacional identificam-se com o perfil editorial do serviço público. No “CM Jornal 20H”, 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 estrangeiro e de organizações internacionais.

A orientação editorial do “Jornal 2” determina a importância que têm as fontes da comunidade internacional e europeia. A comunidade internacional surge em 2021, a par da saúde e ação social. A comunidade europeia está presente pelos testemunhos de instituições da UE, representantes de Estado e de Governo dos países-membros e, em menor número, pelos partidos políticos dos países-membros. No caso das fontes da área da cultura, a sua presença é justificada pelas entrevistas em estúdio a artistas e outros criadores.

FIG. 11 – ÁREAS DE FONTES

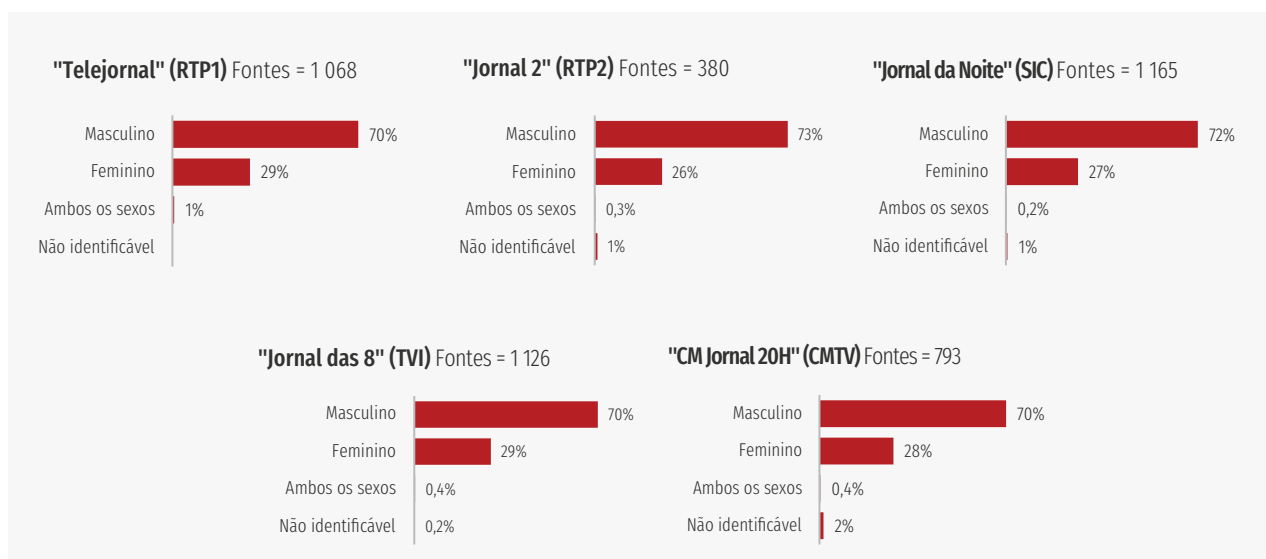


As fontes de informação do sexo masculino sobressaem em todos os serviços noticiosos, sendo o o “Jornal 2” e o “Jornal da Noite” os blocos informativos onde esta tendência é mais evidente. Entre estas, considerando as macro categorias de análise, predominam as da política nacional (governo, partidos políticos da oposição parlamentar e autarquias), sociedade (cidadãos adultos, moradores/residentes e familiares), desporto (associações e clubes despor-

tivos, em particular através dos seus treinadores e jogadores de futebol), saúde e ação social (médicos/técnicos de saúde especializados na área, organismos públicos da área da saúde e ação social e serviços de saúde) e economia, finanças e negócios (pequenas e médias empresas, grandes empresas e grupos económicos e associações empresariais). Esta predominância tem algumas alterações consoante o serviço de programas.

Já as fontes do sexo feminino, destacam-se igualmente nas áreas da sociedade (cidadãos adultos, moradores/residentes, familiares) política nacional (governo - com destaque para a Ministra do Trabalho e da Segurança Social Ana Mendes Godinho e da Ministra da Saúde Marta Temido -, partidos políticos da oposição parlamentar - com destaque para Catarina Martins e Inês Sousa Real, líderes parlamentares do BE e PAN, respetivamente), saúde e ação social (organismos públicos da área da saúde e ação social: A presença de fonte feminina nesta última área é maioritariamente preenchida pelas intervenções, em contexto Covid-19 da Diretora-Geral de Saúde Graça Freitas e médicos e técnicos de saúde especializados na área).

FIG. 12 – SEXO DAS FONTES



Nota: 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").

Por outro lado, a participação das fontes relacionadas com grupos minoritários representa uma parte residual, igual a 0,6 % no "Telejornal", e 1 % no "Jornal 2". O "Jornal da Noite" e o "CM Jornal 20H" apresentam valores semelhantes (0,9 % e 0,8 %, respetivamente). O "Jornal das 8" é o que apresenta o valor mais baixo (0,3 %).

Neste conjunto, encontram-se as declarações realizadas pelos próprios imigrantes/ refugiados/minorias étnicas e as fontes oriundas de minorias religiosas.

FIG. 13 – FONTES IDENTIFICADAS COMO GRUPOS MINORITÁRIOS

	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)"
Imigrantes /refugiados/ minorias étnicas	7	2	13	4	8
Minorias religiosas	1	3	1	1	1
Total	8	5	14	5	9
%	0,6%	1,0%	0,9%	0,3%	0,8%

DIVERSIDADE E PLURALISMO DE ATORES

Uma dimensão essencial na avaliação da diversidade e do pluralismo informativo é a verificação da heterogeneidade de atores representados como protagonistas da informação, por se considerar que uma informação generalista, verdadeiramente diversa, deve refletir a multiplicidade de grupos sociais.

Em termos metodológicos, a análise da diversidade de atores assemelha-se à da diversidade de *fontes* de informação, tendo sido definidas 20 categorias de análise das áreas de pertença dos atores identificados como protagonistas das peças, as quais englobam 193 subcategorias que identificam, a um nível micro, os próprios protagonistas.

É identificado o ator principal, ou seja, aquele que na peça se assume como central em relação aos factos e eventos que são objeto de cobertura jornalística. Para este ator é identificada também a sua nacionalidade e sexo.

Outra dimensão considerada, tal como na análise das *fontes*, é a representação das categorias de protagonistas relacionadas com os *grupos minoritários*¹⁰.

Em 2021, o “Jornal da Noite” e o “CM Jornal 20H” apresentam atores de todas as macros categorias definidas. No “Telejornal”, “Jornal 2” e “Jornal das 8” não se registam *atores dos grupos minoritários*. Ainda no “Jornal 2”, assinala-se, ainda que de forma residual e contrariamente a anos anteriores, a presença de *atores* da macrocategoria *desporto* e a ausência de protagonistas da área *grupos minoritários*, educação e população.

A generalidade das peças dos telejornais de horário nobre é personalizada e, apesar de haver diversidade, os *atores principais* concentram-se na *política nacional*, *desporto* e *ordem interna*. Os protagonistas do *sistema judicial*, *saúde e ação social*, *sociedade* e *comunidade internacional* também se destacam, mas com diferenças entre os serviços noticiosos.

Os *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, *ministros*, *Presidente da República*, os *cabeça de lista/candidato*, e o *Primeiro-ministro* são os protagonistas da *política nacional* mais frequentes em todos os serviços noticiosos.

Na *ordem interna*, sobressai o “CM Jornal 20H” nas subcategorias de *vítimas e suspeitos de crimes e atos ilícitos*.

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*.

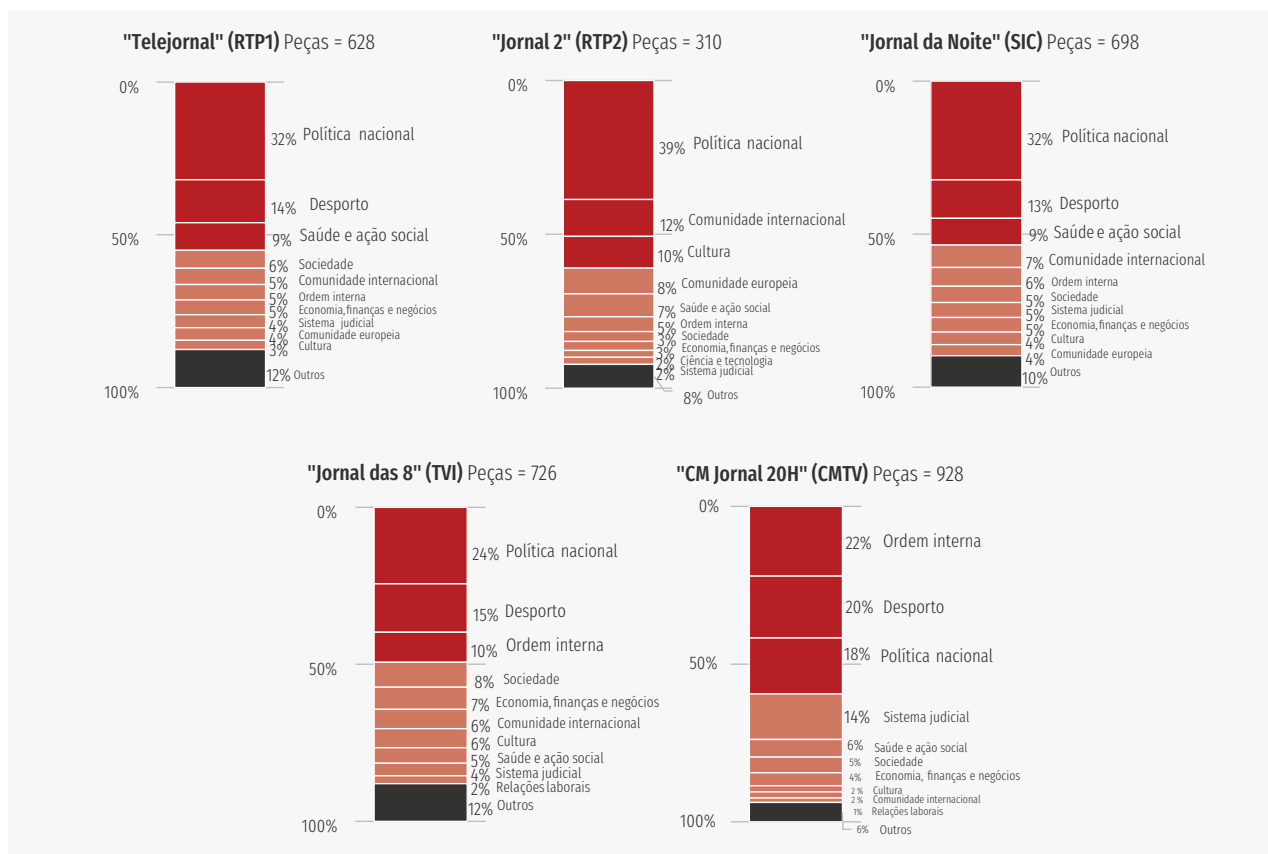
Os *protagonistas da comunidade internacional* salientam-se em relação aos da *comunidade europeia* no horário nobre, através dos *representantes de Estado e de Governo estrangeiros* e só depois dos *representantes de organizações da União Europeia* e dos *representantes de Estado e de Governo dos países-membros*.

Os *atores da sociedade* destacam-se pela visibilidade dada aos *cidadãos comuns adultos*, *moradores/habitantes*, *representantes de outros movimentos cívicos/humanitários* e *figuras públicas e celebridades*.

Entre os protagonistas da área da *cultura* evidenciam-se os *artistas e outros criadores*, e, a grande distância, os *representantes de organismos culturais*.

¹⁰ Consideram-se as categorias de atores cuja identificação na peça permite estabelecer uma relação com determinados grupos sociais conhecidos como minorias, ou seja, quando os protagonistas são identificados como *imigrantes e descendentes*, *refugiados*, *representante/membros de comunidades ROM*, *representante/membros de minorias sexuais*, *representantes/membros de grupos socialmente desfavorecido*, *representante/membros de minorias religiosas*, *cidadãos portadores de deficiência*, *restantes atores de área grupos minoritários*, *líderes religiosos*, *membros de igrejas e confissões religiosas*, *crentes e restantes atores de área crença e religião*. A religião católica é excluída desta análise. É importante referir que esta análise não é exaustiva na medida em que determinados atores, que poderiam estar relacionadas com estes grupos, são enquadradas noutras categorias devido ao papel que lhes é dado na peça. Por exemplo, por vezes, os migrantes vítimas de naufrágios no Mediterrâneo, poderão ser codificados como vítimas deixando de ser considerados nesta análise.

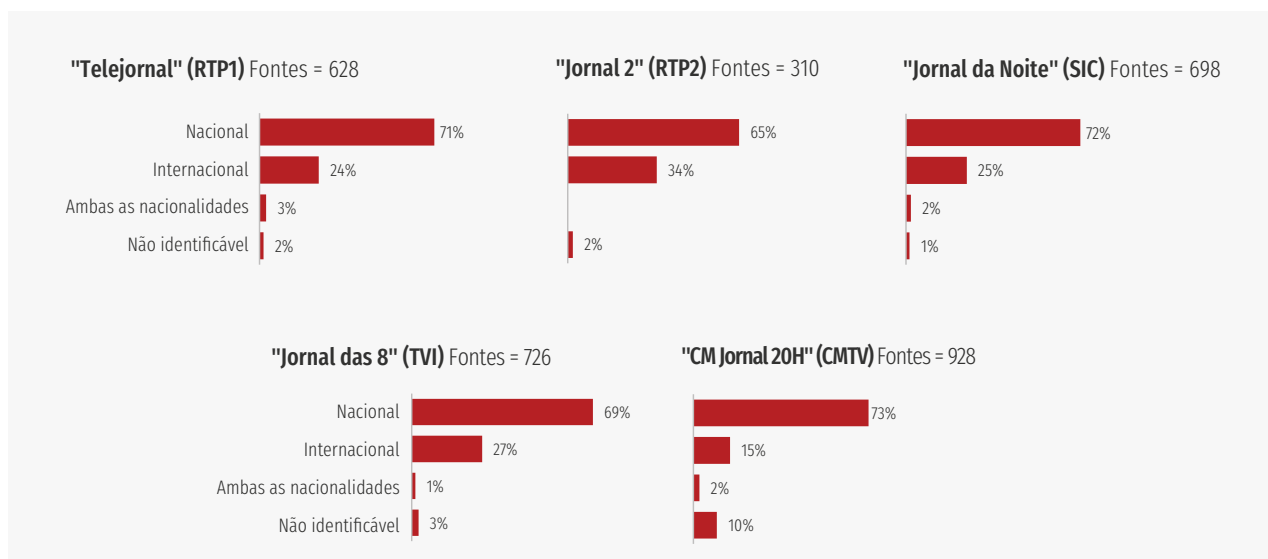
FIG. 14 – ÁREAS DE ATORES



A análise dos protagonistas tendo em conta a sua nacionalidade, reflete o *enfoque geográfico* predominante dos assuntos tratados nas edições consideradas. Assim, estes são sobretudo nacionais e predominantes nas áreas da *política nacional, desporto, ordem interna, saúde e ação social, sistema judicial, economia, finanças e negócios, sociedade*, entre outras.

Os *atores* de origem internacional são sobretudo *representantes de Estado e de Governos estrangeiros*, bem como de países-membros da União Europeia e *atletas e técnicos desportivos*.

FIG. 15 – NACIONALIDADE DOS ATORES PRINCIPAIS



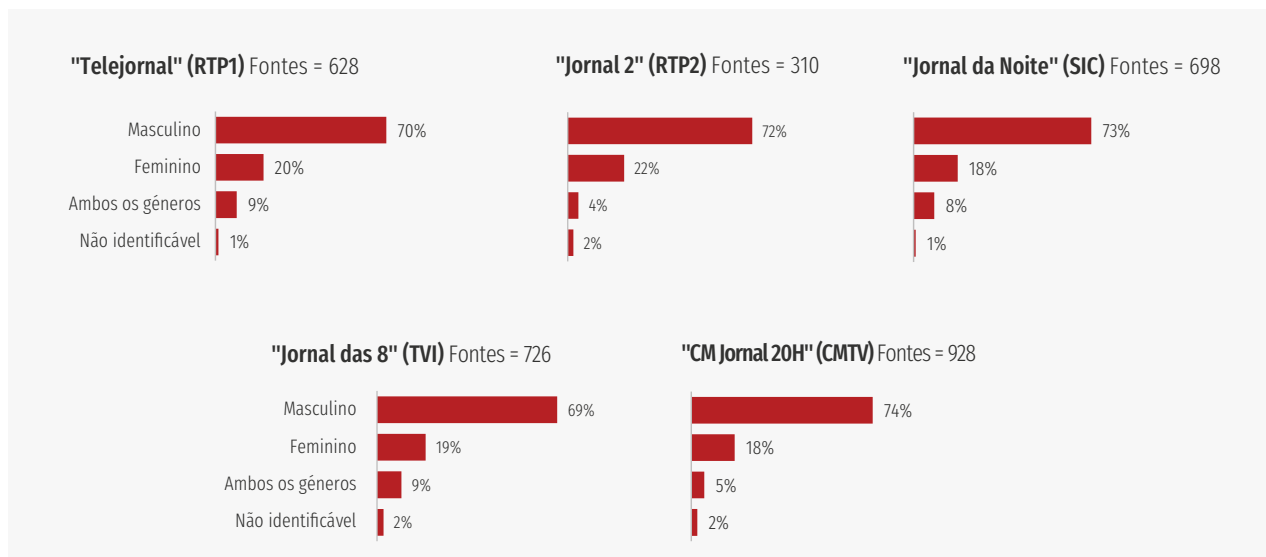
No que respeita ao sexo, à semelhança das fontes, as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a protagonistas homens, enquanto a presença de mulheres é diminuta. Esta tendência é comum a todos os operadores. Com efeito, os homens destacam-se em todas as categorias de protagonistas, exceto em *sociedade*.

No conjunto das peças com protagonistas do *sexo feminino* destacam-se, por ordem decrescente do peso da macro categoria, as representantes da área da *política nacional* (*ministras*, com grande destaque para Marta Temido, Ministra da Saúde); da *saúde e ação social* (*representantes de organismos de estado e da saúde*, com destaque para Graça Freitas, Diretora-Geral da Saúde), da *ordem interna* (com a subcategoria *vítimas* a surgir como a mais destacada) e da *sociedade* (*famíliares*).

Entre as notícias analisadas que destacam os *atores do sexo masculino*, sobressaem os da área da *política nacional* (entre estes *Secretários-gerais e presidentes dos partidos*, o *Presidente da República* Marcelo Rebelo de Sousa, e *Cabeça de lista/candidato* no contexto das eleições autárquicas em 2021), *desporto* (*atletas e técnicos desportivos*, em particular de futebol) e *ordem interna* (*suspeitos de crimes e atos ilícitos e representantes de forças de segurança*).

As peças com protagonistas de ambos os sexos provêm da *sociedade* (*cidadãos comuns adultos*), da *ordem interna* (sobretudo *vítimas*) e da *política nacional*.

FIG. 16 – SEXO DOS ATORES PRINCIPAIS



Por outro lado, na amostra em análise, o protagonismo dos *atores* relacionados com grupos sociais considerados como minorias é residual nos cinco serviços noticiosos.

Sobressaem os *atores* identificados como imigrantes/refugiados/minorias étnicas, seguido das minorias religiosas. Grande parte dos protagonistas destas peças é representada pelos próprios indivíduos.

FIG. 17 – ATORES IDENTIFICADOS COMO GRUPOS MINORITÁRIOS

	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Imigrantes /refugiados/ minorias étnicas	7	2	13	4	8
Minorias religiosas	1	3	1	1	1
Total	8	5	14	5	9
%	0,6%	1,0%	0,9%	0,3%	0,8%



ANEXOS

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANEXO I - METODOLOGIA

A monitorização dos blocos informativos dos operadores televisivos RTP, SIC, TVI e CMTV deve-se às especificidades de cada serviço de programas.

A RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas generalistas em sinal aberto do operador de serviço público, sobre o qual competem obrigações específicas definidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.

Por seu lado, a SIC e a TVI, operadores televisivos privados, encontram-se sujeitos a avaliação do cumprimento das obrigações dos seus serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre – realizada pela ERC a cada cinco anos –, no âmbito do processo de atribuição e renovação das licenças de emissão.

Já a CMTV, operador privado, é o serviço de programa de acesso não condicionado com assinatura com maiores audiências na televisão por subscrição e que apresenta anualmente um número importante de processos na ERC.

A escolha dos serviços noticiosos de horário nobre, em detrimento de outros noticiários, deve-se ao facto de serem o último serviço noticioso que resume a atualidade do dia, e também por serem aqueles que apresentam audiências mais elevadas.

A monitorização é feita por amostragem (ver Anexo II) e baseia-se na análise de conteúdo de todas as peças das edições selecionadas na amostra. Regra geral, a análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efetivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

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

Relativamente à composição da amostra, em 2021 foram monitorizados 150 noticiários dos cinco serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV – num total de 3855 peças. Salienta-se que 21 peças são excluídas da análise, pois são boletins meteorológicos.

A seguinte tabela apresenta uma distribuição das peças por edição e serviço noticioso.

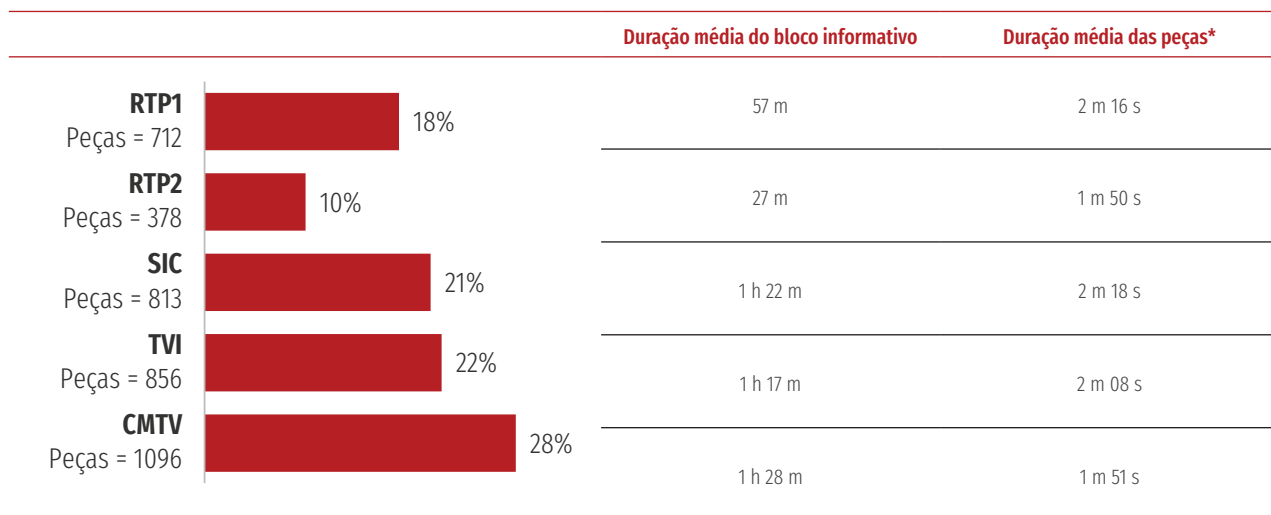
FIG. 18 – PEÇAS POR EDIÇÃO E SERVIÇO NOTICIOSO

Data	Dia da semana	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	"CM Jornal 20H (CMTV)"
2-jan	sábado	22	7	20	28	43
15-jan	sexta-feira	27	19	38	39	18
27-jan	quarta-feira	23	13	26	24	19
8-fev	segunda-feira	23	14	41	36	14
20-fev	sábado	23	8	15	24	33
4-mar	quinta-feira	25	15	19	27	29
16-mar	terça-feira	25	14	28	35	38
29-mar	segunda-feira	20	13	37	25	45
10-abr	sábado	20	8	20	29	15
22-abr	quinta-feira	24	13	28	42	25

Data	Dia da semana	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	"CM Jornal 20H (CMTV)"
4-mai	terça-feira	30	15	27	27	50
16-mai	domingo	30	9	21	26	57
28-mai	sexta-feira	25	17	33	32	29
10-jun	quinta-feira	17	15	24	22	31
22-jun	terça-feira	26	14	24	14	39
4-jul	domingo	27	9	26	32	61
16-jul	sexta-feira	20	13	26	28	46
28-jul	quarta-feira	22	13	22	25	31
9-ago	segunda-feira	24	15	25	28	37
22-ago	domingo	29	9	22	23	37
3-set	sexta-feira	25	15	20	32	39
15-set	quarta-feira	27	15	33	22	58
27-set	segunda-feira	22	9	41	23	42
9-out	sábado	16	8	22	28	62
21-out	quinta-feira	22	13	36	36	28
3-nov	quarta-feira	22	14	30	19	50
15-nov	segunda-feira	26	16	43	31	46
27-nov	sábado	19	10	20	26	11
9-dez	quinta-feira	31	14	20	41	38
21-dez	terça-feira	20	11	26	32	25
Total		712	378	813	856	1096

A descrição da amostra, considerando a duração média dos blocos informativos e das peças analisadas, permite afirmar que o número de peças emitidas em cada serviço noticioso tem relação, em parte, com o formato do próprio noticiário, o que resulta das opções do operador no que se refere ao alinhamento das edições.

FIG. 19 – DISTRIBUIÇÃO DAS PEÇAS ANALISADAS E DURAÇÃO MÉDIA DO BLOCO INFORMATIVO E DAS PEÇAS



Nota: *Considera-se a mediana como a medida de tendência central mais adequada para analisar a duração das peças, já que não é afetada pela existência de valores extremos e é menos sensível aos enviesamentos dos dados.

Assim, os blocos informativos com maior número de peças, como os dos operadores privados, têm uma duração média superior. Por seu lado, o “Jornal 2” surge com o menor número de peças, resultando em blocos informativos mais curtos. Relativamente às peças, a duração média é quase semelhante entre os serviços noticiosos, sendo aproximadamente igual a dois minutos.

ANEXO II – COMPOSIÇÃO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Apresenta-se, de seguida, o plano de amostragem para a monitorização das notícias (peças) dos programas informativos de horário nobre dos serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

Pretende-se recolher uma amostra com um erro de amostragem inferior a 5 % e um grau de confiança de 95 %.

Universo ou população: são todas as peças dos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV emitidos entre 01/01/2021 e 31/12/2021. No entanto, não sendo possível conhecer previamente o número de peças em cada bloco informativo, a amostragem é realizada considerando o número total de edições no ano, ou seja, 365 edições.

Amostra: é o subconjunto da população obtido através dos dias (edições) selecionados no processo de amostragem. Neste estudo são monitorizadas as peças de 30 edições de cada noticiário.

Para garantir que todos os meses sejam avaliados, considera-se a aplicação da amostragem aleatória sistemática.

A metodologia é a seguinte:

- Definição do intervalo amostral.** Determina-se o intervalo amostral dividindo o total de elementos da população pelo número de elementos definidos para a amostra (N/n). Se a população é 365 e a amostra é 30, logo o intervalo amostral será 12.
- Seleção aleatória e definição da amostra.** A seleção aleatória de um número entre 1 e 12 serve tanto para determinar o ponto de partida no processo de seleção das edições, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra¹¹.

Foi escolhido o número 1, o que corresponde ao dia 2 de janeiro de 2021. Ao número selecionado, soma-se sucessivamente o intervalo amostral obtendo as edições que serão monitorizadas.

Finalmente, a amostra é constituída pelas peças que correspondem aos números e datas no quadro seguinte.

FIG. 20 – EDIÇÕES SELECIONADAS

Edição	Dia	Data
1	sábado	2 de janeiro de 2021
2	sexta-feira	15 de janeiro de 2021
3	quarta-feira	27 de janeiro de 2021
4	segunda-feira	8 de fevereiro de 2021
5	sábado	20 de fevereiro de 2021
6	quinta-feira	4 de março de 2021
7	terça-feira	16 de março de 2021
8	segunda-feira	29 de março de 2021
9	sábado	10 de abril de 2021
10	quinta-feira	22 de abril de 2021
11	terça-feira	4 de maio de 2021
12	domingo	16 de maio de 2021
13	sexta-feira	28 de maio de 2021

¹¹ A seleção do ponto de partida é repetida no início de cada ano.

Edição	Dia	Data
14	quinta-feira	10 de junho de 2021
15	terça-feira	22 de junho de 2021
16	domingo	4 de julho de 2021
17	sexta-feira	16 de julho de 2021
18	quarta-feira	28 de julho de 2021
19	segunda-feira	9 de agosto de 2021
20	domingo	22 de agosto de 2021
21	sexta-feira	3 de setembro de 2021
22	quarta-feira	15 de setembro de 2021
23	segunda-feira	27 de setembro de 2021
24	sábado	9 de outubro de 2021
25	quinta-feira	21 de outubro de 2021
26	quarta-feira	3 de novembro de 2021
27	segunda-feira	15 de novembro de 2021
28	sábado	27 de novembro de 2021
29	quinta-feira	9 de dezembro de 2021
30	terça-feira	21 de dezembro de 2021

Para um grau de confiança de 95 %, o erro de amostragem (EMA%) para cada programa encontra-se na tabela seguinte.

FIG. 21 – ERRO MÁXIMO DA AMOSTRA

Programas/Canal	População	Unidades da Amostra	EMA%
"Telejornal" (RTP1)	9926	712	3,5
"Jornal 2" (RTP2)	5250	378	4,9
"Jornal da Noite" (SIC)	11 815	813	3,3
"Jornal das 8" (TVI)	12 016	856	3,2
"CM Jornal20H" (CMTV)	15 923	1096	2,9

ANEXO III – DEFINIÇÃO DE VARIÁVEIS

Temática dominante: Assinala o acontecimento, assunto ou temática preponderante que a peça aborda ou desenvolve, a partir de uma tipologia pré-definida. Esta variável aprecia o preenchimento de uma informação plural e contextualizada das principais ocorrências de interesse público nacionais e internacionais. A seleção de um dos acontecimentos ou assuntos abordados na peça como principal, depende do enfoque e destaque que lhe é dado pelo operador, designadamente pela duração que ocupa na peça.

Enfoque geográfico: Refere-se ao alcance geográfico, isto é, o âmbito físico em que incide o enfoque da peça, quando é especificado. O *enfoque geográfico* pode ser *regional* (uma ou várias regiões de Portugal); *nacional* (Portugal); *internacional* (uma ou várias regiões de outros países), ou de ambas as geografias (*combinação do enfoque nacional e internacional*). Pode considerar a abrangência territorial do acontecimento, a proveniência do ator principal e/ou a origem das organizações a que pertence, e o local de ação.

Especificação do enfoque geográfico nacional: Especifica a região de Portugal onde decorre a ação noticiada ou para a qual é possível identificar a abrangência geográfica do assunto/problemática abordado, incluindo as referências genéricas ao território *nacional*.

Especificação do enfoque geográfico internacional: Especifica o país estrangeiro onde decorre a ação noticiada ou para a qual é possível identificar a abrangência geográfica do assunto/problemática abordado, incluindo as peças com referências genéricas ao contexto internacional.

Fonte de informação: Categoriza a origem concreta da informação indispensável para a sustentação do acontecimento ou temática na génese da peça. Especifica a pessoa, o documento ou a instituição/organização a que os factos ou as opiniões reportadas são referidos.

Sexo da fonte de informação: Categoriza a fonte no que respeita ao sexo (masculino ou feminino), sempre que esta seja personalizada.

Ator principal: Identifica o indivíduo cujas ações ou declarações são essenciais à construção das peças em que há ator(es) personalizado(s). A visibilidade do protagonista pode resultar da prioridade ou do destaque que lhe é dado na narrativa (pela imagem, descrições e citações), e/ou por ser o objeto central das afirmações de outros *atores*.

Sexo do ator principal: Caracteriza o sexo do protagonista (*masculino* ou *feminino*) na peça.

Nacionalidade do ator principal: Privilegia o conteúdo manifesto quando a peça refere explicitamente essa informação, mas também admite elementos de conteúdo presumido, na medida em que, quando essa informação não é referida, reconhece o país de origem percebido do ator principal – que poderá resultar *nacional* ou proveniente de um país estrangeiro (*internacional*) –, pelo nome, idioma ou sotaque.

ANEXO IV – INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR À ANÁLISE DE DADOS

FIG. 22- SUBTEMAS DOMINANTES POR SERVIÇOS NOTICIOSOS

Temática dominante	"Telejornal (RTP1)"	"Jornal 2 (RTP2)"	"Jornal da Noite (SIC)"	"Jornal das 8 (TVI)"	"CM Jornal 20H (CMTV)"
Atividades/propostas de partidos políticos	44	26	59	29	42
Políticas para a saúde	30	18	32	21	31
Atividades da Presidência da República	14	12	15	16	14
Restantes subtemas da área política nacional	12	6	11	8	8
Atividades de autarquias	8	5	11	6	10
Atividades da Assembleia da República	10	5	6	10	1
Orçamento de Estado	7	6	4	6	5
Políticas de defesa e segurança	8	2	6	6	4
Suspeita/envolvimento de políticos em escândalos/irregularidades	2	2	9	6	5
Divergências ou críticas intrapartidárias	5	5	5	5	3
Políticas fiscais/financeiras	4	1	4	4	4
Políticas laborais	4	6	2	4	1
Políticas para a justiça	5	3	3	2	2
Políticas económicas	6	1	3	4	1
Divergências ou críticas interpartidárias	2	2	6	4	1
Possibilidade de/dissolução do Parlamento	3	2	4	1	4
Políticas para a educação	6	3	3	-	2
Políticas de ordenamento do território	4	2	3	3	-
Participação cívica	4	3	3	1	1
Políticas culturais	3	1	3	3	-
Atividades/declarações de políticos independentes	1	-	2	1	4
Sondagens políticas/barómetros de popularidade	-	-	1	2	4
Episódios da vida dos políticos nacionais	1	-	3	3	-
Relações do Governo com os partidos políticos	2	-	3	1	-
Relações Governo/Presidência da República	1	1	-	2	1
Políticas de administração pública	2	1	1	1	-
Políticas para a segurança social	1	-	1	1	1
Ação governativa genérica	1	-	1	2	-
Presidência portuguesa da União Europeia	1	-	2	1	-
Políticas para o ambiente	2	-	-	1	-
Políticas de migração	-	-	2	1	-
Atividades de Governos e órgãos regionais da região autónoma dos Açores	-	-	-	3	-
Atividades de Governos e órgãos regionais da região autónoma da Madeira	1	-	-	2	-
Alterações na formação do Governo	1	-	1	-	-
Políticas para a agricultura/pescas/pecuária	1	1	-	-	-
Relações interpartidárias	-	-	1	1	-

Temática dominante	"Telejornal (RTP1)"	"Jornal 2 (RTP2)"	"Jornal da Noite (SIC)"	"Jornal das 8 (TVI)"	"CM Jornal 20H (CMTV)"
Atividades da administração pública	-	-	1	1	-
Atividades do Tribunal Constitucional	1	1	-	-	-
Políticas para a habitação	-	-	1	-	-
Política nacional	197	115	212	162	149
Epidemia/pandemia	54	44	75	62	43
Funcionamento do sistema de saúde	46	19	50	40	67
Práticas médicas	11	3	24	14	21
Segurança e assistência social	2	-	2	5	3
Restantes subtemas da área saúde e ação social	1	-	2	3	4
Atividades de outros organismos públicos da área da saúde e ação social	1	1	3	1	1
Atividades de organismos reguladores/fiscalizadores da área da saúde e ação social	-	-	1	-	3
Saúde e ação social	115	67	157	125	142
Acidentes e catástrofes	24	10	19	40	78
Atividades policiais	7	3	14	21	80
Homicídios/tentativas de homicídio	-	-	2	4	35
Incêndios	7	3	6	3	21
Outros crimes e formas de violência	1	-	2	6	20
Roubos/assaltos/furtos	-	-	-	3	23
Manifestações/reivindicações/protestos não laborais	3	4	5	5	9
Violência doméstica	1	-	2	-	19
Violação/Violência sexual	1	-	1	3	16
Prevenção	-	-	1	5	6
Atividades de bombeiros e Proteção Civil	1	-	1	1	6
Restantes subtemas da área ordem interna	-	-	-	1	8
Pedofilia/Abusos sexuais contra menores	-	-	-	-	7
Ordem interna	45	20	53	92	328
Futebol	71	3	77	94	186
Restantes modalidades desportivas	25	-	16	24	3
Irregularidades	1	2	1	4	13
Restantes subtemas da área desporto	-	-	2	2	-
Atividades de organizações e federações desportivas	1	-	1	1	-
Desporto	98	5	97	125	202
Ações governativas/Estado	13	14	30	21	7
Conflitos armados	13	17	10	11	7
Atentados e terrorismo	8	9	4	8	4
Crise internacional	4	4	3	4	-
Cimeiras internacionais	4	1	5	3	2
Atividades de organizações internacionais	3	-	1	2	-
Relações diplomáticas	2	3	1	-	-
Restantes subtemas da área assuntos internacionais	-	2	-	3	-
Episódios da vida dos políticos internacionais	1	1	1	-	-

Temática dominante	"Telejornal (RTP1)"	"Jornal 2 (RTP2)"	"Jornal da Noite (SIC)"	"Jornal das 8 (TVI)"	"CM Jornal 20H (CMTV)"
Cooperação e ajuda humanitária	1	-	-	1	-
Eleições políticas internacionais	-	1	1	-	-
Segurança e espionagem	-	1	-	1	-
Acordos internacionais	1	-	-	-	-
Política internacional	50	53	56	54	20
Casos de justiça	21	4	36	30	89
Funcionamento do sistema judicial	5	4	3	4	4
Atividades da Procuradoria-Geral da República/congéneres de outros países	2	-	1	-	2
Sistema judicial	28	8	40	34	95
Empresas e negócios	17	3	9	18	12
Turismo	5	-	11	13	12
Crimes económicos	4	2	6	4	12
Indicadores económicos	9	4	2	4	-
Agricultura, pescas e pecuária	4	-	3	2	1
Indústria	3	1	-	1	-
Atividades de organizações económicas	1	-	2	-	2
Atividades de organismos reguladores/fiscalizadores da área económica/financeira/de negócios	-	1	-	1	2
Atividades de organismos públicos da área económica/financeira/de negócios	2	-	1	1	-
Consumo/consumidores	-	-	1	-	2
Exportações/importações	-	1	-	-	-
Restantes subtemas da área economia, finanças e negócios	-	-	1	-	-
Economia, finanças e negócios	45	12	36	44	43
Atividades das instituições da UE	17	22	22	11	5
Ações governativas/Estado dos países da UE	12	11	5	9	7
Eleições internas dos países da UE	5	2	5	2	1
Políticas comunitárias	1	-	-	2	1
Episódios da vida dos políticos dos países da UE	1	-	-	1	1
Política europeia	36	35	32	25	15
Artes e eventos culturais	14	23	14	24	-
Vida e obra de autores/artistas	6	7	3	7	6
Património cultural	3	-	7	5	-
Restantes subtemas da área cultura	-	-	3	1	-
Figuras/acontecimentos históricos	-	1	-	2	-
Moda	1	-	-	1	-
Cultura	24	31	27	40	6
Vida das figuras públicas	3	1	7	14	12
Lazer e diversão	1	-	5	8	3
Histórias de vida	3	1	2	7	3
Integração e inclusão social	2	-	-	6	4
Casos insólitos	-	-	2	3	4

Temática dominante	"Telejornal (RTP1)"	"Jornal 2 (RTP2)"	"Jornal da Noite (SIC)"	"Jornal das 8 (TVI)"	"CM Jornal 20H (CMTV)"
Relações e comportamentos sociais	2	-	-	4	-
Pobreza e exclusão social	-	-	1	-	2
Restantes subtemas da área sociedade	1	-	1	1	-
Racismo	-	-	2	-	-
Questões ligadas à infância	-	-	-	-	2
Sociedade	12	2	20	43	30
Alterações no estado do tempo	1	-	2	10	15
Alterações climáticas	3	4	2	4	1
Poluição e crimes ambientais	2	-	4	3	2
Proteção do ambiente e conservação da natureza	1	-	2	5	3
Energias/recursos naturais	1	-	2	1	-
Atividades de organismos públicos da área ambiental	1	1	-	1	1
Restantes subtemas da área ambiente	-	1	1	-	2
Ambiente	9	6	13	24	24
Transportes e infraestruturas	7	2	9	7	6
Obras públicas	-	-	-	3	3
Habitação	2	-	-	1	2
Ordenamento do território	-	-	-	1	-
Urbanismo	9	2	9	12	11
Ações sindicais	4	3	3	2	2
Emprego/desemprego	1	-	1	6	2
Greves, protestos e manifestações laborais	4	1	2	3	-
Políticas laborais das empresas/empresários	1	-	1	1	-
Qualidade e segurança no trabalho	-	-	-	1	1
Relações laborais	10	4	7	13	5
Investigação científica	7	-	9	11	3
Inovação e desenvolvimentos tecnológicos	2	-	2	2	-
Restantes subtemas da área ciência e tecnologia	-	-	-	1	-
Ciência e tecnologia	9	0	11	14	3
Imigração	5	1	2	3	4
Questões demográficas	2	2	1	2	2
Movimentos migratórios de refugiados	1	-	3	1	1
Emigração	1	1	-	2	-
População	9	4	6	8	7
Comunicação social	3	3	7	10	2
Tecnologias da Informação e da Comunicação	-	-	2	2	-
Atividades de organismos reguladores/fiscalizadores das áreas da comunicação/telecomunicações	-	-	-	1	1
Comunicação	3	3	9	13	3
Ensino pré-escolar, básico e secundário	6	2	6	6	4
Ensino superior	1	-	-	2	-
Educação	7	2	6	8	4

Temática dominante	"Telejornal (RTP1)"	"Jornal 2 (RTP2)"	"Jornal da Noite (SIC)"	"Jornal das 8 (TVI)"	"CM Jornal 20H (CMTV)"
Cristianismo católico	1	4	2	9	6
Cristianismo evangélico	-	-	-	1	-
Restantes subtemas da área crença e religião	-	-	-	1	-
Crença e religião	1	4	2	11	6
Atividades das Forças Armadas	5	1	1	4	3
Defesa	5	1	1	4	3
Minorias sexuais	-	-	2	-	-
Minorias étnicas	-	-	1	-	-
Grupos minoritários	-	-	3	-	-
Revista de imprensa	-	4	-	-	-
Bloco meteorológico/Mudança de hora	-	-	16	5	-
Total	712	378	813	856	1096

FIG. 23- ESPECIFICAÇÃO DO ENFOQUE GEOGRÁFICO NACIONAL POR SERVIÇOS NOTICIOSO

Especificação do enfoque geográfico nacional	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Nacional genérico	353	202	408	360	401
Grande Lisboa	105	41	117	124	215
Grande Porto	27	12	25	33	83
Centro	23	8	26	32	76
Várias regiões de Portugal	31	11	39	34	42
Norte	13	2	10	26	73
Algarve	12	2	10	18	52
Alentejo	12	1	14	16	33
Região autónoma da Madeira	7	2	5	10	10
Região autónoma dos Açores	3	-	4	8	3
Total	586	281	658	661	988

FIG. 24- ESPECIFICAÇÃO DO PAÍS ESTRANGEIRO POR SERVIÇO NOTICIOSO

País	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Vários países da UE	27	22	29	22	24
Reino Unido	13	7	33	22	29
Vários países continente europeu	23	17	14	15	24
Espanha	18	10	12	22	22
Alemanha	11	6	14	9	23
Rússia	12	10	7	8	11
Itália	7	2	5	15	16
França	9	-	4	13	9
Bélgica	6	4	5	3	4
Ucrânia	4	1	5	6	6
Hungria	3	-	10	2	4

País	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Holanda	1	1	1	4	9
Sérvia	2	-	4	4	5
Grécia	-	-	2	2	4
Luxemburgo	3	1	1	1	1
Bulgária	2	-	2	1	-
Dinamarca	-	-	1	3	-
Bielorrússia	1	1	2	-	-
Áustria	-	1	-	2	-
Chipre	-	1	1	-	1
Finlândia	1	-	-	1	1
Eslováquia	-	-	1	2	-
Suíça	-	-	-	-	3
Kosovo	1	-	-	1	1
Vaticano	-	1	-	1	-
Polónia	1	1	-	-	-
Suécia	1	-	-	1	-
Lituânia	1	-	-	-	-
Irlanda	-	-	-	-	1
Bósnia Herzegovina	1	-	-	-	-
Roménia	-	-	-	1	-
Islândia	-	-	1	-	-
Turquia	-	-	-	1	-
Contínente europeu	148	86	154	162	198
Estados Unidos da América	15	9	18	31	21
Brasil	10	3	12	8	10
Canadá	-	1	2	-	3
México	1	-	2	2	1
Vários países continente americano	2	1	1	-	-
Cuba	1	1	-	-	1
Venezuela	1	-	1	-	1
Panamá	1	1	-	-	-
Haiti	1	-	1	-	-
Colômbia	-	-	-	2	-
Argentina	-	-	1	-	-
Bolívia	-	-	-	1	-
Contínente americano	32	16	38	44	37
Afeganistão	5	4	6	6	4
Iraque	8	1	5	3	-
Líbano	2	4	3	5	3
Paquistão	2	1	1	8	-
Catar	3	3	2	2	1
Emirados Árabes Unidos	3	-	3	2	-

País	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Palestina	2	-	3	3	-
Israel	1	2	-	1	1
Jordânia	-	2	-	1	1
Singapura	-	-	1	2	-
Índia	1	1	-	1	-
Maldivas	2	-	-	-	-
China	-	-	1	1	-
Timor-Leste	-	-	-	2	-
Indonésia	-	-	1	-	-
Japão	-	-	-	1	-
Coreia do Norte	-	-	-	1	-
Coreia do Sul	-	-	-	-	1
Filipinas	-	-	1	-	-
Myanmar	-	-	1	-	-
Dubai	-	1	-	-	-
Cisjordânia	-	-	-	1	-
Países do Médio Oriente	-	-	-	1	-
Vários países continente asiático	-	-	-	1	-
Continente asiático	29	19	28	42	11
Egito	10	9	7	5	3
Marrocos	2	2	5	4	1
Cabo Verde	1	1	3	-	1
Guiné-Bissau	1	1	1	1	1
Nigéria	1	-	2	-	-
Senegal	-	-	1	-	1
Etiópia	-	-	1	1	-
Uganda	-	-	-	2	-
Angola	-	-	-	-	1
Moçambique	-	-	-	-	1
Namíbia	1	-	-	-	-
Mali	-	-	1	-	-
África do Sul	-	-	1	-	-
PALOP	-	-	-	1	-
Vários países continente africano	-	-	1	-	-
Continente africano	16	13	23	14	9
Austrália	1	-	2	3	1
Nova Zelândia	1	2	-	2	2
Oceânia	2	2	2	5	3
Vários países	28	20	48	54	24
Internacional genérico	13	5	18	20	6
Total	268	161	311	341	288

FIG. 25 - SUBCATEGORIAS DE FONTES DE INFORMAÇÃO POR SERVIÇO NOTICIOSO

Fontes de informação	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Governo	114	60	115	84	66
Partidos políticos da oposição parlamentar	91	53	132	87	47
Presidência da República	37	23	38	27	17
Autarquias	21	6	32	27	28
Partido(s) do Governo	19	9	25	15	9
Candidaturas presidenciais	7	6	11	12	7
Restantes fontes da área política nacional	9	6	14	3	5
Ex-Presidentes ou Primeiros-ministros	5	3	6	3	1
Assembleia da República	5	-	5	4	2
Políticos independentes	3	1	5	4	3
Coligações partidárias nacionais	2	1	2	4	4
Governos regionais	1	1	-	6	2
Partidos políticos regionais da oposição parlamentar	2	1	3	2	-
Tribunal Constitucional	2	1	1	-	-
Serviços de informações	1	1	-	1	-
Anteriores Governos	-	1	1	-	-
Partidos políticos extraparlamentares	-	-	1	-	-
Associações de municípios	-	-	1	-	-
Representações diplomáticas	1	-	-	-	-
Política nacional	320	173	392	279	191
Representantes de Estado e de Governos estrangeiros	37	28	68	46	20
Organizações internacionais	16	12	15	18	4
Restantes fontes da área comunidade internacional	6	3	9	5	2
Partidos políticos estrangeiros	2	3	7	-	-
Grupos armados	-	1	1	-	1
Comunidade internacional	61	35	85	51	23
Instituições da UE	33	17	36	24	14
Representantes de Estado e de Governo dos países-membros	18	14	29	22	11
Partidos políticos dos países-membros	6	2	4	3	3
Restantes fontes da área comunidade europeia	1	0	3	3	-
Comunidade europeia	58	33	72	52	28
Forças Armadas	17	3	5	16	8
Organismos reguladores/fiscalizadores do âmbito da defesa nacional	-	-	-	3	-
Restantes fontes da área defesa	-	-	-	2	-
Organismos públicos do âmbito da defesa nacional	-	-	-	1	-
Defesa	17	3	5	22	8
Forças de segurança	17	9	21	45	78
Vítimas	26	8	11	20	25

Fontes de informação	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Bombeiros/Proteção Civil	5	2	14	9	19
Testemunhas	2	1	1	7	8
Suspeitos de crimes e atos ilícitos	-	-	1	1	7
Organismos reguladores/fiscalizadores da área ordem interna	1	1	-	3	-
Restantes fontes da área ordem interna	-	-	-	1	4
Organismos públicos da área da ordem interna	-	-	1	1	-
Ordem interna	51	21	49	87	141
Advogados	12	2	20	15	30
Órgãos Jurisdicionais/STJ	11	5	10	7	22
Envolvidos em processos judiciais	5	1	6	8	19
Ministério Público/congéneres de outros países	4	4	6	4	16
Procuradoria-Geral da República/congéneres de outros países	6	2	6	3	3
Restantes fontes da área sistema judicial	2	1	3	3	4
Detidos/reclusos	-	-	-	-	8
Outros organismos públicos da área da justiça	1	-	1	3	-
Ordem dos Advogados	-	-	1	2	-
Serviços prisionais	1	-	-	-	-
Sistema judicial	42	15	53	45	102
Pequenas e médias empresas e empresários em nome individual	20	5	33	44	32
Grandes empresas e grupos económicos	21	6	23	21	9
Associações empresariais	21	4	12	13	4
Trabalhadores do comércio e serviços	4	-	4	8	12
Quadros médios, superiores e técnicos	7	-	8	8	-
Trabalhadores agrícolas e da indústria	2	-	5	8	1
Restantes fontes da área economia, finanças e negócios	4	-	2	9	-
Consumidores	3	-	3	4	4
Banco de Portugal/congéneres de outros países	6	1	1	-	2
Organizações económico-financeiras	3	-	2	3	1
Outros organismos reguladores/fiscalizadores da área económica/financeira/dos negócios	1	2	1	3	-
Organismos públicos da área económica/financeira/ dos negócios	2	-	2	1	2
Autoridade Tributária e Aduaneira/Congéneres de outros países	-	-	-	-	1
Ordem do Técnicos Oficiais de Contas	-	-	-	1	-
Economia, finanças e negócios	94	18	96	123	68
Representações sindicais	21	9	22	17	5
Trabalhadores	18	2	7	15	7
Restantes fontes da área relações laborais	-	-	-	1	2
Organismos reguladores/fiscalizadores da área laboral	-	-	1	-	-
Relações laborais	39	11	30	33	14
Professores e Associações de professores	9	4	10	5	4

Fontes de informação	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Estudantes e Associações estudantis	9	1	3	7	3
Instituições escolares	1	-	4	6	4
Instituições do ensino superior	3	2	7	-	1
Encarregados de educação e Associações de pais	1	-	6	1	-
Organismos públicos da área da educação	1	-	1	-	1
Restantes fontes da área educação	1	-	2	-	-
Educação	25	7	33	19	13
Organismos públicos da área da saúde e ação social	42	29	70	45	45
Médicos/técnicos de saúde especializados na área	48	8	42	27	11
Serviços de saúde	15	3	15	16	11
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	13	1	12	8	10
Restantes fontes da área saúde e ação social	9	2	13	9	2
Segurança social/instituições de apoio e solidariedade social	3	-	11	11	7
Ordem dos Médicos	7	3	6	6	6
Organismos reguladores/fiscalizadores da área da saúde e ação social	1	-	6	5	7
Farmácias/indústria farmacêutica	4	2	5	1	3
Ordem dos Farmacêuticos	-	-	2	-	-
Ordem dos Enfermeiros	-	-	2	-	-
Ordem dos Médicos Dentistas	-	1	-	-	-
Saúde e ação social	142	49	184	128	102
Associações ambientalistas/conservação da natureza	5	-	2	7	2
Organismos públicos da área ambiental	1	1	4	4	6
Técnicos e especialistas na área do ambiente	5	1	3	1	2
Restantes fontes da área ambiente	1	1	-	2	-
Organismos reguladores/fiscalizadores da área ambiental	1	-	1	-	-
Ambiente	13	3	10	14	10
Empresas de infraestruturas e transporte	8	4	6	6	3
Utentes dos serviços de infraestruturas e transportes	6	-	1	6	7
Técnicos e especialistas na área de infraestruturas e transportes	1	1	1	4	1
Restantes fontes da área urbanismo	1	-	-	1	-
Ordem dos Arquitetos	-	-	-	-	1
Urbanismo	16	5	8	17	12
Imigrantes e descendentes	7	2	4	3	5
Emigrantes e descendentes	1	-	3	3	3
Refugiados	-	-	7	1	-
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras/congêneres de outros países	-	-	-	1	1
Organismos públicos de assuntos relativos à população	1	-	-	1	-
População	9	2	14	9	9

Fontes de informação	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Restantes fontes da área grupos minoritários	-	-	-	-	3
Associações/comunidades ROM	-	-	1	-	-
Associações/comunidades de minorias sexuais	-	-	1	-	-
Grupos minoritários	0	0	2	0	3
Artistas e outros criadores	26	22	33	44	12
Organismos culturais	3	-	8	4	-
Restantes fontes da área cultura	1	1	8	5	-
Público de eventos culturais/ atividades de lazer	-	-	4	4	-
Organismos públicos da área cultural	-	-	1	2	-
Cultura	30	23	54	59	12
Órgãos de comunicação social	58	18	103	111	129
Conteúdos retirados de plataformas digitais (sem especificação do autor)	1	1	24	13	6
Empresas de telecomunicações ou de serviços eletrónicos	4	1	6	6	4
Comentadores/especialistas	-	-	2	3	10
Restantes fontes da área comunicação	1	1	2	8	1
Organismos públicos das áreas da comunicação/telecomunicações	1	-	-	-	-
Comunicação	65	21	137	141	150
Organismos científicos e de I&D	24	8	27	21	18
Técnicos e especialistas	12	3	10	9	2
Restantes fontes da área ciência e tecnologia	4	2	2	1	3
Ciência e tecnologia	40	13	39	31	23
Associações e clubes desportivos	43	1	59	75	71
Seleções nacionais (de diferentes modalidades desportivas)	26	-	26	22	9
Associados/grupos de adeptos	11	2	4	10	12
Organizações/federações desportivas	6	-	9	2	3
Restantes fontes da área desporto	1	-	2	7	2
Organismos públicos da área do desporto	1	-	-	-	-
Desporto	88	3	100	116	97
Instituições religiosas	4	6	7	9	12
Crentes	-	-	-	7	2
Restantes fontes da área crença e religião	-	-	-	-	1
Crença e religião	4	6	7	16	15
Adultos	50	7	31	60	25
Moradores/habitantes	29	6	19	41	37
Família	20	2	14	28	41
Outros movimentos cívicos/humanitários	16	4	17	11	5
Jovens	4	2	10	12	5
Manifestantes	6	6	7	4	8
Turistas	10	-	6	7	7

Fontes de informação	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Idosos	3	3	6	6	5
Figuras públicas e "celebridades"	2	-	-	7	-
Crianças	1	-	-	1	2
Restantes fontes da área sociedade	-	-	-	1	-
Sociedade	141	30	110	178	135
Informação não atribuída	89	57	81	101	254
Fonte confidencial	1	0	5	3	1
Total	1345	540	1581	1542	1415

FIG. 26 - SUBCATEGORIAS DE ATORES PRINCIPAIS POR SERVIÇO NOTICIOSO

Ator principal	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Secretários-gerais e presidentes dos partidos	43	29	49	29	30
Ministros	43	24	31	30	27
Presidente da República	32	23	31	22	24
Cabeça de lista/candidato	25	16	32	28	29
Primeiro-ministro	17	11	25	19	18
Presidentes de autarquias	11	4	14	7	13
Secretários de Estado	9	5	12	7	6
Deputados e líderes parlamentares	3	2	7	11	1
Ex-Presidente da República	6	1	3	3	1
Outros representantes de autarquias	-	-	-	5	5
Ex-membros do Governo nacional	1	2	2	1	3
Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição	1	1	3	2	2
Restantes atores da área política nacional	1	-	3	2	1
Notáveis e históricos do partido	2	-	3	1	-
Militantes e membros político-partidários	1	1	2	1	-
Políticos independentes	1	1	2	-	-
Presidente do Governo regional da RAM	1	-	-	2	1
Ex-Primeiros-ministros	1	-	1	-	1
Porta-vozes de partidos políticos	1	-	2	-	-
Membros de Governos da RAM	-	-	-	2	1
Presidente da Assembleia da República	-	-	1	1	-
Vários partidos políticos da oposição	1	-	-	1	-
Eurodeputados nacionais	-	-	1	1	-
Membros do corpo diplomático	1	-	-	-	-
Deputados e líderes parlamentares regionais	-	-	1	-	-
Presidente do Governo regional da RAA	-	-	-	1	-
Membros de Governos da RAA	-	-	-	1	-
Representantes de órgãos regionais da RAA	-	-	-	-	1
Cabeça de lista/candidato regional	-	-	-	-	1

Ator principal	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Política nacional	201	120	225	177	165
Atletas e técnicos desportivos	78	-	73	95	135
Dirigentes desportivos	4	-	8	6	28
Massa associativa e adeptos	5	3	4	10	16
Restantes atores da área desporto	1	-	2	1	3
Representantes de organismos públicos da área do desporto	-	-	1	-	-
Desporto	88	3	88	112	182
Vítimas	17	7	16	27	94
Suspeitos de crimes e atos ilícitos	5	4	9	11	63
Representantes de forças de segurança	6	1	8	20	30
Representantes dos bombeiros e Proteção Civil	2	1	9	7	14
Testemunhas	1	1	-	2	2
Restantes atores da área ordem interna	1	1	1	1	2
Representantes de outros organismos públicos da área da ordem interna	-	-	-	1	-
Ordem interna	32	15	43	69	205
Envolvidos em processos judiciais	16	1	23	18	73
Detidos/reclusos	1	1	1	-	49
Juizes	5	4	5	4	5
Advogados	1	-	1	5	2
Procurador-Geral da República/congêneres de outros países	1	-	2	1	1
Magistrados do Ministério Público/ Congêneres de outros países	1	1	1	-	2
Restantes atores da área sistema judicial	2	-	1	-	1
Funcionários judiciais	-	-	-	-	1
Representantes da Ordem dos Advogados	-	-	-	1	-
Sistema judicial	27	7	34	29	134
Representantes de organismos públicos da área da saúde	22	12	23	11	17
Médicos e técnicos especializados da área	15	6	13	10	7
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	7	2	5	3	15
Responsáveis do sistema de saúde e ação social	4	1	8	4	3
Representantes da Ordem dos Médicos	4	1	1	2	4
Representantes de instituições de apoio social	-	-	3	2	3
Representantes de organismos reguladores/fiscalizadores da área da saúde e ação social	2	1	2	1	1
Restantes atores da área saúde e ação social	2	-	2	2	-
Representantes de infantários/lares de idosos	1	-	1	1	-
Representantes da Ordem dos Farmacêuticos	-	-	2	-	-
Representantes das farmácias/indústria farmacêutica	-	-	-	-	2
Representantes da Ordem dos Enfermeiros	-	-	1	-	-
Saúde e ação social	57	23	61	36	52
Cidadãos comuns adultos	7	-	8	14	8

Ator principal	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Moradores/habitantes	8	1	4	16	8
Familiares	4	1	4	7	12
Representantes de outros movimentos cívicos/humanitários	9	4	5	4	-
Cidadãos comuns crianças	2	-	5	2	8
Cidadãos comuns jovens	1	1	4	3	3
Figuras públicas e "celebridades"	2	1	1	5	1
Manifestantes	-	1	3	3	3
Cidadãos comuns idosos	1	1	-	4	2
Turistas	3	-	3	-	1
Sociedade	37	10	37	58	46
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	19	25	40	36	13
Representantes de organizações internacionais	7	5	5	4	1
Restantes atores da área comunidade internacional	4	4	3	4	3
Representantes de partidos políticos estrangeiros	2	3	3	1	1
Membros de grupos armados	1	-	-	-	-
Comunidade internacional	33	37	51	45	18
Pequenos e médios empresários, quadros dirigentes e empresários em nome individual	10	4	12	18	17
Grandes empresários	6	1	10	17	6
Representantes de associações empresariais	8	1	5	3	2
Trabalhadores do comércio e serviços	1	-	2	1	6
Trabalhadores de quadros médios, superiores e técnicos	2	-	3	2	1
Representantes de organismos económico-financeiros	1	1	-	1	2
Restantes atores da área economia, finanças e negócios	1	1	-	3	-
Trabalhadores agrícolas e da indústria	-	-	-	3	2
Governador do Banco de Portugal/congéneres de outros países	1	1	-	-	1
Consumidores	-	-	-	2	1
Representantes de outros organismos públicos da área económica/financeira/negócios	1	-	-	-	1
Representantes da Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas	-	-	-	1	-
Representantes de organismos reguladores/fiscalizadores da área económica/financeira/dos negócios	-	-	1	-	-
Economia, finanças e negócios	31	9	33	51	39
Artistas e outros criadores	18	31	23	39	17
Representantes de organismos culturais	-	-	4	2	-
Público de eventos culturais/ atividades de lazer	-	-	2	2	-
Restantes atores da área cultura	1	1	-	-	1
Representantes de organismos públicos da área da cultura	-	-	-	1	-
Cultura	19	32	29	44	18
Representantes de organizações da UE	12	12	14	7	2

Ator principal	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Representantes de Estado e de Governo dos países-membros	9	11	6	9	9
Representantes de partidos políticos dos países-membros	4	3	3	1	2
Restantes atores da área comunidade europeia	1	-	2	1	-
Comunidade europeia	26	26	25	18	13
Trabalhadores/desempregados	10	4	4	9	9
Representantes sindicais	7	1	9	9	3
Representantes de outros organismos públicos da área laboral	-	-	1	-	-
Relações laborais	17	5	14	18	12
Especialistas, técnicos e cientistas	10	5	11	9	3
Representantes de organismos científicos e de I&D	6	2	8	5	1
Ciência e tecnologia	16	7	19	14	4
Oficiais	11	4	4	5	5
Soldados, aviadores e marinheiros	1	-	1	3	-
Outros representantes de organismos públicos da área da defesa	-	-	-	1	-
Restantes atores da área defesa	-	-	-	1	-
Defesa	12	4	5	10	5
Líderes religiosos	4	4	2	5	4
Membros de igrejas e confissões religiosas	-	1	2	2	3
Crentes	-	-	-	2	-
Restantes atores da área crença e religião	-	-	-	-	1
Crença e religião	4	5	4	9	8
Estudantes, representantes de associações estudantis	2	-	1	3	4
Professores e técnicos de educação	2	-	1	1	1
Representantes de organismos de educação (escolas)	-	-	1	1	1
Representantes de associações de professores sem fins sindicais	1	-	2	-	-
Pais e encarregados de educação	-	-	1	1	-
Representantes de organismos públicos da área da educação	1	-	1	-	-
Restantes atores da área educação	1	-	1	-	-
Educação	7	0	8	6	6
Imigrantes e descendentes	3	-	4	4	4
Refugiados	-	-	4	3	1
Emigrantes e descendentes	-	-	1	1	2
População	3	0	9	8	7
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	3	3	2	7	2
Responsáveis por órgãos de comunicação social	2	-	1	-	-
Profissionais ou técnicos de telecomunicações e informática	-	-	1	1	-
Comentadores/especialistas	-	-	1	-	1
Representantes de empresas de telecomunicações ou serviços eletrónicos	-	-	1	-	-

Ator principal	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	CM Jornal 20H (CMTV)
Restantes atores da área comunicação	-	-	-	1	-
Comunicação	5	3	6	9	3
Técnicos e especialistas na área do ambiente	3	1	2	1	2
Representantes de associações ambientalistas/ conservação da natureza	3	-	1	4	-
Representantes de organismos públicos da área ambiental	1	-	1	2	1
Restantes atores da área ambiente	1	1	-	1	-
Ambiente	8	2	4	8	3
Utentes dos serviços de infraestruturas e transportes	2	-	-	2	3
Técnicos e especialistas na área de infraestruturas e transportes	1	2	1	2	-
Dirigentes de empresas de infraestruturas e transportes	2	-	-	1	-
Representantes da Ordem dos Arquitetos	-	-	-	-	1
Urbanismo	5	2	1	5	4
Representantes/membros de grupos socialmente desfavorecidos	-	-	-	-	4
Representantes/membros de comunidades ROM	-	-	1	-	-
Representantes/membros de comunidades/ associações de minorias sexuais	-	-	1	-	-
Grupos minoritários	0	0	2	0	4
Total	628	310	698	726	928

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE – RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo tem como objetivo a verificação sistemática do cumprimento de três dos principais deveres a que os cinco serviços de programas generalistas de abrangência nacional (RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV) estão legalmente obrigados: **rigor, isenção e proteção de públicos vulneráveis**. Conforme metodologia seguida desde 2007, essa verificação será realizada tendo por base uma amostra de edições dos seus noticiários de horário nobre: **“Telejornal”, da RTP1, “Jornal 2”, da RTP2, “Jornal da Noite”, da SIC¹, “Jornal das 8”, da TVI², e “CM Jornal 20H”, da CMTV.**

O **rigor informativo e a garantia de isenção** são duas obrigações base do trabalho jornalístico, estreitamente associadas à qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação. Uma informação rigorosa é aquela que tem o seu conteúdo ajustado à realidade e que é relatada de forma isenta, imparcial, com clareza, de forma completa e com o enquadramento e a contextualização necessários à sua compreensão. Para que seja isenta, pressupõe um esforço de

¹ Desde 9 de novembro de 2015, transmitido em simultâneo pela SIC generalista e SIC Notícias.

² Também transmitido em simultâneo pela TVI generalista e TVI24. A partir de 22 de novembro de 2022, após o início das emissões da CNN Portugal, o “Jornal das 8” passa a ser emitido em exclusivo na TVI.

distanciamento, de neutralidade e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento ou intervenientes que são objeto de cobertura informativa.

Outro aspeto relevante inerente a estes dois deveres é o facto de terem uma relação direta com o equilíbrio e a igualdade de oportunidades de acesso, no sentido da adoção de uma atitude não discriminatória, que prima pela pluralidade e diversidade de protagonistas e de fontes de informação. Pressupõem ainda a apresentação dos factos e a sua verificação, a audição das partes com interesses atendíveis, a separação entre factos e opiniões e, regra geral, a correta identificação e citação das fontes que servem de base à informação reportada.

Importa referir que o rigor informativo e a isenção não são características que possam ser diretamente medidas/ observadas através de um único indicador/variável, na medida em que constituem deveres de natureza complexa que exigem o respeito por diferentes pressupostos e envolve uma análise necessariamente complexa.

No que diz respeito à obrigação de **proteção de públicos mais vulneráveis**, no presente capítulo esse dever será analisado considerando a **natureza dos conteúdos transmitidos nos noticiários**, nomeadamente os que possam conter indícios de exploração de violência gratuita ou de elementos considerados pornográficos, sem que a sua presença seja justificada pelo interesse jornalístico e o rigor da matéria em causa. No capítulo relativo à Linha Temática Menores analisa-se o modo como alguns dos públicos mais vulneráveis, crianças e adolescentes, foram **representados na cobertura informativa dos noticiários em análise**.

Neste capítulo será ainda dada atenção à representação que os serviços noticiosos fazem das pessoas em estado de maior vulnerabilidade física/psicológica (nomeadamente enquanto vítimas), assim como as áreas temáticas que, pela sua natureza, requerem maiores cuidados na cobertura informativa, como é o caso das que se relacionam com alguns tipos de vulnerabilidades físicas.

Os dados que a seguir se apresentam e analisam foram obtidos a partir do visionamento e análise de conteúdo de uma amostra³ composta por **30 edições (exibidas nas mesmas datas)** dos noticiários da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV, **num total global de 150 edições visionadas e analisadas**. De notar que, no processo de amostragem que tem sido adotado, há o cuidado de selecionar uma amostra que percorra diferentes semanas (e dias da semana) de cada mês do ano.

Relativamente à amostra selecionada, importa ainda referir que é a mesma que serve de base à verificação dos **deveres de pluralismo e diversidade** realizada no respetivo capítulo deste relatório.

Em termos de análise de conteúdo, essas 150 edições foram sujeitas à aplicação de uma grelha de variáveis/indicadores que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007. **Na larga maioria das variáveis/indicadores, a análise restringe-se à verificação do conteúdo manifesto das peças noticiosas**, isto é, tem por base somente elementos (textuais, visuais, sonoros) que estão objetivamente presentes nas mesmas, o que significa que os analistas não acrescentaram elementos do seu próprio conhecimento ao que foi efetivamente transmitido. Por exemplo, se uma fonte de informação não é identificada na peça, mesmo que o analista saiba quem é, na análise deverá sobressair o facto de não ter sido identificada, uma vez que este trabalho de verificação pretende cingir-se ao trabalho realizado pelos diferentes serviços noticiosos.

Embora a análise efetuada seja maioritariamente quantitativa, para melhor compreensão dos dados, sempre que justificado, é complementada com interpretações de natureza qualitativa que decorrem diretamente do processo de codificação, isto é, da identificação e categorização das características das peças que cada variável/indicador tem por objetivo verificar.

À semelhança do que tem acontecido em edições anteriores, serão ainda facultados **anexos** que explicitam e explicam as **opções metodológicas** que orientam a análise realizada, nomeadamente a definição dos principais conceitos técnicos, uma caracterização da amostra e a explicação do procedimento de construção da mesma.

³ A constituição dessa amostra é apresentada em anexo no presente documento.

ENQUADRAMENTO TEÓRICO, LEGAL E DEONTOLÓGICO

Em seguida, apresentam-se duas figuras que ajudam a contextualizar a análise realizada do ponto de vista teórico/concetual e legal. A Figura 1 sintetiza as dimensões que a norteiam e as variáveis/indicadores que lhe correspondem. Por sua vez, a Figura 2 relaciona essas dimensões com o enquadramento legal que as inspira e que determina o modo como as mesmas são aqui apreciadas.

FIG. 1 - DIMENSÕES DE ANÁLISE E VARIÁVEIS UTILIZADAS NO ACOMPANHAMENTO DO CUMPRIMENTO DOS DEVERES DE RIGOR INFORMATIVO, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS SENSÍVEIS

Dimensões de análise	Principais variáveis
Separação entre informação e opinião	Registo jornalístico Elementos opinativos no discurso do operador
Atribuição e identificação das fontes de informação	Atribuição da origem da informação (inclui a confidencialidade) Rigor na identificação das fontes de informação Elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação
Respeito pelo princípio do contraditório	Contraditório
Objetividade jornalística	Presença de sensacionalismo
Respeito pela presunção da inocência	Desrespeito pela presunção da inocência
Proteção da identidade das vítimas/pessoas em estado de vulnerabilidade	Identificação de vítimas Utilização de técnicas de ocultação Protagonistas protegidos com técnicas de ocultação Eficácia na utilização de técnicas de ocultação
Preservação dos públicos vulneráveis	Elementos pornográficos Elementos violentos Advertência prévia Vulnerabilidades e necessidades especiais
Respeito pela não discriminação	Presença de elementos de discriminação e/ou de incitamento ao ódio

FIG. 2 - ENQUADRAMENTO LEGAL QUE SERVE DE BASE ÀS DIMENSÕES UTILIZADAS NA VERIFICAÇÃO DOS DEVERES DE RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS SENSÍVEIS

Enquadramento legal	Dimensões de análise	
Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, cuja versão mais recente corresponde à Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (Lei da Televisão, que regula o acesso à atividade de televisão e o seu exercício)	«exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações» (artigo 9.º, n.º1, alínea b)) «a programação televisiva deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais» (artigo 27.º, n.º1) «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, pela orientação sexual ou pela deficiência» (artigo 27.º, n.º2) «assegurar, na sua programação e informação, o respeito por uma cultura de tolerância, não discriminação e inclusão, designadamente impedindo, através da adoção de medidas eficazes, a disseminação do discurso do ódio nas suas emissões» (artigo 34.º, n.º2, alínea d))	Não discriminação e recusa de incitamento ao ódio
	«assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção» (artigo 34.º, n.º2, alínea b))	Todas as dimensões
	«Informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião» (artigo 14.º, n.º1, alínea a))	Separação entre informação e opinião; Objetividade jornalística

⁴ Nos diplomas ou protocolos nacionais que consagram os direitos/intenções considerados na monitorização no que concerne a portadores de deficiência estão: Lei da Televisão (artigo 34.º, n.º 3); Protocolo celebrado em 21 de agosto de 2003 entre os operadores Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A., SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., e TVI - Televisão Independente, S.A., alterado por Adenda de 15 de fevereiro de 2005; diplomas que consagram direitos específicos das pessoas com necessidades especiais no contexto nacional, como a Lei n.º 38/2004, de 18 de agosto (artigos 43.º e 44.º), que estabelece as Bases Gerais do Regime Jurídico da Prevenção, Habilitação, Reabilitação e Participação das Pessoas com Deficiência.

Enquadramento legal	Dimensões de análise	
Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro (Aprova o Estatuto do Jornalista)	«Identificar, como regra, as suas fontes de informação, e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores». (artigo 14.º, n.º1, alínea f))	Atribuição da informação e identificação das fontes de informação
	«Proteger a confidencialidade das fontes de informação na medida do exigível em cada situação, tendo em conta o disposto no artigo 11.º, exceto se os tentarem usar para obter benefícios ilegítimos ou para veicular informações falsas». (artigo 14.º, n.º2, alínea a))	Atribuição da informação e identificação das fontes de informação
	«Procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem» (artigo 14.º, n.º1, alínea e)	Respeito pelo princípio do contraditório/interesses atendíveis
	«Abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção da inocência» (artigo 14.º, n.º2, alínea c))	Respeito pela presunção da inocência
	«Abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física». (artigo 14.º, n.º2, alínea d))	Proteção da identidade das vítimas/pessoas em estado de vulnerabilidade
	«Respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem» (artigo 14.º, n.º1, alínea d))	Todas as dimensões

Importa notar que alguns dos artigos dos diplomas legais especificados na Figura 2 têm correspondência no **Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses** que serve de orientação à conduta jornalística, nomeadamente nos seguintes pontos:

«1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.

2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.

3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.» (...)

«7. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

8. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais. O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, menores, sejam fontes, sejam testemunhas de factos noticiosos, sejam vítimas ou autores de atos que a lei qualifica como crime. O jornalista deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.

9. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da ascendência, cor, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social, idade, sexo, género ou orientação sexual.

10. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos exceto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade, dignidade e responsabilidade das pessoas envolvidas.»

Além do enquadramento legal acima especificado, em anexo é disponibilizada uma síntese dos **compromissos assumidos pelos cinco serviços de programas em análise** (e respetivos serviços noticiosos) nos seus **estatutos editoriais** e em outros mecanismos de independência editorial pela qual regem a sua atividade e que definem o perfil da informação com o qual os respetivos operadores se comprometem.

2. RESULTADOS

Conforme referido, todos os resultados apresentados em seguida decorrem do visionamento e análise de **30 edições** dos noticiários da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV. No conjunto, foi visionado um total global de **150 edições**, que se traduzem num **total de 3855 peças** distribuídas da seguinte forma:

- “Telejornal”, da RTP1 – 712 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 378 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC – 813 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 856 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 1096 peças.

Em **termos de número de horas de emissão visionadas e analisadas**, contabiliza-se um total global de **161h44m00s**, das quais:

- 28h04m08s correspondem às peças do “Telejornal”, da RTP1;
- 13h06m21s correspondem às peças do “Jornal 2”, da RTP2;
- 40h17m05s correspondem às peças do “Jornal da Noite”, da SIC;
- 37h31m57s correspondem às peças do “Jornal das 8”, da TVI;
- 42h44m29s correspondem às peças do “CM Jornal 20H”, da CMTV.

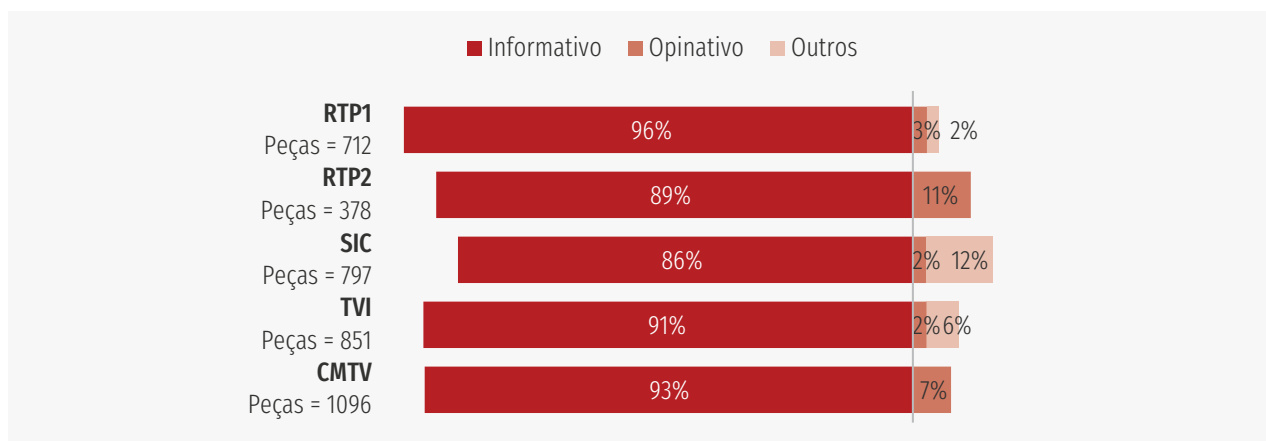
SEPARAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E OPINIÃO

A **separação entre informação e opinião** é a primeira dimensão de análise que estrutura a verificação dos deveres de rigor informativo e da isenção. A respeito da operacionalização desta dimensão, importa referir que a mesma procura identificar a opinião presente nos noticiários, considerando duas vertentes distintas:

- Através da **identificação dos espaços de opinião da responsabilidade/autoria de comentadores/especialistas convidados e da verificação da sua correta demarcação em relação aos restantes conteúdos do alinhamento** – esta vertente tem por base o pressuposto de que, para garantir o rigor informativo, os espaços reservados à opinião de terceiros devem estar claramente delimitados dos restantes conteúdos, nomeadamente dos informativos;
- Através da **identificação dos elementos opinativos que possam estar presentes na narrativa jornalística** - esta vertente parte do entendimento de que o discurso jornalístico deve fazer um esforço de distanciamento, sem influência/marcas da opinião de quem a produz.

A partir da variável **registo jornalístico** – que parte da distinção entre os géneros jornalísticos considerados informativos (notícias, reportagens, grandes reportagens/trabalhos de investigação, entrevistas, *vox-pop*, debate) e os que se inscrevem na esfera da opinião (comentários, análises, crónicas, ...) – é possível identificar as peças que foram tratadas como informação, opinião ou com outro registo que não seja enquadrável em nenhum dos dois.

FIG. 3 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS ANALISADAS



Ao observar os resultados referentes ao *registo jornalístico* das peças analisadas nos cinco noticiários sobressai uma tendência hegemônica comum a todos eles: **a maioria dos conteúdos neles emitidos apresentam registo informativo**, um resultado relativamente expetável atendendo a sua vocação informativa.

Considerando esse *registo informativo* a partir dos diferentes géneros jornalísticos informativos nele englobados, verifica-se, uma vez mais, que entre 82 % a 94 % dos conteúdos emitidos nos noticiários analisados são notícias e reportagens sobre os acontecimentos que marcam a atualidade informativa diária.

As entrevistas e outros géneros jornalísticos que implicam maior investimento na sua produção, como as grandes reportagens e os trabalhos de investigação, continuam a representar um menor número de conteúdos na maior parte dos noticiários em análise.

Ainda assim, no caso das entrevistas, é de notar a continuidade de uma aposta na sua presença regular nos alinhamentos do “Jornal 2” (RTP2), onde representaram cerca de 7 % dos conteúdos transmitidos. Foi identificada a presença de uma entrevista em 19 das 30 edições visionadas (muitas delas a artistas e outros criadores de diversas áreas da cultura), sendo que em sete delas se observou a transmissão de duas entrevistas. No caso do “Telejornal” (RTP1), este género jornalístico esteve presente em cerca de 2 % dos seus conteúdos. Nesses casos, a maioria foram entrevistas a propósito de acontecimentos/situações relacionados com a política nacional, sobressaindo as opções políticas locais e nacionais relativas à pandemia de COVID-19, sendo que entre os entrevistados estão a ministra da saúde, autarcas locais, mas também especialistas e técnicos na área da saúde. Nos restantes operadores a presença de entrevistas é residual, variando entre 0,2 % e 0,7 %.

Tendo em consideração a presença de grandes reportagens/trabalhos de investigação nos alinhamentos analisados em 2021 foram identificadas as “Grande Reportagem” e “Reportagens Especiais”, exibidas no “Jornal da Noite”, da SIC, as reportagens de investigação no “Jornal das 8”, da TVI, e os espaços “Investigação CM”, exibidos dentro do “CM Jornal 20h”.

No que diz respeito ao registo opinativo, constata-se que **nos cinco serviços noticiosos analisados foram identificados conteúdos correspondentes a espaços reservados ao comentário/análise**. Nestas peças, o formato mais comum é a transmissão em direto a partir do estúdio ou com ligação aos comentadores presentes em outros espaços (em particular nas fases da pandemia em que não foi possível a sua presença em estúdio).

Ainda no tocante aos espaços de 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 comentar/analisar temas da atualidade informativa, sobressaindo os assuntos relacionados com a pandemia de COVID-19, em particular o processo de vacinação e a pressão sobre os hospitais decorrente do número de casos;
- regulares, com recurso a painéis de comentadores residentes que alternam a participação entre si⁵;
- regulares, realizadas por comentadores residentes que assinam o seu próprio espaço de opinião⁶.

DEMARCAÇÃO DOS ESPAÇOS DE COMENTÁRIO/ANÁLISE

Relativamente à existência ou não de uma clara demarcação dos espaços reservados à opinião e à análise no alinhamento das edições monitorizadas, é possível constatar que, **na maior parte dos casos, esse dever é cumprido**, isto é, os momentos dedicados ao comentário e à análise encontram-se demarcados dos restantes conteúdos das edições que integram. Apesar das especificidades de cada noticiário, é de notar que esta é uma conclusão genericamente comum.

Relativamente ao modo como essa demarcação é conseguida, continuaram a ser verificadas diferentes opções editoriais (consoante a natureza do próprio espaço de opinião): no caso dos espaços com assinatura ou que se constituem como rúbrica regular continuaram a ser utilizados, sobretudo, separadores gráficos (exemplos: “Marques Mendes”, no “Jornal da Noite”, “Global Portas” e “A meu ver”, no “Jornal das 8” e a “Rúbrica 3 minutos”, no “CM Jornal 20h”); nas restantes participações pontuais, essa demarcação continuou a ser realizada, sobretudo, através do recurso a oráculos que identificam a qualidade em que os intervenientes surgem e/ou através do pivô que interage com esses comentadores/especialistas.

A respeito da separação entre informação e opinião, o documento⁷ publicado em 2020, que faz uma análise aprofundada dos dados do Relatório de Regulação alusivos ao respeito pelas obrigações de dever de rigor, isenção e proteção de públicos vulneráveis, analisava uma opção editorial do “Jornal das 8”, da TVI, em edições de segunda-feira, que, pelas suas características, tornava questionável essa separação. No caso, tratava-se das edições em que Miguel Sousa Tavares surgia identificado na dupla condição de editor de informação e comentador, ou seja, em que lhe era conferida a responsabilidade de selecionar os temas que entram na mesma edição, assim como a sua valorização, e também o direito de, durante a edição, comentar os temas escolhidos. Apesar do direito de liberdade editorial que assiste à TVI em relação à definição do modo como executa o seu projeto editorial, entendeu-se que essa opção é suscetível de ser questionada do ponto de vista da obrigação de separação entre informação e opinião.

Do visionamento e análise às cinco edições da amostra do “Jornal das 8” em 2021, emitidas à segunda-feira, foi possível constatar que essa opção foi alterada, conforme já sinalizado no relatório de 2020. Nas duas edições com a presença do jornalista, este mantém dois espaços distintos no bloco informativo: a rúbrica de comentário designada “A meu ver” (introduzida com recurso a separador gráfico), em que é explicitamente identificado como «comentador TVI», e um momento de entrevista (também identificado com separador gráfico).

⁵ No “Telejornal” destaca-se o espaço de análise semanal ao domingo, composto pelos comentadores Pedro Norton e Pedro Adão e Silva, que alternam com a dupla João Soares e Miguel Poiares Maduro. 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, por exemplo, Francisco José Viegas, Diana Ramos, Marcos Perestrelo ou Eduardo Cintra Torres. Também o “Jornal 2” manteve um painel de comentadores/especialistas convocados a participar em diferentes espaços reservados à análise de questões da atualidade informativa.

⁶ Relativamente à modalidade dos espaços de comentário com assinatura, é de referir, no caso do “Jornal da Noite”, da SIC, que se manteve o espaço de opinião de Luís Marques Mendes aos domingos. No caso do “Jornal das 8”, a TVI manteve os espaços de comentário “Global Portas”, assinado por Paulo Portas e, até 4 de outubro de 2021, às segundas-feiras, “A meu ver”, assinado por Miguel Sousa Tavares.

⁷ Documento disponível em <https://www.flipsnack.com/ERCpt/rigor-isen-o-e-prote-o-de-p-blicos-vulner-veis-em-2019/full-view.html>.

FIG. 4 - IMAGENS DA EDIÇÃO DO "JORNAL DAS 8" (TVI), DE 8 DE FEVEREIRO DE 2021 (IMAGENS DOS SEPARADORES GRÁFICOS QUE INTRODUEM OS ESPAÇOS DE ENTREVISTA E DE COMENTÁRIO E IMAGENS DE MOMENTOS DA ENTREVISTA E DE COMENTÁRIO)



No ano em análise, a TVI opta, a partir de 15 de fevereiro, por emitir o espaço de entrevista na TVI 24, introduzindo essa informação, em vários formatos, no alinhamento do "Jornal das 8". A chamada de atenção para as entrevistas conduzidas por Miguel Sousa Tavares, nas edições visionadas na amostra com a sua presença, ocorre tanto na rubrica de comentário "A meu ver" como através de uma chamada no encerramento do bloco informativo, no qual o seu apresentador remete para aquele espaço: «Na 24, já a seguir, Miguel Sousa Tavares entrevista o coordenador do Plano Nacional de Vacinação contra a Covid-19, o Vice-Almirante Gouveia e Melo. É tudo. Boa noite e até amanhã.»

FIG. 5 – IMAGENS DA EDIÇÃO DO "JORNAL DAS 8" (TVI), DE 29 DE MARÇO DE 2021 (SEPARADOR GRÁFICO QUE INTRODUEZ ESPAÇO DE COMENTÁRIO E IMAGENS DO ESPAÇO DE COMENTÁRIO COM PROMOÇÃO AO ESPAÇO DE ENTREVISTA NA TVI 24)



FIG. 6 – IMAGENS DA EDIÇÃO DO “JORNAL DAS 8” (TVI), DE 29 DE MARÇO DE 2021 (ENCERRAMENTO DO BLOCO INFORMATIVO COM PROMOÇÃO DE ESPAÇO DE ENTREVISTA NA TVI 24)



MARCAS DE OPINIÃO NO DISCURSO DO OPERADOR

Para a análise desta vertente da verificação do respeito pela separação entre informação e opinião é usada a variável **elementos opinativos no discurso do operador**, que permitiu identificar a presença nas peças analisadas (a nível textual ou da composição da sua narrativa visual) de marcas de subjetividade por parte de quem as construiu, nomeadamente juízos valorativos e construções suscetíveis de desvirtuar a factualidade e a objetividade da informação que reportam.

Importa voltar a salientar que opiniões existentes no discurso do operador não são o mesmo que interpretações. As interpretações são utilizadas na narrativa jornalística para estabelecer relações entre factos sem desvirtuar o seu sentido, de modo a clarificar e melhor contextualizar a informação, ao passo que os elementos opinativos condicionam esse sentido.

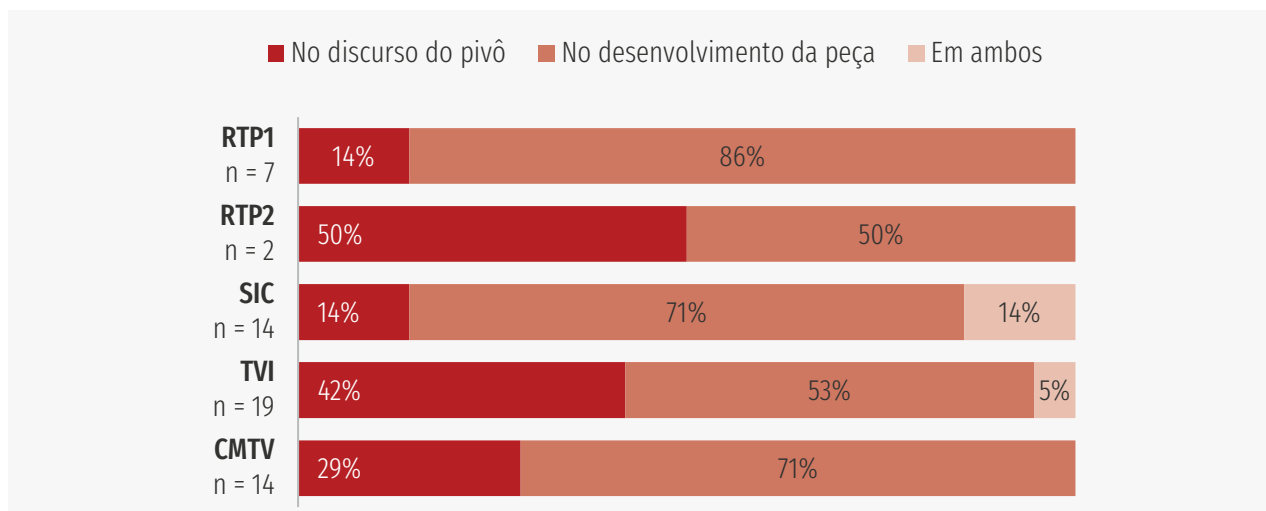
Da análise realizada, constatou-se, como tendência comum aos cinco noticiários, que **em 98,5 % dos conteúdos visionados não foi identificada a presença explícita de qualquer elemento opinativo no discurso do operador**, o que permite inferir que a construção da maioria das peças se baseou em sequências de texto e imagem manifestamente informativas, sustentadas na descrição ou interpretação dos factos.

Ainda assim, observa-se que, na amostra de edições visionadas de todos os noticiários, continua a existir uma minoria de conteúdos em que esses elementos foram identificados no modo como foram construídos e/ou transmitidos.

Considerando os resultados de 2021, observa-se que esses tipos de marcas foram identificados em 1 % (7) das peças visionadas do “Telejornal”, o mesmo tendo acontecido em 0,5 % do “Jornal 2” (duas peças), 1,8 % dos conteúdos do “Jornal da Noite” (15 peças), 2,2 % do “Jornal das 8” (19 peças) e 1,3 % do “CM Jornal 20h” (14 peças).

Tal como em amostras visionadas em anos anteriores, observa-se que algumas das marcas mais evidentes continuam a ser identificadas a nível textual, nomeadamente no recurso a adjetivação, a ironias, inseridas, a par das informações, em notícias ou reportagens, géneros que, por norma, se caracterizam por privilegiar um estilo mais factual.

FIG. 7 - ELEMENTOS OPINATIVOS PRESENTES NAS PEÇAS



Há semelhança de anos anteriores, na maioria de peças da RTP1, RTP2, SIC e CMTV, nas quais foram identificados elementos opinativos, observa-se que foi mais frequente que estes **surgissem no desenvolvimento das mesmas**, em particular no caso das peças do “Telejornal”. Nas peças da TVI, essas marcas foram mais presentes no discurso do pivô. Note-se que, no ano em análise, apenas se constou a presença de peças com elementos opinativos no discurso do pivô e simultaneamente no desenvolvimento da própria peça na SIC e na TVI.

Apesar do número diminuto de peças em análise, ao verificar os temas/subtemas das peças com marcas de opinião no discurso do operador, foi possível constatar que:

- No “Telejornal”, quatro das sete peças foram sobre política nacional, duas sobre desporto (concretamente sobre futebol) e uma sobre população (associada a movimentos migratórios de refugiados);
- Nas duas peças do “Jornal 2” uma foi sobre cultura (artes e eventos culturais) e outra sobre política nacional (atividades de autarquias no âmbito da pandemia);
- Nas 15 peças com marcas de opinião identificadas no “Jornal da Noite” (SIC), dez tiveram como tema a política nacional (distribuindo-se por vários subtemas), sendo que as restantes focaram diferentes temas/subtemas;
- No “Jornal das 8” (TVI), das 19 peças identificadas, cinco tiveram como tema desporto (futebol), quatro debruçaram-se sobre a ordem interna (em específico, atividades policiais e acidentes e catástrofes) e três sobre política nacional. As sete peças remanescentes com indícios opinativos abordaram temas/subtemas diversos;
- No que diz respeito ao “CM Jornal 20h”, as 14 peças com marcas de opinião versaram sobre temáticas de ordem interna, saúde e ação social e desporto, com três peças cada, política internacional e sistema judicial com duas peças cada e educação com uma peça.

Conteúdos dos noticiários que desafiam a vocação informativa e/ou colocam questões em termos de rigor e isenção

A presença nos noticiários em análise de conteúdos com características híbridas e/ou com marcas de outras funções que não a função de informar, tem vindo a ser notada em Relatórios de Regulação anteriores, em particular no Relatório de Regulação de 2019 onde se fez uma análise mais detalhada de alguns exemplos.

Conforme referido nesse relatório, a presença desse tipo de conteúdos nos serviços noticiosos de horário nobre inscreve-se no fenómeno de hibridização de conteúdos, que, não sendo 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, os conteúdos com essas características continuam a captar a atenção do regulador⁸.

Tendo por base as 150 edições visionadas dos cinco noticiários identificaram-se, uma vez mais, 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.

Embora em todos os noticiários tenha sido possível identificar exemplos de conteúdos desse tipo, é de notar que no “Jornal 2” (RTP2) a sua presença foi manifestamente residual.

Como marca comum aos noticiários dos restantes serviços de programas destaca-se a presença dos conteúdos de natureza autopromocional (a produtos/eventos/pessoas com envolvimento dos serviços de programas), presente não só nos assuntos das próprias peças, mas maioritariamente em oráculos inseridos na sua construção.

De notar que no caso do “Jornal da Noite” (SIC), o noticiário onde se identificou a maior percentagem de conteúdos com registo jornalístico *outro* (recordar Figura 3, com dados relativos ao do registo jornalístico), também se identificaram conteúdos com função de entretenimento, como exemplo a rubrica “Olhó Natal”, a versão de Natal da rubrica “Olhá Festa de Verão”, que mostra as celebrações da quadra natalícia nas várias regiões do país.

No que diz respeito a conteúdos informativos que assumem marcas características de formatos publicitários foram identificados diferentes exemplos (em particular na SIC e TVI), nomeadamente reportagens e/ou rubricas que, em parte, adotam na sua construção uma narrativa (textual e/ou de imagem) que contribui para promover determinados produtos/serviços.

Tal como notado no Relatório de 2019, relativamente a alguns dos conteúdos acima especificados, 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 muitas vezes privilegiam outras funções que não necessariamente a informativa.

Com a presente análise, pretende-se voltar a sensibilizar os operadores para a reflexão sobre a opção editorial de incluir conteúdos com as características acima descritas 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 os de rigor e da isenção.

ATRIBUIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

As fontes de informação são a origem da matéria-prima que serve de base à construção dos trabalhos jornalísticos, sendo as principais responsáveis pela veracidade das informações veiculadas.

Tal como estabelece o Estatuto do Jornalista, na alínea f) do seu artigo 14.º, é dever dos jornalistas «identificar, como regra, as suas fontes de informação, e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores. Como tal, por regra, devem ser identificadas.»

⁸ Sobre os conteúdos híbridos e infoentretenimento consultar “Infoentretenimento - Possíveis Abordagens Regulatórias”, Coleção Regulação dos Media, Entidade Reguladora para a Comunicação Social / Almedina, 2021

Esta é, assim, uma dimensão essencial à verificação do respeito pelos deveres de rigor e isenção, na medida em que procura aferir em que medida as peças analisadas explicitam junto dos telespetadores a origem das informações que veiculam.

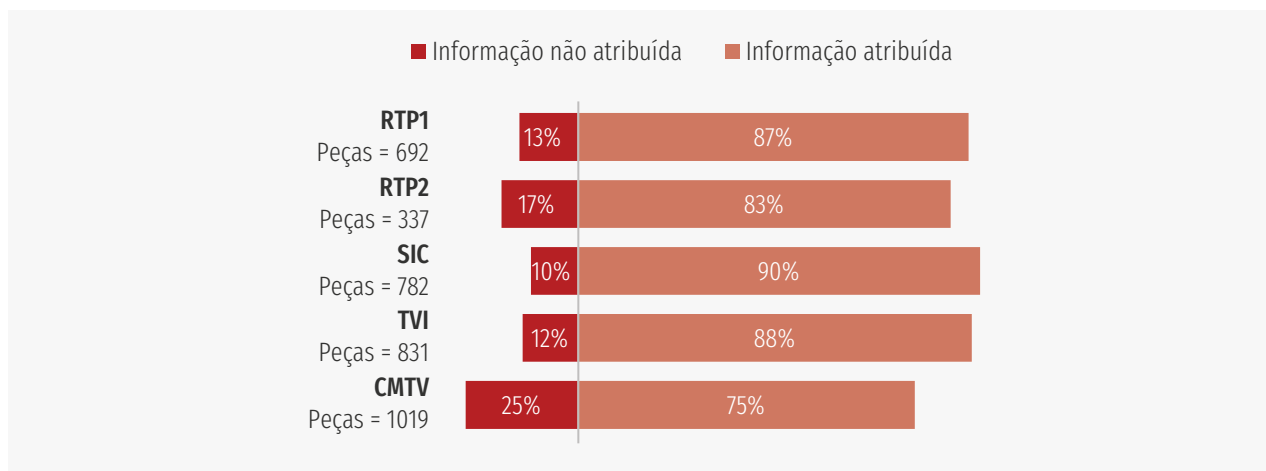
Partindo do pressuposto de que toda a informação veiculada tem por base uma fonte, considerou-se que sempre que uma peça não mencionasse explicitamente no seu conteúdo qualquer fonte de informação seria classificada como tendo **informação não atribuída**, sendo que todas as que explicitassem pelo menos uma fonte de informação seriam classificadas como tendo **informação atribuída**. De notar que esta análise não foi aplicada a conteúdos de comentário/análise, na medida em que se considera que esses conteúdos se inscrevem na esfera da opinião e gozam, por isso, de liberdade de expressão, não estando sujeitos às mesmas obrigações das peças com registo informativo.

De uma primeira análise baseada na dicotomia entre informação atribuída e informação não atribuída (Figura 8) sobressai uma tendência dominante e comum a todos os noticiários avaliados: **na maioria das peças informativas visionadas a informação foi atribuída a pelo menos uma fonte de informação.**

No “Jornal da Noite” (SIC) essa tendência foi identificada em 90 % dos conteúdos. Também no “Telejornal” (RTP1) e no “Jornal das 8” (TVI), os valores foram igualmente próximos dos 90 %, respetivamente 87 % e 88 %. No “Jornal 2” (RTP2) foi observada em 83 % das peças. Já 75 % das peças do “CM Jornal 20h” (CMTV) atribuíram a informação nelas reportada a pelo menos uma fonte.

Inversamente, e considerando os números absolutos, para permitir uma perceção exata do número de conteúdos em causa, verificou-se que as percentagens de informação não atribuída (Figura 8) identificadas em cada um dos noticiários corresponderam a: 89 de um total de 692 peças (RTP1), 57 de 337 (RTP2), 81 de 782 (SIC), 101 de 831 (TVI) e 254 de 1019 (CMTV).

FIG. 8 - ATRIBUIÇÃO DA ORIGEM DA INFORMAÇÃO



Nota: Não se consideram nesta análise as peças com registo comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

De modo a caracterizar as peças em que não foi identificada qualquer fonte de informação (*informação não atribuída*), procedeu-se a uma análise baseada em indicadores, como a duração dessas peças e as temáticas que nelas sobressaíram, a partir dos quais se evidenciam algumas tendências comuns e especificidades que se registam em seguida.

No caso do “Jornal 2” (RTP2) observa-se que 89,5 % das peças que não registaram fontes de informação tiveram uma duração muito breve, inferior a um minuto, tendência também observada em 60,7 % das peças do “Telejornal” (RTP1) e em 46,9 % das do “Jornal da Noite” (SIC). No caso das peças da TVI em que não foram identificadas fontes, observa-se que 42,6 % tiveram menos de um minuto e 40,6 % tiveram uma duração entre um e dois minutos. Analisando a duração das peças do “CM Jornal 20H” (CMTV) que não identificaram fontes, observa-se que 43,7 % tiveram um a dois minutos

e 30,7 % menos de um minuto. Salienta-se, ainda, que um quarto das peças sem identificação de fontes neste bloco informativo teve uma duração superior a dois minutos.

Em termos de temas, como tendência comum aos noticiários em análise da RTP1, RTP2, SIC e TVI, verifica-se que nas peças em que a informação não foi atribuída a nenhuma fonte de informação, abordaram-se sobretudo assuntos relacionados com saúde e ação social, à semelhança do que já tinha sido identificado em 2020. Tal observou-se em 38,6% das peças do “Jornal 2” (RTP2) e 30,3 % do “Telejornal” (RTP1), em aproximadamente 29,6 % das peças do “Jornal da Noite” (SIC) e, em menor percentagem, em 15,8 % das do “Jornal das 8” (TVI). De notar que no caso do noticiário da TVI a percentagem de peças com informação não atribuída com esse tema ficou próxima das que deram enfoque a matérias categorizadas na temática ordem interna e política nacional (em ambos os casos 16,8 % das peças sem fontes de informação identificadas). Já no “Telejornal” (RTP1), sobressaem ainda, neste conjunto de peças, as que cobriram matérias na área do desporto.

No caso do “CM Jornal 20h” a maior percentagem de peças com informação não atribuída apresenta a ordem interna como temática dominante (50,8 % das 254 peças).

Embora o respeito pela atribuição da informação deva ser sempre acautelado, os dados acima indicam que na amostra em análise, em 2021, houve peças sobre determinados temas em que essa falta de rigor foi mais evidente.

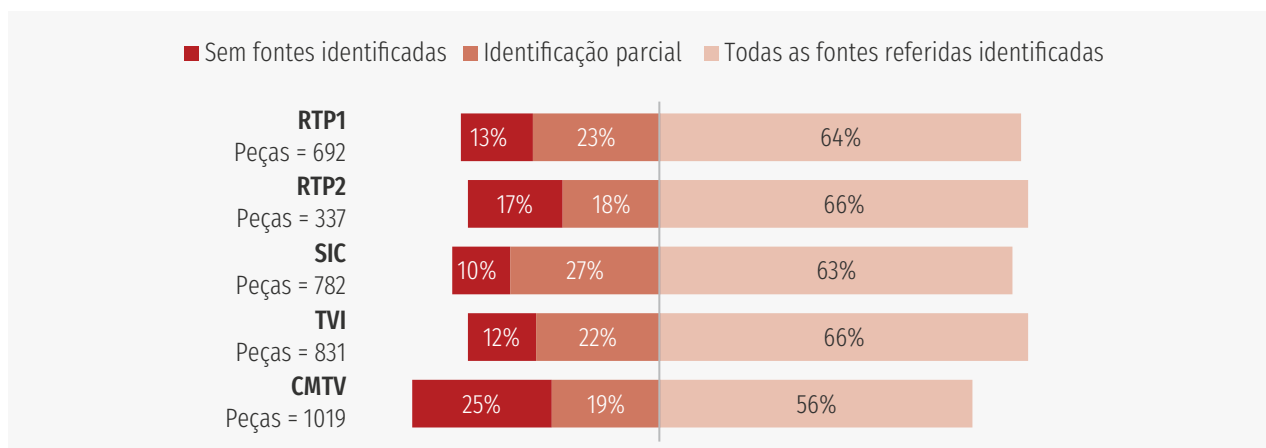
NÍVEIS DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Além da dicotomia que separa as peças com fontes identificadas e não identificadas, esta dimensão de análise também comporta uma verificação baseada em mais dois indicadores: **Rigor na identificação das fontes de informação e elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação.**

Relativamente ao **rigor na atribuição de informação**, que tem por base a apreciação do modo como as fontes são (ou não) explicitadas na peça, distinguem-se três níveis de atribuição:

- Sem fontes de informação (informação não atribuída) - total ausência de rigor na atribuição da origem da informação; nenhuma fonte foi explicitada no conteúdo manifesto da peça);
- Identificação parcial - nível intermédio de atribuição; uma ou mais fontes são identificadas, mas há algumas que o são de forma vaga, pouco clara ou indeterminada);
- Todas as fontes referidas identificadas - nível máximo de atribuição; todas as fontes mencionadas são devidamente identificadas.

FIG. 9 - RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO



Nota: Não se consideram nesta análise as peças com registo comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

Dessa análise, é possível inferir que entre mais de metade a aproximadamente 70 % das peças dos noticiários da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV identificaram todas as fontes de informação que mencionam.

Em termos da análise do rigor, esses resultados indicam que na amostra visionada em 2021, 38 % das peças apresentaram problemas no cumprimento desse dever, quer porque as peças não identificaram qualquer fonte, quer porque apenas identificaram parte das mesmas e/ou o fizeram de forma equívoca/incompleta/indeterminada. Sobressai ainda que, no caso da CMTV, a percentagem de peças com esses problemas de rigor chegou aos 44,4 %.

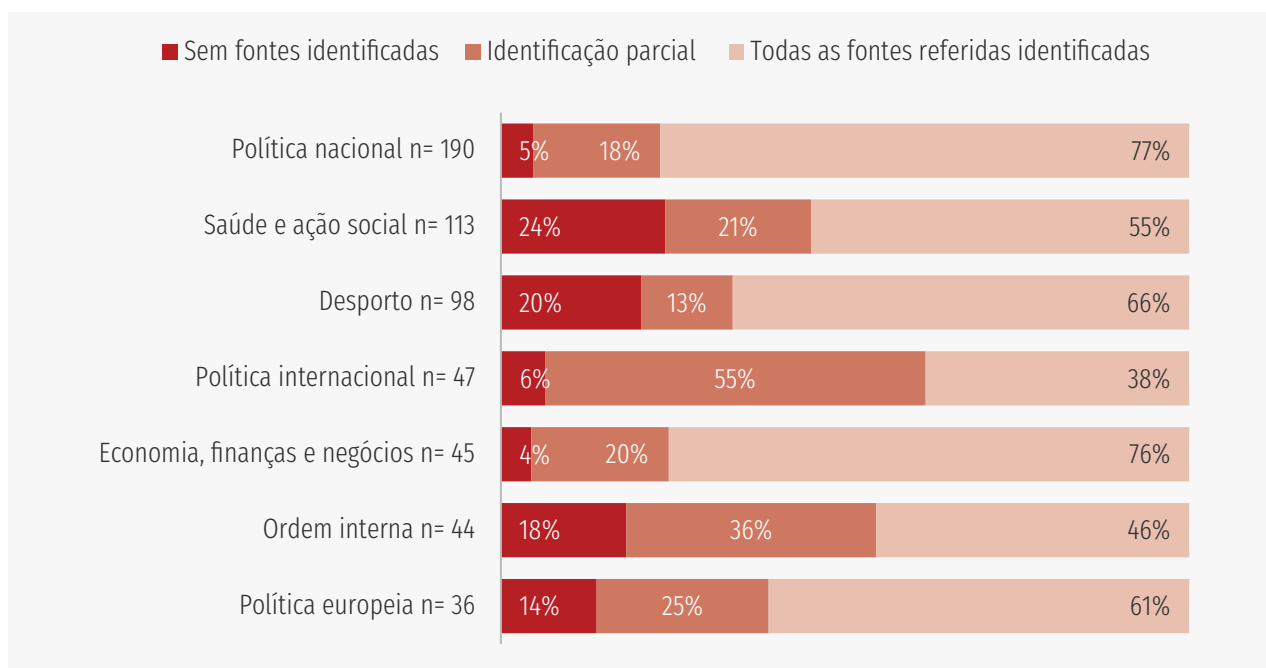
Os resultados apurados para os diferentes serviços noticiosos permitem observar que continua a ser necessário acautelar um maior investimento na atribuição da origem da informação reportada, nomeadamente ao nível da correta identificação das fontes de informação e, nos casos em que tal se aplica, no esclarecimento relativamente ao modo como determinada informação foi obtida.

De modo a despistar a hipótese de existir maior ou menor rigor na identificação da origem da informação consoante os temas que foram alvo de cobertura informativa, cruzaram-se as variáveis **rigor na identificação das fontes de informação** e **temática dominante**. Os resultados observados, nomeadamente em relação aos temas mais recorrentes em cada um dos noticiários, permitiram chegar a diferentes conclusões.

Uma conclusão comum aos cinco noticiários analisados, quando se cruzam essas duas variáveis, é que as tendências identificadas na Figura 9 acabam por variar, isto é, há temas em que se observou maior rigor na identificação das fontes de informação e outros em que acontece o oposto. Ainda assim, se atentarmos apenas nos temas mais frequentes⁹, na generalidade dos serviços noticiosos em análise, a percentagem mais elevada de peças com o nível máximo de rigor foi observada abaixo dos 80 %, o que significa que, independentemente do tema, houve sempre pelo menos 20 % das peças que tiveram problemas de rigor na atribuição da origem da informação que reportam.

Vejam-se, em seguida, as especificidades de cada um dos cinco serviços noticiosos em análise.

FIG. 10 - RELAÇÃO ENTRE O RIGOR DE IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO E A TEMÁTICA DOMINANTE (RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV) "TELEJORNAL" (RTP1)



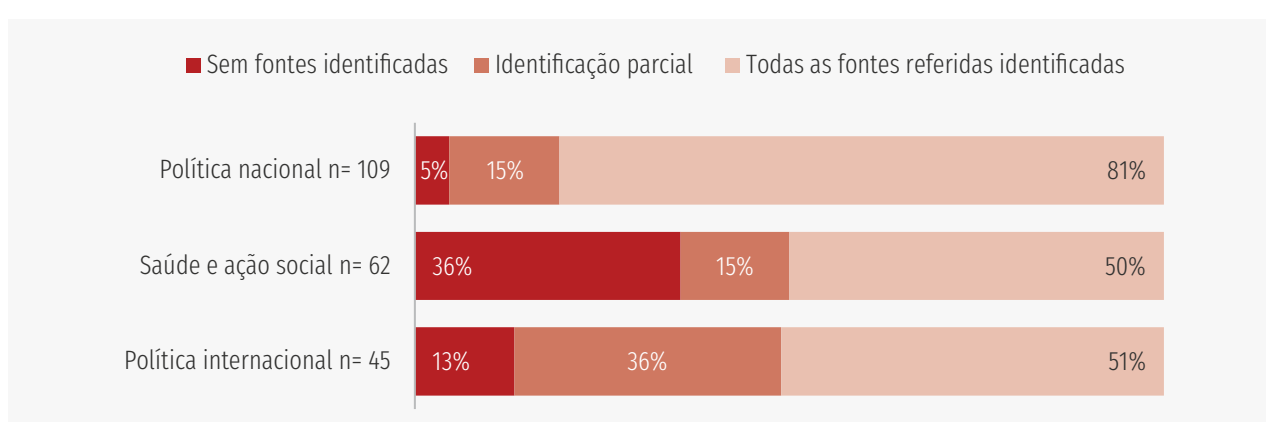
⁹ Foram considerados mais frequentes todos os que foram observados em mais do que 30 peças. Relativamente aos restantes não se observam tendências, precisamente por estar em causa um número limitado de peças.

No “Telejornal” (RTP1) observa-se que, no caso das peças que tiveram como foco as temáticas política nacional, economia, finanças e negócios, desporto, política europeia e saúde e ação social, a percentagem de peças que identificou todas as fontes de informação mencionadas foi relativamente superior àquelas em que isso não aconteceu.

No caso das peças centradas nas temáticas ordem interna e política internacional, observa-se que os resultados de 2021 revelam que menos de metade dos conteúdos identificaram a origem da sua informação, apresentando os restantes problemas de rigor, quer pela ausência, quer (sobretudo) pela identificação parcial das fontes de informação.

As peças que destacaram a temática política internacional foram aquelas em que se identificou o menor cuidado na identificação da origem da informação, nomeadamente, como se verá em seguida, pela identificação pouco rigorosa dos cidadãos comuns quando são consultados como fonte de informação e uso de imagens sem especificação da sua origem.

FIG. 10 - RELAÇÃO ENTRE O RIGOR DE IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO E A TEMÁTICA DOMINANTE (RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV) “JORNAL 2” (RTP2)

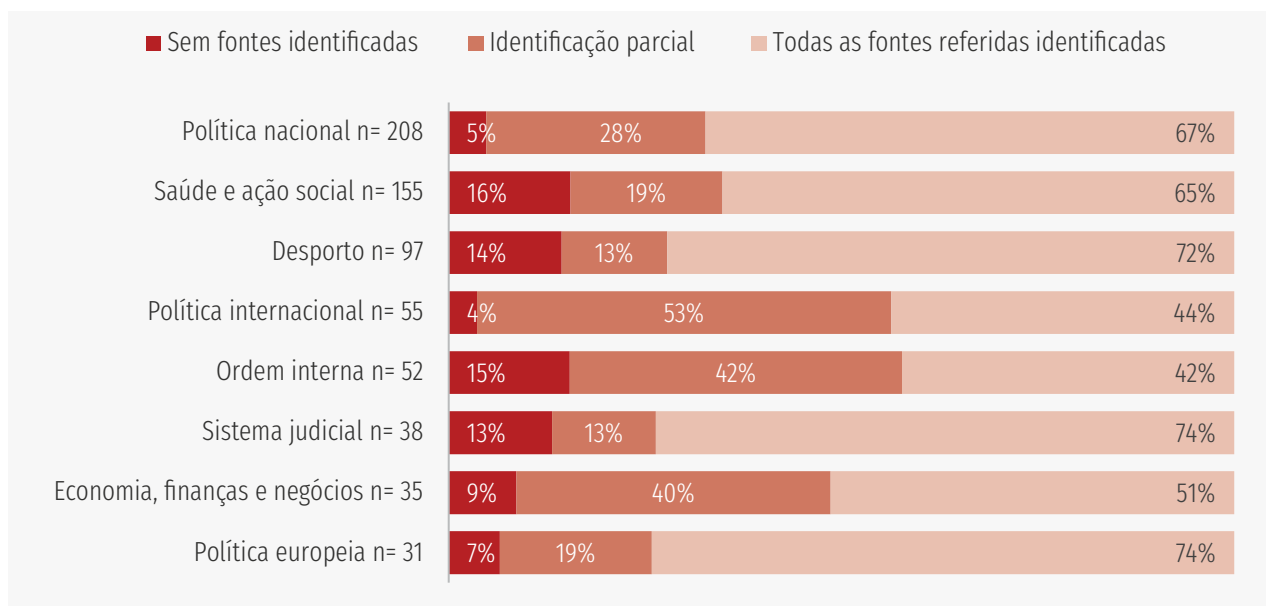


No “Jornal 2” (RTP2), a temática política nacional continua a aparecer entre aquelas que apresentam maior percentagem (mais de 80 %) de peças com o nível máximo de rigor, ao atribuírem a origem da informação que reportaram.

No caso das peças deste serviço noticioso que destacaram as temáticas política internacional e saúde e ação social, é de notar que metade dos conteúdos considerados na amostra apresentou problemas de rigor. As peças dedicadas à cobertura de temas sobre saúde e ação social, em particular, não identificam qualquer fonte em 36 % dos casos. Já na cobertura da política internacional destaca-se a identificação parcial das fontes de informação (36 %) entre as irregularidades na identificação das fontes.



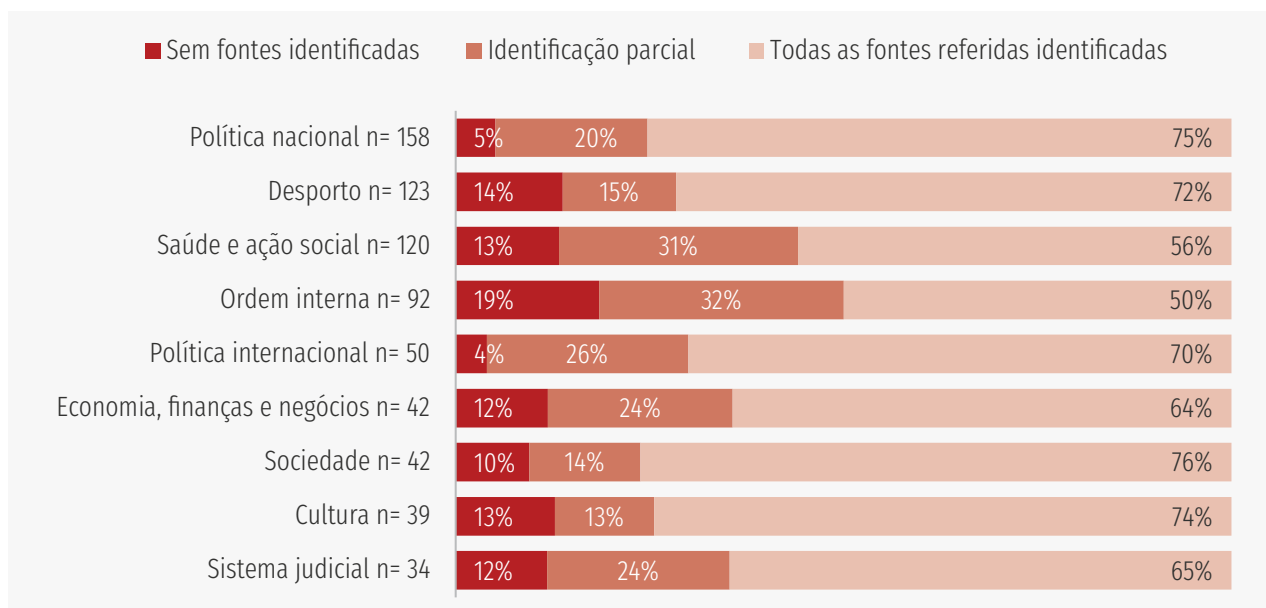
FIG. 10 - RELAÇÃO ENTRE O RIGOR DE IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO E A TEMÁTICA DOMINANTE (RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV) "JORNAL DA NOITE" (SIC)



No caso do "Jornal da Noite" (SIC) verifica-se que as temáticas política europeia, sistema judicial, desporto, política nacional e saúde e ação social, são aquelas que registam maior percentagem de peças que identificam inequivocamente todas as fontes de informação que referem, respetivamente com valores acima dos 65 %.

Relativamente aos restantes temas mais frequentes neste serviço noticioso, verifica-se que no caso da economia, finanças e negócios, política internacional e ordem interna, a quantidade de peças que identifica a origem da sua informação fica muito próxima da quantidade em que tal não acontece.

FIG. 10 - RELAÇÃO ENTRE O RIGOR DE IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO E A TEMÁTICA DOMINANTE (RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV) "JORNAL DAS 8" (TVI)

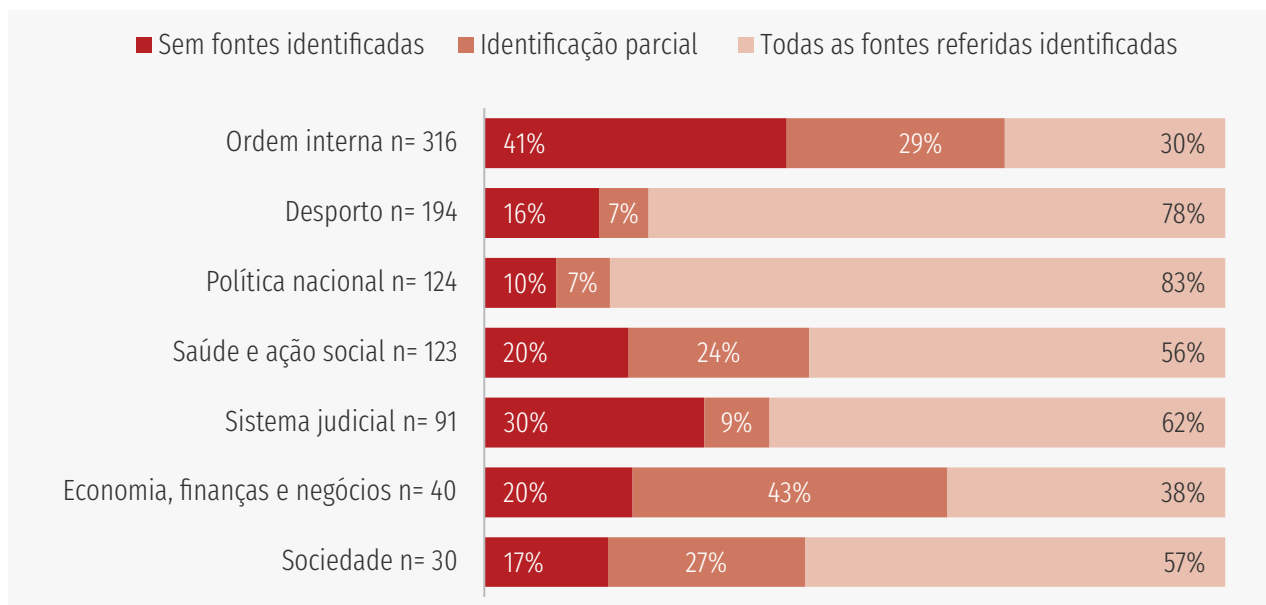


Relativamente às temáticas que em 2021 foram mais frequentes na amostra do "Jornal das 8" (TVI), observa-se apenas no caso da sociedade, política nacional, cultura, desporto, política internacional, sistema judicial e economia, finanças

e negócios que a percentagem de peças que identificou todas as fontes de informação mencionada ficou próxima dos 64 % a 76 %.

No caso das temáticas ordem interna e saúde e ação social, verificou-se a presença de maior percentagem de problemas de rigor, quase sempre por identificação parcial da origem da informação.

FIG. 10 - RELAÇÃO ENTRE O RIGOR DE IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO E A TEMÁTICA DOMINANTE (RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV) "CM JORNAL 20H" (CMTV)



No "CM Jornal 20H" (CMTV), as peças sobre as temáticas política nacional e desporto sobressaem por 83 % e 78 % observarem o maior nível de rigor na atribuição da origem da informação reportada ao identificarem todas as fontes de informação que referem de forma explícita/inequívoca. Inversamente, os casos mais críticos de falta de rigor são observáveis nos temas sobre ordem interna e economia, finanças e negócios.

No que diz respeito às peças focadas no sistema judicial, sociedade e saúde e ação social, verifica-se que pouco mais de metade foram capazes de corresponder ao respeito pela identificação da origem da informação. Ainda assim, as peças sobre sistema judicial apresentam uma percentagem elevada de peças sem fontes identificadas, tal como já identificado em anos anteriores.

Outro dado que pode contribuir para analisar melhor o trabalho dos serviços noticiosos em relação à identificação das fontes de informação é a verificação do número de fontes de informação que foi possível contabilizar nas peças em que foram identificadas todas as fontes de informação, bem como aquelas em que apenas parte dessas fontes foram identificadas e/ou foram inequivocamente. Isto é, os níveis máximos e intermédios de rigor, já que no nível mínimo o número de fontes identificadas é sempre zero.

Para realizar essa análise em relação a cada um dos cinco noticiários, partiu-se do cruzamento entre esses dois níveis de rigor na identificação das fontes de informação e a variável número de fontes que quantifica as fontes referidas nas peças analisadas.

Os resultados (ver Anexo V) permitem constatar como tendência semelhante em todos os noticiários que, à medida que aumenta o número de fontes de informação, tende a diminuir a percentagem de peças com todas as fontes identificadas e a aumentar a percentagem que apenas as identifica de forma parcial.

No entanto, é de observar que, embora em termos genéricos, a tendência seja a mesma, quando analisados os resultados específicos de cada noticiário, há valores que acabam por apontar no sentido de maior ou menor nível de rigor na atribuição da informação reportada. Senão veja-se:

- Quando apenas foi registada a presença de **uma única fonte de informação** constatou-se que acima de 80 % das peças dos cinco serviços noticiosos dos operadores considerados identificaram inequivocamente essa fonte, destacando-se o “Telejornal” (RTP1) e o “Jornal 2” (RTP2);
- No caso do noticiário da RTP1 e da TVI o nível máximo de rigor na atribuição da origem da informação mantem-se próximo dos 80 %, mesmo quando as peças referem duas fontes de informação. Nos restantes blocos informativos também se verifica uma percentagem elevada de peças com o mesmo grau de rigor, que varia entre os 71,5 % (SIC) e os 76,7 % (RTP2);
- No “Telejornal”, da RTP1, quando foram contabilizadas três fontes, 67 % das peças fizeram a sua correta identificação, valor que baixa para perto dos 60 % nas peças em que se contaram quatro fontes de informação. À medida que se observa a consulta de maior número de fontes na peça aumenta a parcialidade na sua identificação;
- No caso do “Jornal da Noite” (SIC) quando as peças registaram três fontes de informação verifica-se que a percentagem que estas são totalmente identificadas está próxima dos 67 %, sendo que quando foram contabilizadas mais de quatro fontes o mais comum é serem identificadas de forma parcial;
- No “Jornal das 8” (TVI) as peças com três fontes de informação mantêm um elevado nível de atribuição da origem da informação, 72 %, valor que baixa para 59 % nas peças em que foram contabilizadas quatro. À semelhança dos restantes operadores, nas peças do noticiário da TVI que contabilizaram cinco ou mais fontes, a maioria passou a ser identificada apenas de forma parcial;
- No caso do “CM Jornal das 20h”, da CMTV, nas peças em que foram identificadas três fontes, 58 % fez a sua identificação total. Já nas peças com mais de quatro fontes a percentagem com identificação parcial tendencialmente passou a ser superior à identificação total, com exceção das que consultaram seis fontes.

VERIFICAÇÃO DO RECURSO A FONTES CONFIDENCIAIS

Embora, em regra, as fontes de informação devam ser identificadas de forma explícita, completa e inequívoca, há casos em que, para se poder reportar a informação, é necessário proteger a identidade das fontes que a fornecem, como forma de garantir a sua segurança. Por essa razão, a análise do rigor na atribuição da origem da informação também contempla a **verificação do recurso à confidencialidade das fontes**. Pretende-se perceber se sempre que recorreram a fontes confidenciais o fizeram por existir necessidade de as proteger conforme é legalmente previsto ou se a confidencialidade indicia ter sido utilizada com outras finalidades, como, por exemplo, reportar rumores/boatos/informações polémicas.

Do visionamento realizado às peças dos cinco noticiários evidencia-se uma tendência comum a anos anteriores, mas ainda mais forte, ou seja, as peças com fontes confidenciais tiveram uma representação residual em todos, sendo que na amostra do “Jornal 2” (RTP2) não foi identificada nenhuma. Com efeito, no “Telejornal” (RTP1) foi identificada uma peça com presença de fonte confidencial, no “Jornal da Noite” (SIC) cinco peças, no “Jornal das 8” (TVI) três peças e no “CM Jornal 20h” (CMTV) contabilizou-se uma peça com esse tipo de fontes de informação.

Ao verificar os acontecimentos reportados nas peças em que essas fontes confidenciais foram utilizadas, foi possível concluir que, na sua maioria, correspondem a situações efetivamente excecionais, isto é, em que a **necessidade de proteção da identidade das fontes se sobrepunha à obrigação de as identificar**.

Na peça do “Telejornal” (RTP1) identificou-se o recurso à confidencialidade como forma de proteger a identidade da fonte numa peça sobre as investigações da Polícia Judiciária no Caso Rendeiro, sobre o imobiliário detido por Florêncio de Almeida e Plácido de Almeida na qual é apresentada a escritura de aquisição de um imóvel.

No caso do “Jornal da Noite” (SIC) a confidencialidade identificada em cinco peças, foi utilizada para proteger a identidade dos autores de publicações em redes sociais em duas peças da rubrica “Polígrafo”, nomeadamente de um perito que «sem querer falar publicamente antes do encontro, [um outro perito] disse à SIC», dando a sua opinião a propósito do levantamento de restrições relacionadas com a pandemia; um militar português no Mali que testemunha a ausência de vacinação entre o contingente nacional e ainda, no Caso Rendeiro, o acesso da SIC «às fotografias tiradas recentemente pela Polícia Judiciária em casa dos Rendeiro.»

Nas peças do “Jornal das 8” (TVI) foi garantida a confidencialidade a duas fontes responsáveis pela publicação de conteúdos *online* na rubrica “Hora da verdade” e no âmbito do acesso da TVI a «um áudio gravado numa reunião de equipa» sobre a reestruturação do SEF.

No caso da peça do noticiário da CMTV em que foi identificada a presença de uma fonte confidencial, permitiu proteger a identidade da testemunha de esfaqueamento de um adolescente numa rixa entre colegas de escola.

ELEMENTOS IDENTIFICATIVOS DE FALTA DE RIGOR NA ATRIBUIÇÃO DA ORIGEM DA INFORMAÇÃO

Tal como referido, a verificação do respeito pelo rigor na identificação das fontes de informação contempla ainda a **caracterização das peças nas quais o modo como as fontes de informação foram referidas não possibilita saber quais foram exatamente essas fontes**, isto é, a sua identificação é parcial, pouco clara, indeterminada e/ou apenas genérica.

Essa caracterização é possibilitada pela variável **elementos identificativos de falta de rigor na atribuição da origem da informação**, uma variável de resposta múltipla composta por oito tipos de elementos¹⁰: 1) *utilização de imagens de terceiros sem especificação da sua origem*; 2) *autorreferência do canal*; 3) *generalização de informações*; 4) *fontes de informação que prestam declarações diretas sem identificação*; 5) *cidadãos comuns sem indicação do nome*¹¹; 6) *dados quantitativos (números) utilizados sem referência à sua fonte*; 7) *identificação incompleta de fontes institucionais e de celebridades*; 8) *problemas técnicos e outros problemas não elencados nas restantes categorias de análise*.

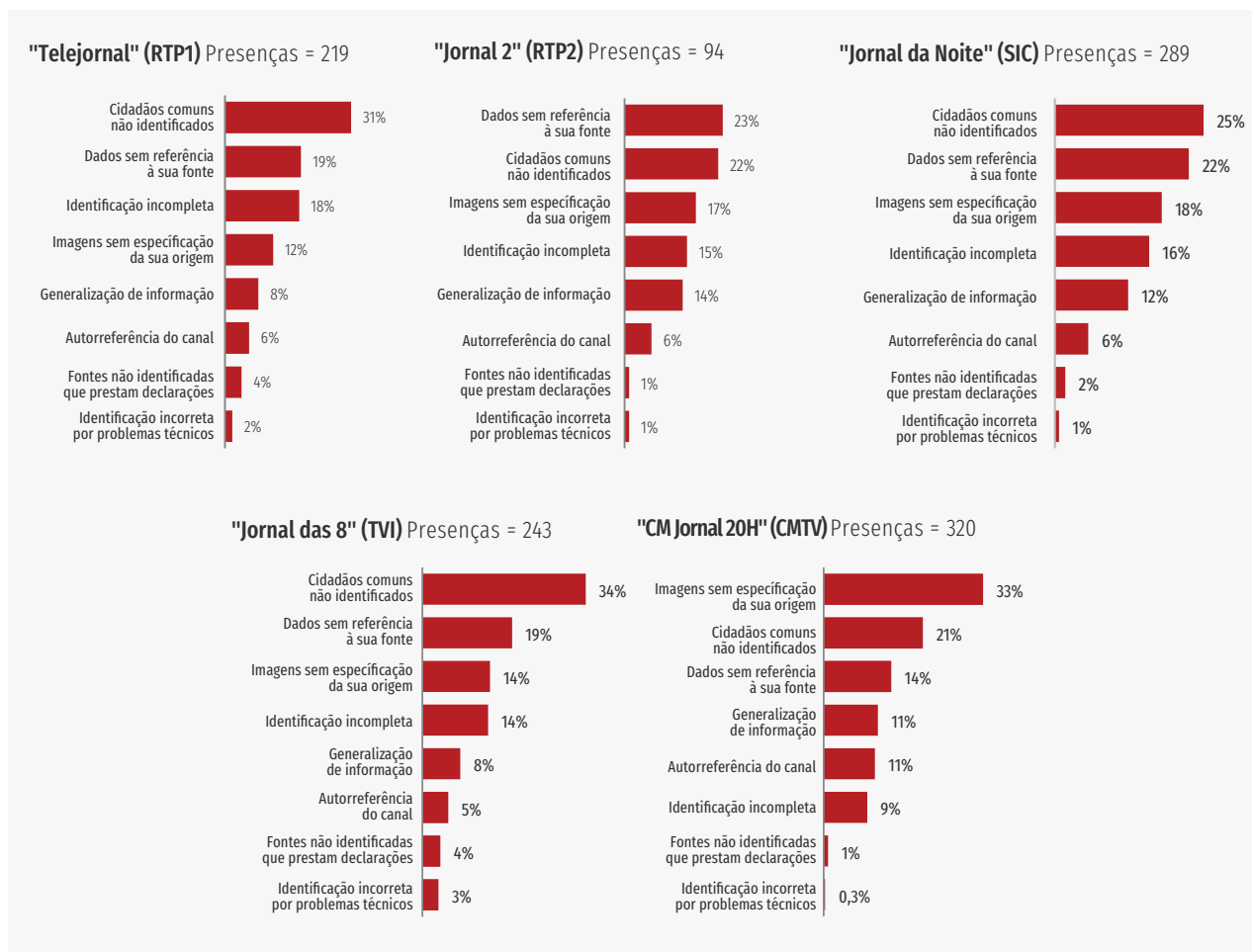
Considera-se que a análise desta variável pode fornecer pistas aos serviços de programas analisados que lhes permitam clarificar os principais problemas relacionados com a identificação das fontes de informação que são perceptíveis nas peças dos seus noticiários de horário nobre, de modo que, futuramente, os possam minimizar ou até evitar.

Considerando os resultados relativos a cada um dos blocos informativos, recorde-se que em 35 % das peças do “Telejornal”, 36 % dos conteúdos do “Jornal 2”, 37 % das peças do “Jornal da Noite”, 34 % das peças do “Jornal das 8”, e 44 % das peças do “CM Jornal 20H” foram identificadas falhas de rigor na identificação das fontes de informação. No fundo, o correspondente à soma da percentagem de peças desses noticiários que ou não identificou qualquer fonte de informação ou a identificou de forma parcial. São precisamente essas peças – sobretudo as que especificaram as fontes de forma parcial – aquelas em que foram identificados os elementos indicativos de falta de rigor que a figura seguinte sintetiza.

¹⁰ Nos relatórios de regulação anteriores a 2018, esta variável era composta por seis categorias de elementos identificativos de falta de rigor na atribuição da origem da informação. A partir desse ano, passaram a integrá-la duas novas categorias, que se autonomizaram em resultado da sua recorrência: dados quantitativos (números) utilizados sem referência à sua fonte e identificação incompleta de fontes institucionais e de celebridades.

¹¹ 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).

FIG. 11 - ELEMENTOS INDICATIVOS DE FALTA DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO



Nota: Não se consideram nesta análise as peças que identificam a totalidade das suas fontes de informação, assim como as peças com registo comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

Da análise dos cinco gráficos que compõem a Figura 11 sobressai que em todos eles foram identificadas peças em que é possível reconhecer os oito elementos indicativos de falta de rigor acima descritos, embora, como se verá em seguida, nem todos tenham tido exatamente a mesma representação.

Nos noticiários da RTP1, SIC e TVI, os dois elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação mais frequentes nas peças foram os mesmos, na mesma ordem: cidadãos comuns que não foram identificados pelo nome e dados referidos sem a sua fonte. Note-se que no caso do "Jornal da Noite" (SIC) a presença de cidadãos comuns não identificados pelo nome e de dados sem referência à fonte foi muito próxima. Já no "Telejornal" (RTP1) e no "Jornal das 8" (TVI) destaca-se o primeiro elemento.

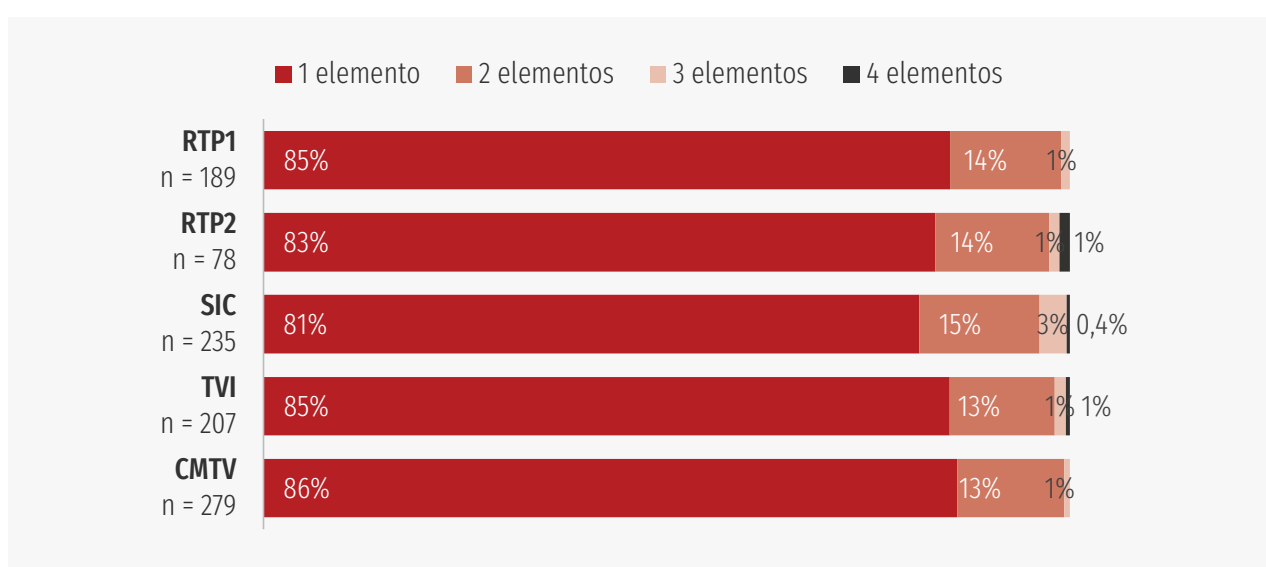
No que diz respeito ao "Jornal 2" (RTP2), embora esses dois elementos também surjam entre os mais frequentes, observa-se que a referência a dados sem especificação da sua origem foi o elemento indicativo de falta de rigor mais frequente. Nas peças deste noticiário, verifica-se que, no caso dos restantes elementos identificados, os três seguintes mais recorrentes apresentam valores próximos entre si.

No caso do "CM Jornal 20H", à semelhança do que vem sendo observado nos três últimos Relatórios, o elemento que mais se destaca é a utilização de imagens de terceiros sem referência à sua origem. Nas peças deste noticiário, visionadas em 2021, o segundo elemento mais frequente foi a insuficiente identificação dos cidadãos comuns quando são consultados como fontes. O terceiro elemento mais recorrente foram os dados numéricos sem fonte de informação. Já o quarto e quinto com maior percentagem de presenças foram, respetivamente, a generalização de informações e a autorreferência ao próprio operador.

À semelhança de 2020, no ano em análise, a representação que os dados sem referência à sua origem alcançam nas edições monitorizadas corresponde, em muitas situações, a números da pandemia (relativos a diferentes regiões do País e/ou do mundo) que são destacados sem se especificar a respetiva fonte. A título de exemplo, assistiu-se a uma normalização da utilização dos registos diários que implicitamente remete para a DGS. Dito de outra forma, a divulgação pública destes dados e a sua referência constante em várias sedes parece ter levado os blocos informativos a apresentá-los assumindo que a sua proveniência é já uma informação adquirida.

Embora não pela mesma ordem, também é possível verificar que os elementos indicativos de falta de rigor menos recorrentes foram comuns aos noticiários da RTP1, RTP2, SIC e TVI: autorreferência do canal, fontes não identificadas que prestam declarações e identificação incorreta por problemas técnicos (todos com representação igual e/ou inferior a 6%). No “CM Jornal 20H”, são os dois últimos que assumem essa representação abaixo dos 1%.

FIG. 12 - NÚMERO DE ELEMENTOS IDENTIFICATIVOS DE FALTA DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO PRESENTES NAS PEÇAS



De modo a tentar perceber em que medida os diferentes elementos acima especificados coexistiram nas peças visionadas, construiu-se um **índice que quantifica o número de elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes que estiveram presentes em cada peça**. Subjacente a esta análise está o pressuposto de que a acumulação de elementos dessa natureza pode contribuir, ela própria, para afetar o rigor informativo da própria peça.

Os resultados apurados permitem verificar desde logo que, ainda que o índice seja composto pelos oito elementos indicativos de falta de rigor acima especificados, o máximo de elementos identificativos de falta de rigor presentes numa mesma peça foi de quatro.

Sobressai como comum aos cinco noticiários que na maioria das peças em que foram identificados (entre 81% a 86%) há registo somente da presença de um dos elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação.

Quanto aos restantes cerca de 13% a 15% das peças, constata-se que na maior parte foram identificados dois elementos que denunciam essa falta de rigor.

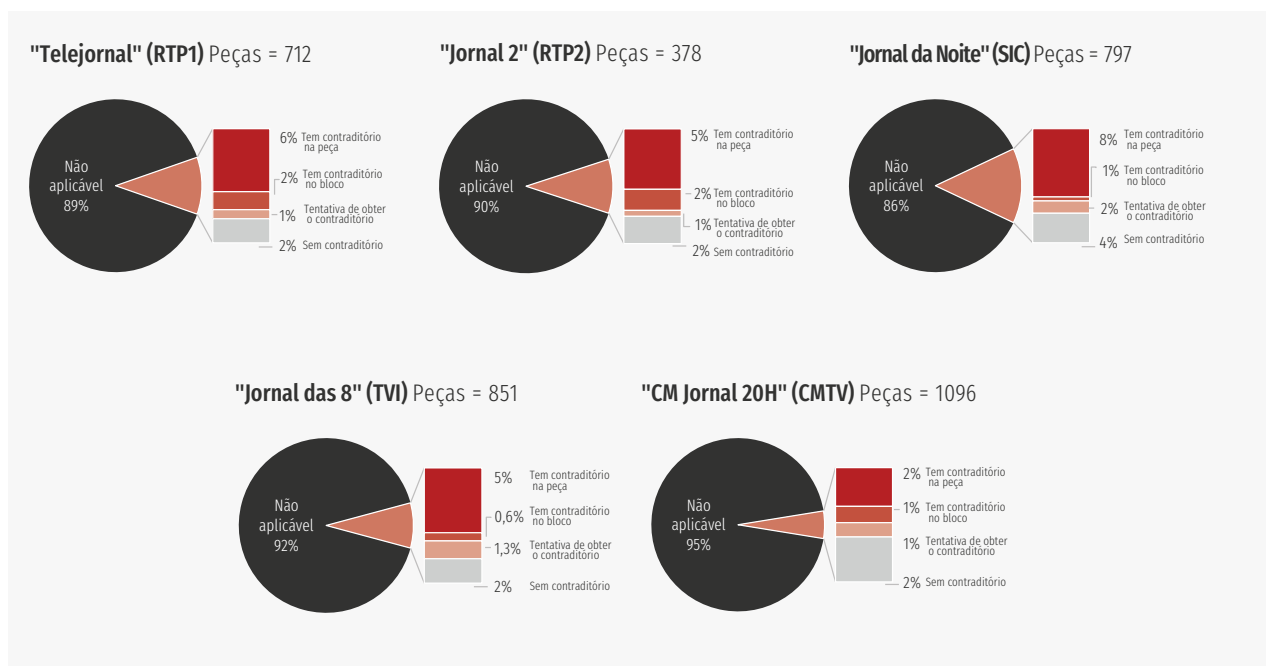
As peças em que se identificou a presença simultânea de três e quatro elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da origem da informação foram residuais nos noticiários de todos os serviços de programas.

RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO

O respeito pelo princípio do contraditório refere-se, sempre que necessário, à informação, objetiva e isenta, relativa à diversidade de posições em conflito. Na análise distinguem-se as peças que não exigem contraditório (não se aplica), as que cumprem o contraditório, as que não o cumprem e aquelas em que houve tentativa de obter o contraditório.

Salienta-se, desde logo, a tendência geral de predomínio das peças que não exigem a aplicação do princípio do contraditório. Entre 86 % (SIC) a mais de 90 % das peças (TVI, CMTV) não implicaram a aplicação do princípio do contraditório.

FIG. 13 - VERIFICAÇÃO DO RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO



Nos casos em que é exigível a observância do princípio do contraditório, este tende a ser respeitado na mesma peça ou noutra peça do mesmo bloco informativo. Estas situações incluem a tentativa de obter o contraditório, sendo tal explicitado junto dos telespectadores.

A prática de explicitar a tentativa de obter o contraditório, sempre que essa tentativa efetivamente existiu, é favorável ao rigor informativo, na medida em que torna evidente perante os telespectadores que a informação reportada não se encontra completa.

Dos cerca de 15 % a 8,9 % das peças em que se observou a necessidade de respeitar o princípio do contraditório, verifica-se que a maior parte tendeu a cumprir esse dever, nos noticiários da RTP1 (9 %), RTP2 (8 %), SIC (11 %), TVI (6,9 %) e CMTV (4 %).

Também é comum a estes serviços noticiosos o facto de as versões das posições conflitantes serem apresentadas na mesma peça.

As peças que estariam sujeitas a uma consulta das partes com interesses atendíveis devido às críticas suscitadas, e em que tal não é concretizado, apresentam os valores de 2 % e 4 %, cabendo a percentagem superior à SIC.

Centrando a análise no conjunto de peças que não respeitaram o contraditório (ver Figura 14), são as peças sobre assuntos relacionadas com os temas política nacional, desporto, saúde e ação social que assumem maior peso.

FIG. 14 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS SEM CONTRADITÓRIO

Tema dominante	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Política nacional	11	8	19	8	9
Desporto	-	-	2	2	5
Saúde e ação social	-	-	2	1	2
Política internacional	1	-	1	1	1
Ordem interna	-	-	1	1	1
Economia, finanças e negócios	-	-	2	-	1
População	2	-	-	-	1
Sistema judicial	1	-	1	-	-
Política europeia	-	1	-	1	-
Sociedade	-	-	-	-	1
Relações laborais	1	-	-	-	-
Comunicação	-	-	-	-	1
Educação	-	-	1	-	-
Defesa	-	-	-	1	-
Total	16	9	29	15	22

OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

O tratamento considerado sensacionalista tende a criar sensações e emoções nos telespectadores, condicionando a forma como a informação é reportada e, conseqüentemente, a sua objetividade. Pelo que, a verificação dos deveres de rigor e isenção passa por averiguar a existência de elementos sensacionalistas.

Identificam-se diversos indicadores de uma edição suscetível de recair no sensacionalismo.

FIG. 15 - PRESENÇA DE ELEMENTOS SENSACIONALISTAS

	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Captação/edição de imagens	6	3	8	9	53
Música/sons	4	1	9	11	18
Reconstituições	-	-	-	-	8
Total	10	4	17	20	79

Nota: Variável de resposta múltipla.

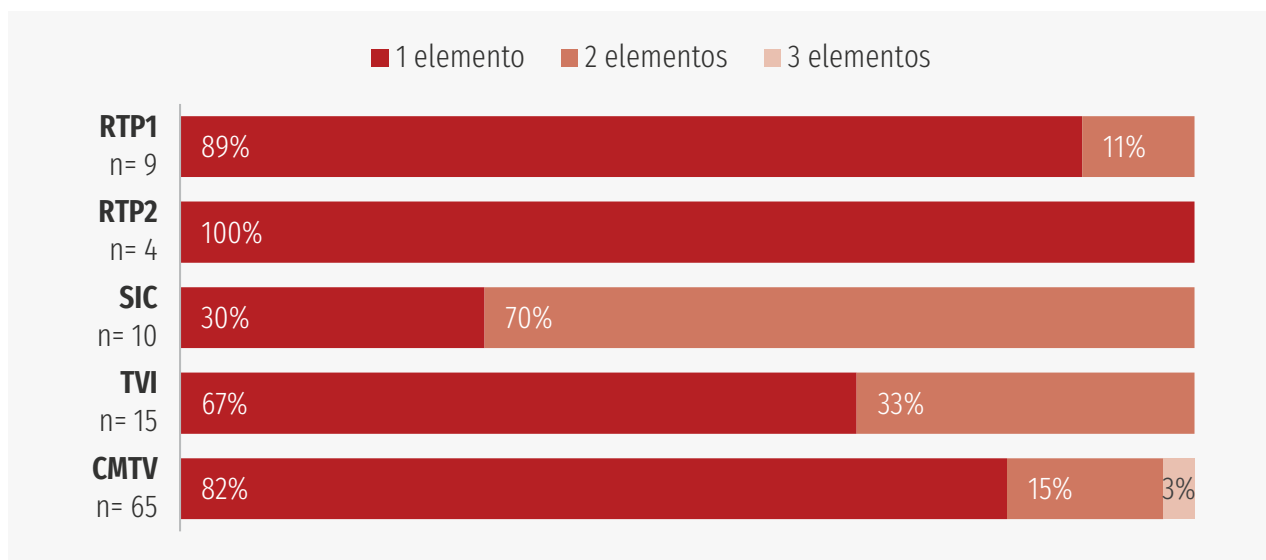
As peças com a presença de pelo menos um elemento sensacionalista representam 2,7 %. De igual modo, os resultados apurados (Figura 15) revelam que a presença de elementos suscetíveis de contribuir para um tratamento sensacionalista não é muito elevada.

Os blocos informativos da RTP2 registam os valores mais baixos e os da CMTV os mais altos.

A presença de cada um destes elementos não foi além dos 4,8 % sobre o total de peças analisadas. Esta percentagem é atribuída à captação/edição de imagem (na CMTV) que assim constitui o elemento que mais se destaca, seguindo-se música/sons (1,6 % também na CMTV).

Analisa-se seguidamente a forma como estes elementos surgem congregados numa mesma peça.

FIG. 16 - ÍNDICE DE ELEMENTOS SENSACIONALISTAS



Apesar de a presença conjunta destes elementos poder contribuir para acentuar um tratamento sensacionalista, não é regra que isso aconteça, já que um elemento isolado pode ser mais impactante. Por exemplo, a forma como uma música é inserida na narrativa de uma peça pode condicionar do princípio ao fim o seu sentido, mais do que, por exemplo, um conteúdo que tenha uma edição de imagem mais sensacionalista.

Pese embora a tendência geral seja a de que os serviços de programas utilizem apenas um elemento sensacionalista, a SIC mostra um comportamento diferente, registando um valor superior para a combinação de dois elementos (70%). Isoladamente, a CMTV apresenta a presença simultânea, numa mesma peça, de três dos elementos sensacionalistas enunciados.

No que respeita ao destaque atribuído a estas peças, em termos de presença de promoções/*teasers*, os resultados obtidos são apresentados na Figura 17.

FIG. 17 - DESTAQUE DAS PEÇAS COM ELEMENTOS SENSACIONALISTAS

Promoção	"Telejornal" (RTP1)		"Jornal 2" (RTP2)		"Jornal da Noite" (SIC)		"Jornal das 8" (TVI)		"CM Jornal 20H" (CMTV)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tem	2	22,2%	1	25,0%	9	90,0%	8	53,3%	16	24,6%
Não tem	7	77,8%	3	75,0%	1	10,0%	7	46,7%	49	75,4%
Total	9	100,0%	4	100,0%	10	100,0%	15	100,0%	65	100,0%

Como referido, as peças com a presença de pelo menos um elemento sensacionalista representam um total de 103 (2,7 %).

Deste universo, predominam as peças que não possuem promoção/*teaser* (65 %). Constituem as exceções, com maior número de peças promovidas, a SIC (9) e a TVI (8), com maior prevalência no primeiro.

Considera-se que tal pode contribuir para agravar a presença dos elementos sensacionalistas, na medida em que o serviço de programas conduz as expectativas dos telespectadores para a peça que os contém ao optar por valorizá-las editorialmente através da promoção.

RESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA

A cobertura informativa de acontecimentos que envolvem suspeitos sob investigação policial ou arguidos de processos judiciais em curso exige particular cuidado na forma como essas pessoas são retratadas no sentido de se salvar o pressuposto da sua inocência. Esta é uma das bases da prática jornalística que é igualmente considerada na verificação dos deveres de rigor e isenção.

Os dados apurados em 2021 revelam que as peças com elementos suscetíveis de desrespeitar a presunção da inocência não representam um valor elevado (0,3 %). Verifica-se, porém, que os 12 casos identificados reportam, na sua globalidade, ao “CM Jornal 20h” (CMTV). De referir que este serviço de programas tende a repetir peças sobre o mesmo assunto num mesmo bloco informativo, não implicando que se trate, assim, de várias edições.

De registar que o desrespeito pelo princípio da presunção de inocência é agravado ao associar-se à presença de elementos de destaque, bem como de sensacionalismo. Nestes 12 casos, regista-se a presença de promoções em duas peças. Identifica-se a presença simultânea de algum elemento sensacionalista em cinco casos.

PROTEÇÃO DA IDENTIDADE DAS VÍTIMAS/PESSOAS EM ESTADO DE VULNERABILIDADE

Outra obrigação dos operadores é a de assegurar que, sempre que a situação o exige, é garantida a proteção de vítimas e de outras pessoas cujo estado de vulnerabilidade física e psicológica inviabilize a sua exposição.

Há algumas condições de vítimas cuja proteção deve ser sempre garantida. É o caso das vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, apresentadas em situações de exploração da vulnerabilidade psicológica, emocional ou física, menores de 16 anos, bem como menores que tiverem sido objeto de medidas tutelares sancionatórias.

Segundo este fundamento, identificaram-se as peças em que se considerou que a proteção de vítimas e de outras pessoas em manifesto estado de vulnerabilidade não foi devidamente acautelada, resultando numa exploração das mesmas.

As situações em que se considera que a *presença de vítimas é explorada* representa um total de 34 peças, ou seja, 0,9 % da totalidade dos conteúdos analisados.

Tal ocorre em todos os serviços de programas. A CMTV regista 23 peças, a TVI cinco e os restantes três serviços de programas duas.

Nestes casos, estão 16 considerados de manifesta *vulnerabilidade física, emocional e psicológica*; 12 que reportam a *mortos/cadáveres*; quatro de *menores de 16 anos vítimas de atos que a lei qualifica como crime* e dois que se referem a *vítimas de crimes sexuais*.

O facto de se considerar que há uma *exploração da situação de vítima* prende-se diretamente com a sua identificação. Por conseguinte, a vítima é exposta (sua imagem ou locais que a permitam identificar, como o seu local de residência) na totalidade dos casos. É exposta a identidade da vítima em 27 dos casos e nos restantes inclui-se a divulgação de elementos ou de pessoas ligadas diretamente às vítimas, que indiretamente permitem a sua identificação.

Precisamente pela divulgação de elementos de natureza pessoal, estas peças colidem também com o princípio do respeito pelo *direito de reserva à intimidade e vida privada*.

UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO

As técnicas de ocultação da identidade são um dos recursos que, quando corretamente aplicado, indicia que houve uma manifesta preocupação na proteção da identidade das pessoas retratadas na cobertura informativa.

Como verificado, a vítima é exposta nas situações em cima referidas. A utilização de técnicas de ocultação, nestas mesmas peças, refere-se a outros elementos cuja identidade é ocultada, designadamente testemunhas ou elementos de forças policiais que acompanham os arguidos.

Verifica-se que este recurso foi utilizado numa percentagem de 2,7 % dos conteúdos. No “Telejornal” em 14 peças, no “Jornal 2” em quatro, no “Jornal da Noite” em 17, no “Jornal das 8” em 20 e no “CM Jornal 20h” em 48.

A técnica de ocultação mais utilizada foi a distorção de imagens (rostos desfocados) e, na maioria dos casos, sobre adultos (nomeadamente agentes de forças de segurança a acompanhar arguidos, os próprios suspeitos ou amigos e familiares que surjam com estes em fotografias, familiares de vítimas, entre outros).

Quando utilizada, a maioria das técnicas foi aplicada de modo eficaz, isto é, cumprindo o objetivo de proteger a identidade das pessoas representadas.

PRESERVAÇÃO DOS PÚBLICOS VULNERÁVEIS

É fundamental aferir em que medida os noticiários de horário nobre respeitaram os públicos considerados mais vulneráveis (entre os quais menores de idade), nomeadamente em relação a conteúdos cuja natureza é, à partida, passível de sensibilizar alguns telespectadores. Entre esses conteúdos estão os de natureza violenta (incluindo violência gratuita) e os que possam conter elementos de cariz erótico/sexual (incluindo pornografia). E do mesmo modo identificar os casos em que foi utilizada a advertência prévia, assim como aqueles em que, não tendo sido, seria recomendável.

ELEMENTOS VIOLENTOS/DE CARIZ SEXUAL E ADVERTÊNCIA PRÉVIA

São 35 as peças que apresentam elementos violentos que potencialmente podem suscetibilizar públicos vulneráveis, como menores.

O “Jornal 2” (RTP2) regista duas peças, o “Telejornal” (RTP1) três peças, seguindo-se o “Jornal das 8” (TVI) e o “Jornal da Noite” (SIC), ambos com cinco, e o “CM Jornal 20h” (CMTV), com o maior número, 20 peças.

Oito destes conteúdos são acompanhados de advertência prévia, sendo quatro peças referentes à CMTV.

As formas mais frequentes da presença destes elementos são as associadas à caracterização dos homicídios que incluem descrições pormenorizadas do seu modo de execução (totalidade de oito casos presentes na CMTV); os *cenários de guerra e fuga* (seis peças); *exposição da ocorrência de uma morte (através de som ou imagem)* e *violência doméstica* (incluindo da mesma forma a descrição detalhada do ato que vitimizou), ambos com o total de cinco peças, cabendo a última categoria em exclusivo à CMTV.

Estas presenças refletem a presença de assuntos marcantes em 2021, designadamente as cinco peças que envolvem a exposição da ocorrência de uma morte (através de som ou imagem) provocada pela explosão de um táxi no contexto de um alegado ato terrorista ocorrido no Reino Unido.

Na amostra de 2021, tal como nos quatro anos anteriores, não se identificaram peças com elementos de cariz pornográfico que tenham configurado situações de incumprimento face ao determinado pela Lei da Televisão.

RESPEITO PELA NÃO DISCRIMINAÇÃO

Para garantirem uma cobertura informativa isenta e objetiva os operadores devem assegurar que não produzem narrativas que façam algum tipo de discriminação e/ou que sejam suscetíveis de incitar ao ódio. Da mesma forma, as peças não devem contribuir para o reforço de estereótipos que se associam à estigmatização e consequente discriminação de grupos sociais específicos.

As peças consideradas suscetíveis de contribuir para a discriminação de determinados grupos sociais ou comunidades compreendem quatro situações da CMTV. Entre estas situações destacam-se as referências à nacionalidade ou pertença étnica (três) e religião (uma) de sujeitos envolvidos em situações desviantes.

Não consideradas no total referido, estão situações que podem merecer alguma reserva no sentido de apelarem a uma contextualização complementar evitando recair numa estigmatização. São várias as peças que referem, no contexto de crimes, que o alegado autor possui antecedentes criminais.

SAÚDE

O tema saúde surge focado nas peças, para além dos temas que o refletem, em torno de referências a questões suscetíveis de representar vulnerabilidades e necessidades especiais.

São 87 as peças que referem vulnerabilidades e necessidades especiais (2,3 %).

As presenças mais significativas reportaram ao foro psicológico/mental (29 peças, cabendo 14 à CMTV). Mantém-se a tendência de que estas referências sejam realizadas em contextos de conflito, designadamente atribuídos a alegados autores de crimes e arguidos.

A cobertura noticiosa da Covid-19, e em particular a vulnerabilidade da terceira idade face ao contágio, justificou a presença mais significativa da categoria debilidades do envelhecimento/terceira idade (19 peças, pertencendo oito à SIC), seguindo-se dependências (álcool e estupefacientes - nove peças da CMTV). Os transtornos e doenças neurológicas degenerativas a par de doenças crónicas representaram, no seu conjunto, dez peças.



ANEXOS

ANEXO I - ESTATUTOS EDITORIAIS E OUTROS MECANISMOS DE INDEPENDÊNCIA EDITORIAL

Em cumprimento do artigo 36.º, n.º 1 da Lei da Televisão¹², «cada serviço de programas televisivo deve adotar um estatuto editorial que defina clara e detalhadamente, com carácter vinculativo, a sua orientação e objetivos e inclua o compromisso de respeitar os direitos dos espectadores, bem como os princípios deontológicos dos jornalistas e a ética profissional.»

Transcrevem-se de seguida os principais excertos dos estatutos editoriais da RTP, da SIC, TVI e CMTV referentes à informação, bem como outros documentos definidores do projeto do serviço de programas.

RTP - ESTATUTO EDITORIAL

O estatuto editorial da RTP compromete-se com «uma informação de qualidade e referência num universo do audiovisual». Adicionalmente, «a RTP compromete-se a cumprir com zelo o exercício jornalístico, ponderando, em permanência, o pluralismo de opiniões.»

O operador de serviço público empenha-se ainda em «oferecer aos portugueses uma informação de referência, contribuindo sob diversas formas para o esclarecimento, formação e participação cívica e política dos cidadãos, estimulando a criatividade e a formação de uma consciência crítica, assegurando a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e estrangeiros, e garantindo a expressão e confronto das diversas correntes de opinião.»

O estatuto editorial invoca também a sua «especial responsabilidade social» e o objetivo de «desenvolver informação rigorosa e independente recorrendo a todos os meios legítimos para esclarecimento de factos jornalisticamente relevantes, garantindo em toda e qualquer circunstância a independência de qualquer poder político, económico, religioso ou outros».

A RTP afirma pautar-se «por princípios de independência, rigor, isenção e pluralismo, e respeitando as normas deontológicas e éticas próprias dos jornalistas», nomeadamente «em programas e serviços noticiosos que não abdicuem do dever de informar bem e a tempo, mas não cedam no compromisso de respeito pela privacidade e pelos direitos das pessoas e instituições.»

Neste documento afirma-se ainda a prossecução da «descentralização da informação, combatendo desta forma a secundarização a que estes espectadores estão tendencialmente votados pela lógica de exploração comercial de outros operadores de televisão». Considera-se «a única estação televisiva portuguesa a investir num programa diário de informação regional» e indica os vários centros de produção regionais, assim como a «[...] rede de correspondentes do Brasil a Timor, de Bruxelas a Angola, Cabo-Verde, São Tomé e Príncipe e Moçambique, passando pelos principais centros de decisão internacionais e pelas maiores comunidades de emigrantes.»

Sobre o entrosamento da informação dos seus vários serviços de programas, a RTP reafirma «o rigor e rapidez, não ignorando ninguém e combatendo todas as formas de exclusão — sexo, idade, religião, étnica e nível de instrução, e todas as formas de discriminação.»

A RTP compromete-se a procurar «em toda a sua atividade, afirmar-se como referência informativa, cultural e recreativa dos portugueses e dos falantes de língua portuguesa no mundo, promovendo o esclarecimento e o engrandecimento cívico dos seus públicos.»

¹² 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.

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL (FEVEREIRO DE 2017)¹³

Os princípios pertinentes para a informação indicados pela concessionária de serviço público de televisão são os seguintes:

Confiança: Na relação com o seu público, concretizada através da independência, rigor, parcialidade e honestidade no tratamento da informação.

Independência, Isenção e Rigor: Face ao Governo, à Administração Pública e aos demais poderes públicos e privados, procurando assegurar a liberdade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião.

Universalidade: Fundada no propósito de chegar a todos os públicos através de todas as plataformas possíveis.

Qualidade: Alicerçada numa ética de antena e na promoção de conteúdos que constituam uma mais-valia nos planos educativo, informativo e cultural.

Pluralismo e liberdade de expressão: Assegurando a expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, através de uma defesa intransigente.

Diversidade: Promovida através de uma programação que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos.

Privacidade: O compromisso de respeitar a privacidade das pessoas e de apenas revelar factos da vida pessoal quando tal seja de manifesto interesse público e na estrita medida do necessário.

SERVIÇOS NOTICIOSOS DO HORÁRIO NOBRE DA RTP1 E DA RTP2

A sinopse do bloco noticioso das 20 horas (“Telejornal”, da RTP1) define-o como uma síntese do «que de mais relevante se passou no país e no mundo», qualifica-o como «a mais rigorosa seleção de notícias» e conclui com o seu lema: «se é importante, está no Telejornal»¹⁴.

A sinopse do bloco noticioso das 21 horas (“Jornal 2”, da RTP2) define-o como incluindo «as principais notícias da atualidade nacional e internacional [através dos...] factos, a investigação de cada um dos assuntos, a leitura do país e da sua realidade política e social feita por alguns dos protagonistas do momento e comentada por um alargado grupo de notáveis da sociedade civil»¹⁵.

SIC - ESTATUTO EDITORIAL

A SIC, que se autodefine no seu estatuto editorial como «um canal privado de televisão, de âmbito nacional», afirma que o objeto da sua atividade «é a difusão de uma programação de qualidade e rigor informativo, independente do poder político ou económico e de qualquer doutrina ou ideologia»¹⁶.

¹³ Cf. “Ponto 2 A Nossa Missão”, in “Código de Ética e Conduta da Rádio e Televisão de Portugal” (págs. 8 a 10) <http://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/Codigo-Etica-Conduta-da-RTP_1-Fev-2017-1.pdf> (abril de 2017).

¹⁴ Cf. Sinopse do “Telejornal”, no sítio institucional da RTP1 <<https://www.rtp.pt/play/p3023/telejornal>> (abril de 2017).

¹⁵ Sinopse do “Jornal2”, da RTP2 <<https://www.rtp.pt/play/p2243/jornal-2>> (março 2017).

¹⁶ Cf. Estatuto editorial da SIC <<http://sic.sapo.pt/institucional3/2011-03-24-estatuto-editorial-sic-sociedade-independente-de-comunicacao-sa>> (abril de 2017).

Compromete-se «a respeitar os princípios deontológicos da Comunicação Social e a ética profissional do jornalismo, e a contribuir, através da produção nacional de programas informativos, formativos e recreativos, para a preservação da identidade cultural do País, o que implica também dar voz às novas correntes de ideias e um estilo inovador de programação».

Especificamente sobre a informação, a SIC considera que se distingue «pela sua responsabilidade, serenidade e espírito de tolerância, com exclusão de quaisquer incitamentos à prática de crimes ou à violação dos direitos fundamentais».

Assegura ainda que «procurará contribuir para o esclarecimento da opinião pública no que respeita ao desenvolvimento cultural e social do País, no quadro do respeito pela sua identidade e liberdade e pelos direitos fundamentais do homem.»

O estatuto editorial deste operador afiança que «a informação da SIC será isenta e rigorosa — o que pressupõe ouvir as partes em confronto e distinguir sempre entre notícia e opinião — e, tanto quanto possível, dinâmica e profunda, dirigindo-se, porém, ao máximo universo potencial (...)».

O compromisso da SIC vai no sentido de uma «reconhecida isenção, competência e idoneidade, capaz de assegurar o equilíbrio de interesses entre uma informação de elevado padrão de qualidade e a obtenção de altos níveis de audiência, que garantam a rentabilidade económica da SIC, e, por isso, a sua independência política e cultural.»

Finalmente, garante que «observará as normas deontológicas do Estatuto do Jornalista e respeitará a competência específica que a lei fixar ao Conselho de Redação».

O MODELO DE CANAL - MEMÓRIA DESCRITIVA

A informação da SIC é descrita como o resultado da combinação entre «a informação política, nacional e internacional»¹⁷ com os «temas» e os «casos do dia a dia de todos os estratos da população». Este operador considera distinguir-se «por ter lançado, ao longo dos últimos anos, a maioria das grandes cachas noticiosas», e ter «cumprindo assim um papel simultaneamente informativo e formativo».

Define-se como «um canal em aberto; [...estando] ligada aos grandes acontecimentos, de que nalguns casos é mesmo propulsora, tendo sempre presente a sua função de entretenimento, de informação e de formação», detalhando tê-lo atingido através da prioridade à «formação e informação do público, a promoção da língua e da cultura portuguesa, o estímulo à consciência crítica, criatividade e livre expressão do pensamento do público».

Conclui que «a par dessa defesa dos valores nacionais, nos programas e sobretudo na informação, a SIC procurou ativamente desenvolver a consciencialização dos valores da União Europeia».

SERVIÇO NOTICIOSO DO HORÁRIO NOBRE DA SIC

O bloco noticioso das 20 horas (“Jornal da Noite”, da SIC) apresenta o seu lema editorial no sítio eletrónico do serviço de programas: «O país e o mundo»¹⁸.

¹⁷ Cf. “SIC – O Modelo de Canal - Memória descritiva (30 de junho de 2005)”.

¹⁸ Cf. “Jornal da Noite” <<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/jornaldanoite>> (abril de 2017).

TVI - ESTATUTO EDITORIAL

O estatuto editorial da TVI, que se autodefine como «um canal generalista, português, privado, comercial, de âmbito nacional», indica que «assume, por projeto próprio, fins de informação, de formação e de recreação e entretenimento do público».

Especificamente sobre a informação, a TVI caracteriza a sua natureza como «independente», não se subordinando «a quaisquer poderes políticos, económicos, sociais, religiosos ou outros, comprometendo-se a observar, nomeadamente, nos seus programas de Informação, regras estritas de honestidade, de isenção, de imparcialidade, de pluralismo, de objetividade e de rigor, bem como pelo respeito da deontologia e da ética profissional dos jornalistas.»

Este operador afirma que «segue a atualidade de Portugal e do mundo com um olhar humanista e aberto, disponível para as causas da liberdade, da solidariedade e da paz.»

A ligação entre a oferta da TVI e os seus públicos é também um dos seus compromissos através da «diversidade dos géneros informativos (noticiário, reportagem, investigação, entrevista ou debate) ou dos respetivos conteúdos gerais ou sectoriais», pelos quais «pretende distinguir-se e ser escolhida pelo seu perfil de independência e seriedade, de esclarecimento e rigor, no pleno respeito dos interesses e direitos dos espectadores.»

MEMÓRIA DESCRITIVA DA TVI

No contexto da reformulação do projeto editorial do serviço de programas, em 2000, a informação foi definida como «área a privilegiar na estratégia de programação da TVI». E que o seu plano jornalístico está «assente em pressupostos de modernidade, dinamismo e agilidade, por sua vez apoiados na observância escrupulosa dos princípios de independência, rigor, objetividade e isenção».

A TVI indica que, em cumprimento da Lei e da ética profissional, a direção de informação se organizou «para produzir programas e noticiários que marcassem a diferença relativamente aos das outras estações».

A sua informação é definida como próxima do cidadão, com «um estilo moderno, jovem e irreverente, marcadamente independente de qualquer poder. Popular sem ser populista é transversal nos públicos que atinge e reconhecido pelo seu perfil isento e ágil, aliado a aspetos inovadores relacionados com questões cénicas e gráficas.»

Quanto à receção pelos públicos, a TVI acredita que a sua informação «é genericamente percecionada como tendo uma presença significativa em todo o território nacional, prestando atenção aos problemas de âmbito geral sem descurar os de interesse mais particular.»

Sobre a cobertura dos vários contextos sociais, a TVI assegura que «todas as áreas são objeto de tratamento especializado, estando a Redação estruturada de modo a garantir, de forma específica, a abordagem de matérias relacionadas com Política, Economia, Internacional, Saúde, Ensino e Sociedade, em geral, além do Desporto.»

No que respeita aos géneros jornalísticos, «aposta na reportagem em direto como forma de responder adequadamente aos imperativos da atualidade»¹⁹, nomeadamente dando «um reforço significativo dos meios operacionais, o que permitiu à TVI passar a acompanhar, em direto, grande parte dos acontecimentos objeto de cobertura noticiosa.»²⁰

Em paralelo, a TVI indica que «os conteúdos desportivos passaram a ter uma posição mais relevante nos programas informativos regulares»²¹.

19 Cf. "i) Informação - "A. PROGRAMAÇÃO. 1. Estratégias de programação", in Memória descritiva da TVI, outubro de 2005 (págs. 2 e 3).

20 Idem "a) Informação - "3 - Evolução da programação por categoria" (pág. 8).

21 Ibidem e) Desporto - "3 - Evolução da programação por categoria" (pág. 12).

O estatuto editorial deste operador defende «que o rigor e a credibilidade constituem elementos fulcrais no conjunto dos valores que a orientam»²². A sua informação define-se como «ágil, dinâmica, irreverente, moderna, preocupada com a busca da verdade e sem medo [...] fez da independência uma bandeira e da aproximação à realidade um instrumento de confiança no esforço de credibilidade junto dos espectadores»²³.

Sobre a atuação futura da informação, a TVI afirma que «a atitude frontal, irreverente, moderna, ágil, dinâmica e arrojada será logicamente enquadrada pelos padrões que norteiam a atividade dos jornalistas, em especial, os pressupostos de rigor, objetividade e isenção.

A empresa salienta ainda o objetivo de diversificar os géneros jornalísticos «no conjunto da sua Programação, nomeadamente debates e entrevistas»²⁴.

SERVIÇO NOTICIOSO DO HORÁRIO NOBRE DA TVI

O bloco noticioso das 20 horas (“Jornal das 8”, da TVI) apresenta o seu lema editorial no sítio eletrónico do serviço de programas: «Às 20:00 na TVI toda a atualidade informativa»²⁵.

CMTV - ESTATUTO EDITORIAL

O Correio da Manhã TV define-se como um canal de televisão que:

«[...] tem os seus espectadores como único universo a servir. Com respeito pelas normas deontológicas que regem a profissão nas democracias avançadas, empenho, boa-fé e humildade no reconhecimento de eventuais erros, falhas ou imperfeições no exercício constante da atividade jornalística.

[...] acolhe o dever de informar. Defende o valor absoluto da notícia como componente essencial da transparência democrática, e a necessária independência da atividade jornalística perante todas as formas de poder, sejam elas políticas, económicas, religiosas ou outras.

[...] defende uma sociedade livre e plural e a economia de mercado, aberta à iniciativa privada e ao génio individual, como forma de criação de riqueza, mas em que os necessários mecanismos de regulação sejam independentes, eficazes e escrutinados.

[...] cultiva o jornalismo de investigação, para o necessário escrutínio da vida pública e como forma de controlo pelos cidadãos contra eventuais abusos de poder, autoridade ou posição dominante.

[...] bate-se pela efetiva separação dos poderes legislativo, executivo e judicial [...]

[...] combate e denuncia todas as formas de exclusão social. Dedicada especial atenção aos direitos das crianças, mulheres, minorias e dos mais desfavorecidos.

[...] busca um olhar português sobre o pulsar contínuo do País e do Mundo. Escolhe o espaço global da língua portuguesa como principal foco do seu desígnio de informar.

[...] respeita o valor do pluralismo e não se verga a interesses particulares que procurem prevalecer sobre o interesse da comunidade.

22 Idem “a) Informação - “3 – Evolução da programação por categoria” (pág. 8).

23 Ibidem

24 Idem.

25 Cf. “Jornal das 8”, da TVI <<http://tviplayer.iol.pt/programa/jornal-das-8/53c6b3903004dc006243d0cf>> (abril de 2017).

[...] elege a Declaração Universal dos Direitos do Homem e a Constituição da República Portuguesa como pilares jurídicos fundamentais da sua ação jornalística.»

MEMÓRIA DESCRITIVA DA CMTV

A CMTV apresenta-se como «um projeto de televisão generalista, totalmente produzido em português, e onde a Informação terá peso maioritário pela constante prevalência, aproveitando as sinergias informativas dentro do grupo Cofina, com espaços informativos diários nas áreas de Economia e Desporto. A CMTV «emana do Jornal que lhe dá título [...] e assentará num formato popular, mas não populista, apresentando uma informação equilibrada que cubra todas as áreas de interesse da audiência».

Os «noticiários» são indicados como um dos «grandes blocos de programação» e, neste género televisivo, o operador privilegia o correspondente género jornalístico. «As notícias são a base do projeto televisivo, através de mensagens noticiosas simples e diretas, com total independência da informação, sendo difundidas de hora/hora, 24h/dia, com total agilidade para interromper a emissão sempre que qualquer facto relevante o imponha».

SERVIÇO NOTICIOSO DO HORÁRIO NOBRE DA CMTV

“CM JORNAL 20H”

A CMTV não publica a sinopse deste bloco no seu sítio eletrónico.



ANEXO II - METODOLOGIA

A monitorização dos blocos informativos dos operadores televisivos RTP, SIC, TVI e CMTV deve-se às especificidades de cada serviço de programas.

A RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas generalistas em sinal aberto do operador de serviço público, sobre o qual competem obrigações específicas definidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.

Por seu lado, a SIC e a TVI, operadores televisivos privados, encontram-se sujeitos a avaliação do cumprimento das obrigações dos seus serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre – realizada pela ERC a cada cinco anos -, no âmbito do processo de atribuição e renovação das licenças de emissão.

Quanto à CMTV, operador privado, é o serviço de programa de acesso não condicionado com assinatura com maiores audiências na televisão por subscrição e que apresenta anualmente um número importante de processos na ERC.

A escolha dos serviços noticiosos de horário nobre, em detrimento de outros noticiários, deve-se ao facto de serem o último serviço noticioso que resume a atualidade do dia, e também por serem aqueles que apresentam audiências mais elevadas.

A monitorização é feita por amostragem (ver Anexo III) e baseia-se na análise de conteúdo de todas as peças das edições selecionadas na amostra. Regra geral, a análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efetivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

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

Relativamente à composição da amostra, em 2021 foram monitorizados 150 noticiários dos cinco serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV – num total de 3855 peças. Salienta-se que 21 peças, embora contabilizadas no total de peças da amostra, são excluídas da análise, pois são boletins meteorológicos.

A seguinte tabela apresenta uma distribuição das peças por edição e serviço noticioso.

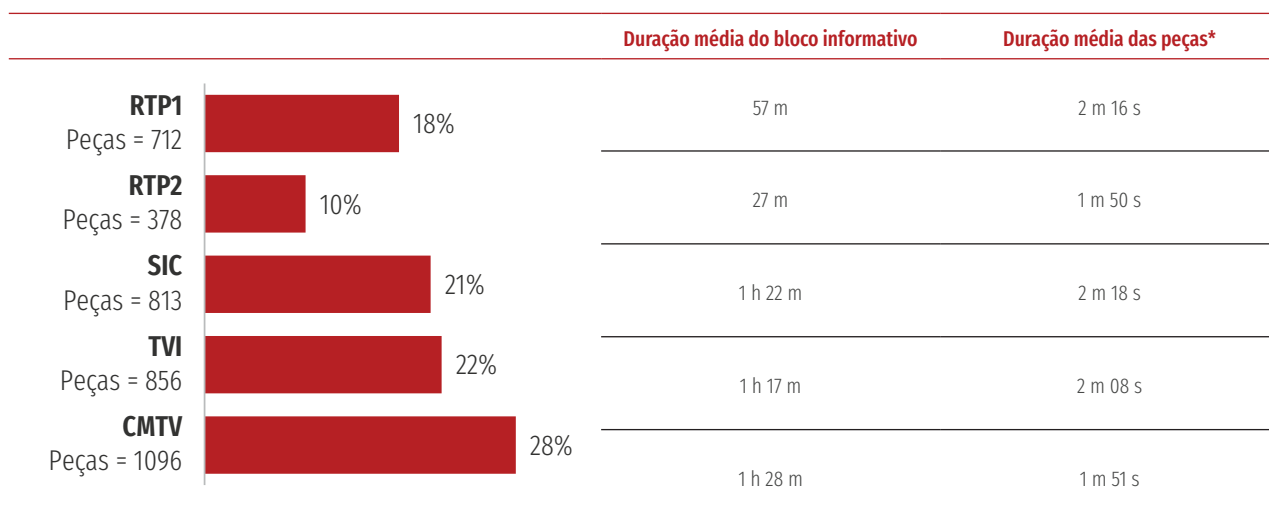
FIG. 18 - PEÇAS POR EDIÇÃO E SERVIÇO NOTICIOSO

Data	Dia da semana	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
2-jan	sábado	22	7	20	28	43
15-jan	sexta-feira	27	19	38	39	18
27-jan	quarta-feira	23	13	26	24	19
8-fev	segunda-feira	23	14	41	36	14
20-fev	sábado	23	8	15	24	33
4-mar	quinta-feira	25	15	19	27	29
16-mar	terça-feira	25	14	28	35	38
29-mar	segunda-feira	20	13	37	25	45
10-abr	sábado	20	8	20	29	15
22-abr	quinta-feira	24	13	28	42	25
4-mai	terça-feira	30	15	27	27	50
16-mai	domingo	30	9	21	26	57
28-mai	sexta-feira	25	17	33	32	29

Data	Dia da semana	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
10-jun	quinta-feira	17	15	24	22	31
22-jun	terça-feira	26	14	24	14	39
4-jul	domingo	27	9	26	32	61
16-jul	sexta-feira	20	13	26	28	46
28-jul	quarta-feira	22	13	22	25	31
9-ago	segunda-feira	24	15	25	28	37
22-ago	domingo	29	9	22	23	37
3-set	sexta-feira	25	15	20	32	39
15-set	quarta-feira	27	15	33	22	58
27-set	segunda-feira	22	9	41	23	42
9-out	sábado	16	8	22	28	62
21-out	quinta-feira	22	13	36	36	28
3-nov	quarta-feira	22	14	30	19	50
15-nov	segunda-feira	26	16	43	31	46
27-nov	sábado	19	10	20	26	11
9-dez	quinta-feira	31	14	20	41	38
21-dez	terça-feira	20	11	26	32	25
Total		712	378	813	856	1096

A descrição da amostra, considerando a duração média dos blocos informativos e das peças analisadas, permite afirmar que o número de peças emitidas em cada serviço noticioso tem relação, em parte, com o formato do próprio noticiário, o que resulta das opções do operador no que se refere ao alinhamento das edições.

FIG. 19 - DISTRIBUIÇÃO DAS PEÇAS ANALISADAS E DURAÇÃO MÉDIA DO BLOCO INFORMATIVO E DAS PEÇAS



Nota: *Considera-se a mediana como a medida de tendência central mais adequada para analisar a duração das peças, já que não é afetada pela existência de valores extremos e é menos sensível aos enviesamentos dos dados.

Assim, os blocos informativos com maior número de peças, como os dos operadores privados, têm uma duração média superior. Por seu lado, o "Jornal 2" surge com o menor número de peças, resultando em blocos informativos mais curtos. Relativamente às peças, a duração média é quase semelhante entre os serviços noticiosos, sendo aproximadamente igual a dois minutos.

ANEXO III – COMPOSIÇÃO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Apresenta-se, de seguida, o plano de amostragem para a monitorização das notícias (peças) dos programas informativos de horário nobre dos serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

Pretende-se recolher uma amostra com um erro de amostragem inferior a 5 % e um grau de confiança de 95 %.

Universo ou população: são todas as peças dos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV emitidos entre 01/01/2021 e 31/12/2021. No entanto, não sendo possível conhecer previamente o número de peças em cada bloco informativo, a amostragem é realizada considerando o número total de edições no ano, ou seja, 365 edições.

Amostra: é o subconjunto da população obtido através dos dias (edições) selecionados no processo de amostragem. Neste estudo são monitorizadas as peças de 30 edições de cada noticiário.

Para garantir que todos os meses sejam avaliados, considera-se a aplicação da amostragem aleatória sistemática.

A metodologia é a seguinte:

- Definição do intervalo amostral.** Determina-se o intervalo amostral dividindo o total de elementos da população pelo número de elementos definidos para a amostra (N/n). Se a população é 365 e a amostra é 30, logo o intervalo amostral será 12.
- Seleção aleatória e definição da amostra.** A seleção aleatória de um número entre 1 e 12 serve tanto para determinar o ponto de partida no processo de seleção das edições, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra²⁶.

Foi escolhido o número 1, o que corresponde ao dia 2 de janeiro de 2021. Ao número selecionado, soma-se sucessivamente o intervalo amostral obtendo as edições que serão monitorizadas.

Finalmente, a amostra é constituída pelas peças que correspondem aos números e datas no quadro seguinte.

FIG. 20- EDIÇÕES SELECIONADAS

Edição	Dia	Data
1	sábado	2 de janeiro de 2021
2	sexta-feira	15 de janeiro de 2021
3	quarta-feira	27 de janeiro de 2021
4	segunda-feira	8 de fevereiro de 2021
5	sábado	20 de fevereiro de 2021
6	quinta-feira	4 de março de 2021
7	terça-feira	16 de março de 2021
8	segunda-feira	29 de março de 2021
9	sábado	10 de abril de 2021
10	quinta-feira	22 de abril de 2021
11	terça-feira	4 de maio de 2021
12	domingo	16 de maio de 2021
13	sexta-feira	28 de maio de 2021
14	quinta-feira	10 de junho de 2021

²⁶ A seleção do ponto de partida é repetida no início de cada ano.

Edição	Dia	Data
15	terça-feira	22 de junho de 2021
16	domingo	4 de julho de 2021
17	sexta-feira	16 de julho de 2021
18	quarta-feira	28 de julho de 2021
19	segunda-feira	9 de agosto de 2021
20	domingo	22 de agosto de 2021
21	sexta-feira	3 de setembro de 2021
22	quarta-feira	15 de setembro de 2021
23	segunda-feira	27 de setembro de 2021
24	sábado	9 de outubro de 2021
25	quinta-feira	21 de outubro de 2021
26	quarta-feira	3 de novembro de 2021
27	segunda-feira	15 de novembro de 2021
28	sábado	27 de novembro de 2021
29	quinta-feira	9 de dezembro de 2021
30	terça-feira	21 de dezembro de 2021

Para um grau de confiança de 95 %, o erro de amostragem (EMA%) para cada programa encontra-se na figura seguinte.

FIG. 21 - ERRO MÁXIMO DA AMOSTRA

Programas/Canal	População	Unidades da Amostra	EMA%
"Telejornal" (RTP1)	9926	712	3,5
"Jornal 2" (RTP2)	5250	378	4,9
"Jornal da Noite" (SIC)	11 815	813	3,3
"Jornal das 8" (TVI)	12 016	856	3,2
"CM Jornal20H" (CMTV)	15 923	1096	2,9



ANEXO IV – DEFINIÇÃO DE VARIÁVEIS

Registo jornalístico: Caracteriza o tipo de género discursivo dominante da peça. Distingue se a peça tem como finalidade veicular informação (sendo o seu conteúdo da responsabilidade do operador) ou opinião (estando dependente de atores manifestamente identificados como comentadores).

Embora a entrevista seja um género jornalístico informativo, optou-se por classificar todas as entrevistas de forma autónoma, de modo a, durante a análise, facilmente distingui-las das restantes peças identificadas com registo informativo. Por sua vez, o registo informativo foi utilizado para classificar todas as breves, notícias, reportagens, perfis e trabalhos de investigação, entre outros géneros informativos, visionados nas edições que integram a amostra.

O registo comentário/opinião permitiu identificar apenas os espaços, geralmente transmitidos em direto, reservados à participação de comentadores e analistas, pelo que as peças que na sua construção utilizaram excertos de espaços de comentário/opinião como fontes de informação foram classificadas como tendo registo jornalístico informativo. Também foram autonomizados os debates.

Finalmente, o registo outros, tal como a própria designação indica, foi utilizado para classificar os conteúdos que não se enquadram em nenhuma das restantes categorias. Refira-se, como exemplo, blocos meteorológicos, concursos realizados durante o noticiário (como o sorteio do concurso “Euromilhões”), peças de autopromoção a produtos/serviços do próprio operador (como promoção de excertos de reportagens a exibir em outros programas) e peças com género híbrido (por exemplo, crónicas; publireportagens).

Elementos opinativos no discurso do operador: Regista as situações em que se identificam juízos de valor trazidos pelo pivô, repórter, imagem e grafismo (bolacha, destaques ou legendas). Esta variável apoia-se na distinção entre interpretação, baseada na análise, na justaposição de ocorrências, na exposição de hipóteses, e na abertura de eventuais conclusões; e a opinião, baseada em afirmações qualificativas, no uso de adjetivos e na defesa de argumentos finalizados, projetados em conclusões. Testa o cumprimento do dever do operador televisivo de, nos seus serviços informativos, distinguir a informação da opinião de forma inequívoca aos olhos do público.

Rigor na identificação das fontes de informação: Avalia a exatidão do operador ao explicitar a origem da informação veiculada na peça. Considera-se que existe identificação total se o nome, a pertença institucional e o cargo ou função forem referidos. Distingue a ausência total de referências a fontes de informação, a sua identificação parcial, a identificação de todas as fontes mencionadas, do recurso explícito à confidencialidade.

Elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação: Com o objetivo de explorar a falta de rigor na identificação das fontes de informação, conceptualizou-se este indicador que se baseia no conteúdo manifesto das peças. Definiram-se as seguintes seis categorias de elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação:

Utilização de imagens captadas/fornecidas por terceiros sem especificação da sua origem;

Autorreferência do canal como forma de atribuição da informação: Manifesta em expressões como «a RTP sabe»; «a SIC apurou»; «A TVI tem a informação»;

Generalização de informações: Por exemplo, informações cujo conteúdo corresponde a generalizações que não são sustentadas em qualquer fonte de informação referida na peça: «Há cada vez mais portugueses»; informação baseada em números sem referência à sua fonte: taxas de juros cuja fonte não é especificada; fontes de informação referidas de forma genérica/indeterminada: «segundo a imprensa internacional»;

Fontes de informação sem qualquer identificação: As declarações são reproduzidas sem que a peça tenha elementos suficientes para as identificar, nem contextualizar, como por exemplo fontes em discurso direto ou documentos citados sem que seja possível reconhecer a sua origem;

Cidadãos comuns sem indicação do nome: Cidadãos comuns entrevistados como fontes de informação, sem que seja referido o seu nome, ou outro modo de identificação clara;

Outros elementos indicativos de falta de rigor: Incluem-se os casos de identificação parcial de outras fontes.

Existência de sensacionalismo: Esta variável resulta de um conjunto de indicadores previamente definido que tem como objetivo global contribuir para a avaliação da isenção e do rigor informativo. Considera-se sensacionalista o tratamento jornalístico que visa criar ou acentuar sensações e emoções nos telespectadores, nomeadamente sem haver uma relação factual com os acontecimentos e problemáticas reportadas. As variáveis utilizadas para o caracterizar são as seguintes:

Exploração de sensações através da captação/edição de imagens: Localiza excertos das peças em que o operador recolheu e/ou editou as imagens alterando a sequência real dos acontecimentos e/ou o seu significado manifesto, associando um sentido emotivo à narrativa visual;

Exploração de sensações através do recurso a música/sons: Identifica a utilização de elementos sonoros (música, outros efeitos pós-produzidos) inexistentes no momento da captação das imagens/sons do acontecimento pelo operador, e que conferem um sentido emotivo à peça;

Reconstituições utilizadas para produzir sensações: Assinala a utilização de reconstituições de cenários/cenas pelo operador com recurso a encenações ou a representações gráficas, apenas se estas manifestamente potenciarem a exploração de sensações no telespetador, pelo modo como são construídas e apresentadas.

Desrespeito pela presunção de inocência: Regista os casos que potencialmente estejam em incumprimento da legislação aplicável, no que respeita a formulação de acusações sem provas pelo operador.

Exploração da identificação de vítimas: Classifica a exposição do rosto e/ou do corpo de forma reconhecível, a referência ao nome, morada, ou outros elementos identificadores de pessoas em situação de vulnerabilidade física, emocional e psicológica, molestadas sexualmente, e menores envolvidos em delinquência juvenil, alvos de crimes contra a honra ou a reserva da vida privada até à audiência de julgamento, e ofendidos menores de 16 anos.

Modo como é feita a identificação da vítima: A identificação da vítima pode ser feita pelas imagens, sons, declarações, indicação do nome próprio e/ou do apelido, idade ou profissão, locais frequentados, ou a combinação de várias referências.

Técnicas de ocultação da identidade: Reconhece a utilização de uma ou várias técnicas para disfarçar o rosto, o corpo, a voz, o recurso a nomes fictícios, a planos de captação da imagem (na penumbra/em contraluz), e a interposição de objetos que ocultam ou mostram parcialmente pessoas com características ou em contextos em que a sua publicação, num noticiário, os prejudicaria, por exemplo, as vítimas.

Protagonistas protegidos por técnicas de ocultação: Distingue a aplicação daquelas formas de proteção da identidade a intervenientes menores ou adultos, ou ambos. Identifica também os casos de potencial incumprimento (representados na peça cuja identidade não foi protegida, mas que se considera que deveria ter sido).

Eficácia da proteção da identidade: Verifica a correspondência entre o emprego das técnicas de ocultação e sua eficácia na proteção dos visados que pretende garantir.

Número de fontes: Quantifica todas as proveniências da informação explícitas na peça que estejam total ou parcialmente identificadas.

Contraditório: Identifica a existência de uma crítica substantiva ou acusação explícita dirigida a uma pessoa e/ou instituição concreta e reconhece a possibilidade de resposta — ou a tentativa de ouvir os interesses atendíveis no caso — garantida ao visado pelo operador na peça, ou noutras anteriores/seguintes do alinhamento.

Elementos pornográficos: Reconhece imagens e discurso verbal de cariz erótico ou sexual, ou seja, uma exposição ostensiva, insistente e descontextualizada no relato do acontecimento.

Elementos violentos: Reconhece imagens e discurso verbal de cariz violento nas peças editadas e nos diretos. A referência para a identificação destes elementos é o conceito de «violência gratuita»; as manifestações mais extremadas, físicas ou psicológicas abrangentes de comportamentos que atentam contra a dignidade da pessoa humana – tortura e os tratamentos desumanos, cruéis ou degradantes.

Advertência prévia: Identifica todo e qualquer aviso formal (oral ou pela imagem, incluindo sinalética), anterior à transmissão imediata da peça, pelo pivô ou outro profissional do operador televisivo, relativo à natureza das imagens ou do discurso verbal apresentados. Visa reconhecer o cumprimento da recomendação legal aplicável a elementos violentos ou pornográficos na informação. Distingue a sua introdução, com uma função de alerta contrário ao visionamento, ou de apelo promocional, da sua inexistência, quando seria aplicável.

ANEXO V – DADOS COMPLEMENTARES

FIG. 22- TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM INFORMAÇÃO NÃO ATRIBUÍDA

Tema dominante	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Ordem interna	8	7	8	17	129
Saúde e ação social	27	22	24	16	24
Desporto	20	2	14	17	30
Política nacional	9	5	10	8	12
Sistema judicial	3	1	5	4	27
Cultura	4	5	2	5	3
Economia, finanças e negócios	2	-	3	5	8
Política europeia	5	6	2	4	1
Política internacional	3	6	2	2	4
Ambiente	-	-	4	7	4
Comunicação	2	-	4	5	1
Sociedade	-	-	2	4	5
Relações laborais	2	2	-	1	1
Ciência e tecnologia	1	-	-	3	1
Urbanismo	1	-	1	1	1
Crença e religião	1	-	-	1	2
População	1	-	-	1	1
Defesa	-	1	-	-	-
Total	89	57	81	101	254

Nota: Não se consideram nesta análise as peças que identificam pelo menos uma fonte de informação, assim como as peças com registo comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

FIG. 23- NÚMERO DE FONTES DAS PEÇAS QUE IDENTIFICAM PARTE/TODAS AS FONTES QUE REFEREM

Número de fontes	"Telejornal" (RTP1)				"Jornal 2" (RTP2)				"Jornal da Noite" (SIC)				"Jornal das 8" (TVI)				"CM Jornal 20H" (CMTV)			
	Identificação parcial		Identificação normal		Identificação parcial		Identificação normal		Identificação parcial		Identificação normal		Identificação parcial		Identificação normal		Identificação parcial		Identificação normal	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1	20	12,7%	198	44,5%	15	25,4%	142	64,3%	27	12,9%	181	36,9%	35	18,9%	250	45,9%	95	48,0%	392	69,1%
2	17	10,8%	100	22,5%	10	16,9%	33	14,9%	53	25,2%	133	27,1%	35	18,9%	143	26,2%	44	22,2%	116	20,5%
3	32	20,3%	65	14,6%	9	15,3%	15	6,8%	43	20,5%	86	17,5%	30	16,2%	77	14,1%	27	13,6%	38	6,7%
4	26	16,5%	39	8,8%	7	11,9%	17	7,7%	32	15,2%	50	10,2%	26	14,1%	38	7,0%	16	8,1%	13	2,3%
5	33	20,9%	18	4,0%	8	13,6%	5	2,3%	18	8,6%	17	3,5%	23	12,4%	13	2,4%	6	3,0%	3	0,5%
6	13	8,2%	9	2,0%	4	6,8%	1	0,5%	12	5,7%	9	1,8%	13	7,0%	10	1,8%	3	1,5%	4	0,7%
7	11	7,0%	9	2,0%	4	6,8%	3	1,4%	6	2,9%	7	1,4%	7	3,8%	4	0,7%	4	2,0%	-	-
8	4	2,5%	2	0,4%	1	1,7%	3	1,4%	6	2,9%	1	0,2%	7	3,8%	3	0,6%	1	0,5%	-	-
9	-	-	1	0,2%	-	-	1	0,5%	5	2,4%	2	0,4%	2	1,1%	2	0,4%	1	0,5%	1	0,2%
10	2	1,3%	3	0,7%	1	1,7%	1	0,5%	1	0,5%	1	0,2%	1	0,5%	2	0,4%	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	1	0,2%	3	1,6%	1	0,2%	-	-	-	-
12	-	-	1	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1,1%	-	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,2%	-	-	1	0,2%	-	-	-	-
18	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	1	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,2%	1	0,5%	-	-
21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-
22	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5%	-	-	-	-	-	-
Total	158	100,0%	445	100,0%	59	100,0%	221	100,0%	210	100,0%	491	100,0%	185	100,0%	545	100,0%	198	100,0%	567	100,0%

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Em 2021, a ERC analisou de forma regular o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado nesse ano um total de 110 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP1 (39) e o menor número de casos a verificar-se na RTP2 (17).

Tal como já havia sucedido em 2020, também em 2021 o serviço RTP1 do operador público assume a liderança no número total de alterações da programação verificadas, sendo que os dois serviços do operador público, RTP1 e RTP2, continuam a manter um elevado número de casos, apesar da descida verificada, havendo ainda espaço para melhoria. No entanto, deve referir-se que esta situação fica a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo as alterações sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, especialmente no que se refere à natureza da programação transmitida em direto, como, por exemplo, competições desportivas.

O serviço RTP1, com um total de 39 ocorrências, foi seguido de perto pelo serviço SIC, que registou, em 2021, 36 ocorrências. Abaixo das duas dezenas de casos registados ficaram os serviços TVI, com 18, e RTP2, com 17. Para a TVI, o resultado alcançado em 2021 foi o melhor desde 2017 (11) e 2018 (7) e a RTP2, em todo o quinquénio, só em 2017 teve um menor número de alterações da programação (10).

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos quatro serviços regularmente analisados, verificou-se que os meses com maior incidência de ocorrências foram janeiro, maio, julho e setembro, todos com 16 ocorrências, seguidos de março (14). Por sua vez, o mês de novembro registou apenas uma ocorrência.

Não se pode, contudo, concluir por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma vez que todos tiveram os seus picos de ocorrências em meses não coincidentes, excepcionando-se o mês de maio, em que a RTP1 (10) e a TVI (4) assinalaram os valores mais elevados. No entanto, também essas situações foram motivadas por eventos distintos entre si – a título de exemplo, na RTP1 estiveram em causa alterações motivadas por transmissões desportivas (hóquei em patins) e religiosas (Missa Solenidade da Ascensão do Senhor) e na TVI esteve em causa uma homenagem póstuma à atriz Maria João Abreu.

Importa assinalar que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, 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. Só em casos especiais, analisados casuisticamente, as situações que não se enquadram exatamente na norma de exceção podem ser relevadas pelo Conselho Regulador da ERC, designadamente pela sua inexpressividade na análise global.

No decurso de 2021, o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de apenas um processo contraordenacional relativo ao “Anúncio da programação”, quanto ao serviço de programas SIC, no que respeita ao apuramento do terceiro trimestre de 2021, o qual ainda não teve decisão.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último quinquénio (2017/-2021), não se pode concluir por uma evolução homogênea, pois se o número de situações irregulares baixou drasticamente em 2018 (61), voltou novamente a subir em 2019 (137) e 2020 (239), baixando novamente em 2021, para um total de 110 situações, com uma diferença de menos 129 casos de alteração da programação registados neste último ano em face do ano imediatamente anterior.

Ressalva-se que, em 2017, os máximos totais de situações irregulares mostraram uma consistência com dois acontecimentos de relevo a nível nacional (morte do Dr. Mário Soares e os “incêndios de Pedrógão Grande”); e, em 2020, a grande maioria das situações irregulares esteve esmagadoramente relacionada com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações.

Contrariamente, nos anos de 2018, 2019 e 2021 não foi possível apurar um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas.

Para além dos quatro serviços generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, durante 2021 foram ainda analisados, por amostragem aleatória, os serviços de âmbito nacional SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV 5, A Bola e 11, todos temáticos de desporto, os serviços SIC Radical e SIC Caras, temáticos de entretenimento, o serviço SIC Mulher, temático de assuntos relacionados com o universo “mulher”, e o serviço Casa e Cozinha, temático de entretenimento/*lifestyle*. À exceção dos serviços SPORT TV3 e SPORT TV 5, que são de acesso condicionado, todos os restantes serviços são de acesso não condicionado com assinatura.

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”.

Note-se que, de entre as situações analisadas, algumas puderam enquadrar-se na norma de exceção do n.º 3 do art.º 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – situações quase todas inerentes a programação desportiva em direto – e as que não se puderam enquadrar foram relevadas, atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespectadores e por motivos de economia processual.

Em 2021, não foi aberto qualquer processo contraordenacional quanto à matéria do “anúncio da programação” nos serviços temáticos analisados: SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV 5, A Bola, 11, SIC Radical, SIC Caras, SIC Mulher e Casa e Cozinha.

2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

A Lei da Televisão, n.º 27/2007, de 30 de julho, introduziu o artigo 29.º, sob a epígrafe «Anúncio da programação», o qual trouxe deveres para os operadores de televisão sob jurisdição portuguesa no que se refere à divulgação da programação a emitir pelos seus serviços de programas.

Posteriormente, a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, foi 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, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, Rectif. n.º 18/2020, 30 de abril, e Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, mas a obrigação constante do art.º 29.º tem permanecido inalterada ao longo dos anos.

Desta forma, 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, durante o ano de 2021, onde se inclui uma análise evolutiva do último quinquénio, quanto aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional.

Foram, assim, 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 os meses de janeiro a dezembro de 2021.

Foram ainda avaliadas amostras pontuais, de uma ou mais semanas ao longo do ano, dos serviços de programas temáticos SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV 5, A Bola, 11, SIC Radical, SIC Caras, SIC Mulher e Casa e Cozinha.

Durante 2021, foi efetuado o confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP, com recurso à utilização da ferramenta eletrónica de “Análise de Grelhas de Programação TV” e, em casos pontuais, com recurso à visualização da emissão.

A ferramenta eletrónica de “Análise de Grelhas de Programação TV” foi desenvolvida pela Mediamonitor para a ERC, sendo que os operadores televisivos acedem autonomamente a esta plataforma 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, o que possibilita uma avaliação minuciosa pelos serviços técnicos da ERC do cumprimento da obrigação plasmada no n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP.

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 informação sobre 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; e 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.

Como vem sendo hábito, também em 2021, 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, analisadas cumulativamente no final do trimestre correspondente.

FIG.1- AMOSTRA AP 2021 – RTP1, RTP2, SIC E TVI

Amostra "Anúncio Programação"		
Trimestres	Meses	Semanas/dias
1.ºT	Janeiro	1 - 4 a 10 Jan.
	Fevereiro	6 - 8 a 14 Fev.
	Março	12 - 22 a 28 Mar.
2.ºT	Abril	14 - 5 a 11 Abr.
	Mai	19 - 10 a 16 Mai.
	Junho	24 - 14 a 20 Jun.
3.ºT	Julho	27 - 5 a 11 Jul.
	Agosto	32 - 9 a 15 Ago.
	Setembro	37 - 13 a 19 Set.
4.ºT	Outubro	41 - 11 a 17 Out.
	Novembro	47 - 22 a 28 Nov.
	Dezembro	50 - 13 a 19 Dez.

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 quatro serviços nacionais de acesso não condicionado livre, em 2021 foram ainda verificados por amostragem, em algumas semanas do ano, os seguintes serviços de programas temáticos:

- SPORT TV+, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SPORT TV3, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- SPORT TV 5, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- A Bola, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- 11, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SIC Radical, temático de entretenimento, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SIC Caras, temático de entretenimento, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SIC Mulher, temático-mulher, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- Casa e Cozinha, temático de entretenimento/lifestyle, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional.

3. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

3.1 SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE - RTP1, RTP2, SIC, TVI

FIG.2 -ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2021

Ano 2021	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Casos (n.º)	39	17	36	18	110

De acordo com a amostra selecionada, as análises efetuadas durante 2021 às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um cômputo total de 110 casos de alterações da programação anunciada, sendo que a maioria das situações registadas neste ano recaíram sobre o serviço de programas RTP1, num total de 39 ocorrências, seguido pelo serviço SIC (36), que também ficou acima das três dezenas. Quer a TVI (18), quer a RTP2 (17) não chegaram às duas dezenas de alterações na programação ao longo de todo o ano.

Na Figura 3 pode ver-se como as 110 irregularidades apuradas se distribuíram ao longo dos 12 meses de 2021, de janeiro a dezembro:

FIG. 3 – ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – JAN.- DEZ. 2021

2021 / Meses	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	4	5	7	0	16
Fevereiro	5	0	0	1	6
Março	1	4	8	1	14
Abril	2	3	0	0	5
Maio	10	0	2	4	16
Junho	0	0	2	2	4
Julho	9	0	4	3	16
Agosto	2	0	1	4	7
Setembro	4	4	6	2	16
Outubro	0	0	2	1	3
Novembro	0	0	1	0	1
Dezembro	2	1	3	0	6
Total	39	17	36	18	110

■ Resultado mais alto ■ Resultado mais baixo.

FIG. 4- ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – EVOLUÇÃO JAN. - DEZ. 2021

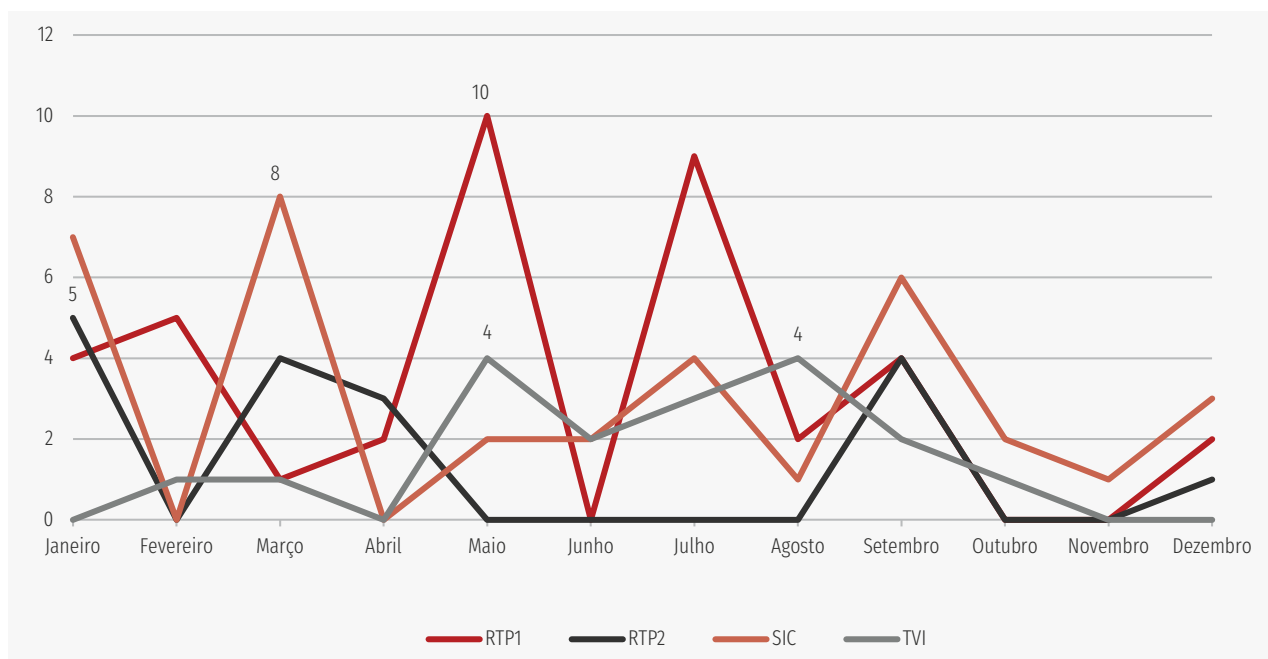
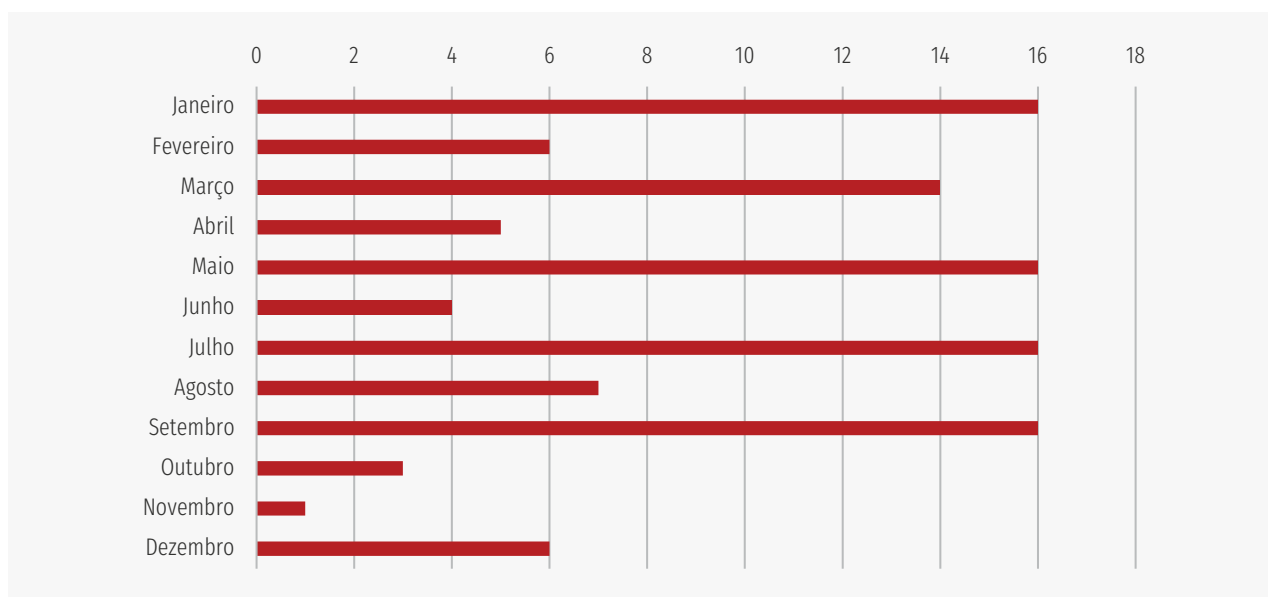


FIG. 5- ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2021 – TOTAIS/MÊS



Nas Figuras 3 e 4, pode observar-se a distribuição dos casos por meses e por serviços de programas ao longo de 2021. Foram registados 16 casos nos meses de janeiro, maio, julho e setembro, mas esses máximos cumulativos, quanto à totalidade das situações verificadas nos quatro serviços (cf. Figura 5), não são totalmente coincidentes ao número máximo de ocorrências por mês e individualmente, se tivermos em conta o comportamento de cada serviço de programa de forma isolada. Por sua vez, no mês de novembro apenas foi registada uma situação irregular, ocorrida na SIC.

No que se refere aos valores máximos registados por serviço de programas, por mês, observou-se que o maior valor de ocorrências foi registado pela RTP1, em maio, com dez situações identificadas, seguido da SIC, com oito, em março. A RTP2 com cinco situações identificadas em janeiro e a TVI com o número de quatro, quer em maio, quer em agosto.

Quanto aos valores mais baixos registados por serviço de programas, por mês, em face da amostra selecionada para análise, destaca-se positivamente a RTP2, que não registou qualquer alteração à sua programação em sete (fevereiro, maio, junho, julho, agosto, outubro e novembro) dos doze meses analisados. A TVI apresentou quatro meses (janeiro,

abril, novembro e dezembro) sem alterações, a RTP1 apresentou três meses (junho, outubro e novembro) sem alterações verificadas e a SIC apresentou apenas os meses de fevereiro e abril sem alterações na programação.

Não foi, contudo, possível concluir por uma uniformidade no padrão (máximos/mínimos) seguido pelos quatro serviços de programas regularmente analisados, estando os números apurados intrinsecamente relacionados com a autonomia na programação de cada serviço e as suas grelhas, nomeadamente quanto ao destaque dado a eventos em direto (desportivos ou outros), homenagens póstumas a figuras públicas ou cobertura informativa da atualidade.

A título de exemplo, pode indicar-se que, apesar de maio conter os valores máximos da RTP1 (10) e da TVI (que iguala, com quatro ocorrências, também em agosto), no primeiro serviço do operador público estiveram em causa alterações motivadas por transmissões desportivas (hóquei em patins) e religiosas (Missa Solenidade da Ascensão do Senhor). Já no serviço TVI esteve em causa uma homenagem póstuma à atriz Maria João Abreu.

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 os períodos de uma semana por mês, aleatoriamente selecionados ao longo de 2021.

Pese embora o total de 110 situações irregulares verificadas no decorrer de 2021, das quais 39 se registaram no primeiro serviço televisivo do operador público e 36 na SIC, 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 (se analisadas de forma cumulativa) ocorreram no serviço público de televisão, RTP1 e RTP2, e tiveram na sua base várias transmissões desportivas em direto (Liga Europeia de Hóquei em Patins, EURO 2020 Futebol, Ciclismo Volta a Portugal, Ciclismo Volta a França, Campeonato do Mundo de Futsal, Taça de Portugal de Basquetebol, Liga Placard de Basquetebol, qualificação para o Mundial de Râguebi), eventos religiosos (Missa de Domingo de Ramos, desde Roma, Missa Solenidade da Ascensão do Senhor e Peregrinação Internacional do Milagre, desde Fátima), homenagens póstumas, por altura da morte de figuras públicas (Joel Pina e João Cutileiro), galas/espetáculos (Concerto Inaugural da Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia, Festival Eurovisão Júnior da Canção), cobertura informativa quer de comunicados do Primeiro-ministro ao país, quer da atualidade eleitoral no que respeita às Eleições Presidenciais 2021, bem como outras questões de nível técnico que não permitiram o cumprimento rigoroso da programação planeada pelo operador. Todas as situações assinaladas que resultaram de algum dos condicionantes atrás referidos foram justificadas ao abrigo da norma de exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Quanto à RTP1 e RTP2, será importante realçar que, no total dos dois serviços públicos, apenas quatro situações não puderam ser justificadas pela norma de exceção, todas elas estando relacionadas com erro humano e/ou problemas técnicos que, apesar de indicados pelo operador, não puderam ser confirmados a posteriori, nomeadamente através da visualização da emissão.

Igualmente no que se refere ao serviço TVI, onde todas as ocorrências registadas de incumprimento da norma relativa ao anúncio da programação puderam ser justificadas ao abrigo da norma de exceção.

Quanto à SIC, das 36 situações identificadas na totalidade dos 12 meses, mais de metade não puderam ser justificadas ao abrigo da norma de exceção. Essas situações ficaram a dever-se a eventuais problemas técnicos, que foram reportados pelo operador de uma forma pouco detalhada, sem documentação de suporte, e que não puderam ser con-

firmados pelos serviços da ERC, nomeadamente através da visualização da emissão. Após a análise das justificações apresentadas pelo operador, a maioria desses casos acabou por ser relevada, tendo em atenção a diminuta repercussão na programação geral do serviço, à exceção das ocorrências verificadas no terceiro trimestre de 2021, que originaram a decisão de abertura de processo contraordenacional com base no desrespeito do n.º 2 do art.º 29.º da LTSAP.

3.2 COMPARAÇÃO – QUINQUÉNIO 2017/2021 (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Desde 2016 que, após a alteração à metodologia anterior, onde o apuramento das alterações da programação recaía sobre a totalidade das emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, as análises regulares se baseiam no apuramento de uma semana/mês, aleatoriamente escolhida e aplicada de igual modo aos quatro serviços referidos.

As alterações da programação apuradas ao longo do quinquénio (2017-2021) distribuíram-se da seguinte forma:

FIG.6 -ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2017/2021

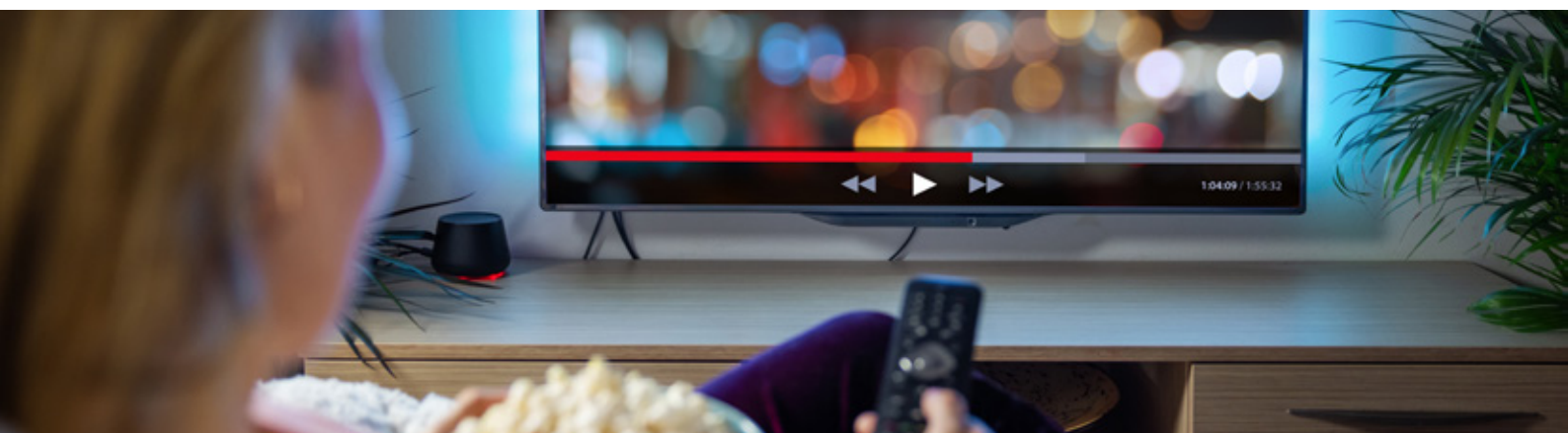
QUINQUÉNIO	Alterações da programação									
	RTP1		RTP2		SIC		TVI		Total	
Casos 2017 (n.º)	73		10		18		11		112	
Casos 2018 (n.º)	15	↓	29	↑	10	↓	7	↓	61	↓
Casos 2019 (n.º)	36	↑	45	↑	7	↓	49	↑	137	↑
Casos 2020 (n.º)	81	↑	37	↓	59	↑	62	↑	239	↑
Casos 2021 (n.º)	39	↓	17	↓	36	↓	18	↓	110	↓

A evolução ao longo do quinquénio em análise não é particularmente homogénea, pois se o número de situações irregulares baixou drasticamente em 2018 (61), voltou a subir em 2019 (137) e 2020 (239), para baixar novamente em 2021 (110), após dois anos de evolução ascendente.

De notar que para o valor bastante elevado de 2020 contribuiu a seguinte particularidade na metodologia de apuramento desse ano: nos meses de março, abril, maio e junho a análise teve por base a totalidade das emissões/mês, não se limitando a uma amostra de uma semana mensal, como ocorreu nos restantes meses do ano e como está em prática desde 2016. Esse apuramento diferenciado em 2020 teve por base a necessidade de proceder-se a uma compilação de dados mais exaustiva, ao abrigo do desenvolvimento do estudo sobre a “Análise ao Cumprimento das Obrigações Constantes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido”, que veio a ser publicado pela ERC em setembro de 2020. Na altura pôde afirmar-se que se se excluíssem do apuramento anual os referidos quatro meses, 2020 contaria apenas 40 situações de alteração da programação, o que seria o número mais baixo verificado no quinquénio.

Não existe no quinquénio 2017-2021 uma descida gradual e consistente de casos, considerados os quatro serviços generalistas nacionais de acesso não condicionado livre. Contudo, o ano de 2018 registou o marco mínimo de alterações da programação (61) e o ano de 2021 parece também encetar uma evolução descendente nos casos totais apurados, com uma diferença de menos 129 casos de alteração da programação registados em face do ano imediatamente anterior.

Ao contrário do que foi possível apurar na análise ao ano de 2017, cujos máximos totais de situações irregulares mostraram uma consistência com dois acontecimentos de relevo a nível nacional (morte do Dr. Mário Soares e “incêndios de Pedrógão Grande”), ou na análise ao ano de 2020, em que a grande maioria das situações irregulares foi verificada em março, abril, maio e junho, estando esmagadoramente relacionadas com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações, nos anos 2018, 2019 e 2021



não foi possível apurar um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, pois as causas que estiveram na base das alterações ocorridas foram muito diversificadas e não tiveram correspondência em todos os serviços.

Quanto à evolução por serviço de programas, a RTP1 teve a melhor performance do quinquénio em 2018 (15), tal como a TVI (7). A SIC teve o seu melhor resultado em 2019 (7) e a RTP2 (10) alcançou o melhor resultado em 2017. A assinalar como muito positivo o facto de todos os serviços terem registado menos casos em 2021 do que em 2020, mas só as análises de 2022 permitirão concluir se estamos perante uma tendência descendente generalizada e consolidada.

Os dados apurados para o quinquénio 2017-2021 continuam a espelhar a inconstância destes serviços em matéria de “Anúncio da Programação”, não se contabilizando, em nenhum deles, mais de dois anos em que a tendência de subida ou descida não seja invertida, a mais das vezes sem uma razão de fundo aparente.

No que a 2020 diz respeito, manifestou-se um padrão comum de agravamento seguido por RTP1, SIC e TVI, e que, como acima já se referiu, não poderemos deixar de relacionar intimamente com a pandemia Covid-19.

Não obstante, não deixaremos de assinalar que a RTP2, em 2020, obteve melhor resultado do que em 2019, o que se justifica pela natureza própria da programação deste serviço, que não sofreu de forma tão impactante as alterações provocadas pela pandemia Covid-19.

Já em 2021, todos os serviços melhoraram o comportamento de 2020, o que poderá significar boas notícias para o ano de 2022.

O Conselho Regulador da ERC não determinou a abertura de processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação” durante os anos de 2018 e 2020.

Em 2017, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de apenas um processo de contraordenação, 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).

No decurso de 2019, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de dois processos 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 não obtiveram uma decisão final durante o ano de 2021 em análise.

E ainda, no decurso de 2021, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de apenas um processo de contraordenação, relativo às alterações da programação registadas no terceiro trimestre de 2021, no serviço de programas SIC (Deliberação ERC/2021/343 (PROG-TV), de 17 de novembro de 2021), o qual ainda se encontra em fase de instrução.

3.3 OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

No decurso de 2021, para além das verificações regulares aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, RTP2, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho dos seguintes serviços de programas:

FIG.7 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2021

NÚMERO DE REGISTO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	COBERTURA	TIPO DE PROGRAMAÇÃO	TIPO DE ACESSO
523385	Sport TV Portugal, S.A.	Sport TV +	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
		Sport TV 3	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
		Sport TV 5	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
523402	Vicra Comunicações, Lda.	A Bola TV	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
523416	C11 - Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
523383	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Radical	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
		SIC Caras	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
		SIC Mulher	Nacional	Temático - Mulher	Acesso não condicionado com assinatura
523397	Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Casa e Cozinha	Nacional	Temático - Entretenimento/ Lifestyle	Acesso não condicionado com assinatura

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2021 por cada serviço de programas fiscalizado:

FIG.8 – AMOSTRA ANALISADA EM 2021 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "AP" - Outros Serviços				
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias	Total Alterações (n.º)
SPORT TV+	janeiro	3	18 a 24	33
	abril	16	19 a 25	54
SPORT TV3	junho	24	14 a 20	26
	novembro	45	8 a 14	57
SPORT TV5	julho	28	12 a 18	18
A BOLA TV	fevereiro	6	8 a 14	9
	abril	15	12 a 18	27
11	junho	23	7 a 13	31
	dezembro	49	6 a 12	36
	fevereiro	7	15 a 21	0
SIC Radical	junho	25	21 a 27	
	agosto	32	9 a 15	0
	setembro	37	13 a 19	
	dezembro	49	6 a 12	
SIC Caras	março	10	8 a 14	
	maio	18	3 a 9	0
	setembro	38	20 a 26	
	novembro	46	15 a 21	
SIC Mulher	julho	29	19 a 25	
	setembro	36	6 a 12	0
	dezembro	50	13 a 19	
Casa e Cozinha	setembro	36	6 a 12	0
	dezembro	50	13 a 19	
	dezembro	50	13 a 19	

As análises foram realizadas recorrendo à comparação entre a grelha de programação anunciada e previamente divulgada – cujo upload foi, em alguns casos, diretamente efetuado pelos operadores na aplicação criada para o efeito, “Análise de Grelhas de Programação TV”, com a antecedência prevista na LTSAP, noutros pela própria ERC, após receção

das grelhas dos operadores – e a emissão efetiva, com o recurso, em vários casos, às gravações disponibilizadas pelos operadores.

Seguindo a metodologia utilizada nas análises regulares aos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, os casos de desvio dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos não foram considerados para efeitos destas verificações.

Todas as análises ao anúncio da programação dos serviços referidos na Figura 8 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 serão depois 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.

Posteriormente, os relatórios da avaliação intercalar das autorizações serão tidos em conta na análise global efetuada para efeitos da renovação das autorizações, nos termos dos artigos 22.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, uma vez que essa renovação apenas é concedida em caso de reconhecido cumprimento das obrigações e condições a que se encontram vinculados os respetivos operadores.

No ano em análise, a avaliação do “anúncio da programação” dos serviços melhor identificados na Figura 7 não teve por base qualquer denúncia, sendo apenas fruto do normal exercício da atividade fiscalizadora da ERC.

Tal como se pode observar no quadro da Figura 8, os serviços SIC Radical, SIC Caras, SIC Mulher e Casa e Cozinha mostraram um respeito integral da norma aplicável em termos de “anúncio da programação”. Para o efeito terá contribuído um apertado controlo interno e ainda o facto de serem serviços com poucos programas em direto, nos quais o acompanhamento da atualidade não se faz de forma tão premente como noutros serviços autorizados, mantendo uma programação essencialmente assente em programas pré gravados, o que assegura um maior grau de previsibilidade na sequência programada dos conteúdos em grelha e a sua efetiva emissão nos horários previamente estabelecidos.

Já no que respeita aos serviços temáticos de desporto analisados, SPORT TV+, SPORT TV3, SPORT TV5, A Bola TV e 11, as alterações ocorridas na programação foram, na sua maioria, 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, e informação especializada (desportiva) da atualidade, 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.

De referir que, à semelhança da avaliação feita para os serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI, quando são detetadas situações cujo enquadramento na norma de exceção não é possível, como origem em lapsos de natureza técnica ou editorial (que não estejam devidamente documentados), o Conselho Regulador poderá sempre determinar que sejam relevados, após análise do comportamento global.

No que à 11 diz respeito, a título de exemplo, enfatiza-se o compromisso assumido pelo operador de implementação de rigorosos procedimentos de controlo interno, que levarão à comunicação atempada à ERC das justificações quanto às alterações que faça na grelha de programação, para que o Regulador as possa ter em consideração na sua análise.

Sempre que abordada para o efeito, a ERC prestou os esclarecimentos considerados necessários para que os operadores pudessem otimizar os seus recursos na construção das grelhas e os mecanismos internos de controlo nesta matéria.

Note-se que, de entre as situações analisadas, praticamente todas puderam enquadrar-se na norma de exceção, sem reservas. Foram situações quase todas inerentes a programação desportiva, emitida em direto. E as (muito poucas) que não puderam enquadrar-se foram relevadas atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespectadores e por motivos de economia processual, tendo todos os procedimentos de fiscalização sido arquivados quanto à matéria que nos ocupa.

Não obstante esse arquivamento, 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, apesar de não ter havido matéria para a abertura de qualquer processo contraordenacional.

4. ANÁLISE DOS CASOS DE ALTERAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

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 (cf. n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP). 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.

Face a essa obrigação, os operadores deverão comunicar à ERC, com a devida regularidade, as alterações da programação anunciada e as circunstâncias em que estas ocorrerem para que possam ser devidamente avaliadas e, eventualmente, justificadas face às exceções previstas no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP. Assim, pese embora um serviço de programas possa ter-se 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 e que o operador seja punido por esses desvios.

Daqui decorre que, para que possam ser devidamente avaliadas, os operadores têm um papel ativo na comunicação à ERC de todas as alterações ocorridas e as circunstâncias em que ocorrerem, uma vez que estas comunicações 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.

De acordo com as verificações mensais efetuadas nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, ao longo de 2021, e tendo em conta a amostra selecionada em cada mês (uma semana/mês), registou-se um total de 110 situações de alteração da programação, as quais, após análise dos motivos que lhes estiveram na base, 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 continuam a decorrer, 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 da atualidade informativa e provas desportivas e outros eventos.

No âmbito das análises efetuadas no decurso de 2021, 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, como o desenvolvimento da pandemia Covid-19 e das medidas aplicadas em cada momento, a eleição presidencial e os debates que lhe antecederam; (ii) Manifestações desportivas, eventos civis, religiosos e outros, transmitidos em direto, cuja duração não é da responsabilidade do operador; (iii) homenagens póstumas 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, mas também em problemas técnicos que são indicados pelos operadores sem qualquer suporte documental e que não são perceptíveis através da visualização da emissão.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

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, na sua versão atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Em 2021, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade por amostra, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram ainda verificadas as emissões dos serviços de programas temáticos A Bola TV, 11, Casa e Cozinha, SIC Caras, SIC Mulher, SIC Radical, Sport TV+, Sport TV3 e Sport TV5.

Estes serviços foram também objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º-A e seguintes da LTSAP.

No que respeita ao cumprimento das normas contidas na LTSAP, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, não se verificaram situações de incumprimento, à exceção da SIC nos 3.º e 4.º trimestres.

O tempo de mensagens que preenche os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI, é, na maior parte, ocupado com autopromoções.



Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das figuras do patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados para o estrito cumprimento das normas constantes da LTSAP.

Em 2021, foram medidos os níveis de volume de som de cinco serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado flutuações significativas dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

2. METODOLOGIA - TEMPOS E INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

O universo de análise da avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente, com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da Mediamonitor/Yumi.

Foram assim avaliados os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, SIC e TVI, tendo por base amostras semanais que recaíram sobre os meses de janeiro a dezembro de 2021, no final de cada trimestre.

FIG.1 – AMOSTRA 2021 – RTP1, SIC E TVI

Amostra "Publicidade Televisiva"		
Trimestres	Meses	Semanas/dias
1.ºT	1	4 a 10 janeiro
	6	8 a 14 fevereiro
	12	22 a 28 março
2.ºT	14	5 a 11 abril
	19	10 a 16 maio
	24	14 a 20 junho
3.ºT	27	5 a 11 julho
	32	9 a 15 agosto
	37	13 a 19 setembro
4.ºT	41	11 a 17 outubro
	47	22 a 28 novembro
	50	13 a 19 dezembro

Foram ainda avaliadas amostras pontuais de uma ou mais semanas de 2021, dos serviços de programas temáticos 11, A Bola TV, Casa e Cozinha, SIC Caras, SIC Mulher, SIC Radical, SPORT TV+, SPORT TV3, e SPORT TV 5.

3. TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE TELEVISIVA

No seguimento de alterações à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), introduzidas pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020, com reflexo na matéria aqui analisada, procedeu-se no decorrer de 2021 a duas análises distintas, uma relativa às semanas 1 e 6, emissões que ocorreram antes da referida lei ter entrado em vigor, e outra às restantes semanas da amostra, estas já à luz das alterações introduzidas na LTSAP.

FIG.2 – INFRAÇÕES AO LIMITE DE TEMPO LEGALMENTE PERMITIDO PARA EMISSÃO DE PUBLICIDADE

2021 / Meses	Publicidade televisiva (n.º)			
	RTP1		SIC	TVI
	CCSPRT	LTSAP		
janeiro	1	0	0	0
fevereiro	2	0	0	0
março	0	0	0	0
abril	0	0	0	0
maio	1	0	0	1
junho	1	0	0	0
julho	1	0	0	0
agosto	1	0	0	0
setembro	0	0	3	0
outubro	0	0	3	0
novembro	2	0	3	0
dezembro	4	0	0	0
Total	13	0	9	1

Avaliação – semanas 1 e 6 de 2021

Prevê o n.º 1 do artigo 40.º, do referido diploma que «o tempo de emissão destinado às mensagens curtas de publicidade e de televenda, 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»¹.

A RTP1, a SIC e a TVI são serviços de acesso não condicionado livre, pelo que estão sujeitos à limitação de 20 % de reserva de tempo de emissão para difusão de mensagens publicitárias, ou seja, 12 minutos entre duas unidades de hora.

Nas análises efetuadas, foram excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2, da citada norma, designadamente as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televenda, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não fossem próprios, diretamente relacionados com os programas do operador.

¹ Redação anterior às alterações introduzidas pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020.

Para além destas, em respeito pela LTSAP, foram ainda objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no art.º 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.

O apuramento para a exclusão de campanhas do cômputo dos limites de tempo impostos à difusão de mensagens publicitárias é realizado, desde agosto de 2015, com base nos critérios adotados pela ERC em Parecer aprovado em reunião do Conselho Regulador, de 6 de maio de 2015.

O referido parecer, no que se refere às “mensagens relativas a serviços públicos, fins de interesse público e apelos de teor humanitário” considera «(...) que a emissão destas comunicações (...), mediante pagamento, não tem enquadramento no âmbito da “publicidade televisiva”, atentos os seus requisitos, não se encontram ainda assim sujeitas a quaisquer limites de ordem temporal».

O mencionado parecer deixou ainda expresso que «O conceito de publicidade televisiva, restrito à comunicação em serviços de programas televisivos, impõe a existência de remuneração ou retribuição similar “ou carácter autopromocional” - i.e. se as mensagens forem passadas em antena gratuitamente, não podem ser consideradas para o cômputo de “publicidade televisiva”».

E ainda «Contudo, é de notar que o enquadramento no âmbito do artigo 41.º-C e a aplicação do respetivo regime (ou seja, a inexistência de limites de tempo para a sua divulgação para além de mensagens de teor humanitário) pressupõe a existência de um “interesse público”».

Esse apuramento passa, assim, por uma avaliação casuística das campanhas elencadas pelo operador e daquelas que resultem de análise aprofundada à composição dos intervalos, apesar de não indicadas e difundidas em antena mediante remuneração, 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.

Em resultado das análises efetuadas, na amostra selecionada para janeiro e fevereiro de 2021, na qual se concedeu uma margem de apreciação de seis segundos, e observados os critérios de exclusão previstos nas normas supra referidas, apurou-se que o limite de tempo legalmente permitido para a emissão de publicidade não foi ultrapassado, não tendo os serviços de programas RTP1, SIC e TVI, reservado mais de 20 % do seu tempo de emissão para a difusão de mensagens publicitárias nesses períodos.

Avaliação – restantes semanas de 2021

O n.º 1 do artigo 40.º da LTSAP estabelece que «o tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à televenta, tanto no período compreendido entre as 6 e as 18 horas, como no período compreendido entre as 18 e as 24 horas, não pode exceder 10 % ou 20 % consoante se trate, respetivamente, de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura»².

A RTP1, SIC e TVI são serviços de acesso não condicionado livre, pelo que estão sujeitos à limitação de 20 % do tempo de emissão nos distintos períodos previstos pela norma.

Na análise efetuada nas semanas que constam da Figura 1, semana 12 e seguintes, foram excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2, da citada norma, ou seja, «a) Os blocos de televenta; b) As mensagens do operador televisivo relacionadas com os seus próprios programas e com produtos acessórios deles diretamente derivados, ou com programas e serviços de comunicação social audiovisual de outras entidades

² Redação pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020.

pertencentes ao mesmo grupo; c) Os anúncios dos serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor caritativo transmitidos graciosamente; d) Os anúncios de patrocínio; e) A colocação de produto e ajuda à produção; f) Os quadros neutros entre o conteúdo editorial e os spots de publicidade televisiva ou de televenda, e entre os vários spots».

No mesmo sentido, o art.º 41.º-C da LTSAP determina a exclusão, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, 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.

Em resultado das análises efetuadas, e atentas as exclusões supramencionadas, tendo sido concedida uma margem de apreciação de seis segundos, não se verificaram incumprimentos dos 12 minutos de publicidade, nos períodos horários firmados pela nova redação do n.º 1 do artigo 40.º da LTSAP, no serviço de programas da RTP1.

Na emissão do serviço de programas TVI, observou-se a ocorrência de excesso de publicidade, no dia 16 de maio de 2021, no período horário compreendido entre as 18h00 e as 24h00 (17 segundos). Esta situação foi relevada por se tratar de uma situação pontual, e por motivos de economia processual, tendo o operador sido advertido para a necessidade do cumprimento da referida norma.

No caso da SIC, observando-se a margem de apreciação de seis segundos e os critérios de exclusão, o limite de tempo legalmente permitido (02h24m) para a emissão de publicidade televisiva e televenda foi ultrapassado, nos períodos coincidentes com a amostra de setembro, outubro e novembro de 2021, tendo o referido serviço de programas reservado mais de 20 % do seu tempo de emissão para a difusão de mensagens publicitárias, conforme consta da Figura 2, que originaram a decisão de abertura de processos contraordenacionais que se encontram em fase de instrução (Deliberações ERC/2022/21 (PUB-TV) e ERC/2022/140 (PUB-TV).

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 (CCSPTV), 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, foram identificadas situações com mais de seis minutos (com margem de seis segundos), conforme disposto na Figura 2.

Atendendo a que a matéria relacionada com o cumprimento do CCSPTV é da competência do Ministro das Finanças e da responsável pela área da Comunicação Social, os factos foram comunicados a este Membro do Governo, bem como ao operador.



3.1 OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

No decurso de 2021, para além das verificações regulares dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho de outros serviços de programas.

FIG.3 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2021

OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	COBERTURA	TIPO DE PROGRAMAÇÃO	TIPO DE ACESSO
Sport TV Portugal, S.A.	Sport TV +	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
	Sport TV 3	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 5	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
Vicra Comunicações, Lda.	A Bola TV	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
C11 - Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Radical	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Caras	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Mulher	Nacional	Temático - Mulher	Acesso não condicionado com assinatura
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Casa e Cozinha	Nacional	Temático - Entretenimento/ Lifestyle	Acesso não condicionado com assinatura

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2021 por cada serviço de programas fiscalizado.

FIG.4 – AMOSTRA ANALISADA EM 2021 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "PUB" - Outros serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias
SPORT TV+	janeiro	3	18 a 24
	abril	16	19 a 25
SPORT TV3	junho	24	14 a 20
	novembro	45	8 a 14
SPORT TV5	julho	28	12 a 18
A BOLA TV	fevereiro	6	8 a 14
	abril	15	12 a 18
11	junho	23	7 a 13
	dezembro	49	6 a 12
SIC Radical	fevereiro	7	15 a 21
	junho	25	21 a 27
SIC Caras	agosto	32	9 a 15
	setembro	37	13 a 19
	dezembro	49	6 a 12
SIC Mulher	março	10	8 a 14
	maio	18	3 a 9
	setembro	38	20 a 26
	novembro	46	15 a 21
Casa e Cozinha	julho	29	19 a 25
	setembro	36	6 a 12
	dezembro	50	13 a 19

As análises ao tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda dos serviços que constam do quadro supra foram realizadas em processos autónomos de fiscalização, com a finalidade de verificar o cumprimento das normas que constam dos artigos 40.º e 41.ºC da LTSAP.

Relativamente aos nove serviços temáticos fiscalizados, não se registaram infrações, pelo que todos os processos foram arquivados.



4. INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

No que se refere à inserção de publicidade televisiva, foram verificados os 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». Foi analisada a emissão dos serviços de programas - 11, A Bola TV, RTP1, SIC, SIC Mulher, Sport TV + e TVI.

Da análise da emissão dos serviços de programas 11, A Bola TV, SIC, SIC Mulher, SPORT TV + e TVI não foram identificadas situações irregulares no que se refere aos artigos supramencionados.

No serviço de programas 11, ocorreram situações que nem sempre foram devidamente identificadas, como o patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, em especial no recomeço dos programas, conforme determina o disposto no n.º 2 do artigo 41.º e n.ºs 6 e 7 do 41.º - A da LTSAP.

Na RTP1, na sequência do visionamento efetuado na semana 50 (13 a 19 dezembro 2021), conclui-se que o operador RTP cumpre, na sua grande maioria as regras respeitantes à inserção de publicidade televisiva constantes dos 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 Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Observaram-se algumas irregularidades de identificação dos programas patrocinados, tal como exigida pelo n.º 2 do art.º 41.º LTSAP, ou dos programas com ajudas à produção, tal como exigida pelo n.º 6 ex vi n.º 7 do art.º 41.º-A LTSAP. No entanto, os separadores “Este programa é patrocinado por” (este acústico) e “Este programa teve ajuda à produção de” permitiram identificar quer os patrocinadores, quer as ajudas à produção em causa.

5. PRINCÍPIOS ORIENTADORES DA AVALIAÇÃO DO VOLUME DE SOM

A inserção de publicidade televisiva ou televenda não pode implicar um aumento de volume sonoro aplicado à restante programação, conforme disposto no n.º 2 do artigo 40.º-B da LTSAP.

Tendo em conta que a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido não quantifica as diferenças tidas por aceitáveis para aplicação e fiscalização do previsto no artigo 40.º-B, n.º 2, da LTSAP, foram estabelecidos critérios na Diretiva 2016/1 «Sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro durante a difusão de publicidade nas emissões televisivas».

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU³, o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em -23 LUFS (*Loudness Unit*, referenced to Full Scale).

Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar ± 1 LU (*Loudness Unit*)⁴.

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.

5.1 METODOLOGIA

Os serviços de programas que constam da Figura 5 foram analisados, tendo por base uma amostra aleatória em 2021, considerados os seguintes critérios:

- i) Diferentes períodos horários;
- ii) Quatro horas seguidas de programação;
- iii) Análise das autopromoções nos períodos da amostra;
- iv) Análise da publicidade nos períodos da amostra.

FIG.5 - AMOSTRA - VOLUME DE SOM-2021

Amostra Volume Sonoro 2021		
Serviços de programas	Dia	Período horário
SPORTV TV+	18 jan.	9h00-13h00
	20 jan.	14h00-18h00
	24 Jan.	20h00-24h00
SIC Mulher	08 mar.	9h00-13h00
	10/mar	14h00-18h00
	14 mar.	20h00-24h00
Canal 11	08 jun.	9h00-13h00
	10 jun.	14h00-19h00
	12 jun.	20h00-24h00

³ Esta recomendação resulta de um estudo do comité técnico da EBU (European Broadcasting Unit), que analisou a necessidade de regular os níveis do sinal áudio nas fases de produção, distribuição e transmissão dos programas com base no nível de sensação de intensidade auditiva. Assim, entende-se como programa todo o conteúdo autónomo ou independente. Neste contexto, um intervalo publicitário é considerado um programa.

⁴ 1 LU = 1 Db (decibel).

Amostra Volume Sonoro 2021		
Serviços de programas	Dia	Período horário
Benfica TV	08/jul.	9h00-13h00
	10 agt.	14h00-18h00
	14 set.	20h00-24h00
RTP 1	05 jul.	9h00-13h00
	13 agt.	14h00-18h00
	23 set.	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.

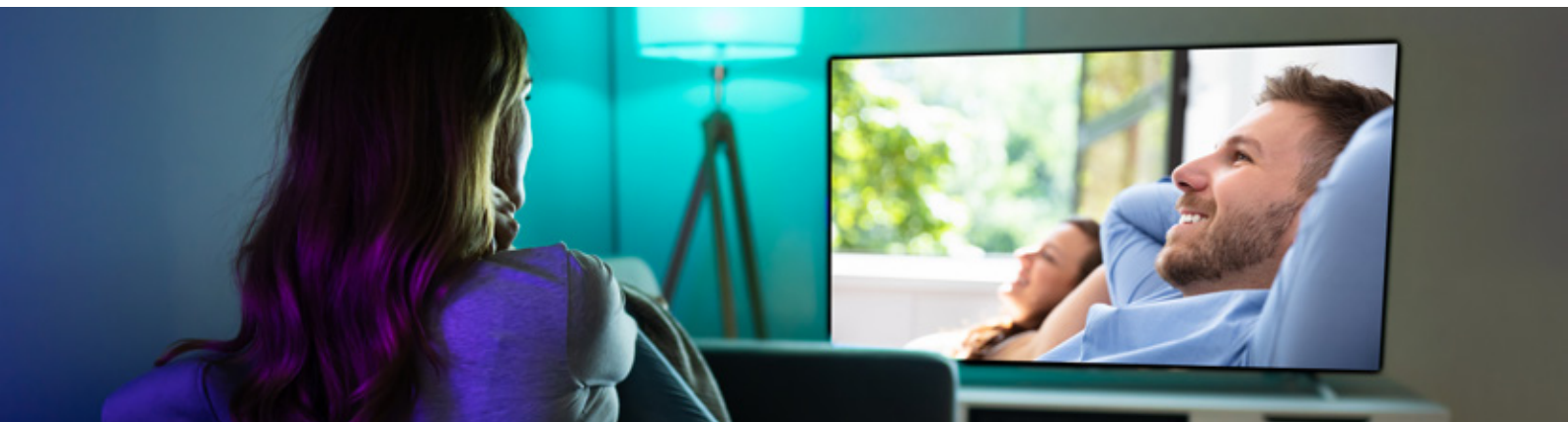
5.2 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra identificada e atendendo aos eventos analisados, em 2021, apuraram-se os resultados constantes da Figura 6.

FIG.6 – RESULTADOS DA AVALIAÇÃO DO VOLUME SONORO-2021

Serviço de programas	Evento	1.º Trimestre		2.º Trimestre		3.º Trimestre	
		LUFS	Nível sonoro	LUFS	LUFS	LUFS	Nível sonoro
SPORTV TV+	Programação	-22,8	Adequado				
	Autopromoção	-22,8	Adequado				
	Publicidade	-23,1	Adequado				
SIC Mulher	Programação	-22,9	Adequado				
	Autopromoção	-22,7	Adequado				
	Publicidade	-22,7	Adequado				
Canal 11	Programação			-22,6	Adequado		
	Autopromoção			-22,8	Adequado		
	Publicidade			-22,7	Adequado		
Benfica TV	Programação					-22,7	Adequado
	Autopromoção					-22,7	Adequado
	Publicidade					-22,7	Adequado
RTP 1	Programação					-22,3	Adequado
	Autopromoção					-22,5	Adequado
	Publicidade					-22,5	Adequado

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, os valores integrados de intensidade auditiva para cada evento determinado, nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas acima identificados registaram níveis de volume sonoro adequados (- 23 LUFS, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1.



6. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

6.1 TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na Figura 7 são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, em 2021.

FIG.7 – TEMPO DE EMISSÃO E PERCENTAGEM DEDICADA AOS INTERVALOS-2021

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1783	20,4%
RTP2	8760	275	3,1%
SIC	8760	2299	26,2%
TVI	8760	2071	23,6%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A SIC registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 26,2 % da emissão do serviço, seguindo-se a TVI, com 23,6 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, apenas 20,4 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 3,1 %.

Mais se assinala uma redução dos tempos de intervalo em relação a 2019, o que advém em grande parte do período de confinamento e consequente diminuição das mensagens comerciais inseridas nos intervalos.

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.

6.2 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 televenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2021, conforme demonstrado na Figura 8.

FIG. 8 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (EM %) – 2021

Serviços de programas	Autop.	Patrocínios	Mensagens gratuitas	Outras Mensagens	Pub. comercial	TOTAL
RTP1	11,3%	2,4%	3,0%	0,8%	82,6%	100,0%
RTP2	69,5%	1,8%	26,5%	2,2%	0,0%	100,0%
SIC	12,7%	4,8%	0,6%	0,3%	81,6%	100,0%
TVI	8,5%	2,9%	0,9%	0,1%	87,5%	100,0%

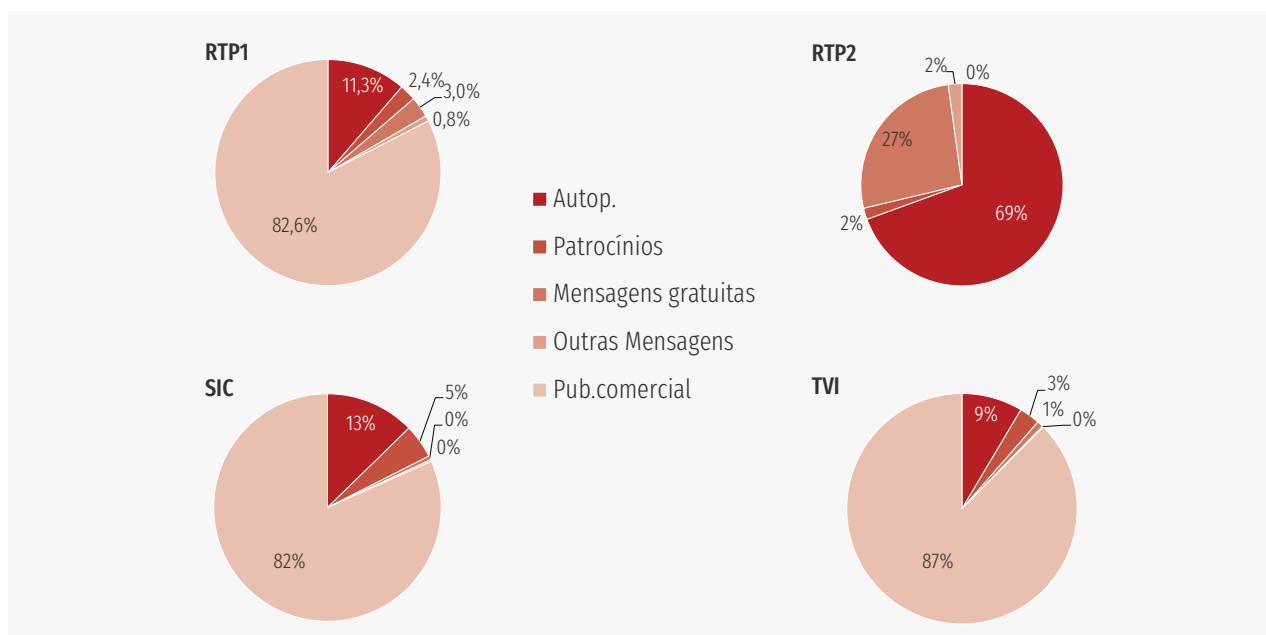
Fonte: YUMI/ Mediamonitor

Nos três serviços de programas, RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas por publicidade comercial com tempo total anual superior a 80 %. Já quanto às autopromoções, a maior presença regista-se na RTP2, dado o serviço de programas não poder ter publicidade comercial, com 69,5 %, seguidas da SIC, com 12,7 %, da RTP1, com 11,3 %, e da TVI, com 8,5 %.

Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC conta com a maior percentagem, com 4,8 %.

As designadas “Mensagens Gratuitas” encontram maior expressão na RTP2, com 26,5 %, e a RTP1, com 3,0 %, o que decorre da sua missão específica de serviço público. O mesmo sucede para “Outras Mensagens”, onde a RTP2 atinge maior percentagem, 2,2 %, seguida pela RTP1, com 0,8 %.

FIG.9 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (%) - 2021



Atendendo a que as mensagens suprarreferidas são objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, nos termos do artigo 41.º-C, da LTSAP, verifica-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial, que representou na RTP1, SIC e TVI um percentual muito semelhante face ao registado em 2020.

FIG. 10 - TEMPO DE EMISSÃO E BLOCOS DE TELEVENDA (EM H) – 2021

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	(%)
RTP1	8760	698	8,0%
SIC	8760	607	6,9%
TVI	8760	549	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 8,0 % do tempo de emissão, seguida da SIC, com 6,9 %, e, por último, a TVI, com 6,3%.

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 sob jurisdição do Estado Português.

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 (LEG), a RTP1 não atingiu o mínimo de horas previsto no Plano Plurianual em oito das doze semanas analisadas em 2021.

Por sua vez, a RTP2 excedeu a meta de programação acompanhada por esta acessibilidade em todas as semanas analisadas.

No que respeita à Língua Gestual Portuguesa (LGP), cumpre destacar que o serviço RTP1 excedeu largamente o mínimo previsto em todas as semanas da amostra, ultrapassando, na semana 50, mais de 56 horas de programação acompanhadas por LGP. A RTP2 cumpriu o previsto na globalidade, com exceção das semanas 27 e 32/ 3.º trimestre, onde os conteúdos emitidos, enquadráveis nos géneros do Plano Plurianual e a interpretação de um serviço noticioso noturno, não

foram suficientes para atingir o cômputo de horas previsto no Plano. Tal foi motivado por alterações da grelha de programação, com a suspensão de programas que integram os géneros contabilizados nesta acessibilidade, pelo que se considerou ser aplicável o previsto no ponto 13.8 das Regras complementares do Plano Plurianual.

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

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP 3, cumpriu, na globalidade, o Plano Plurianual no que concerne a acessibilidade de Língua Gestual Portuguesa nas semanas analisadas, salvo na semana 27, que apresentou um desvio pouco significativo que foi relevado.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito regional, RTP Madeira e RTP Açores, cumpriram o Plano Plurianual na globalidade das semanas analisadas, cumprindo salientar, todavia, que em algumas semanas não foi possível obter a informação sobre esta acessibilidade nos serviços de programas em questão por motivos técnicos (ponto 3.3.1).

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, SIC e TVI, em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a SIC cumpriu globalmente o volume de horas previsto nas semanas analisadas, com exceção das semanas 24 e 37, tendo as ocorrências sido relevadas. A primeira em razão de se tratar de um desvio pouco significativo e a segunda por insuficiente programação enquadrável nas obrigações do Plano Plurianual, em razão da emissão de um evento em direto, pelo que se observou o princípio da liberdade de programação.

O serviço de programas TVI não registou o volume de horas necessário de programação acompanhada por esta acessibilidade, nas semanas 1, 6, 12, 37, 41 e 50, situações que foram relevadas, tendo em conta que se observou, entre outros, um elevado volume de horas de emissão em direto, pelo que não foram disponibilizados conteúdos programáticos que permitissem ao operador cumprir o mínimo de 18 horas de legendagem exigido pelo Plano Plurianual.

No que respeita à Língua Gestual Portuguesa (LGP), os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional cumpriram, globalmente, o volume mínimo obrigatório de horas emitidas de programas acompanhados por esta acessibilidade.

Relativamente à audiodescrição, ambos os serviços de programas cumpriram o estipulado no Plano Plurianual, sendo de destacar que a TVI emitiu cerca de 64 horas de programação acompanhada de audiodescrição, ultrapassando largamente o valor de referência (12 horas).

Quanto aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, Porto Canal, CMTV, SIC Notícias e TVI24/CNN Portugal (a TVI24 passou a ter a designação de CNN Portugal a 22 de novembro de 2021), a obrigatoriedade de três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa foi cumprida. De destacar que a CNN e o Porto Canal emitiram mais de 93 e 95 horas, respetivamente, de emissão de programação acompanhada por LGP.

De assinalar, também, o cumprimento generalizado das “Regras Complementares” do Plano Plurianual, no período em que decorreram as eleições Presidenciais 2021 (24 de janeiro), bem como as eleições Autárquicas (26 de setembro), de onde apenas ressalta a abertura de um processo contraordenacional, concernente ao serviço de programas Porto Canal, motivado por falta de acompanhamento de interpretação por meio de língua gestual portuguesa dos debates no âmbito das eleições autárquicas.

2. ENQUADRAMENTO E METODOLOGIA

O Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, define o conjunto de obrigações para os operadores de televisão e serviços audiovisuais a pedido, sujeitos à jurisdição nacional em matéria de acessibilidade dos programas televisivos por pessoas com necessidades especiais.

O referido Plano estipula obrigações distintas para o serviço público de televisão e para os operadores privados de modo a tornar acessíveis os serviços de programas 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).

Dado o contexto de pandemia, o Conselho Regulador da ERC deliberou prorrogar, até ao dia 31 de dezembro de 2021, a vigência do Plano Plurianual, mantendo-se as obrigações constantes da Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro.

Entretanto, foi aprovada a Deliberação ERC/2021/317, de 10 de novembro, sendo que as obrigações estavam previstas entrar em vigor a 1 de março de 2022.

Assim, em 2021, no que respeita ao operador de serviço público, para os serviços de programas RTP1, RTP2, RTP Madeira e RTP Açores, entre as 8h00 e as 2h00, e para o serviço de programas RTP 3, entre as 08h00 e as 00h00, o Plano Plurianual determina um conjunto de obrigações detalhadas na Figura 1.

FIG.1 – SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO – OBRIGAÇÕES DO PLANO PLURIANUAL

PLANO PLURIANUAL Serviço Público

RTP1 - 08/02h

- LEG-20h semanais de prog. natureza informativa, ficção, documentários ou *magazines* culturais;
- LGP-12h semanais de prog. natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno integral /semana;
- AUD-70h anuais de prog. ficção ou documentários.

RTP2 - 08/02h

- LEG-20h semanais de prog. natureza informativa, ficção, documentários ou *magazines* culturais;
- LGP-12h semanais de prog. natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno integral e diário, se constar em grelha;
- AUD-20h anuais de prog. ficção ou documentários.

RTP3 - 08h/00h

- LGP-6h semanais de prog. de natureza informativa, incluindo a interpretação integral de dois dos serviços noticiosos/semana.

RTP Madeira e RTP Açores - 08/02h

- LGP-6h semanais de prog. de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa.

Os operadores privados de televisão, detentores de serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, SIC e TVI, entre as 8h00 e as 2h00, e os operadores com serviços de programas generalistas e temáticos de informação

de acesso não condicionado com assinatura, Porto Canal, CMTV, SIC Notícias, CNN, terão de cumprir, entre as 8h00 e as 00h00, as obrigações que constam da Figura 2.

FIG.2 – OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO - OBRIGAÇÕES DO PLANO PLURIANUAL

PLANO PLURIANUAL
Operadores Privados

SIC e TVI - 08/02h

- LEG-18h semanais de prog.de natureza informativa, de ficção, documentários ou *magazines* culturais;
- LGP-8h semanais de prog.de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno integral/semana;
- AUD-12h anuais prog. ficção ou documentários.

Porto Canal, CMTV, SIC Notícias, CNN Portugal – 08/00h

- LGP-3h semanais de prog. de natureza informativa, incluindo a interpretação integral de um dos serviços noticiosos/semana

Com o objetivo de verificar o cumprimento do Plano Plurianual, foram efetuadas análises, por amostra, de uma semana por mês de 2021, com vista ao apuramento dos tempos de Legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva (LEG) e de Língua Gestual Portuguesa (LGP). Quanto à Audiodescrição (AUD), atendeu-se ao universo total da emissão de 2021, como estipulado no Plano plurianual.

Como fonte de pesquisa, foi consultada a base de dados YUMI/Mediamonitor e visionadas as emissões dos serviços em análise 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)

2021	RTP1		RTP2	
	LEG-20h	LGP-12h	LEG-20h	LGP-12h
Semanas				
1	19:16:15	55:53:01	55:20:48	17:34:33
6	23:17:28	49:09:20	56:11:51	16:52:21
12	16:09:47	51:06:55	51:22:00	18:49:32
14	17:11:13	53:55:41	43:46:25	20:57:46
19	14:58:37	54:11:41	47:56:20	17:36:33
24	13:05:03	53:09:42	50:11:29	19:41:25
27	16:14:39	29:39:00	45:57:22	6:35:28
32	14:59:19	34:00:21	56:23:27	6:59:05
37	21:38:48	33:15:52	57:20:35	15:26:29
41	20:06:24	51:47:08	42:19:31	18:15:07
47	17:57:00	53:20:06	45:54:58	17:20:52
50	17:19:13	56:54:25	39:09:21	18:16:10

FIG. 4 – TEMPOS DE PROGRAMAS COM AUD (HH:MM:SS)

2021	RTP1	RTP2
Semanas	AUD-70h	AUD-20h
53	00:41:17	00:00:00
1	04:37:06	00:00:00
2	00:46:36	00:00:00
3	04:28:48	00:00:00
4	04:13:52	00:00:00
5	00:49:25	01:25:17
6	04:09:32	01:15:40
7	04:07:20	00:00:00
8	00:47:58	00:34:53
9	00:43:26	00:00:00
10	00:43:52	00:00:00
11	00:56:09	00:00:00
12	00:00:00	02:29:09
13	01:46:34	01:40:36
14	00:00:00	02:03:22
15	01:38:57	02:57:30
16	02:39:43	02:03:40
17	00:49:21	00:25:53
18	00:42:44	00:00:00
19	00:48:16	00:00:00
20	02:01:12	00:00:00
21	00:44:19	00:00:00
22	01:52:23	00:00:00
23	00:49:50	00:00:00
24	00:48:26	00:00:00
25	01:23:20	00:00:00
26	00:00:00	00:00:00
27	01:25:03	01:46:50
28	01:20:45	01:55:24
29	00:00:00	00:00:00
30	02:51:57	00:00:00
31	02:45:29	00:00:00
32	03:38:22	00:00:00
33	05:19:09	01:28:07
34	03:45:51	00:00:00
35	03:03:45	00:00:00
36	00:39:58	00:00:00
37	02:31:20	00:00:00
38	00:46:00	00:00:00
39	03:32:34	00:27:59
40	01:26:42	00:00:00
41	01:37:25	00:00:00

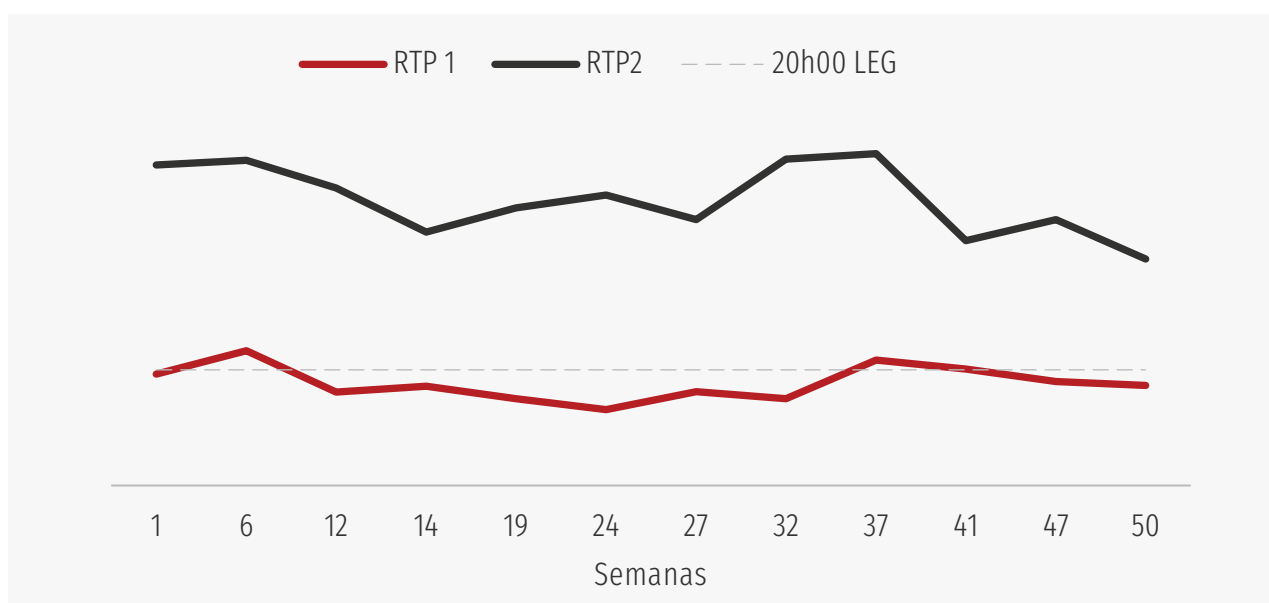
2021	RTP1	RTP2
Semanas	AUD-70h	AUD-20h
42	01:29:12	00:00:00
43	02:59:11	00:00:00
44	00:51:09	01:22:04
45	00:53:41	00:43:21
46	01:32:51	00:00:00
47	01:30:58	00:00:00
48	01:28:43	00:00:00
49	00:00:00	00:00:00
50	00:00:00	00:00:00
51	00:00:00	00:00:00
52	00:00:00	00:00:00
53	00:00:00	00:00:00
Total	88:40:31	22:39:45

3.1.1 LEGENDAGEM ESPECIFICAMENTE DESTINADA A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

A RTP1 e RTP2, de acordo com as obrigações previstas, 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.

Para efeitos do apuramento 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 TEMPOS DE PROGRAMAS COM LEG – RTP1 E RTP2



De acordo com os dados, a RTP1 atingiu um volume de tempo máximo de cerca de 23h17m, na semana 6, e um mínimo de 13h05m, na semana 24, não tendo este serviço atingido o volume de horas mínimo de 20 horas, em oito das doze semanas analisadas em 2021 (semanas 12,14,19,24,27,32,47,50), conforme previsto no Plano Plurianual.

Ao abrigo da liberdade de programação, tal como previsto no ponto 13.8 das III. Regras complementares do Plano Plurianual, foi efetuado um levantamento referente ao período compreendido na análise, o qual veio a confirmar que, nas referidas semanas, a RTP1 não emitiu conteúdos iguais ou superiores a 20 horas, enquadráveis nos géneros previstos pelo Plano Plurianual para a acessibilidade legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva.

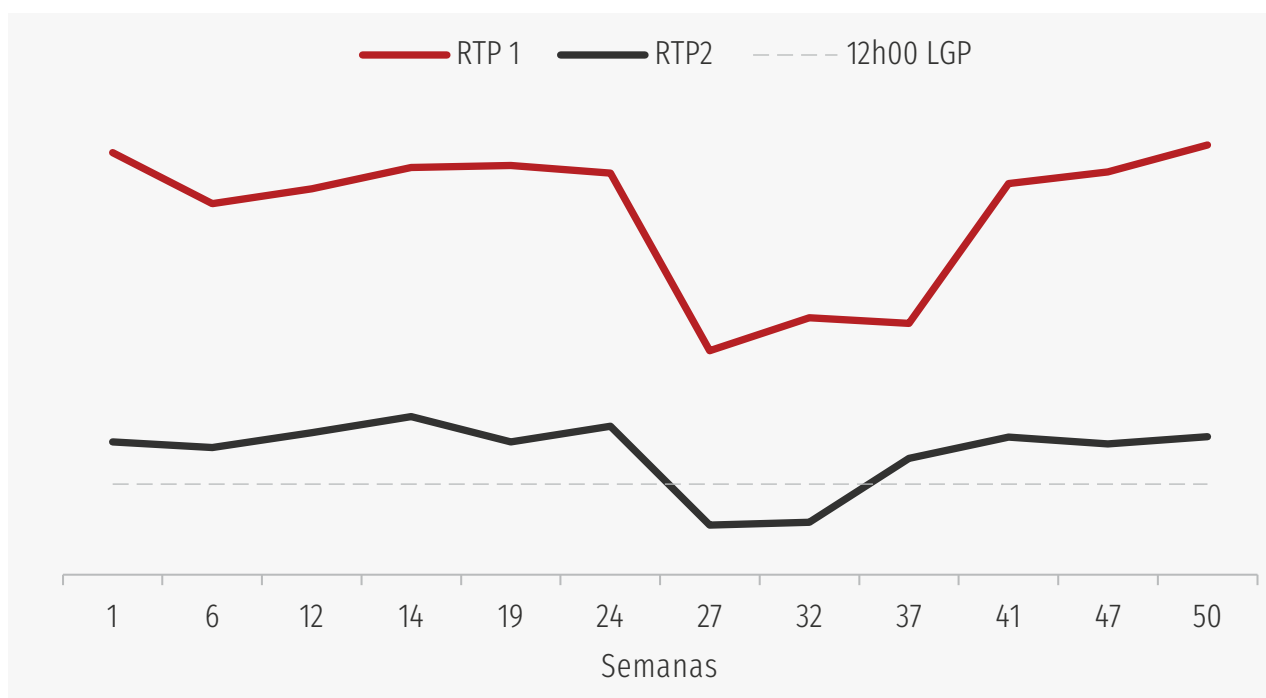
Segundo o referido ponto 13.8, «na avaliação do cumprimento das obrigações previstas nos Capítulos I e II será observado o princípio da liberdade de programação, considerando que o presente plano não condiciona a escolha dos elementos de programação a emitir», tendo-se concluído que em nenhuma das semanas supramencionadas foram disponibilizados conteúdos programáticos que permitissem ao operador cumprir o mínimo de 20 horas de legendagem exigido pelo Plano Plurianual.

O serviço de programas RTP2 registou um volume de horas que variou entre 57h20m (semana 37) e as 39h09m (semana 50) de programas com legendagem, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual, ultrapassando largamente os valores previstos em todas as semanas da amostra.

3.1.2 LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

A RTP1 e a 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. 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. 6 – 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 57h, semana 50, e mínimo de 29h39m 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 6).

O serviço de programas RTP2 cumpriu o previsto na globalidade, com exceção das semanas 27 e 32 do 3.º trimestre. Atendendo que estas semanas coincidem com o período de verão, em que se verificam alterações da grelha de programação, nomeadamente com a suspensão de programas como a “Sociedade Civil” e outros programas que se integram nos géneros contabilizados nesta acessibilidade, considerou-se ser aplicável o previsto no ponto 13.8 das Regras complementares do Plano Plurianual. Assim, foi efetuado levantamento referente ao período da amostra, tendo-se confirmado que, nas semanas 27 e 32, a RTP2 não emitiu conteúdos iguais ou superiores a 12 horas, enquadráveis nos géneros previstos pelo Plano Plurianual para a acessibilidade de língua gestual portuguesa.

Nas restantes semanas, não só cumpre como excede o volume de 12 horas previsto, com a semana 14 a registar o máximo de horas, com cerca de 21 horas de programas com esta acessibilidade.

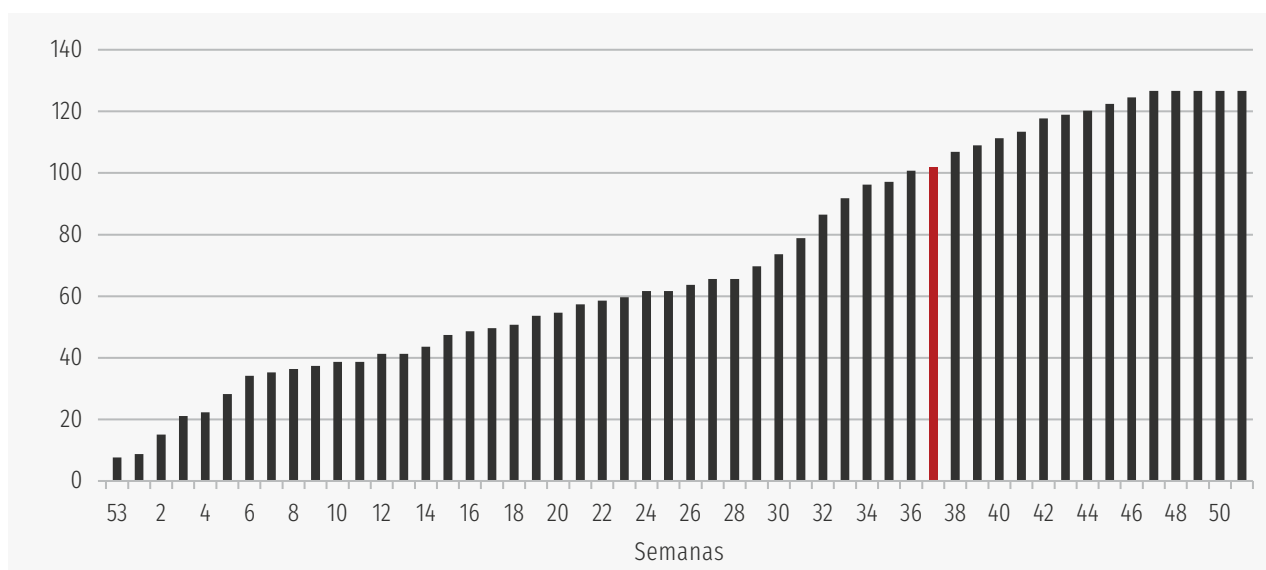
3.1.3 AUDIODESCRIÇÃO

O serviço de programas RTP1 tem de transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, 70 horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição.

Em 2021, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Contudo, tratando-se de uma obrigação anual, conclui-se que, na semana 37, o operador já tinha atingido o volume de horas previsto no Plano.

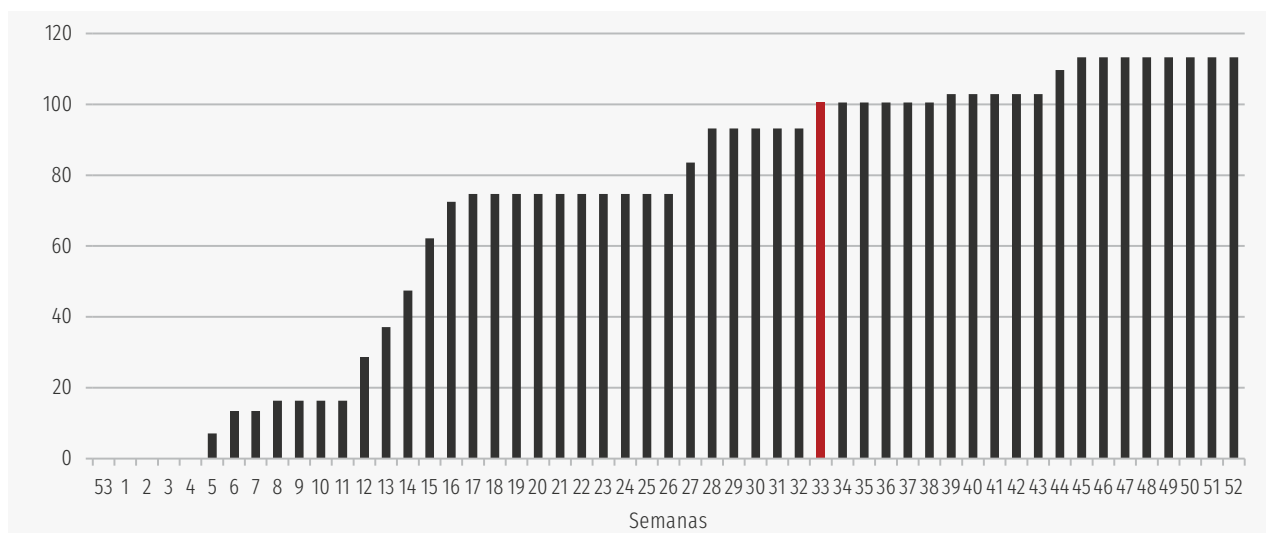
O serviço RTP1 acompanhou aproximadamente 89 horas de programas com audiodescrição, o que representa um acréscimo de cerca de 27 % face ao objetivo fixado.

FIG.7 – RTP 1 – PROGRAMAS COM AUDIODESCRIÇÃO – EVOLUÇÃO 2021 (%)



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.

FIG. 8 – RTP 2 - PROGRAMAS COM AUDIODESCRIÇÃO – EVOLUÇÃO 2021 (%)



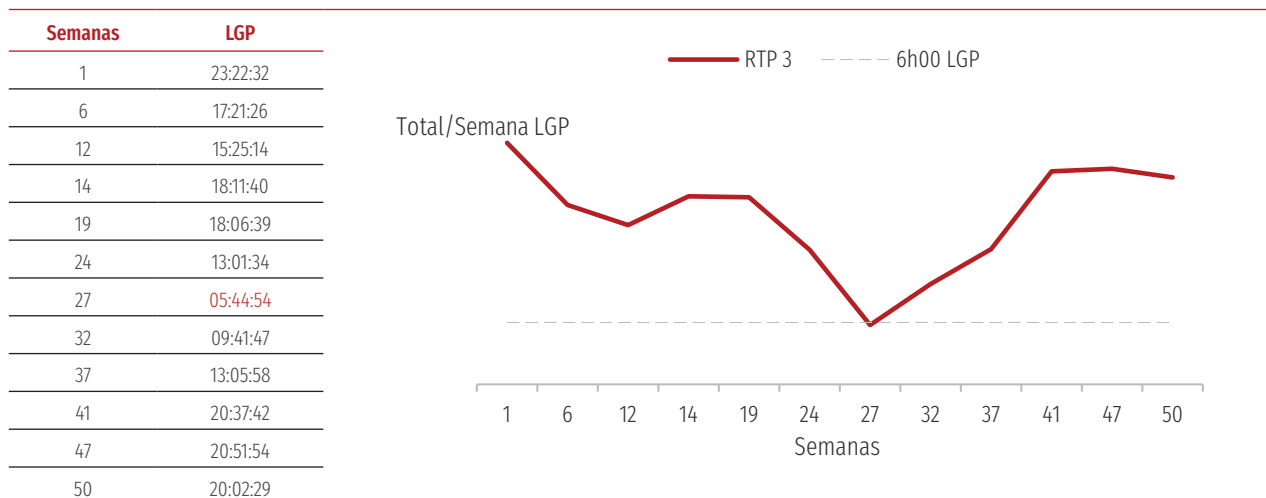
Em 2021, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Tal como se verifica no cumulativo percentual, o serviço de programas RTP2 atingiu o volume de horas mínimo previsto no Plano, na semana 33, tendo exibido um total de aproximadamente 23 horas.

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.

FIG.9 – 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 9), com um máximo de 23h22m (semana 1) e o mínimo de 5h45min (semana 27), tendo esta última sido a única em que não foi atingido o mínimo estabelecido.

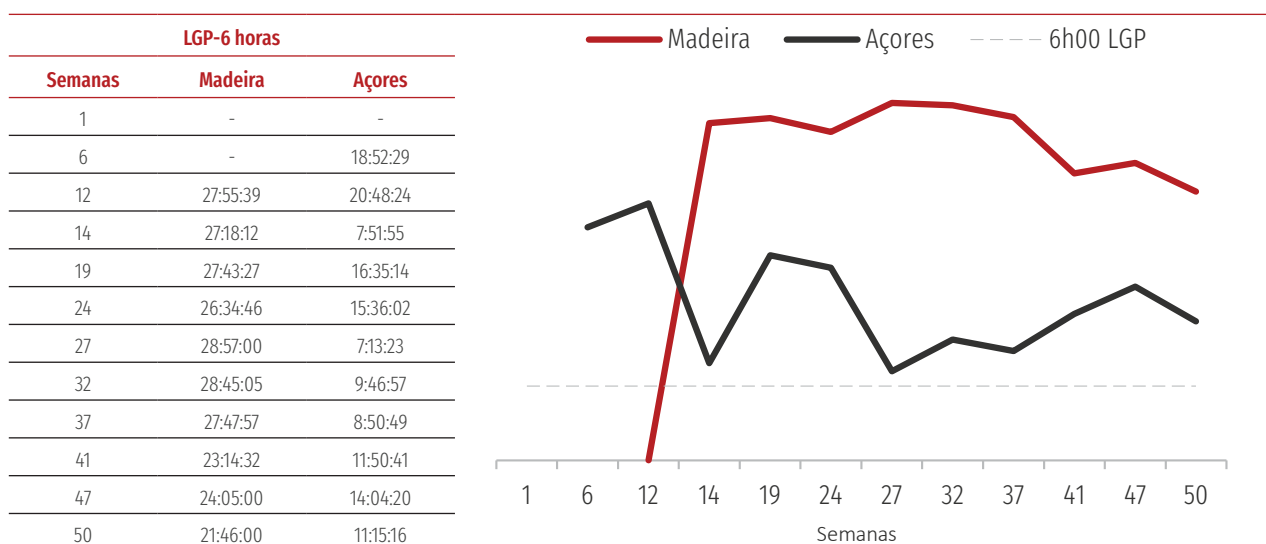
Apenas na semana 27 não foi atingido o mínimo estabelecido. Todavia, em razão de esta consistir num desvio pouco significativo face ao mínimo estabelecido no plano plurianual (15mins e 6 segundos), bem como pelo facto de a RTP 3 ter demonstrado, nas semanas do trimestre em apreço e de trimestres anteriores, a emissão horária elevada de conteúdos acompanhados de LGP, a ocorrência foi relevada.

3.3 SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO REGIONAL DESTINADOS ÀS REGIÕES AUTÓNOMAS

3.3.1 LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

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.

FIG.10 – TEMPOS DE PROGRAMAS COM LGP - RTP MADEIRA E RTP AÇORES (HH:MM:SS)



No período em análise, a RTP Madeira apresentou, em todas as semanas, valores superiores a 21 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, atingindo o máximo de cerca de 29 horas, na semana 27. Estão excluídas desta análise as semanas 1 e 6 em razão de as mesmas não estarem disponíveis para visualização. Requerido ao operador a disponibilização de informação relativamente às semanas em falta, o operador informou não ter sido possível fornecer os dados solicitados por motivos técnicos e operacionais, dando nota, contudo, que a mesma informação seria disponibilizada no ano seguinte, assim que concluído o Relatório de Cumprimento de Obrigações de Serviço Público e Projeto Estratégico (RCOSPPE) de 2021.

Pelo que antecede, conclui-se que o operador excedeu de modo substantivo o volume de seis horas previsto em todas as semanas.

O serviço de programas RTP Açores excedeu 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 21 horas, na semana 12. À semelhança da RTP Madeira, foi excluída da análise a semana 1 em razão de não ter sido possível ao operador, uma vez mais, de apresentar a informação em falta por razões técnicas e operacionais.

Conclui-se que também a RTP Açores excedeu de modo substantivo o volume previsto de seis horas com interpretação em LGP em todas as semanas.

4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

4.1 SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Os operadores privados, nos 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 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.11 – TEMPOS/SEMANA DE PROGRAMAS COM LEG E LGP (HH:MM:SS)

2021	SIC		TVI	
	LEG-18h	LGP-8h	LEG-18h	LGP-8h
Semanas				
1	25:41:29	33:22:47	16:50:25	22:37:17
6	23:05:20	34:02:14	16:53:20	21:31:45
12	21:57:59	33:46:28	17:44:26	20:27:19
14	21:50:36	31:52:36	24:19:10	20:08:16
19	18:14:43	32:58:28	22:51:24	20:10:58
24	17:50:54	29:59:33	20:50:13	23:40:05
27	19:05:14	35:43:27	19:22:43	20:08:06
32	20:16:32	30:07:45	19:57:07	20:15:51
37	17:14:04	34:02:25	14:19:26	19:27:42
41	14:45:29	30:23:34	14:33:10	19:57:33
47	19:14:22	29:55:28	18:42:58	19:59:26
50	21:14:26	31:32:07	16:15:23	20:43:41

FIG.12 – TEMPOS/SEMANA DE PROGRAMAS COM AUD (HH:MM:SS)

Operadores privados – audiodescrição – 12h/ano		
2021/semanas	SIC	TVI
53	1:28:52	1:31:34
1	0:00:00	1:09:23
2	0:00:00	1:09:55
3	0:00:00	1:08:40
4	0:00:00	1:06:07
5	0:00:00	0:00:00
6	0:00:00	0:00:00
7	0:00:00	0:00:00
8	0:00:00	0:00:00

Operadores privados – audiodescrição – 12h/ano		
2021/semanas	SIC	TVI
9	0:00:00	0:00:00
10	0:00:00	1:40:01
11	0:00:00	1:52:03
12	0:00:00	0:53:01
13	0:00:00	1:46:55
14	0:00:00	1:41:46
15	0:00:00	1:50:40
16	0:00:00	1:38:45
17	0:00:00	1:43:53
18	0:00:00	1:34:56
19	0:00:00	1:34:24
20	0:00:00	1:39:04
21	0:00:00	0:50:01
22	0:00:00	2:00:21
23	0:00:00	0:48:55
24	0:00:00	00:00:00
25	0:00:00	0:56:18
26	0:00:00	0:40:28
27	0:00:00	0:55:09
28	0:00:00	0:47:59
29	0:00:00	0:47:36
30	0:00:00	0:53:00
31	0:00:00	0:50:11
32	0:48:19	0:50:41
33	0:45:32	0:50:37
34	0:43:46	0:47:25
35	0:44:27	0:43:28
36	0:44:09	0:57:42
37	0:00:00	0:49:53
38	0:00:00	0:00:00
39	0:39:08	0:46:20
40	0:00:00	0:46:30
41	0:00:00	0:47:42
42	0:00:00	0:50:04
43	0:00:00	0:50:40
44	0:00:00	0:50:39
45	0:00:00	0:51:21
46	0:00:00	0:46:33
47	1:23:00	3:18:00
48	1:17:27	3:13:32
49	0:00:00	3:14:49
50	0:00:00	3:11:50
51	3:56:01	2:28:42
52	1:49:51	3:22:19
TOTAL	14:20:32	63:49:52

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 das semanas 24, 37 e 41.

Na primeira, a ocorrência foi relevada tendo em conta de se tratar de um desvio pouco significativo (aproximadamente nove minutos), no contexto de um desempenho global consonante com as regras estabelecidas.

Na semana 37, o operador não emitiu suficiente programação enquadrável nas obrigações do Plano Plurianual, em razão da emissão de um evento em direto, pelo que se teve em conta a regra 13.8, das III. Regras Complementares do Plano Plurianual, segundo a qual «na avaliação do cumprimento das obrigações previstas nos Capítulos I e II será observado o princípio da liberdade de programação, considerando que o presente plano não condiciona a escolha dos elementos de programação a emitir».

Por último, na semana 41, a redução do número de horas apuradas no período em análise ficou a dever-se ao término, na semana precedente, de alguns programas dos géneros elegíveis para acompanhamento desta acessibilidade, pelo que houve necessidade, na semana em apreço, de tempo de produção e readaptação de conteúdos e géneros para atender às especificidades desta obrigação, fundamento que motivou a relevação da ocorrência identificada.

A SIC acompanhou programas com a acessibilidade em apreço entre um máximo de cerca de 25h40m (semana 1) e um mínimo de 14h45m (semana 41).

O serviço de programas TVI registou um volume de horas que oscilou entre um máximo de 24h19m (semana 14) e mínimo de cerca de 14h19 (semana 37) de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, incluídos nos géneros previstos.

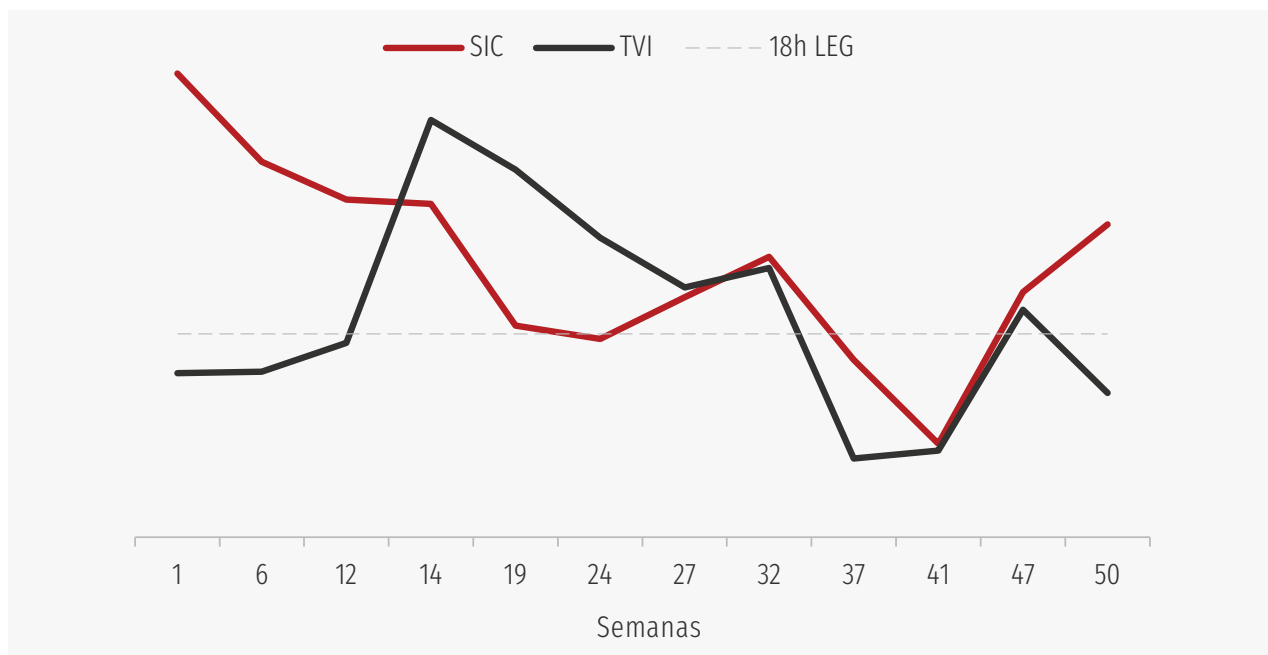
Na análise da amostra do 1.º trimestre de 2021, verificou-se que este serviço de programas não atingiu as 18 horas de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, em todas as semanas contempladas no período. No que concerne as semanas 1 e 6, registou-se uma emissão alargada de programação em direto, pelo que se relevou as ocorrências, tendo em conta o princípio da liberdade de programação, em conformidade com o ponto 13.8 das Regras Complementares do Plano Plurianual.

Relativamente à semana 12, a situação identificada foi relevada tendo em conta, por um lado, que esta ficou a escassos minutos do cumprimento do mínimo estipulado e, por outro, que a média dos valores de emissão acompanhada por legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, com as semanas 11 e 13, ascende a 23h16m, ou seja, um valor significativamente mais alto que o valor consagrado no Plano Plurianual.

No 3.º trimestre, o serviço de programas TVI também não atingiu o valor de referência para programação acompanhada por legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, na semana 37. Contudo, observou-se elevado volume de horas de emissão em direto, tendo-se concluído que não foram disponibilizados conteúdos programáticos que permitissem ao operador cumprir o mínimo de 18 horas de legendagem exigido pelo Plano Plurianual.

No 4.º trimestre, analisada a emissão das semanas da amostra e observando o princípio da liberdade de programação, o operador não atingiu o valor mínimo de referência nas semanas 41 e 50 da amostra. Todavia, a TVI assegurou nas referidas semanas a legendagem trabalhada de todos os programas elegíveis, emitidos no horário elegível, tendo complementado também essa oferta com a disponibilização de legendagem trabalhada em programas não elegíveis e, ou emitidos em horários não elegíveis, pelo que as ocorrências foram relevadas considerando o disposto no ponto 13.8 do Plano Plurianual aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV)

FIG. 13 – EVOLUÇÃO DE TEMPOS DE PROGRAMAS COM LEG 2021 – SIC E TVI

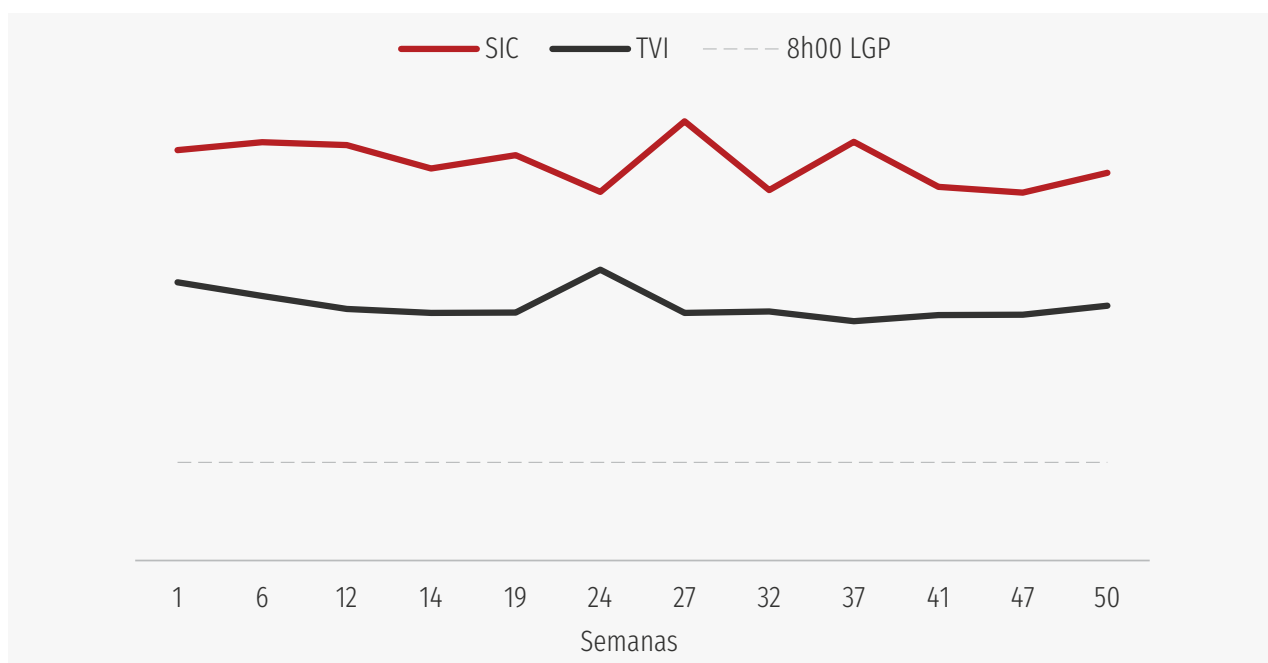


4.1.2 LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

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 máximo registado de cerca de 35h43m (semana 27) e mínimo de cerca de 29h55m (semana 47).

A TVI também apresentou, em todas as semanas, valores superiores ao valor de referência. No cômputo geral, a TVI teve um volume de horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, com um máximo registado de cerca de 23h40m (semana 24) e um mínimo de cerca de 19h28m (semana 37).

FIG. 14 – EVOLUÇÃO DE TEMPOS DE PROGRAMAS COM LGP 2021 – SIC E TVI



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.

FIG. 15 – SIC - PROGRAMAS COM AUDIODESCRIÇÃO – EVOLUÇÃO 2021 (%)

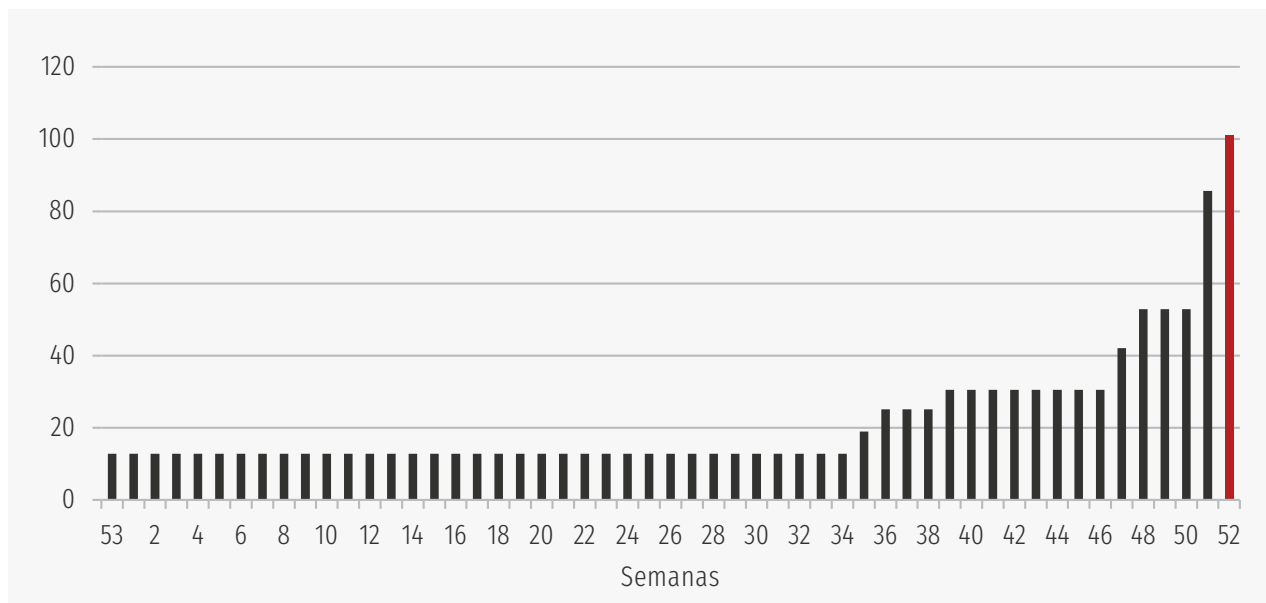
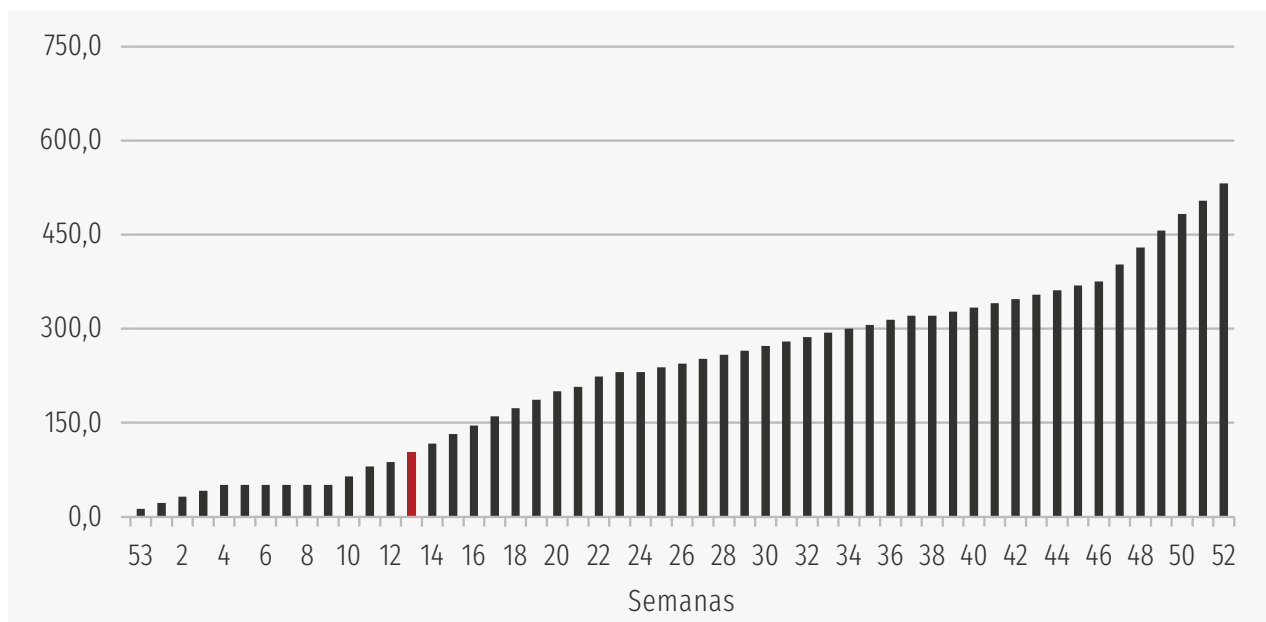


FIG. 16 – TVI - PROGRAMAS COM AUDIODESCRIÇÃO – EVOLUÇÃO 2021 (%)



Em 2021 o serviço de programas SIC cumpriu o estipulado no Plano Plurianual, com um total de 14h20m de programas acompanhados de audiodescrição. A semana 51 foi aquela com maior número de horas (aproximadamente quatro horas) de emissão com esta acessibilidade, e que configura cerca de 32,8% do total da programação acompanhada de audiodescrição em 2021.

O serviço de programas TVI também cumpriu o exigido no Plano Plurianual, com um total de cerca de 63h50m de programas acompanhados por audiodescrição. De salientar que atingiu logo na semana 13 o volume mínimo de 12 horas previsto no Plano.

4.2 SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA DE ÂMBITO NACIONAL

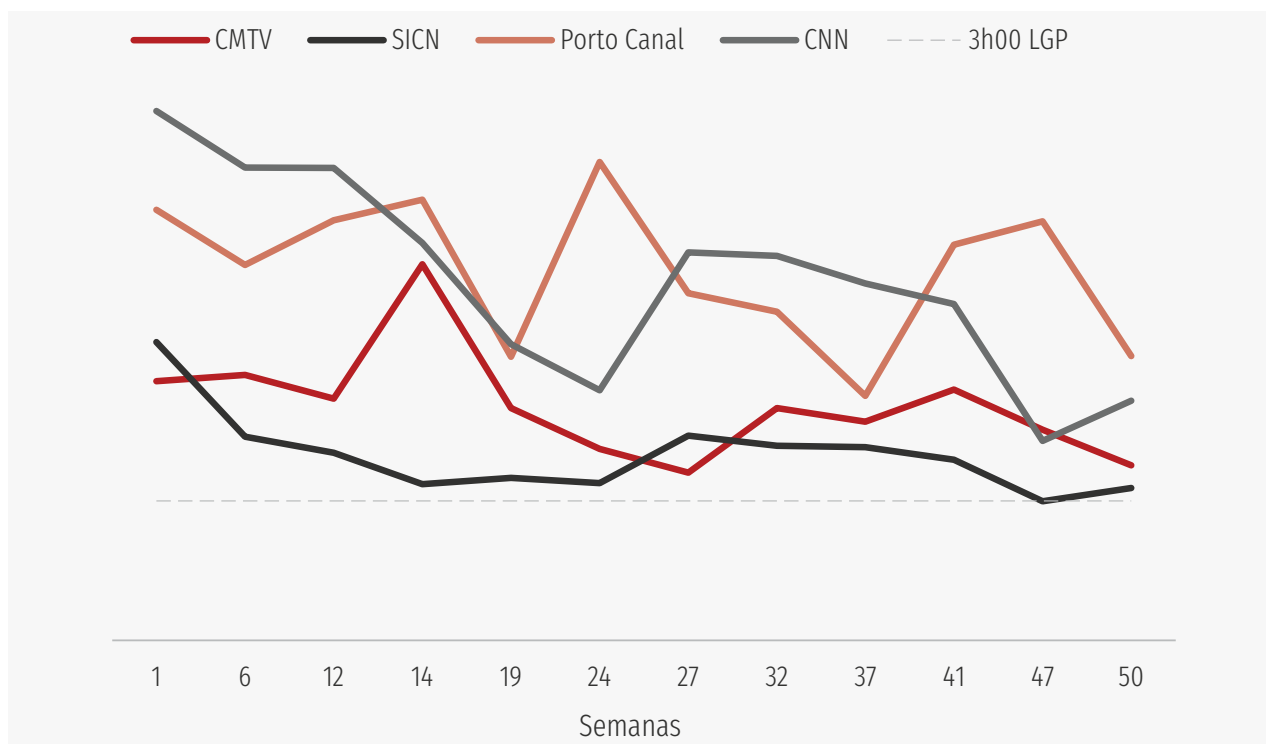
4.2.1 LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

O Plano Plurianual, para os serviços generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura, 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 noturno.

FIG. 17 – TEMPO/SEMANA DE PROGRAMAS COM LGP (HH:MM:SS)

Semanas 2021	CMTV	CNN	SICN	Porto Canal
1	05:34:45	11:24:13	06:25:15	09:16:25
6	05:42:52	10:10:54	04:23:19	08:05:04
12	05:12:10	10:10:22	04:02:31	09:03:02
14	08:06:07	08:33:25	03:21:48	09:29:18
19	05:00:12	06:22:47	03:29:56	06:06:38
24	04:07:19	05:23:06	03:23:20	10:18:05
27	03:36:31	08:21:23	04:24:46	07:28:28
32	05:00:24	08:16:48	04:11:31	07:04:51
37	04:42:23	07:41:13	04:09:31	05:16:07
41	05:24:04	07:14:30	03:53:14	08:31:29
47	04:32:18	04:17:57	02:59:46	09:01:35
50	03:46:23	05:09:36	03:16:50	06:07:26

FIG. 18 – EVOLUÇÃO DOS TEMPOS DE PROGRAMAS COM LGP



O serviço de programas CMTV exibiu mais de três horas de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa em todas as semanas em análise, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos, em todas as semanas identificadas.

A TVI 24/CNN Portugal cumpriu as obrigações assinaladas em todas as semanas, sendo de assinalar as semanas 1, 6 e 12 com mais de 10h00m.

A SIC Notícias também alcançou os valores previstos em todas as semanas. De assinalar a semana 1, em que a programação com interpretação em língua gestual portuguesa ultrapassou seis horas de emissão.

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 24, de cerca de 10h18m de programação com interpretação em língua gestual portuguesa.



5. REGRAS COMPLEMENTARES

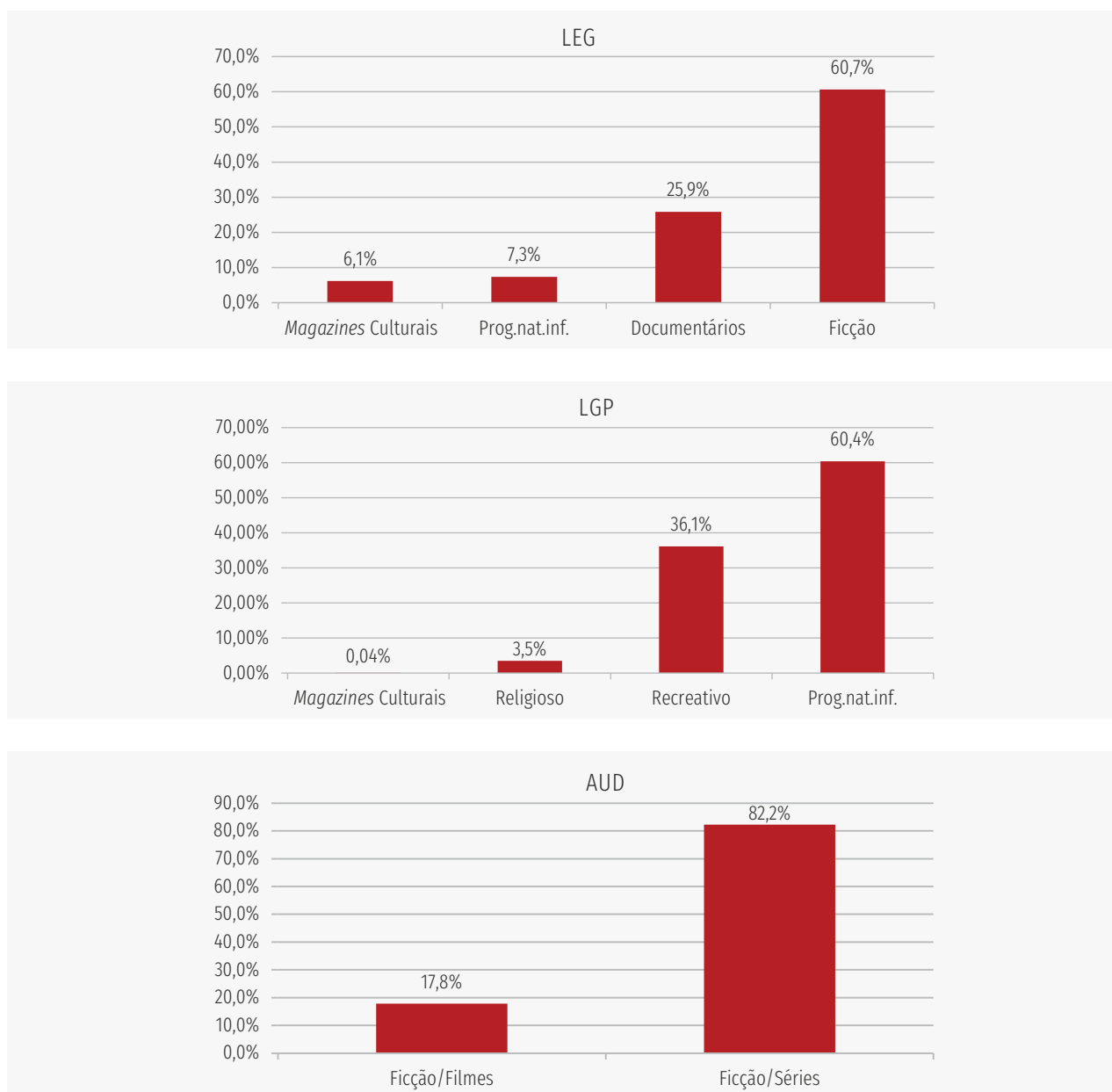
Durante o período analisado, foram observados conteúdos passíveis de aplicação das normas 13.1. e 13.2. do ponto III do Plano Plurianual que estabelece Regras Complementares, de aplicação cumulativa, a ter em atenção pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito 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 2021 foi um ano em que tiveram lugar as eleições Presidenciais (24 de janeiro), bem como as eleições Autárquicas (26 de setembro), cujos períodos de campanha se traduziram, nos serviços de programas sob jurisdição portuguesa, na emissão de programas como entrevistas e debates eleitorais, com incidência durante o 1.º e o 3.º trimestre de 2021. Salienta-se que, no global, os debates emitidos no período de pré-campanha e campanha foram objeto de interpretação em língua gestual portuguesa, cumprindo o normativo em apreço. Consubstancia exceção o Porto Canal que, no 3.º trimestre do ano transato, não acompanhou com LGP todos os debates ocorridos no âmbito das eleições autárquicas de 2021, conduzindo à abertura de procedimento contraordenacional.

6. GÉNEROS

6.1 ACESSIBILIDADES POR GÉNEROS (RTP1, RTP2, SIC E TVI)

FIG. 19 – ACESSIBILIDADES POR GÉNEROS – RTP1



Nos géneros de programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, na RTP1, regista-se um predomínio da ficção (série/telenovela/filme), seguida dos documentários, programas de natureza informativa e *magazines* culturais.

No que concerne à programação acompanhada com interpretação em língua gestual portuguesa (LGP), o serviço de programas em análise demonstrou primazia de conteúdos no âmbito do género informação (aprox. 60%) o que, em conjunto com programas de género de entretenimento, compõem a quase totalidade da programação com LGP.

Relativamente à acessibilidade de audiodescrição, a oferta da RTP consistiu exclusivamente em programas de natureza ficcional.

FIG. 20 – ACESSIBILIDADES POR GÊNEROS – RTP2



No serviço de programas RTP2, no que é relativo aos géneros de programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, é observável durante o ano de 2021, uma programação direcionada para o género documental, seguindo-se de programas de *magazines* e de ficção.

Em relação à interpretação em língua gestual portuguesa (LGP), na RTP2, ressalta que o serviço de programas em análise demonstrou primazia de conteúdos no âmbito do género de *magazines* educativo/cultural (aprox. 55%), seguido de programas de natureza religiosa (32%) e programas de magazine informativa

Relativamente à acessibilidade de audiodescrição, a oferta da RTP2 consistiu essencialmente em filmes (70%) e documentários (30%).

FIG. 21 – ACESSIBILIDADES POR GÊNEROS – SIC

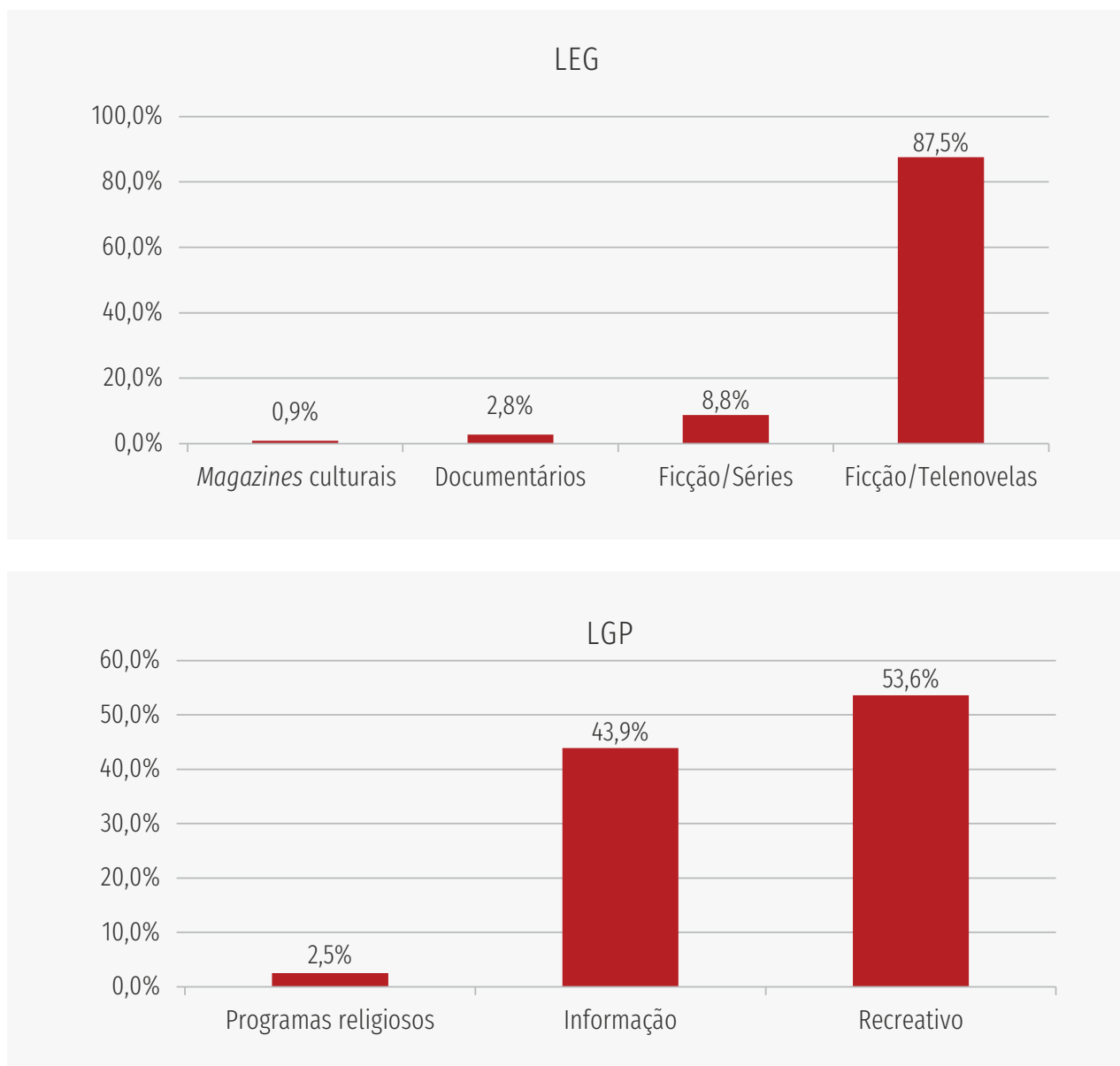


O serviço de programas SIC direciona, no universo da amostra, a acessibilidade de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva para os programas de ficção, nomeadamente novelas (80 %), filmes, séries e documentários.

Em relação à interpretação em língua gestual portuguesa (LGP), a SIC oferece sobretudo conteúdos de natureza recreativa (86 %) e de informação (14 %).

Relativamente à acessibilidade de audiodescrição, a oferta da SIC consistiu sobretudo em ficção (69 %) e documentários (31 %).

FIG. 22 – ACESSIBILIDADES POR GÊNEROS – TVI



O serviço de programas TVI, no que concerne a acessibilidade de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, apresenta conteúdos nomeadamente de ficção (96 % de telenovelas e séries), seguidos de documentários e *magazines* culturais.

Em relação à interpretação em língua gestual portuguesa (LGP), a TVI aposta principalmente em programas de entretenimento (54 %), informação (44 %) e religiosos (2,5 %).

Relativamente à acessibilidade de audiodescrição, a oferta da TVI recaiu num único programa de ficção, a série “Inspetor Max”.

6.2 PROGRAMAS COM ACESSIBILIDADE POR SERVIÇO DE PROGRAMA

Nos quadros infra apresenta-se uma visão global da oferta de programas com acessibilidades, por ferramenta de acessibilidade, por serviço de programa, por género e faixa horária.

6.2.1 LEGENDAGEM PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA (LEG)

FIG. 23 – PROGRAMAS COM LEG – RTP1

Programas	Género	Faixa Horária
3 Caminhos	Ficção	22h/23h
Animais Incríveis	Documentário	10h
As Américas Antes de Colombo	Documentário	24h
Ascensão e Queda: Momentos Decisivos II G.M.	Documentário	24h
Catástrofes Mortíferas	Documentário	1h
Cinema Português	Ficção	14/23h/24h
Começar de Novo	Documentário	23h
Documentários (vários)	Culturais/conhecimento	10h/12h/22h/1h
Expedição Oceano Azul	Documentário	12h
Extinções	Documentário	10h
Filmes	Ficção	22h/23h/24h/1h
Hora dos Portugueses	Magazine	14h
Linha da Frente	Informação	21h
Lotação Esgotada	Ficção	1h
Magazines	Culturais/conhecimento	21h/1h
Magazines	Informação	12h /14h
Mal-amanhados: Os Novos Corsários das Ilhas	Documentário	10h
Mesa Portuguesa... Com Estrelas Com Certeza	Magazine	11h/12h/21h
Minissérie e Séries (Várias)	Ficção	Várias
Missão 100% Português	Magazine	11h
Os Mistérios de Maria	Documentário	1h
Os Nossos Dias (Rep.)	Ficção	14h
Outras Histórias	Magazine	21h
Património Mundial da UNESCO: Cápsula Tempo Nat.	Documentário	11h
Portugueses pelo Mundo	Documentário	24h
Primeira Pessoa	Informação	21h
Sem Fronteiras	Magazines	24h
Superestruturas da Antiguidade	Documentário	11h
Teatro	Ficção	22h
Telefilmes	Ficção	22h
Telenovela/Os Nossos Dias	Ficção	14h/15h
Última Sessão	Ficção	1h/24h
Unidos ao Clube	Magazine	12h
Vários Filmes	Ficção	15h/22h/23h/24h/1h

FIG. 24 – PROGRAMAS COM LEG – RTP2

Programas	Género	Faixa Horária
Amantes na Fronteira	Ficção	22h
Aqui Somos Todos Lázarus	Ficção	22h
Biosfera	Magazine	12h/17h
Cinema à Portuguesa	Ficção	23h
Cinemax: Curtas	Magazine	23h/24h
Consigo	Magazine	15h
Cuidado com a Língua!	Magazine	19h/20h
Degrassi: A Turma Seguinte	Ficção	14h
Destemidas	Ficção	14h
Documentários (vários)	Cultural/Conhecimento	10h/12h/16h/20h/24h
Encontra-me em Paris	Ficção	14h
Europa Minha	Magazine	20h
Faça Chuva, Faça Sol	Magazine	18h,19h,20h
Filmes	Ficção	23h
Herdeiros da Noite	Ficção	14h
Impaciência do Coração	Magazine	22h
Magazine informativo	Informação	11h/23h
Manual de Instruções	Magazine	13h
Minissérie	Ficção	20h/24h
Nada Será Como Dante	Magazine	12h/23h
Nicolas Le Floch	Ficção	16h/17h
Norskov, Cidade Perdida	Ficção	22h
Peixe Fora D'Água	Ficção	22h
Salvador: Podias Ser Tu	Magazine	15h
Séries (várias)	Ficção	Várias
<i>The Highschool of the Dead</i>	Ficção	24h
Vários	Documentário	Vários
Vários Magazines	Cultural/Conhecimento	Vários

FIG. 25 – PROGRAMAS COM LEG – SIC

Programa	Género	Faixa Horária
A Serra	Ficção	22h
Amor, Amor	Ficção	21h/22h
Bom sucesso	Ficção	23h
Cinema	Ficção	01h/08h/17h
Eta mundo bom!	Ficção	19h
Golpe de Sorte	Ficção	23h/01h
Nazaré	Ficção	22h/23h/01h
O nosso mundo	Cult. geral/conhecime	12h
Orgulho & Paixão	Ficção	18h
Tempo de amar	Ficção	23h/24h
Terra brava	Ficção	22h
Totalmente demais	Ficção	24h
Vida selvagem	Cult. geral/conhecime	12h
Viver a vida (R)	Ficção	18h

FIG. 26 – PROGRAMAS COM LEG – TVI

Programas	Género	Faixa Horária
A Única Mulher (R)	Ficção	14h
Amar Demais	Ficção	22h
As Grandes Maravilhas do Mundo	Cult.geral/conhecimento	09h
Autores	Cult.geral/conhecimento	01h
Bem Me Quer	Ficção	21h/22h/23h
Destinos Cruzados (R)	Ficção	14h/15h
Festa e Festa	Ficção	21h/22h/23h
Humanos	Cult.geral/conhecimento	12h
Inspector Max (R)	Ficção	8h/9h/10h/11h
Maria Madalena	Ficção	01h
Mulheres (R)	Ficção	23h/24h
Para Sempre	Ficção	22h
Pecado	Ficção	23h
Vida Animal	Cult.geral/conhecimento	9h/11h/12h

6.2.2 PROGRAMAS COM INTERPRETAÇÃO EM LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA (LGP)

FIG. 27 – PROGRAMAS COM LGP – RTP1

Programas	Género	Faixa Horária
A Nossa Tarde	Entretenimento	15h
A Praça da Alegria	Entretenimento	10h
Bom Dia Portugal	Informação	8h/9h
Cerimónias Religiosas	Religioso	10h
Entrevista Rui Rio	Informação	20h
Jornal da Tarde	Informação	13h
Natal dos Hospitais	Entretenimento	9h/14h
Portugal Em Direto	Informação	17h
Praça da Alegria	Entretenimento	10h
Telejornal	Informação	20h
Voz do Cidadão	Institucional	21h
ZIG ZAG	Infantil/Juvenil	8h

FIG. 28 – PROGRAMAS COM LGP – RTP2

Programas	Género	Faixa Horária
A Fé dos Homens	Religioso	10h/15h
Caminhos	Religioso	17h
Biosfera	Cultural	12h/17h
Consigo	Cultural	15h
Eurodeputados	Informação	24h/1h
Informação Política	Informação	20h
Jornal 2	Informação	21h
Magazines (vários)	Cultural/Conhecimento	Várias
Nada Será como Dante	Cultural/Conhecimento	13h
Página 2	Informação	21h

Programas	Género	Faixa Horária
Portugal de...	Cultural	13h
Radar XS	Infantil/Juvenil	9h/18h
Sociedade Civil	Cultural Conhecimento	15h/24h/1h
Universidades	Cultural Conhecimento	1h/12h/13h
Visita Guiada	Cultural	12h
Voz do Cidadão	Cultural Conhecimento	18h

FIG. 29 – PROGRAMAS COM LGP – RTP3

Programas	Género	Faixa Horária
24 Horas	Informação	00h/01h
Notícias 3 às 20	Informação	20h
Bom dia Portugal	Informação	06h - 10h
Notícias 3 às 19h	Informação	19h
Notícias 3 às 20	Informação	20h
Parlamento	Informação	17h
Debate/entrevista	Informação	20h/21h

FIG. 30 – PROGRAMAS COM LGP – RTP AÇORES

Programas	Género	Faixa Horária
A Impaciência do Coração	Magazine	20h
Acende a Luz para eu te ouvir	Educativo	23h
Afinidades	Magazine	25h
Aprender em Casa	Educativo	Várias
Biosfera	Cultural	Várias
Bom dia Portugal	Informação	09h/10h
Caminhos	Religioso	18h/19h
Conta Um Conto	Cultural	16h
Entrevista a Marcelo Rebelo de Sousa	Informação	11h
Especial Informação Açores	Informação	17h/21h
Cerimónias Religiosas	Religioso	9h/10h/11h
Jornal 18/20 - 2021	Informação	17h
Nada Será Como Dante	Cultural	Várias
Parlamento	Informação	15h/19h
Portugal Que Dança	Cultural	23h
Portugueses pelo Mundo (versão língua gestual)	Cultural	16h
Sociedade Civil	Cultural	8h
Telejornal Açores	Informação	20h/23h/24h
Visita Guiada	Cultural	Várias

FIG. 31 – PROGRAMAS COM LGP – RTP MADEIRA

Programas	Género	Faixa Horária
24 Horas	Informação	24h
Bom dia Portugal	Informação	8h/9h/22h
Consultório	Cultural	17h/22h
Entrevista a Marcelo Rebelo de Sousa	Informação	13h
Interesse Público	Informação	17h/22h

Programas	Género	Faixa Horária
Jornal 18/20 - 2021	Informação	9h/18h
Missa Nossa Senhora do Monte 2021	Religioso	08h
Parlamento	Informação	17h
Telejornal Madeira	Informação	21h/23h

FIG. 32 – PROGRAMAS COM LGP – SIC NOTÍCIAS

Programas	Género	Faixa Horária
Jornal da Noite	Informação	20h
Jornal Síntese	Informação	14h/16h/18h
Primeiro Jornal	Informação	13h

FIG. 33 – PROGRAMAS COM LGP – CNN PORTUGAL

Programas	Género	Faixa Horária
Jornal das 8	Informação	20h
Especial 24	Informação	21h/22h
CNN Sábado à Tarde	Informação	13h
CNN Domingo à Tarde	Informação	13h
Liga-te à Fundação: <i>Talks</i>	Informação	10h/16h

FIG. 34 – PROGRAMAS COM LGP – PORTO CANAL

Programas	Género	Faixa Horária
+Info	Informação	17h
Bate Bola	Informação Desportiva	22h
DEBATE/ENTREVISTA	Informação	20h/21h
Flash Porto	Informação Desportiva	19h
Jornal Diário	Informação	19/20h/21h
Júlio Magalhães	Entrevista	13h/23h
Manhã Informativa	Informação	12h/13h/17h
Noite Informativa	Informação	22h/23h
PARLAMENTO	Informação	17h
Pontos Nos ii	Reportagem/Debate	13h/23h
Universo Porto	Informação Desportiva	21h/22h/23h

FIG. 33 – PROGRAMAS COM LGP – CMTV3

Programas	Género	Faixa Horária
CM Jornal 20h	Informação	19h/20h
Especial CM: Operação Marquês	Informação	14h-18h

6.2.3 PROGRAMAS COM AUDIODESCRIÇÃO (AUD)

FIG. 34 – PROGRAMAS COM AUD – RTP1

Programas	Género	Faixa Horária
Até Que a Vida Nos Separe	Ficção	21h
Cinema Português	Ficção	16h/21h/24h
Conta-me como foi	Ficção	21h
Filha da Lei	Ficção	14h/15h
Miúdo Graúdo	Ficção	14h
Séries	Ficção	22h/23h/24h
Vento Norte	Ficção	21h

FIG. 35 – PROGRAMAS COM AUD – RTP2

Programa	Género	Faixa Horária
Cinema	Ficção	23h/24h/01h/02h
Consigo	Cult.geral	15h
Manuel de Oliveira - Entre Lugar (<i>making of</i>)	Cult.geral	22h

FIG. 36 – PROGRAMAS COM AUD – SIC

Programas	Género	Faixa Horária
Cinema	Ficção	14h/15h/17h
Vida Selvagem	Cult.geral	12h
O Nosso Mundo	Cult.geral	12h

FIG. 37 – PROGRAMAS COM AUD – TVI

Programas	Género	Faixa Horária
Inspector Max (r)	Ficção	08h/09h/10h

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

A Lei da Televisão foi alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que entrou em vigor a 17 de fevereiro de 2021, não tendo sido introduzidas alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe '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 2021, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2020. Contudo, o operador de serviço público, no serviço de programas RTP2, não garante, pelo quinto ano consecutivo, as quotas de programas em língua portuguesa, nem de obras criativas, tendo sido proposta a abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., ao abrigo do disposto nos n.ºs 1 a 3 dos artigos 44.º e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no incumprimento das percentagens dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas originariamente em língua portuguesa - Deliberação ERC/2022/56 (PROG-TV), de 16 de fevereiro.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas de temática infantil-juvenil, à exceção do Canal Panda. A percentagem de programas originariamente em língua portuguesa continua a descer em todos os serviços de programas do operador SPORT TV, o que reflete as alterações de programação e nomeadamente a aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Mais se retrata que os serviços de programas cuja temática é cinema e séries têm vindo a apresentar quotas bastante aquém do expectável, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte-americana.

Relativamente às obras criativas, registam-se descidas na generalidade dos serviços do operador RTP, à exceção da RTP2, sendo nos serviços de programas de desporto e informação, pelas características da temática, residual ou inexistente.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

2.1 DEFINIÇÕES

- i) **Programas 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).

Nos termos do n.º 2 do referido normativo «os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa».

Os serviços de programas devem dedicar pelo menos 20 % do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º, da LTSAP), sendo contabilizadas apenas as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas (n.º 4, do artigo 44.º, da LTSAP).

Para as percentagens referidas podem contribuir programas originários de outros países lusófonos que não Portugal, numa percentagem não superior a 25 %, de acordo com o n.º 5 do mesmo artigo.

3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA, PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2021, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2020 de forma a se aferir a evolução, em pontos percentuais, dos diversos serviços dos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Na presente análise, assinala-se que tanto os serviços de programas de âmbito internacional quanto os de âmbito regional não estão sujeitos ao cumprimento do disposto no artigo 44.º da LTSAP. Contudo, tendo alguns operadores disponibilizado os dados, estes foram analisados apenas para efeitos estatísticos.

Mais se refere que, na análise de 2021, não foram incluídos os serviços de programas Panda Kids e SPORT TV6, uma vez que só iniciaram emissões em junho e agosto de 2021, respetivamente.

Assim, foram analisados quarenta e seis serviços de programas, dos quais três são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que, em 2021, foi revogada a autorização do serviço de programas MTV, não tendo sido incluídos nas análises comparativas face a 2020.

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, à exceção do Canal Panda. A percentagem de programas originariamente em língua portuguesa continua a descer em todos os serviços de programas do operador SPORT TV, o que reflete as alterações de programação e nomeadamente a aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Mais se retrata que os serviços de programas cuja temática é cinema e séries têm vindo a apresentar quotas bastante aquém do expectável, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte americana.

Relativamente às obras criativas, registam-se descidas na generalidade dos serviços do operador RTP, à exceção da RTP2, sendo nos serviços de programas de desporto e informação, pelas características da temática, 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 (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
RTP	RTP1	84,3	83,9	▼	42,3	40,6	▼
	RTP2	44,3	48,9	▲	15,4	15,7	▲
	RTP 3	94,2	94,1	▼	12,0	11,8	▼
	RTP Internacional**	95,8	95,4	▼	46,2	45,0	▼
	RTP África	99,0	98,3	▼	48,4	44,7	▼
	RTP Memória	80,5	82,3	▲	42,1	40,6	▼
	RTP Madeira*	96,8	96,3	▼	21,1	19,4	▼
	RTP Açores*	96,6	97,4	▲	54,0	50,7	▼
	SIC	SIC	88,9	93,0	▲	61,9	65,4
SIC Radical		26,9	36,8	▲	13,9	23,5	▲
SIC Mulher		11,8	13,1	▲	5,2	7,3	▲
SIC K		1,3	0,3	▼	0,8	0,2	▼
SIC Notícias		93,8	93,3	▼	4,0	6,8	▲
SIC Caras		36,4	40,7	▲	27,6	31,5	▲
TVI	TVI	95,3	89,8	▼	45,8	44,4	▼
	TVI 24/CNN Portugal	99,9	97,2	▼	4,3	4,3	=
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	51,7	45,3	▼
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,2	0,2	=	0,1	0,1	=
	TVCine Edition	1,3	8,9	▲	0,3	2,1	▲
	TVCine Emotion	2,0	0,4	▼	0,1	0,1	=
	TVCine Action	0,1	0,3	▲	0,0	0,1	▲
	NOS Studios	1,9	1,9	=	0,3	0,3	=
DREMIA	Canal Panda	1,0	1,5	▲	0,5	0,6	▲
	Biggs	14,6	8,1	▼	6,2	4,1	▼
	Hollywood	1,0	0,3	▼	0,2	0,0	▼

Operadores	Serviços de programas	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
	Canal BLAST**	2,0	0,2	▼	0,3	0,0	▼
	Casa e Cozinha	18,4	22,5	▲	2,9	0,8	▼
SPORT TV	Sport TV 1	54,1	42,8	▼	1,8	2,2	▲
	Sport TV 2	34,5	30,1	▼	0,4	0,9	▲
	Sport TV 3	49,8	25,2	▼	0,7	1,5	▲
	Sport TV 4	14,2	8,5	▼	0,5	0,8	▲
	Sport TV 5	29,1	18,9	▼	1,8	1,7	▼
	Sport TV África 1**	99,2	97,7	▼	16,3	15,6	▼
	Sport TV+	70,8	67,7	▼	33,6	31,3	▼
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	10,8	8,6	▼
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	99,3	99,9	▲	50,2	24,0	▼
BENFICA TV	BTv1	100,0	99,9	▼	3,8	5,1	▲
FILMES HOTGOLD	Hot TV	9,3	10,6	▲	9,3	10,6	▲
CINEMUNDO	Cinemundo	1,0	3,1	▲	0,4	1,9	▲
OSTV	Canal 180	55,3	52,9	▼	34,5	36,0	▲
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	82,1	79,6	▼	15,2	14,1	▼
COFINA	Correio da Manhã TV	91,0	93,6	▲	32,3	36,8	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	81,0	89,2	▲
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	97,1	91,5	▼	44,8	47,6	▲
CANALIFE	S+	71,4	76,6	▲	0,9	0,5	▼

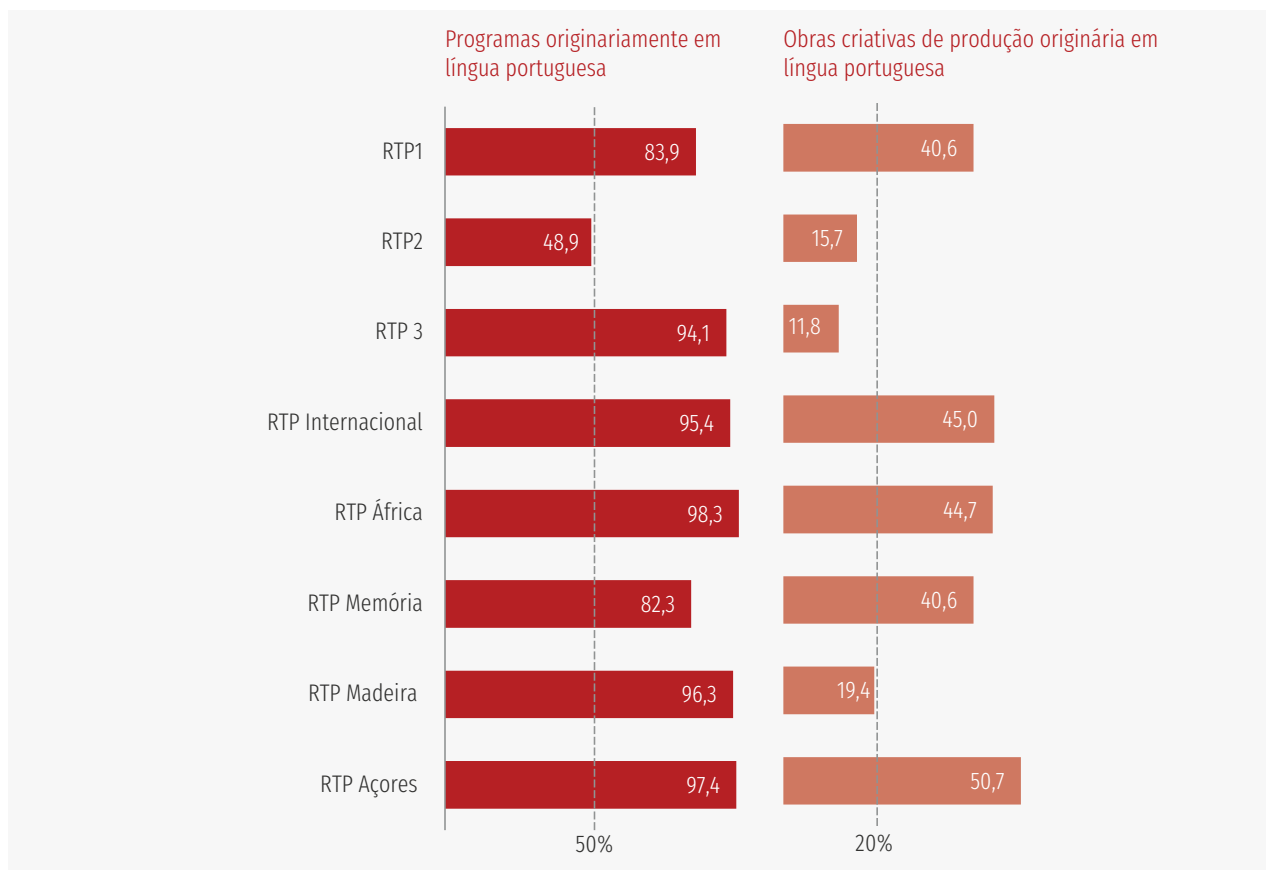
*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

** 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 (%)

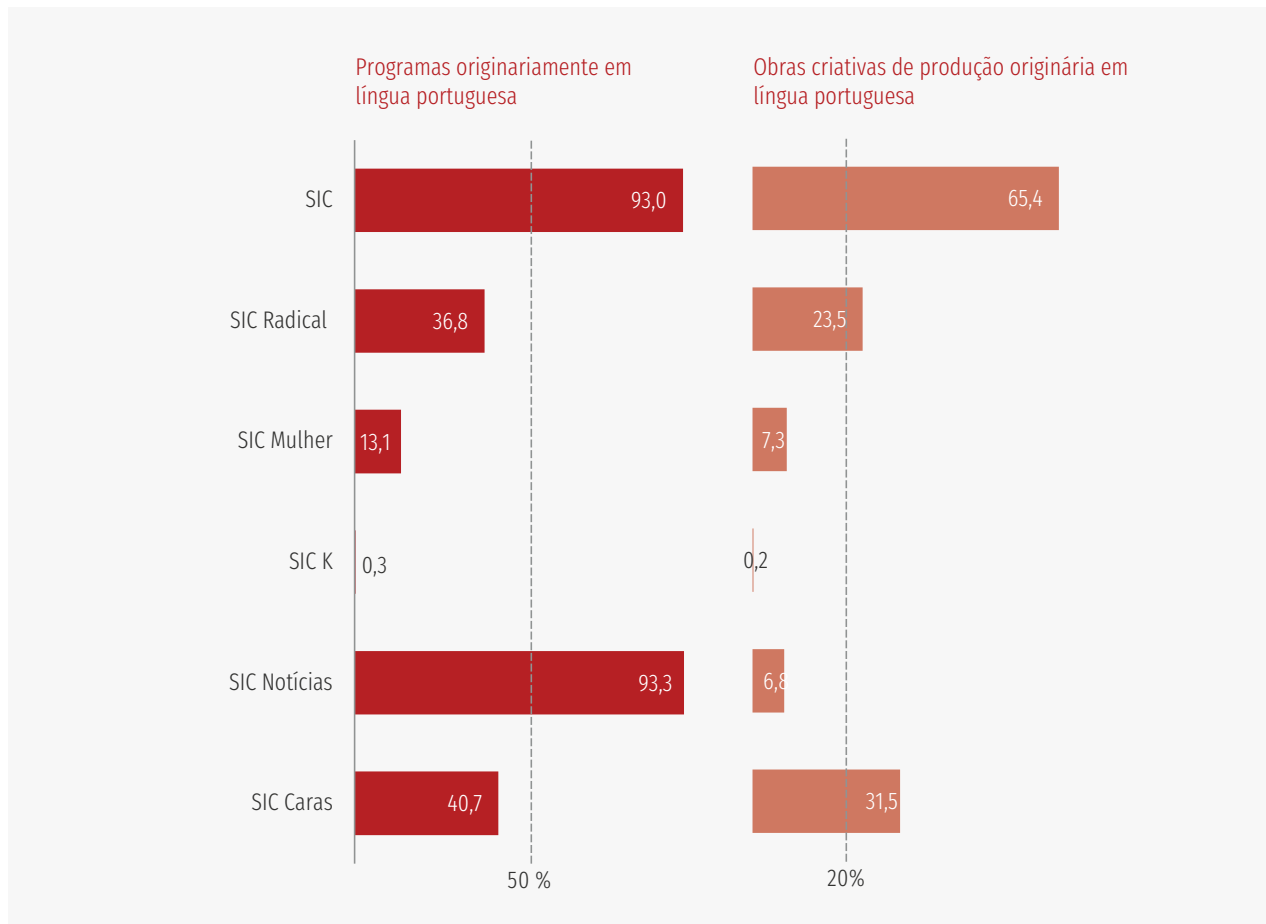


As emissões dos serviços de programas do operador RTP são predominantemente em língua portuguesa, pelo que se assinala o cumprimento das normas enunciadas. Contudo, assinala-se que as quotas apresentadas pela RTP2, quer em matéria de obras em língua portuguesa, quer de obras criativas, se continuam a situar 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.

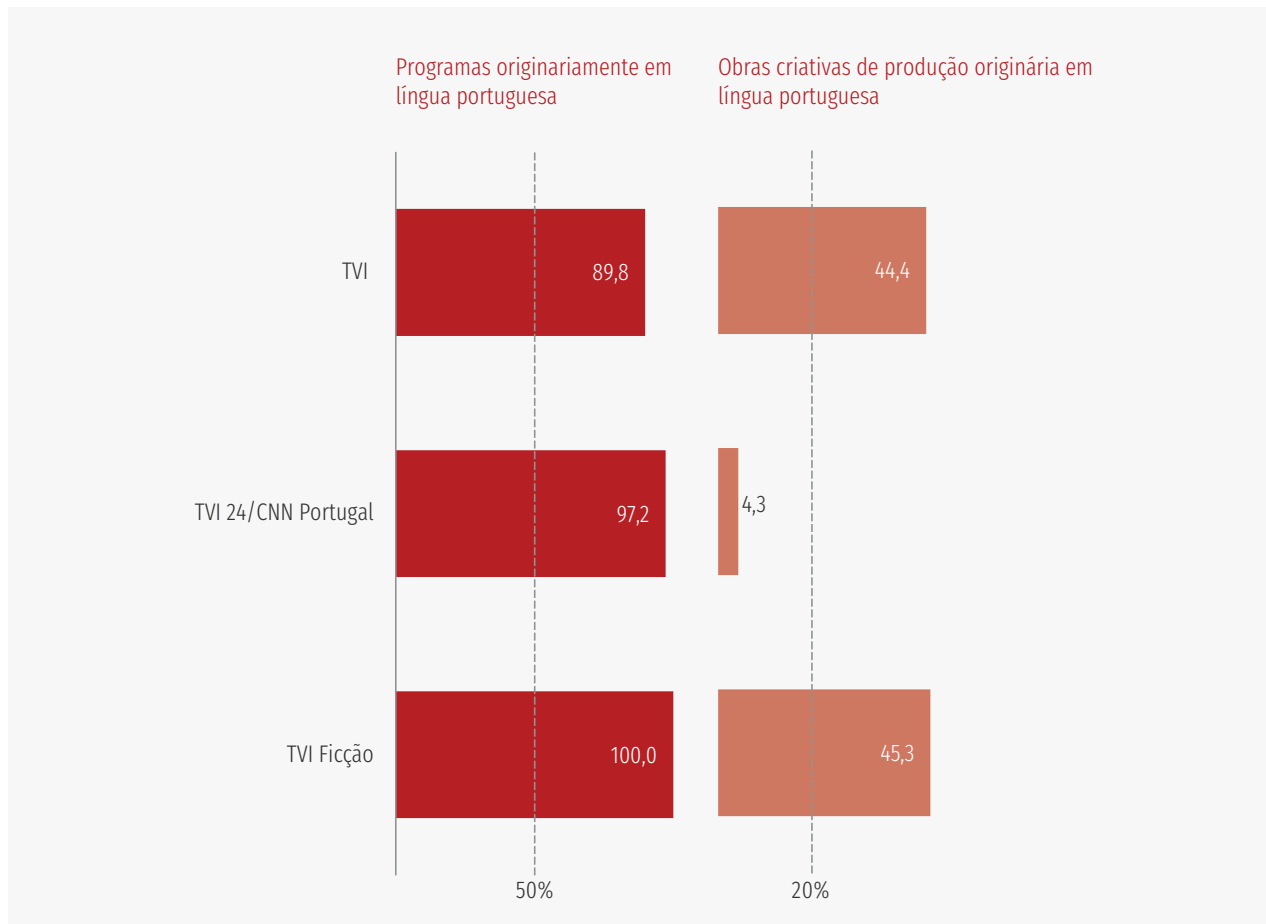
São de assinalar as descidas de produção originariamente em língua portuguesa nos serviços de programas SIC Mulher e SIC Radical, que se situam aquém da quota mínima.

No que se refere à difusão de obras criativas, os serviços SIC Mulher, SIC K e SIC Notícias não alcançaram a percentagem fixada.

Embora se atenda à natureza específica dos serviços de programas e às dificuldades de programação e de investimento em conteúdos, em 2021, não se pode deixar de assinalar a descida na 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 2021, mais de 50 % do tempo de emissão dos seus serviços de programas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 89 %. 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 44 %.

NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION

FIG. 5 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



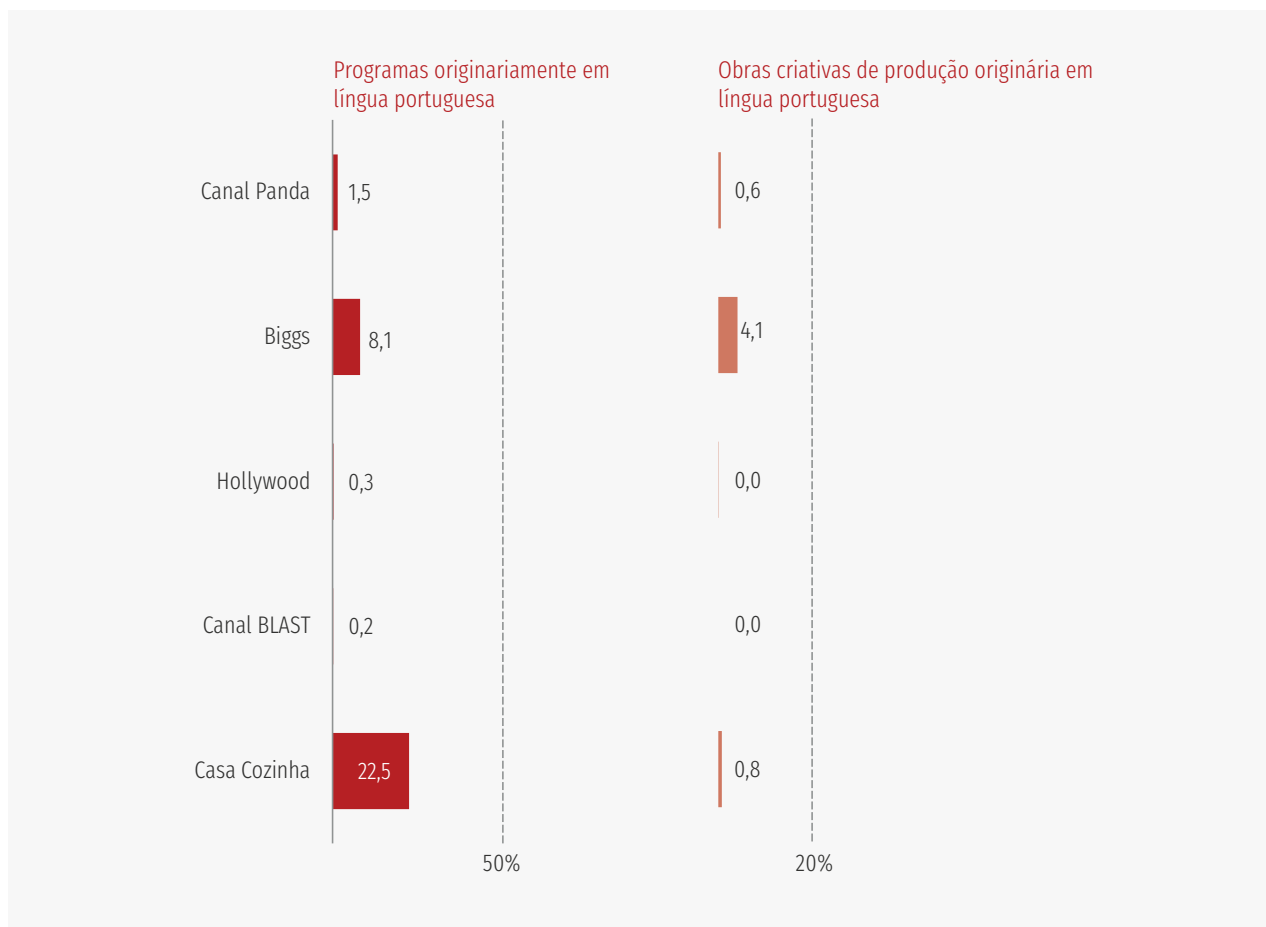
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION (NOS) incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, pelo que nenhum dos seus serviços deu cumprimento ao estipulado no normativo legal.

De assinalar que, na generalidade, os serviços do operador NOS desceram as percentagens previstas para obras em língua portuguesa e criativas, face a 2020. 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, devem ser tidas em conta a natureza específica dos serviços de programas temáticos, os serviços deste operador continuam a não cumprir a Deliberação mencionada, tendo ao invés manifestado, nos últimos anos, oscilações mínimas de subidas e descidas.

DREAMIA

FIG. 6 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



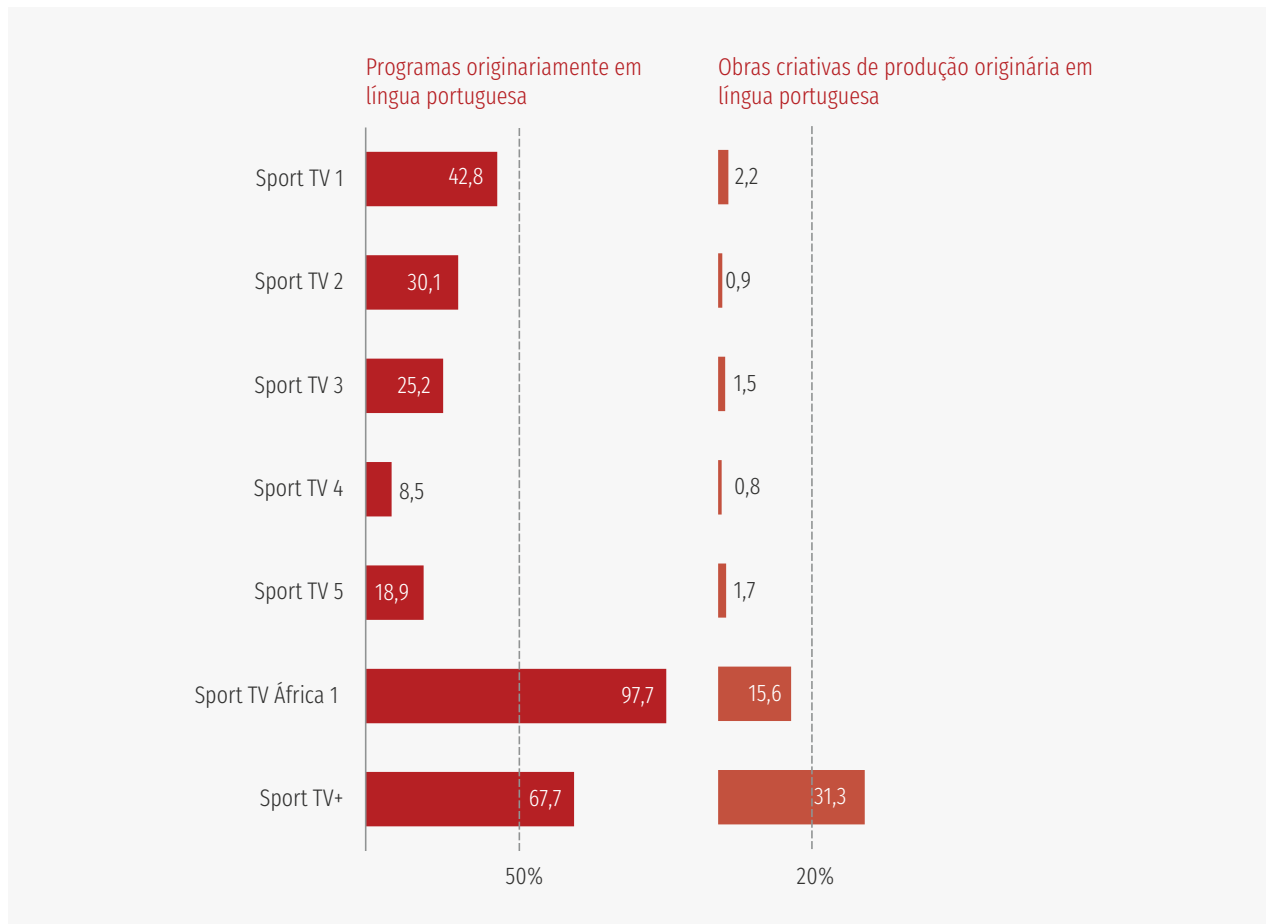
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA também se encontram em incumprimento generalizado do normativo legal, com percentagens abaixo dos 2 % por serviço de programas. De assinalar que mesmo os serviços de programas que exibem programação originariamente em língua portuguesa esta já não é revertível na quota de obras criativas uma vez que já foram repetidas mais de cinco vezes.

Quanto ao serviço de programas Casa e Cozinha, verifica-se que ainda se situa bastante abaixo das quotas de difusão de língua portuguesa, o que diverge do projeto de autorização em que se afirmava que o serviço de programas se distanciaria dos demais com a mesma temática disponibilizados em Portugal, por ter uma parte de componente de produção nacional. Embora essa componente se denote em 22,5 % da emissão, ainda assim é francamente insuficiente relativamente ao previsto com diferenciador no projeto inicial.

No serviço de programas Hollywood, verifica-se uma descida do percentual de programas originariamente em língua portuguesa, registando-se o incumprimento da Deliberação 11/OUT-TV/2011, que 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.»

SPORT TV PORTUGAL, S.A.

FIG. 7 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



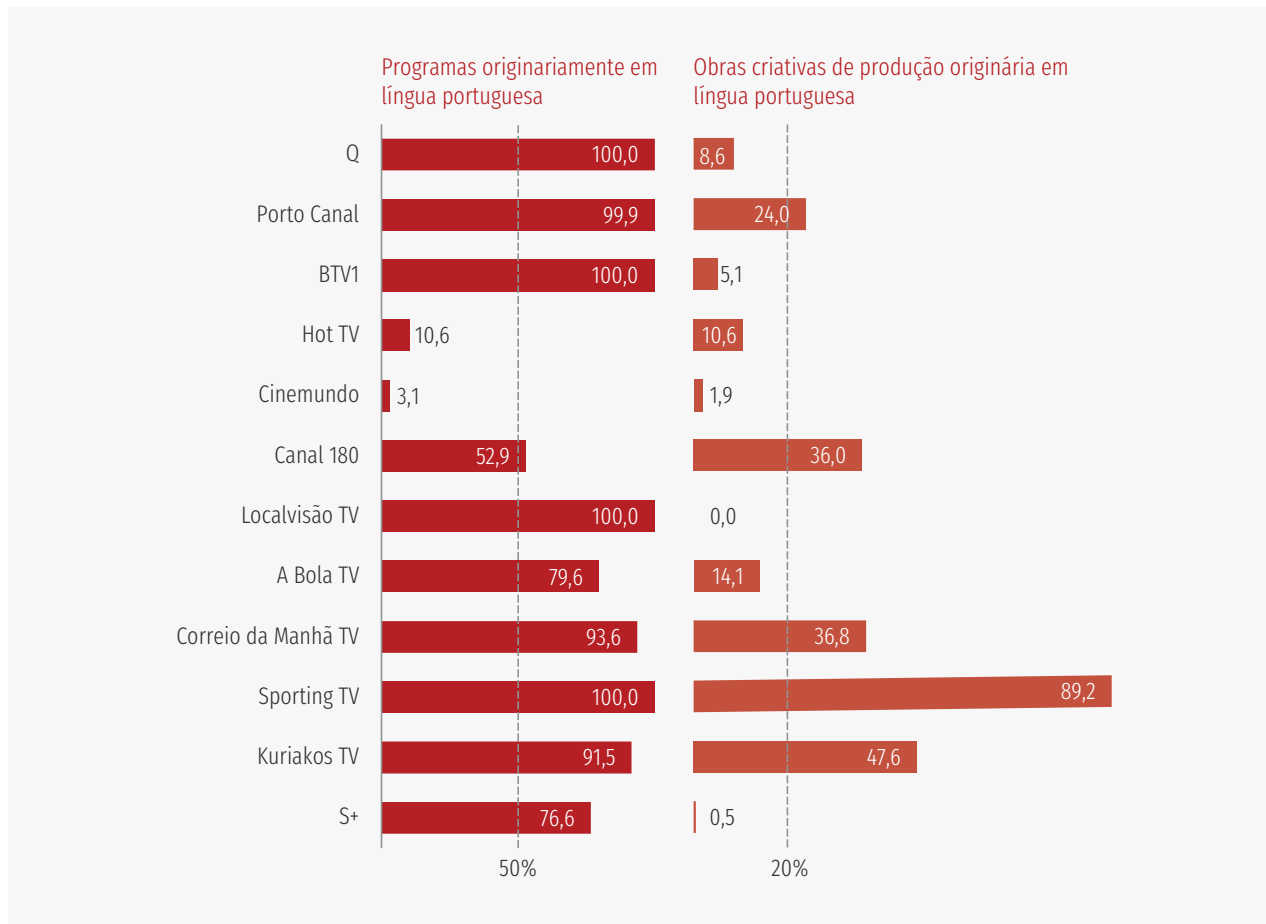
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50 % na difusão de programas em língua portuguesa na SPORT TV África1 e SPORT TV+. Nos restantes serviços, assistiu-se a descidas percentuais de programas originariamente em língua portuguesa, sendo as mais acentuadas nos serviços de programas SPORT TV1 e SPORT TV3.

Já no que se refere à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, apenas o serviço de programas temático SPORT TV+ atinge um valor superior a 20 %.

Na avaliação do cumprimento desta quota deverá considerar-se o critério de aplicação previsto no artigo 47.º da 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.

Outros serviços de programas de televisão

FIG. 8 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



Os serviços de programas Q, Porto Canal, BTV1, Localvisão TV, A Bola TV, CMTV, Sporting TV, Kuriakos TV e S+ alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa muito próximas dos 100 %, à exceção do Canal 180, com 52,9%. Os serviços Hot TV e Cinemundo não alcançaram os valores fixados.

Quanto aos programas criativos, apenas os serviços Porto Canal, Canal 180, CMTV, Sporting TV e Kuriakos TV cumprem a percentagem mínima de 20 % prevista na LTSAP.

Os restantes serviços de programas não atingem a quota mínima de 20 %, muito em função da sua natureza temática.

5. EVOLUÇÃO DAS QUOTAS DE LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, verificamos um comportamento similar dos operadores nos serviços de programas, relativamente à difusão de obras audiovisuais, mormente ao cumprimento das disposições contidas no artigo 44.º da Lei da Televisão.

Refere-se que a lei não teve alterações ao longo deste período, nem no incremento, nem redução das quotas de difusão de obras audiovisuais.

Mais se refere que o comportamento dos operadores assenta materialmente na temática do serviço de programas ou em contingências relacionadas com o público-alvo que os condiciona nas preposições a que se encontram vinculados.

Assim, continuam a assinalar-se as evoluções lentas, em alguns casos retrocessos, em matéria de difusão de língua portuguesa pelos serviços de programas de cinema e séries e pelos serviços de programas de temática infantil/juvenil.

O operador público regista as principais inflexões no serviço de programas RTP2, o qual culminou na abertura de processos contraordenacionais em dois anos consecutivos: 2020 e 2021.

FIG. 9- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
		A BOLA TV	87,6	88,9	89,3	82,1	79,6
		BTV1	100,0	100,0	100,0	100,0	99,9
		CANAL 180	62,6	62,0	60,8	55,3	52,9
		CANAL Panda	3,7	1,9	1,5	1,0	1,5
		Cinemundo	1,7	3,0	1,5	1,0	3,1
		CMTV	90,8	91,1	91,3	91,0	93,6
		Hollywood	0,3	0,0	0,5	1,0	0,3
		HOT TV	13,6	9,8	8,0	9,3	10,6
		Kuriakos	94,0	97,8	97,6	97,1	91,5
		Localvisão	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Maiores ou Iguais a 50%	Panda Biggs	0,0	26,3	8,1	14,6	8,1
		Porto Canal	97,1	98,6	99,2	99,3	99,9
		Q	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		RTP1	84,2	83,8	85,4	84,3	83,9
		RTP2	46,2	47,0	47,8	44,3	48,9
		RTP3	93,7	95,5	93,9	94,2	94,1
		RTP Açores	98,0	98,8	96,6	96,6	97,4
		RTP África	97,0	96,5	99,0	99,0	98,3
		RTP Internacional	97,2	97,1	96,3	95,8	95,4
		RTP Madeira	95,6	96,9	95,7	96,8	96,3
		RTP Memória	77,3	78,8	80,1	80,5	82,3
		SIC	77,9	79,6	85,8	88,9	93,0

Programas originariamente em língua portuguesa (n.º 2 do artigo 44.º)

Maiores ou Iguais a 50%

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
Programas originariamente em língua portuguesa (n.º 2 do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 50%	SIC Caras	52,3	44,1	43,3	36,4	40,7
		SIC K	15,7	13,4	9,5	1,3	0,3
		SIC Mulher	35,3	42,4	39,0	18,2	13,1
		SIC Notícias	89,5	89,6	88,1	85,4	93,3
		SIC Radical	41,6	45,8	43,5	50,2	36,8
		SPORT TV+	83,0	77,4	72,2	70,8	67,7
		SPORT TV1	85,8	70,1	55,8	54,1	42,8
		SPORT TV2	90,6	68,0	49,2	34,5	30,1
		SPORT TV3	84,0	58,0	35,9	49,8	25,2
		SPORT TV4	80,1	64,9	10,0	14,2	8,5
		SPORT TV5	43,3	55,6	74,0	67,9	18,9
		SPORT TV África 1	99,9	100,0	96,3	99,2	97,7
		SPORTING TV	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		TV Cine Action	0,8	0,3	0,1	0,1	0,3
		TV Cine Edition	3,6	2,5	3,0	1,3	8,9
		TV Cine Emotion	0,9	0,1	0,0	0,2	0,4
		TV Cine Top	1,1	0,5	1,0	0,2	0,2
		TVI	91,7	94,7	94,7	95,3	89,8
		TVI 24/CNN Portugal	99,1	99,4	99,9	99,9	97,2
		TVI Ficção	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FIG. 10- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 20%	A BOLA TV	14,4	11,8	17,0	15,2	14,1
		BTV1	17,5	16,0	5,9	3,8	5,1
		CANAL 180	40,9	40,2	39,0	33,5	36,0
		CANAL Panda	1,7	0,0	0,0	0,5	0,6
		Cinemundo	0,0	0,8	0,5	0,4	1,9
		CMTV	0,0	0,0	16,3	32,3	36,8
		Hollywood	0,3	0,0	0,3	0,2	0,0
		HOT TV	13,0	8,1	8,0	9,3	10,6
		Kuriakos	83,2	82,1	33,7	44,8	47,6
		Localvisão	1,1	0,3	0,0	0,0	0,0
		Panda Biggs	0,0	20,7	5,5	6,2	4,1
		Porto Canal	24,8	41,6	47,4	50,2	24,0
		Q	24,1	20,4	15,0	10,8	8,6
		RTP1	42,1	37,8	40,9	42,3	40,6
		RTP2	19,7	19,6	17,5	15,4	15,7
		RTP3	10,0	9,9	11,1	12,0	11,8
		RTP Açores	51,7	50,5	52,5	54,0	50,7
		RTP África	44,1	39,6	41,8	48,4	44,7
		RTP Internacional	43,2	41,1	43,8	46,2	45,0
		RTP Madeira	19,2	18,0	18,6	21,1	19,4
		RTP Memória	45,6	43,1	37,1	42,1	40,6
		SIC	50,0	50,3	59,4	61,9	65,4
		SIC Caras	37,8	33,5	33,6	27,6	31,5
		SIC K	7,1	6,5	2,8	0,8	0,2
		SIC Mulher	16,5	17,2	13,0	5,2	7,3

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 20%	SIC Notícias	2,5	2,2	3,9	4,0	6,8
		SIC Radical	15,7	19,8	19,6	13,8	23,5
		SPORT TV+	35,6	36,8	40,3	33,6	31,3
		SPORT TV1	0,7	1,4	1,6	1,8	2,2
		SPORT TV2	0,1	0,1	0,2	0,4	0,9
		SPORT TV3	0,1	0,2	0,4	0,7	1,5
		SPORT TV4	0,3	0,5	0,6	0,5	0,8
		SPORT TV5	1,3	1,9	1,5	1,8	1,7
		SPORT TV África 1	15,5	15,8	15,2	16,3	15,6
		SPORTING TV	84,6	83,4	76,3	81,0	89,2
		TV Cine Action	0,6	0,3	0,1	0,0	0,1
		TV Cine Edition	38,2	31,3	37,6	34,9	2,1
		TV Cine Emotion	0,7	0,1	0,0	0,1	0,1
		TV Cine Top	1,0	0,4	0,5	0,1	0,1
		TVI	51,8	50,5	51,4	45,8	44,4,
		TVI 24/CNN Portugal	6,7	6,3	7,5	4,3	4,3
		TVI Ficção	57,4	46,0	42,5	51,7	45,3

Genericamente, o grau de cumprimento dos serviços de programas em matéria de difusão de obras audiovisuais, na epígrafe 'Defesa da Língua Portuguesa', é consentânea com as obrigações dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e entretenimento, conforme consta das linhas de programação dos projetos autorizados pela ERC. Quando se verificam desvios relevantes, os operadores são incentivados ao cumprimento das quotas, assim como sensibilizados para a importância desta dinâmica no mercado de produção nacional e das consequências do incumprimento reiterado e infundado das obrigações a que se encontram vinculados.

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 2021, dos 46 serviços de programas avaliados, 35 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 21 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+, Localvisão TV, Sporting TV e Kuriakos TV, o que se deve, em grande medida, a serem canais de produção própria.

Relativamente à quota de 5 % a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado



pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, tendo a SIC apresentado o percentual mais elevado, ou seja, mais de metade da totalidade de produção independente recente.

Ao longo dos últimos cinco anos a incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares não tem sofrido inflexões de relevo, sendo gradativa. Não obstante, denota-se um crescente declínio na integração de produção independente recente nos serviços de programas.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que todos os operadores de serviços audiovisuais a pedido integraram, em catálogo, uma percentagem superior a 30 % e lhes garantiram uma posição proeminente, recorrendo a mecanismos ao nível dos menus e da comunicação com os clientes.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

A transposição da Diretiva (UE) 2018/1808 Do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, veio alterar a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, a qual introduziu algumas alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob as epígrafes 'Produção Europeia' e 'Produção Independente'. Contudo, a referida alteração apenas produziu efeitos a partir de 17 de fevereiro de 2021.

Não obstante, as análises relativas à produção europeia e produção independente, assentam num pressuposto de análise anual, sendo o ficheiro indivisível de forma a apurarem-se apenas os valores posteriores a 17 de fevereiro.

Assim, tendo por base o artigo 12.º do Código Civil quanto à aplicação das leis no tempo no qual se prevê que «1. A lei só dispõe para o futuro; ainda que lhe seja atribuída eficácia retroactiva, presume-se que ficam ressalvados os efeitos já produzidos pelos factos que a lei se destina a regular.

2. Quando a lei dispõe sobre as condições de validade substancial ou formal de quaisquer factos ou sobre os seus efeitos, entende-se, em caso de dúvida, que só visa os factos novos; mas, quando dispuser directamente sobre o conteúdo de certas relações jurídicas, abstraindo dos factos que lhes deram origem, entender-se-á que a lei abrange as próprias relações já constituídas, que subsistam à data da sua entrada em vigor», considerou-se que as obrigações do presente relatório deveriam ser analisadas à luz da Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e conseqüentemente as normas aqui reproduzidas.

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, televenda 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 referida 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 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 apresentados os percentuais relativos 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 «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».

Salienta-se que, em 2021, os critérios de aplicação do artigo 13.º da Diretiva SCSA² serão aplicados de acordo com as orientações da Comissão.

DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente relatório, de acordo com a Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, entende-se por:

- **Obras europeias** (alínea n) do n.º 1 do artigo 1.º da Diretiva SCSA), alínea j) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP:
 - i. As obras originárias de Estados-membros;
 - ii. As obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa e satisfaçam as seguintes condições:
 - a) As obras que, realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados a que se referem essas disposições, satisfaçam uma das três condições seguintes:
 - Serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A produção dessas obras ser supervisionada e efetivamente controlada por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A contribuição dos coprodutores desses Estados para o custo total da coprodução ser maioritária e a coprodução não ser controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora desses Estados.
 - b) As obras coproduzidas no âmbito de acordos referentes ao 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).

¹ http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

² [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=EN)

- **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 2021 com igual período de análise de 2020, 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 seis serviços de programas, dos quais três são de âmbito internacional e dois regionais.

Pela leitura da Figura 1, as quotas de produção europeia e produção independente não revelaram alterações assinaláveis.

Os serviços de programas SIC Mulher e Panda Biggs situam-se abaixo da produção europeia maioritária, contudo este último aproxima-se da quota de 50 % da programação.

Também os serviços temáticos de cinema e séries, TV Cine Top, TV Cine Emotion e TV Cine Action e NOS Studios, assim como os demais serviços temáticos de cinema, Cinemundo, Hollywood, continuam a situar-se abaixo de uma percentagem maioritária de produção europeia.

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, e a SIC Mulher, SIC K, TVI24 e TVI Ficção, cujos projetos assentam maioritariamente em produção própria, a TV Cine Emotion, a TV Cine Action, a NOS Studios, o Hollywood, a

Cinemundo, Canal Panda, o Casa e Cozinha, a SPORT TV1 e a SPORT TV4 e, sem qualquer integração de produção independente recente, o serviço de programas Sport TV+.

FIG. 1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2021

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
RTP	RTP1	86,5	90,4	▲	31,3	30,3	▼
	RTP2	79,5	80,4	▲	21,6	22,2	▲
	RTP 3	95,4	92,7	▼	23,4	16,2	▼
	RTP Internacional**	99,3	99,9	▲	35,6	31,9	▼
	RTP África	93,2	89,0	▼	39,7	36,8	▼
	RTP Memória	81,4	83,6	▲	4,2	5,8	▲
	RTP Madeira*	97,8	97,0	▼	13,1	12,3	▼
	RTP Açores*	96,8	95,4	▼	25,4	22,4	▼
SIC	SIC	78,0	83,7	▲	61,3	64,4	▲
	SIC Radical	50,2	51,1	▲	31,8	30,0	▼
	SIC Mulher	18,2	19,7	▲	7,0	7,6	▲
	SIC K	49,5	53,4	▲	7,7	7,1	▼
	SIC Notícias	85,4	85,4	=	37,8	39,6	▲
	SIC Caras	47,4	51,9	▲	27,7	30,7	▲
TVI	TVI	94,2	88,5	▼	30,8	27,2	▼
	TVI 24/CNN Portugal	93,8	86,1	▼	3,3	3,8	▲
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	0,9	1,1	▲
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	28,0	36,2	▲	12,3	12,2	▼
	TVCine Edition	43,3	51,4	▲	14,1	11,1	▼
	TVCine Emotion	21,3	20,9	▼	7,0	5,9	▼
	TVCine Action	11,7	12,7	▲	2,2	1,7	▼
	NOS Studios	29,5	33,6	▲	7,2	3,8	▼
DREMIA	Canal Panda	60,4	65,9	▲	8,3	7,0	▼
	Panda Biggs	39,7	48,1	▲	18,0	20,3	▲
	Hollywood	12,3	17,3	▲	0,7	1,5	▲
	Canal BLAST**	10,1	9,8	▼	0,6	0,2	▼
	Casa e Cozinha	72,3	75,9	▲	16,6	5,0	▼
SPORT TV	Sport TV 1	89,9	83,5	▼	46,7	6,9	▼
	Sport TV 2	73,9	82,4	▲	43,7	11,0	▼
	Sport TV 3	76,9	81,5	▲	26,8	15,5	▼
	Sport TV 4	81,7	92,7	▲	41,5	8,6	▼
	Sport TV 5	67,9	73,1	▲	24,6	21,0	▼
	Sport TV África 1**	100,0	100,0	=	8,0	10,0	▲
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	1,0	1,6	▲
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	51,4	23,6	▼

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	28,0	30,3	▲
FILMES HOTGOLD	Hot TV	29,7	23,1	▼	24,0	16,1	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	36,5	37,4	▲	7,0	5,4	▼
OSTV	Canal 180	82,9	65,7	▼	10,0	10,7	▲
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	77,9	69,4	▼	13,9	15,4	▲
COFINA	Correio da Manhã TV	82,6	87,0	▲	9,3	11,2	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	98,8	95,7	▼	0,0	0,0	=
CANALIFE	S+	66,9	75,8	▲	4,6	5,7	▲

*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.

*** Desde 22 de novembro de 2022, o serviço de programas TVI24 passou a denominar-se CNN Portugal.

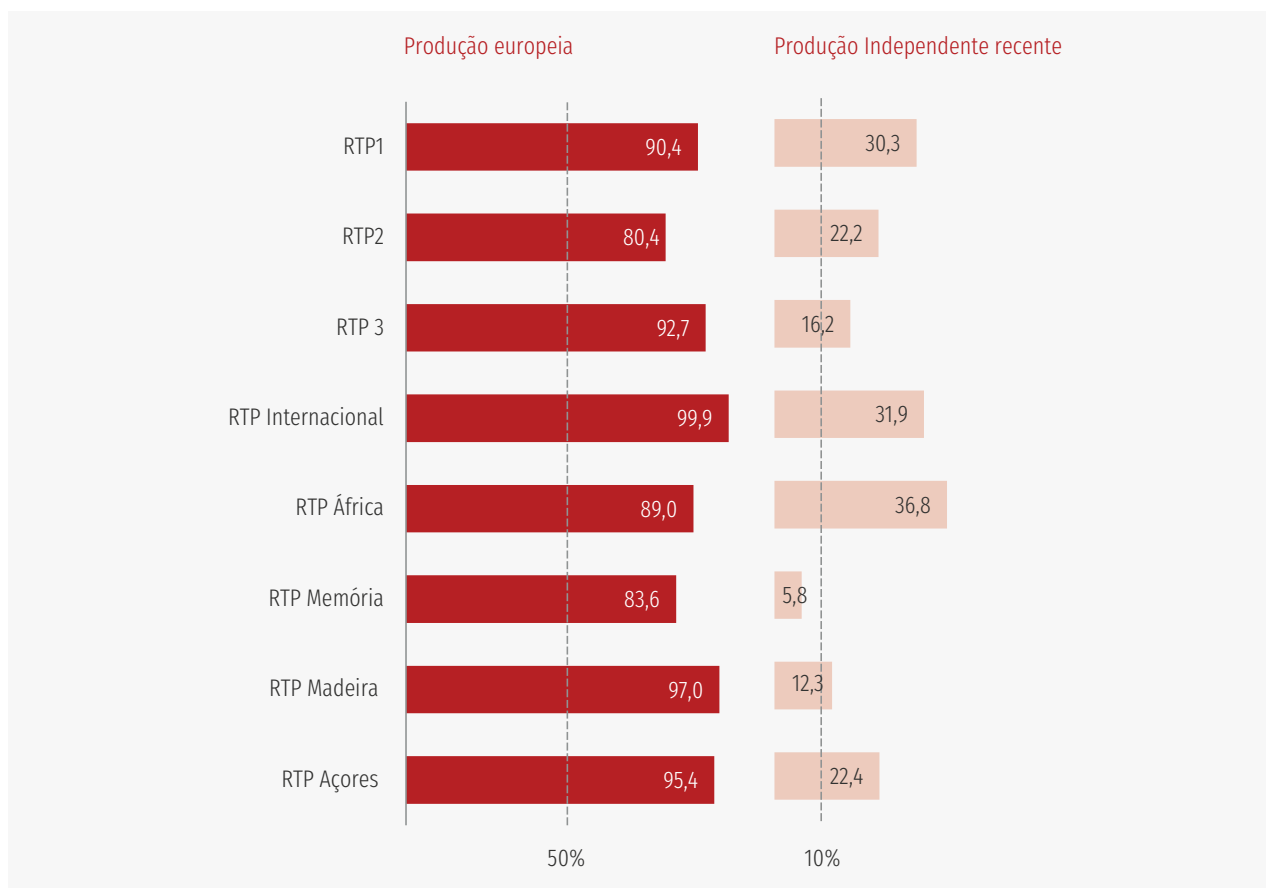


4. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2021, nas obras de produção europeia e produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50 % e 10 %, respetivamente.

RTP - Rádio e Televisão de Portugal

FIG. 2 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

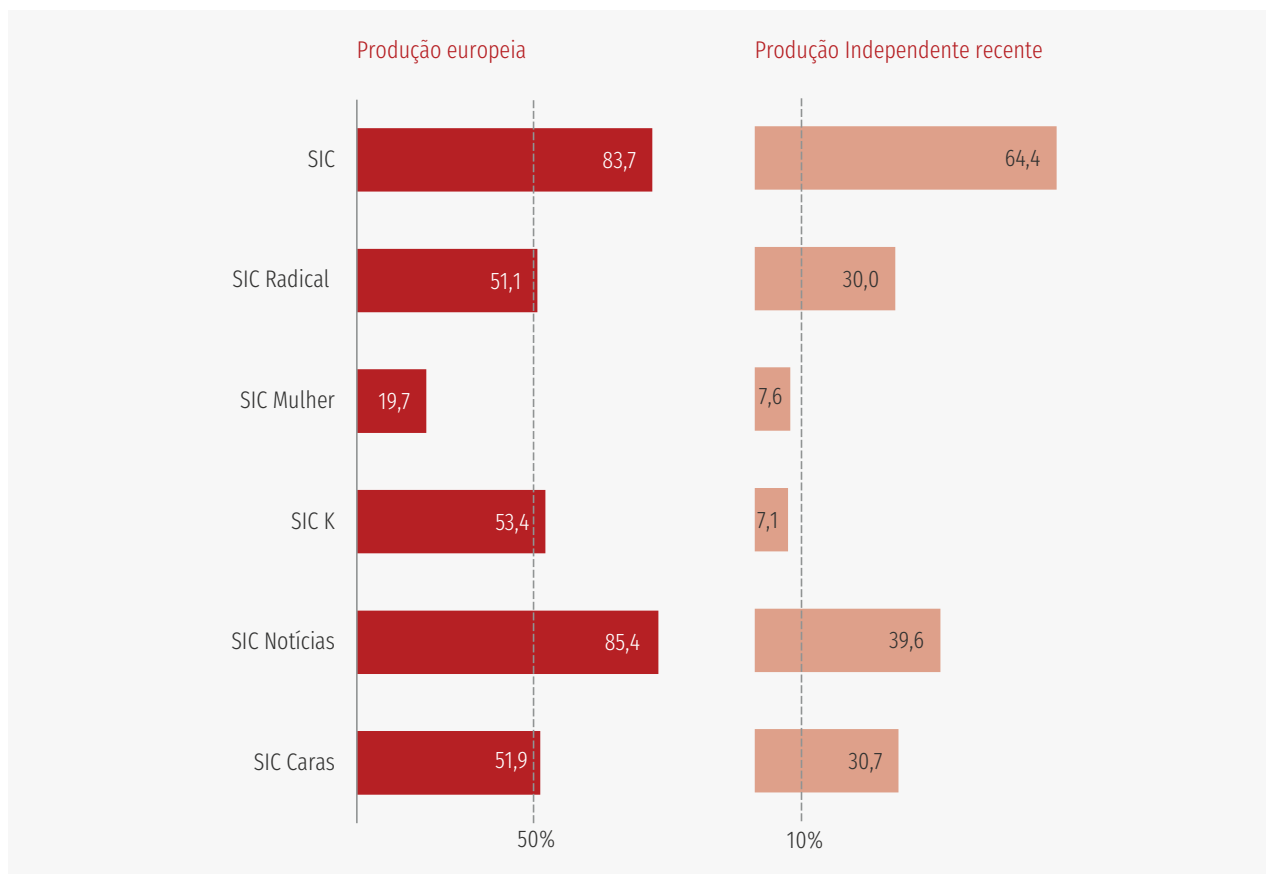


Os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no art.º 45.º da LTSAP. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade. As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 80,4 %, na RTP2, e os 99,9 % 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, não sendo de considerar um incumprimento da norma.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

FIG. 3 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Dos serviços de programas do operador SIC, apenas a SIC Mulher se situou aquém da percentagem maioritária de obras europeias. Assinala-se que a SIC K e a SIC Caras tiveram subidas face a 2020, ultrapassando a percentagem maioritária de produção europeia.

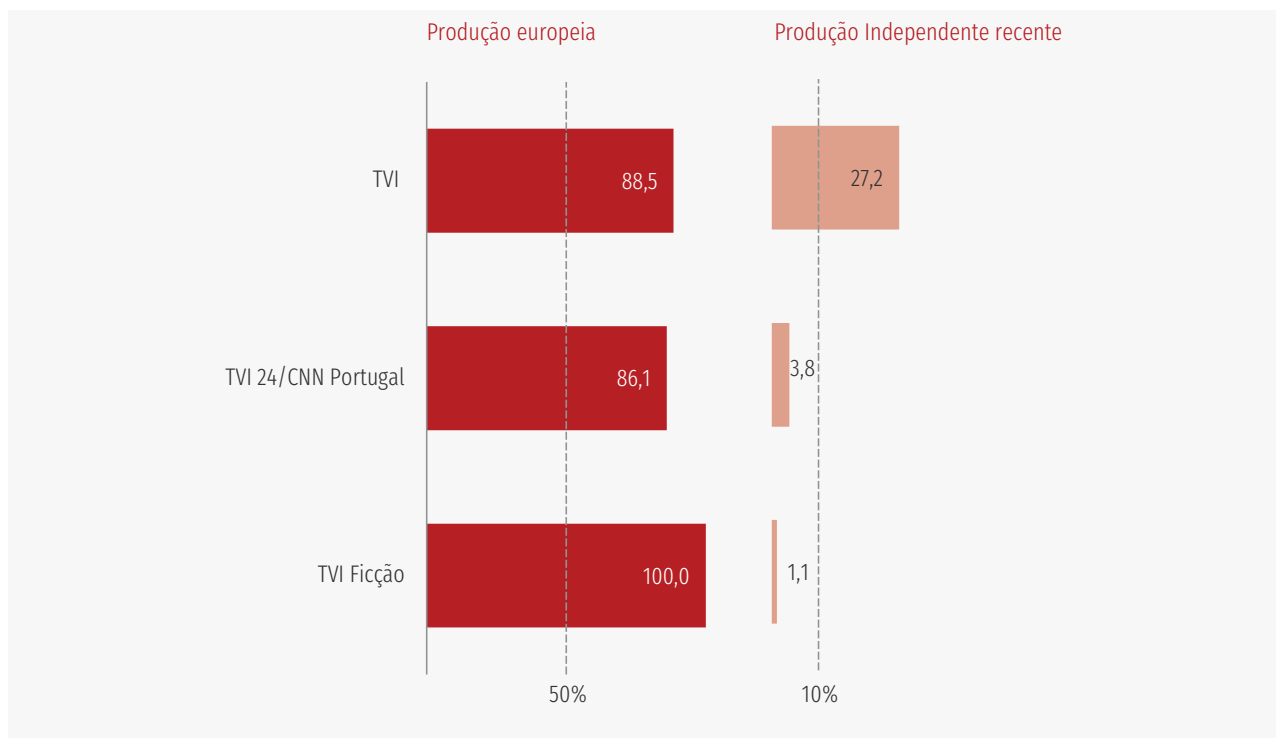
A percentagem mais elevada de produção europeia regista-se no serviço temático de informação SIC Notícias, 85,4 %, tal como em anos anteriores por este valor ser apurado depois de deduzido os tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade, seguido da SIC, com 83,7 %.





TVI - Televisão Independente

FIG. 4 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

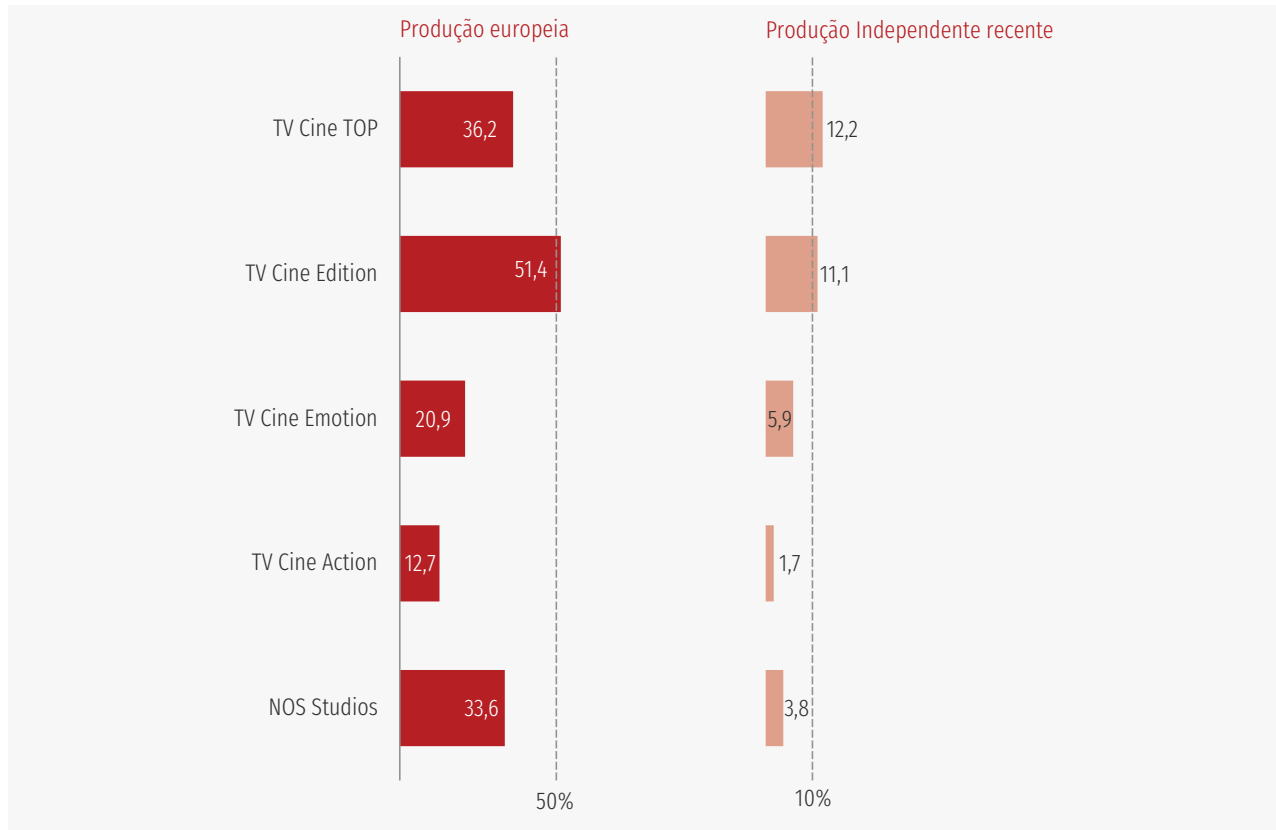


No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 86,1 %, na TVI24/CNN Portugal, e os 100 %, na TVI Ficção.

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.

NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION

FIG. 5 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Apenas um dos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS Audio-Sales and Distribution, TV Cine Edition, atingiu a quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, verificando-se uma tendência de subida em todos os serviços, à exceção do TV Cine Emotion.

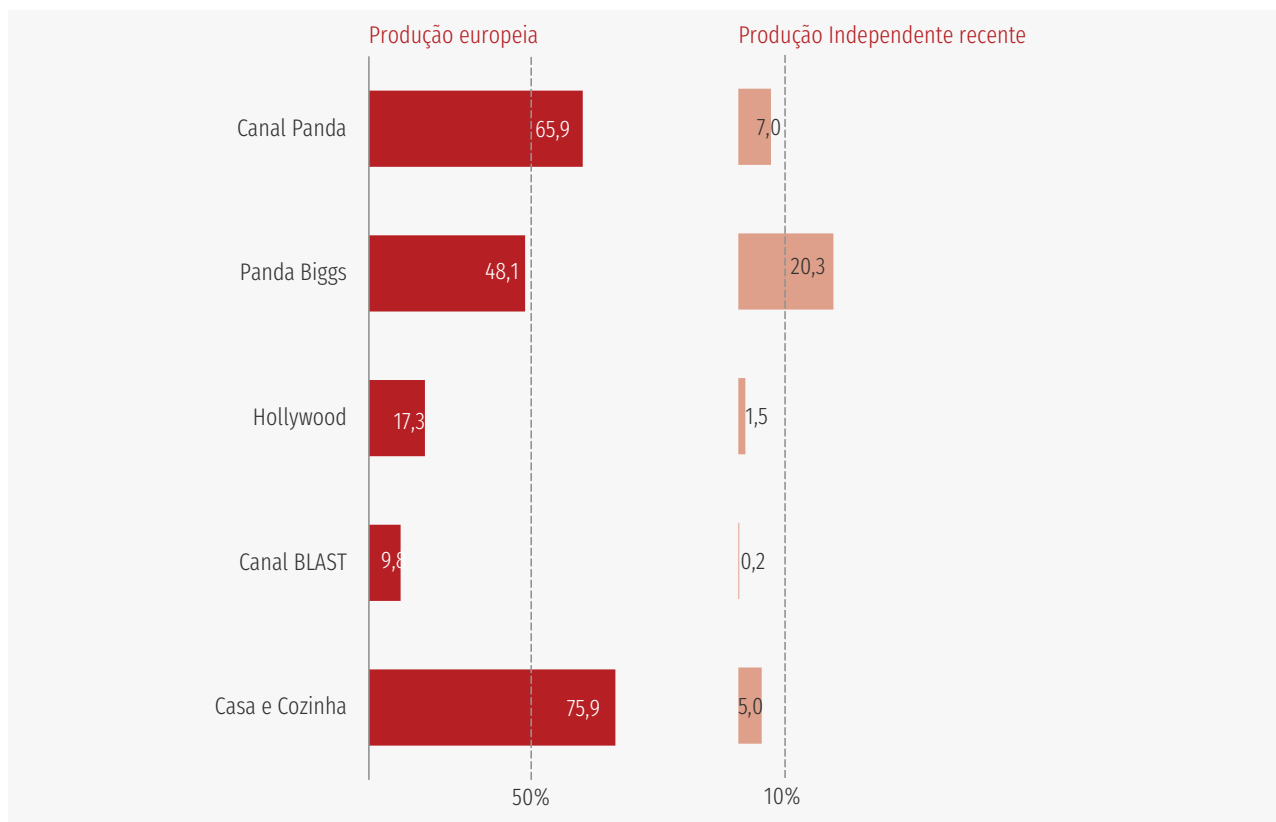
Quanto à produção independente recente, o TV Cine Top e o TV Cine Edition cumprem a quota mínima, já os TV Cine Emotion, TV Cine Action e NOS Studios situam-se aquém desta.





DREAMIA

FIG. 6 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

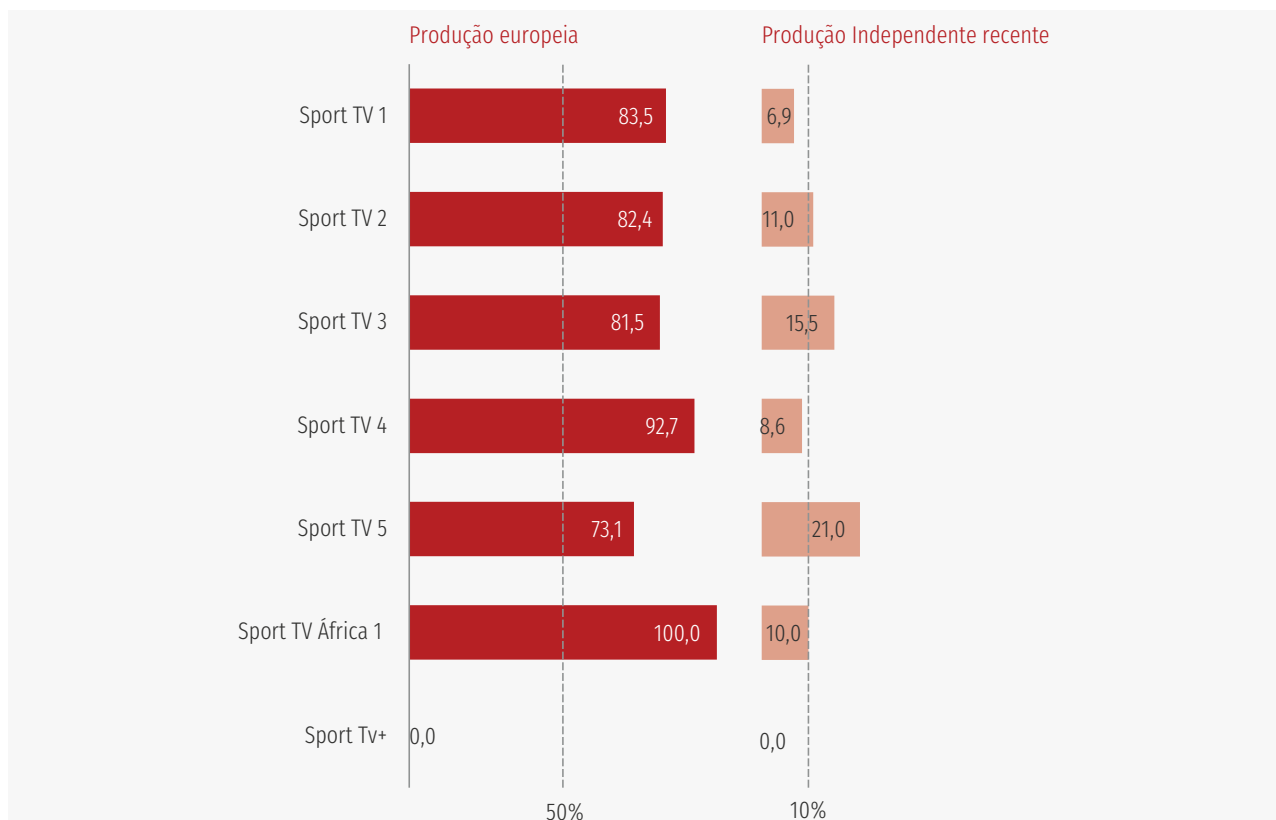


Nos serviços de programas do operador DREAMIA, apenas o Canal Panda e o Casa e Cozinha apresentam uma percentagem maioritária de obras europeias. Quanto à produção independente recente, apenas o serviço temático infantil/juvenil, BIGGS, ultrapassou a quota prevista, tendo os serviços deste operador apresentado descidas generalizadas na difusão de obras de produção independente recente.



SPORT TV PORTUGAL

FIG. 7 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

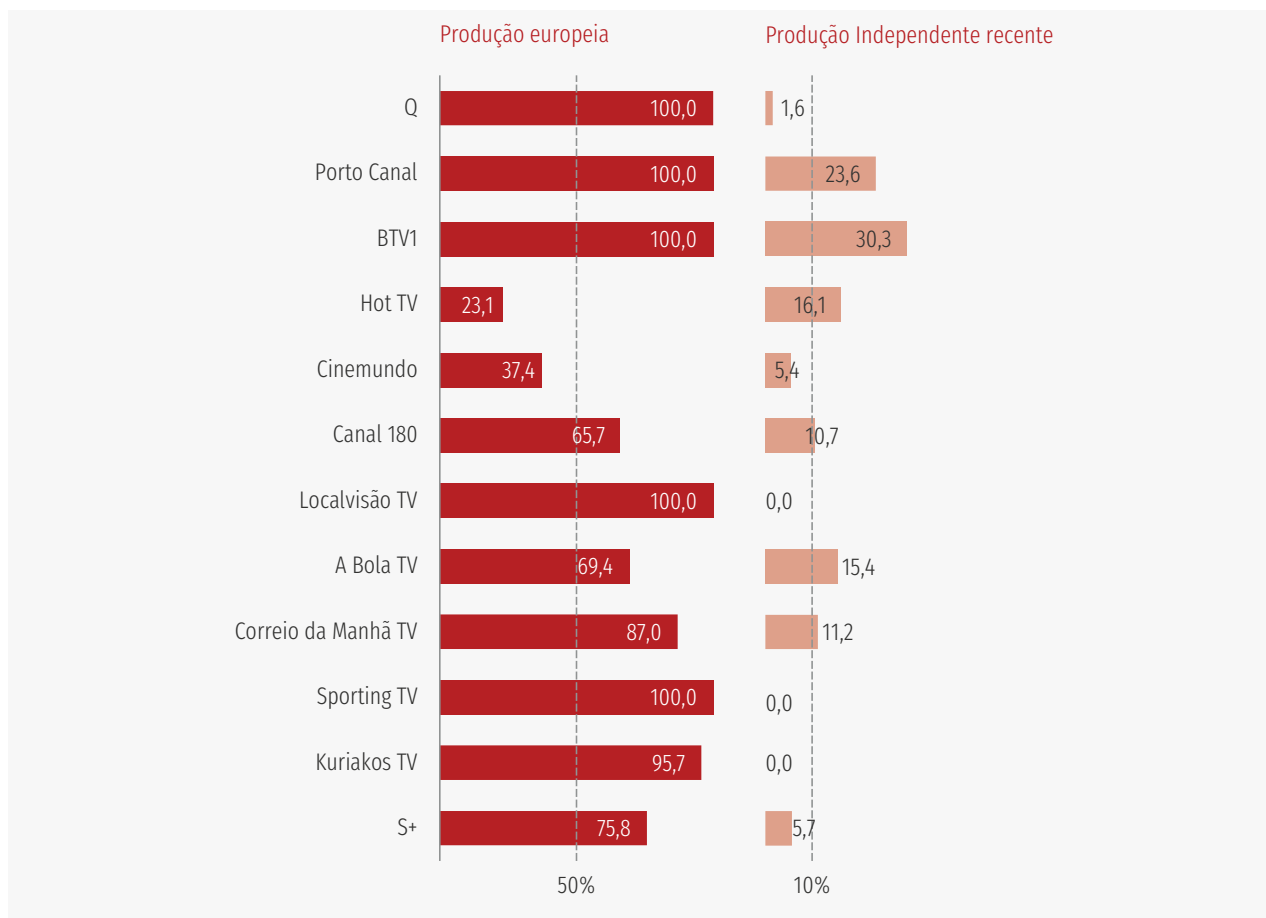


Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV+.

Tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas, as quais são excluídas para estes apuramentos, regista-se um cumprimento quase generalizado na produção independente recente, à exceção da SPORT TV+, SPORT TV1 e SPORT TV4, com descidas face a 2020.

Outros serviços de programas de televisão

FIG. 8 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Relativamente aos operadores que só detêm um serviço de programas com obrigações no âmbito do dever de informação (artigo 49.º da LTSAP), 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 Q, Porto Canal, BTV1, Localvisão e Sporting TV e a Hot TV e Cinemundo com um percentual aquém do determinado.

Quanto à produção independente recente, seis serviços apresentaram valores aquém do estipulado. Localvisão, Sporting TV e Kuriakos, sem produções contabilizáveis. O Q, Cinemundo e S+, entre 1,6 % e 5,7 %.





5. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, introduziu no n.º 2, do artigo 46.º, regras específicas para os serviços de programas generalistas. Assim, estes «devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem da programação» referida no número anterior «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

FIG.9 – OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA INDEPENDENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	26,8%
	RTP2	7,2%
SIC	SIC	63,8%
TVI	TVI	13,2%
Avenida dos Aliados	Porto Canal	23,6%
Cofina	CMTV	7,8%

De acordo com os dados apurados, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente mais de metade da totalidade de produção independente recente, 63,8 %.

De assinalar que o segundo serviço de programas do operador público, embora ultrapassando a quota de 5 %, é aquele que obtém o menor percentual, com 7,2 % de difusão de obras criativas de produção independente europeia, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.

6. EVOLUÇÃO DAS QUOTAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, verificamos um comportamento similar dos operadores nos serviços de programas, no que se refere à difusão de obras audiovisuais, mormente ao cumprimento das disposições contidas nos artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão.

Mais se refere que o comportamento dos operadores assenta materialmente na temática do serviço de programas ou em contingências relacionadas com o público-alvo que os condiciona nas preposições a que se encontram vinculados.

Ao longo dos últimos cinco anos, a incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares não tem sofrido inflexões de relevo, sendo gradativa.



FIG.10 – EVOLUÇÃO DA % DE PRODUÇÃO EUROPEIA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
		A BOLA TV	77,3	73,1	78,9	78,0	69,4
		BTV1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		CANAL 180	83,7	83,3	82,6	82,9	65,7
		CANAL Panda	39,0	58,2	77,4	60,4	65,9
		Cinemundo	24,8	26,0	32,8	36,5	37,4
		CMTV	75,3	79,0	83,1	82,6	87,0
		Hollywood	9,3	9,8	11,5	12,3	17,3
		HOT TV	21,8	30,1	29,1	29,7	23,1
		Kuriakos	100,0	99,6	98,6	98,8	95,7
		Localvisão	100,0	100,0	100,0	100,0	75,8
		Panda Biggs	57,7	97,5	45,7	39,7	48,1
		Porto Canal	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0
		Q	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		RTP1	87,7	86,5	86,6	86,5	90,4
		RTP2	79,3	78,8	78,8	79,5	80,4
		RTP3	93,6	96,6	95,7	95,4	92,7
		RTP Açores	98,2	99,7	97,2	96,8	95,4
		RTP África	93,1	92,6	93,2	93,2	89,0
		RTP Internacional	99,8	100,0	99,4	99,3	99,9
		RTP Madeira	97,3	98,7	98,3	97,8	97,0
Produção europeia (n.º1 do artigo 45.º)	Maior que 50%	RTP Memória	79,7	79,9	81,0	81,4	83,6
		SIC	62,6	69,5	76,7	78,0	83,7
		SIC Caras	62,0	55,1	53,5	47,4	51,9
		SIC K	33,1	47,7	44,2	49,5	53,4
		SIC Mulher	35,3	42,4	39,0	18,2	19,7
		SIC Notícias	89,5	89,6	88,1	85,4	85,4
		SIC Radical	41,6	45,8	43,5	50,2	51,1
		SPORT TV+	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		SPORT TV1	53,0	67,8	83,9	89,9	83,5
		SPORT TV2	95,1	90,1	86,0	73,9	82,4
		SPORT TV3	91,2	84,0	81,4	76,9	81,5
		SPORT TV4	31,3	33,5	89,8	81,6	92,7
		SPORT TV5	43,3	55,6	74,0	67,9	73,1
		SPORT TV África 1	99,1	100,0	100,0	100,0	100,0
		SPORTING TV	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		TV Cine Action	14,8	18,5	22,4	11,7	12,7
		TV Cine Edition	36,8	42,4	41,9	43,3	51,4
		TV Cine Emotion	26,8	27,0	21,7	21,3	20,9
		TV Cine Top	31,8	30,2	30,0	28,0	36,2
		TVI	92,1	93,3	94,5	94,2	88,5
		TVI 24/CNN Portugal	89,6	91,5	94,0	93,8	86,1
		TVI Ficção	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0

FIG.11 – EVOLUÇÃO DA % DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2017	2018	2019	2020	2021
		A BOLA TV	14,4	11,8	17,0	15,2	15,4
		BTV1	42,9	36,7	33,1	28,0	30,3
		CANAL 180	40,9	40,2	39,0	33,5	10,7
		CANAL Panda	6,7	13,3	12,1	8,3	7,0
		Cinemundo	0,0	0,8	0,5	0,4	5,4
		CMTV	4,0	1,2	10,2	9,3	11,2
		Hollywood	0,2	1,7	1,1	0,7	1,5
		HOT TV	16,4	22,9	25,8	24,0	16,1
		Kuriakos	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
		Localvisão	1,1	0,3	0,0	0,0	0,0
		Panda Biggs	22,9	0,0	21,5	18,0	20,3
		Porto Canal	40,6	43,2	24,8	51,4	23,6
		Q	0,6	0,4	0,1	1,0	1,6
		RTP1	37,5	27,9	27,9	31,3	30,3
		RTP2	27,1	32,6	22,1	21,6	22,2
		RTP3	34,4	30,6	26,1	23,4	16,2
		RTP Açores	33,3	36,5	28,8	25,4	22,4
		RTP África	66,8	46,7	47,6	39,7	36,8
		RTP Internacional	40,2	29,5	32,6	35,6	31,9
		RTP Madeira	21,6	20,0	20,4	13,1	12,3
Produção independente recente (n.º1 do artigo 46.º)	Maior ou Igual a 10%	RTP Memória	2,7	3,5	6,2	4,2	5,8
		SIC	48,0	58,2	56,7	61,3	64,4
		SIC Caras	30,6	29,5	30,7	27,7	30,7
		SIC K	9,9	9,3	7,8	7,7	7,1
		SIC Mulher	9,1	16,1	18,1	7,0	7,6
		SIC Notícias	29,2	37,1	34,1	37,8	39,6
		SIC Radical	24,9	27,7	23,6	31,8	30,0
		SPORT TV+	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		SPORT TV1	23,4	30,3	38,4	46,7	6,9
		SPORT TV2	35,0	47,2	49,3	43,7	11,0
		SPORT TV3	45,2	47,0	31,1	26,8	15,5
		SPORT TV4	26,4	22,1	27,2	41,5	8,6
		SPORT TV5	27,0	36,1	26,3	24,6	21,5
		SPORT TV África 1	13,8	10,4	10,0	8,0	10,0
		SPORTING TV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		TV Cine Action	3,5	3,9	3,9	2,2	1,7
		TV Cine Edition	12,9	12,5	14,1	14,1	11,1
		TV Cine Emotion	8,8	7,2	6,5	7,0	5,9
		TV Cine Top	9,4	10,5	11,8	12,3	12,2
		TVI	27,2	26,4	24,9	30,8	27,2
		TVI 24/CNN Portugal	1,7	1,2	2,3	3,3	3,8
		TVI Ficção	1,4	1,4	1,4	0,9	1,1

Genericamente, o grau de cumprimento dos serviços de programas em matéria de difusão de obras audiovisuais, nas epígrafes ‘Produção Europeia’ e ‘Produção Independente’, é consentânea com as obrigações dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e diversão, sendo que sempre que tal não se verifique os operadores são incentivados ao cumprimento das quotas, assim como sensibilizados para a importância do cumprimento de quotas de produção europeia e independente não só para a dinâmica do mercado interno, como para o cumprimento dos artigos 16.º e 17.º da Diretiva dos SCSA.

7. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

No quadro seguinte constam as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia nos serviços audiovisuais a pedido (SAP), tal como disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, «[...] devem contribuir para a promoção de obras europeias, designadamente através da contribuição financeira para a sua produção ou da sua incorporação progressiva no respetivo catálogo».

Note-se que nesta matéria, registaram-se as principais alterações pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, nomeadamente no disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, passando a conter a seguinte redação «2 - Os catálogos dos serviços audiovisuais a pedido asseguram uma quota mínima de 30 /prct. de obras europeias, tendo de lhes ser garantida uma posição proeminente, devendo estes catálogos dedicar pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Mais dispõe o n.º 6 do referido artigo que «[o] cálculo da percentagem de obras europeias a que se refere o n.º 2 e a definição de baixas audiências e de baixo volume de negócios a que se refere o n.º 4 do artigo 14.º-A da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro, na redação dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, são realizados de acordo com as orientações emitidas pela Comissão Europeia nos termos do n.º 7 do artigo 13.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual.»

Não obstante a presente análise já refletir alguns dos pressupostos presentes no artigo 13.º da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual, a mesma ainda não é aplicável na íntegra, em virtude da entrada em vigor da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, só produzir efeitos após 17 de fevereiro 2021.

FIG. 12 – PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Operadores de distribuição VOD 2021	N.º de obras em catálogo	N.º de obras europeias	N.º obras europeias recentes	N.º obras LP	% europeias	% Obras LP
NOWO - Communications, S.A.	4314	1332	618	95	30,9	7,1
Vodafone Portugal, S.A.	5417	2649	835	138	48,9	5,2
MEO - PT Comunicações, S.A.	16 237	5166	2259	325	31,8	6,3
NOS Comunicações, S.A.	45 446	16 642	9456	6205	36,6	37,3

Relativamente aos operadores de serviços audiovisuais a pedido por subscrição, à data abrangidos quer pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, quer pela alteração do Decreto Regulamentar da Lei dos Registos, assinala-se uma integração de obras europeias consentânea com as disposições legais, conferida por percentagens entre os 30,9 %, na NOWO, e os 48,9 % na Vodafone.

De salientar que num exercício de aplicação da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, se verificou a aplicação relativa aos operadores de serviços audiovisuais a pedido dedicarem «[...] pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Segundo a referida preposição, os SAP deveriam atingir 15 % de produção independente europeia, originalmente em língua portuguesa, produzida há menos de cinco anos. Refira-se, antes de mais, que a base aqui refletida não é a mesma pois a produção europeia está convencionada no universo total, quanto ao ano de produção, enquanto as obras originariamente em língua portuguesa assentam no universo dos últimos cinco anos, ou seja produção recente.

Assim, refira-se que apenas a NOS Comunicações integra uma percentagem superior a 15 %, sendo esta superior à de produção europeia, uma vez que assenta numa base distinta.

No que se refere à proeminência das obras europeias, os operadores de SAP comunicaram que garantem esta premissa, nos seguintes termos:

- **Nowo:** o destaque de obras de produção europeia no catálogo é assegurado através da inclusão de conteúdos em diferentes menus, tais como “Estreias” e conteúdos “Mais Vistos”, entre outros. Adicionalmente, incluem menus dedicados a obras europeias, tais como “Filmes Portugueses”, “Comédias Francesas” e “Cinema Espanhol”.
São ainda incluídos *banners* alusivos às obras europeias, que são utilizados para destacar conteúdos na plataforma e que, ao selecionar o *banner*, o cliente poderá entrar diretamente no detalhe do programa;
- **Vodafone:** dispõe de um *corner*, em permanência, para acesso a conteúdo em língua portuguesa e sempre que é lançado um novo título em português o mesmo é colocado nas primeiras posições do catálogo. Paralelamente, ao longo do ano, são lançados ciclos de produção europeia, tais como a “Festa do Cinema Italiano” ou a “Festa do Cinema Francês”;
- **MEO:** as novas produções europeias em catálogo passam por uma posição de destaque, assim como intensifica campanhas de divulgação de obras europeias.
De forma a garantir uma melhor acessibilidade e pesquisa em catálogo, a MEO criou temáticas de destaque com seleção de obras portuguesas e europeias;
- **NOS:** cria destaques regulares, na página do Videoclube, de filmes europeus de forma a garantir-lhe melhor visibilidade, como também no menu estreias e novidades.
Existem secções dedicadas a Cinema Europeu/Mundo, acessíveis a partir da página principal do Videoclube. Nesta secção podem encontrar-se subdivisões por Cinema Francês, Germânico, Italiano, Espanhol e Britânico. Desenvolvem ainda iniciativas de comunicação e marketing das obras europeias em catálogo, com vista a atribuir-lhes notoriedade. Estas campanhas são implementadas nos meios de comunicação da NOS, tais como *newsletters*, SMS e sítio eletrónico.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

1. VISÃO GLOBAL

O ano de 2021 promoveu alterações no mercado audiovisual, as quais foram mais visíveis no mercado de conteúdos não lineares. Fruto da alteração da Lei da Televisão, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, e consequente obrigatoriedade de registo dos serviços audiovisuais a pedido, assistiu-se a alterações fundamentais no consumo e consequentes análises daí decorrentes.

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.

Contudo, as estratégias dos serviços de televisão lineares, em 2021, ficaram também condicionadas pela continuidade de restrições da Covid 19, com repercussões na repetição de conteúdos e um forte pendor de conteúdos informativos e programas de estúdio nas linhas editoriais dos serviços de programas generalistas.

De facto, a pandemia influiu na programação dos canais generalistas em sinal aberto que exibiram linhas de programação uniformes, sendo certo que o segundo serviço de programas do operador público continua a orientar a sua produção para conteúdos no género cultural/conhecimento e com uma acentuada dimensão de produção europeia.

Assim, pretende-se dar uma abrangência sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Traça-se ainda uma retrospectiva das produções que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2021.

Integram as análises constantes neste capítulo os programas de natureza criativa, cuja produção deriva diretamente da atividade do sector industrial do audiovisual, com reflexos na sua cadeia de valor.

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 conseqüente 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 2006-2021

Desde a criação da ERC, entre 2006 e 2021, foram autorizados, ao abrigo da Lei da Televisão, nas suas diversas versões, 64 serviços de programas sob jurisdição nacional. Em exercício, no final de 2021, 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.

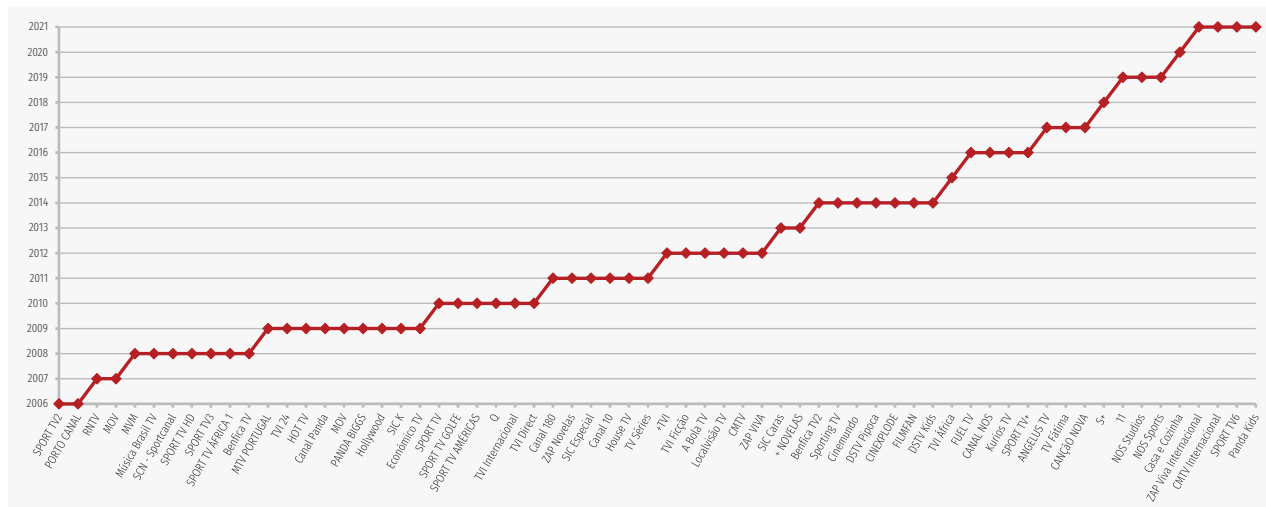
De assinalar que as primeiras deliberações da ERC de autorização de novos serviços de programas de televisão datam de 2006 e foram requeridas pelos operadores SPORT TV Portugal, S.A., para o SPORT TV3 embora, no mesmo ano, o serviço tenha alterado a denominação para SPORT TV2 (nome que consta na Figura 1) e pelo operador Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., para Porto Canal.

Assinala-se ainda que consta, na referida figura, 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 2009, pelo operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A. O serviço de programas manteve a mesma denominação.

A esmagadora maioria dos serviços autorizados é de natureza temática, 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, pelo que, em 2021, se registou a extinção de um título habilitador.

FIG. 1 – DELIBERAÇÕES REFERENTES AO EXERCÍCIO DE ATIVIDADE TELEVISIVA ENTRE 2006-2021



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).

AUTORIZAÇÕES, AVALIAÇÕES, RENOVAÇÕES E REVOGAÇÕES -2021

Em 2021, a ERC atribuiu quatro autorizações para o exercício da atividade de televisão: um serviço de programas temático de entretenimento, denominado ZAP Viva Internacional, do operador Upstar Comunicações, S.A. - Deliberação ERC/2021/34 (AUT-TV), de 3 de fevereiro, um serviço generalista de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado CMTV Internacional, do operador Cofina Media, S.A. - Deliberação ERC/2021/146 (AUT-TV), de 5 de maio, um serviço de programas temático de desporto de cobertura nacional e acesso condicionado, denominado SPORT TV6, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A. - Deliberação ERC/2021/165 (AUT-TV), de 25 de maio, e um serviço de programas temático infantil, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado Panda Kids, do operador DREAMIA- Serviços de Televisão, S.A. - Deliberação ERC/2021/168 (AUT-TV), de 1 de junho.

FIG. 2 – DELIBERAÇÕES REFERENTES AO EXERCÍCIO DE ATIVIDADE TELEVISIVA-2021

Deliberações	Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Âmbito de Cobertura	Acesso
AUTORIZAÇÕES					
ERC/2021/34 (AUT-TV), 3 de fevereiro	UPSTAR Comunicações, S.A.	ZAP Viva Internacional	temático/ entretenimento	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2021/146 (AUT-TV), 5 de maio	Cofina, Mdia, S.A.	CMTV Internacional	generalista	internacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2021/165 (AUT-TV), 25 de maio	SPORT TV Portugal, S.A.	SPORT TV 6	temático/desporto	nacional	condicionado
ERC/2021/168 (AUT-TV), 1de junho	Dreamia, Serviços de Televisão, S.A.	Panda Kids	temático/infantil	nacional	não condicionado, com assinatura
AVALIAÇÕES INTERCALARES					

Deliberações	Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Âmbito de Cobertura	Acesso
ERC/2021/19 (AUT-TV), 13 de janeiro	SPORT TV Portugal, S.A.	SPORT TV4	temático/desporto	nacional	condicionado
ERC/2021/83 (AUT-TV), 10 de março	TVI-Televisão Independente, S.A.	TVI África	generalista	internacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2021/59 (AUT-TV), 24 de fevereiro	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Notícias	temático/informação	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2021/309 (AUT-TV), 20 de outubro	NOS- Audios-Sales and Distribuion, S.A.	Canal NOS	temático/entretenimento	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2021/355 (AUT-TV), 30 de novembro	SPORT TV Portugal, S.A.	SPORT TV+	temático/informação desportiva	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2022/18 (AUT-TV), 12 de janeiro	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Radical	temático/entretenimento	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2022/20 (AUT-TV), 12 de janeiro	Motes e Ideias, Lda.	Kuriakos TV	Temático/religioso	nacional	não condicionado, com assinatura
RENOVAÇÕES					
ERC/2021/300 (LIC-TV), de 13 de outubro	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC	generalista	nacional	não condicionado livre
ERC/2021/301 (LIC-TV), de 13 de outubro	TVI-Televisão Independente, S.A.	TVI	generalista	nacional	não condicionado livre
ERC/2021/314 [AUT-TV], de 4 de novembro	Avenida dos Aliados-Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	generalista	nacional	não condicionado, com assinatura
REVOGAÇÃO					
ERC/2021/216 (AUT-TV), de 28 de julho	MTV Networks, Unipessoal, Lda	MTV Portugal	temático/entretenimento	nacional	não condicionado, com assinatura

Nos termos do disposto no artigo 23.º da LTSAP, foram concluídas, em 2021, sete avaliações intercalares, duas das quais têm data de 2022, apenas por terem sido deliberadas na primeira reunião do Conselho Regulador de 2022, relativas aos serviços de programas SPORT TV4, SIC Notícias, Canal NOS, SPORT TV+, SIC Radical e Kuriakos TV.

A requerimento do operador MTV Networks, Unipessoal, Lda., foi revogada a autorização do serviço de programas MTV Portugal - Deliberação ERC/2021/216 (AUT-TV), de 28 de julho.

Foram ainda alterados os projetos dos serviços de programas televisivos: TVI24, quanto à denominação (CNN Portugal) e algumas formalidades estruturais - Deliberação ERC/2021/267 (AUT-TV), de 22 de setembro; BIGGS, no que se refere ao público-alvo de infantil para juvenil - Deliberação ERC/2021/375 (AUT-TV), de 9 de dezembro; e SPORT TV5, quanto aos horários de emissão - Deliberação ERC/2021/382 (AUT-TV), de 19 de dezembro.

Quanto às renovações, procedeu-se às renovações das licenças para a atividade de televisão do serviço de programas SIC, do operador SIC-Sociedade Independente de Comunicação, S.A. - Deliberação ERC/2021/300 (LIC-TV), de 13 de outubro; e do serviço de programas TVI, do operador TVI-Televisão Independente, S.A. - Deliberação ERC/2021/301 (LIC-TV), de 13 de outubro; e da autorização do serviço de programas Porto Canal, do operador Avenida dos Aliados-Sociedade de Comunicação, S.A. - Deliberação ERC/2021/314 [AUT-TV], de 4 de novembro, dando cumprimento ao disposto no artigo 22.º da LTSAP.

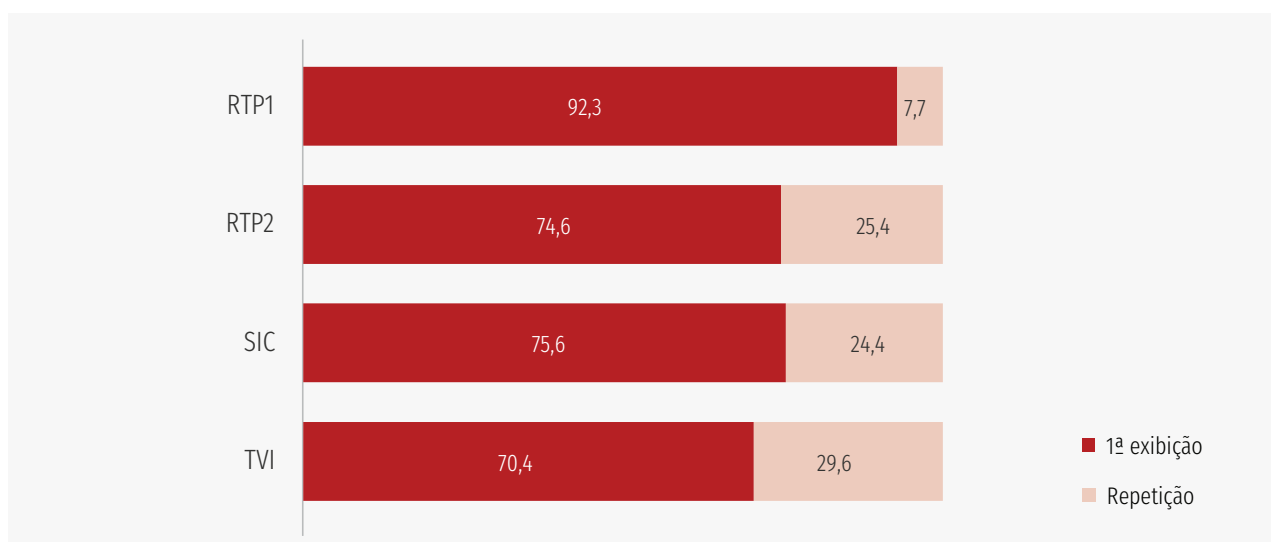
TEMPO TOTAL DE PROGRAMAS

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 na LTSAP, isto é, o tempo de emissão consagrado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade e televenda.

FIG.3 - TOTAL DE PROGRAMAS - 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO – 2021

Operadores	Serviços generalistas	1ª exibição		repetição		Programas h
		h	%	h	%	
RTP	RTP 1	3814	92,3	316	7,7	4130
	RTP 2	4112	74,6	1399	25,4	5511
SIC	SIC	3713	75,6	1201	24,4	4914
TVI	TVI	3663	70,4	1541	29,6	5204
Total		15 302	77,4	4457	22,6	19 759

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, 7,7 % a 29,6 % da programação de cada serviço de programas. De uma forma geral, a percentagem de programas de primeira exibição subiu face a 2020.





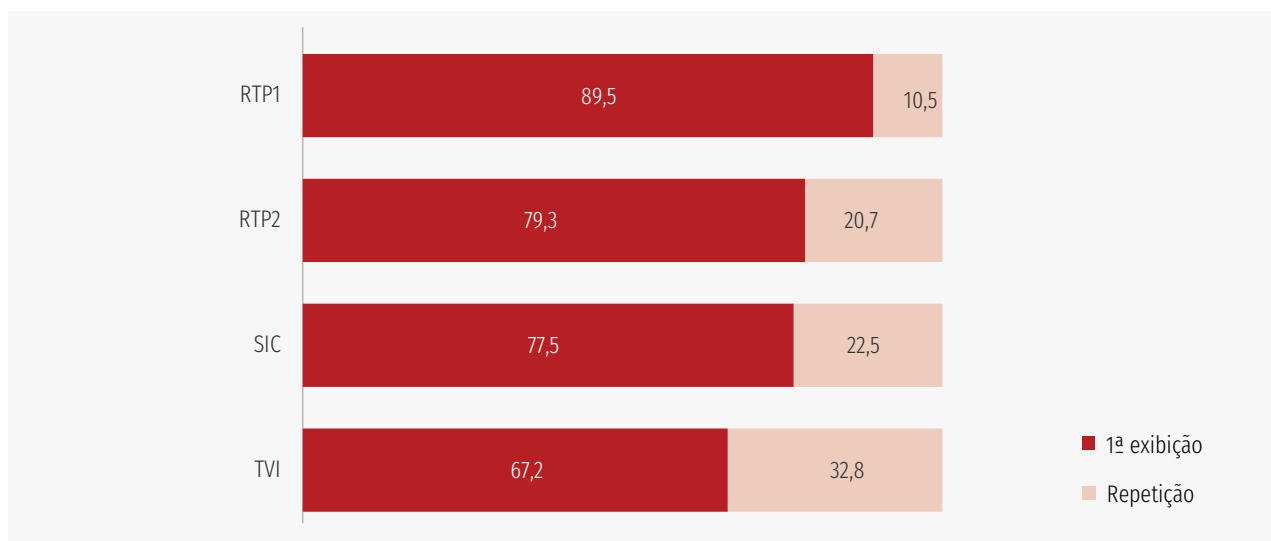
PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os tempos e percentuais de programação independente incluem as produções de origem nacional e estrangeira, emitidas nos serviços de programas generalistas.

FIG.5 - PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2021

Operadores	Serviços generalistas	Programas (total)	Produção independente		1ª exibição		repetição	
		h	h	%	h	%	h	%
RTP	RTP 1	4130	2188	53,0	1959	89,5	229	10,5
	RTP 2	5511	2516	45,7	1996	79,3	520	20,7
SIC	SIC	4914	3363	68,4	2606	77,5	757	22,5
TVI	TVI	5204	2467	47,4	1658	67,2	809	32,8
Total		19 759	10 534	53,3	8219	78,0	2315	22,0

FIG.6 – PROGRAMAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 1.ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO (%)



Verifica-se que, no total dos quatro serviços generalistas, foram exibidas 10 534 horas de produção independente. A SIC, o serviço que mais tempo lhe dedicou, e a RTP1, o que menor volume de horas exibiu. Mais se verifica que, em obras de produção independente exibidas, pela primeira vez, a RTP1 é o serviço de programas com maior percentual. Dos operadores privados, a TVI continua a ser o serviço de programas que exhibe menor volume de horas de produção independente.

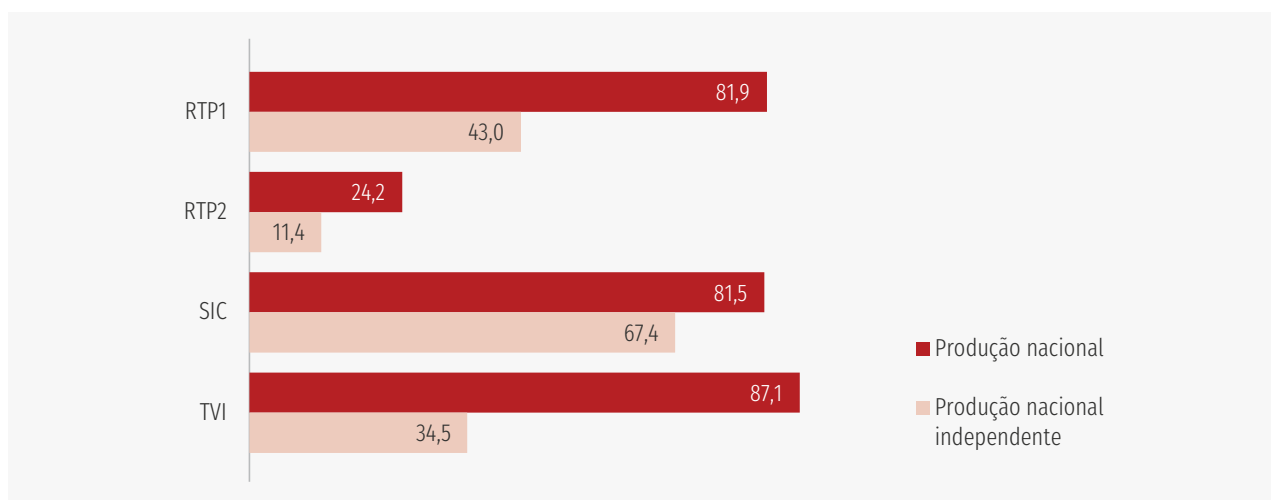
PRODUÇÃO NACIONAL

Os tempos de produção nacional e nacional independente resultam da análise de programas de primeira exibição.

FIG.7 – PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL E NACIONAL INDEPENDENTE- 2021

Operadores	Serviços generalistas	Total de programas		Produção nacional		Produção nacional independente	
		h	h	%	h	%	
RTP	RTP1	4130	3381	81,9	1774	43,0	
	RTP2	5511	1335	24,2	630	11,4	
SIC	SIC	4914	4007	81,5	3311	67,4	
TVI	TVI	5204	4533	87,1	1796	34,5	
Total		19 759	13 256	67,1	7511	33,1	

FIG.8 – PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL E PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE (%)



O volume de produção de origem nacional, no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas, representa uma percentagem maioritária do total de programas exibidos nos referidos serviços, 67,1 %. Assinala-se que o volume de horas de produção nacional e nacional independente apresenta os resultados mais baixos na RTP2, sendo a TVI o serviço de programas que exibiu o maior número de horas de produção nacional.

Já na produção nacional independente, a SIC incorporou o maior percentual, com 67,4 % do tempo total de programas, seguida da RTP1, com 43,0 %, e da TVI, com 34,5 %. O segundo serviço do operador público apresenta o percentual mais baixo dos últimos anos, 11,4 %.



GÉNEROS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

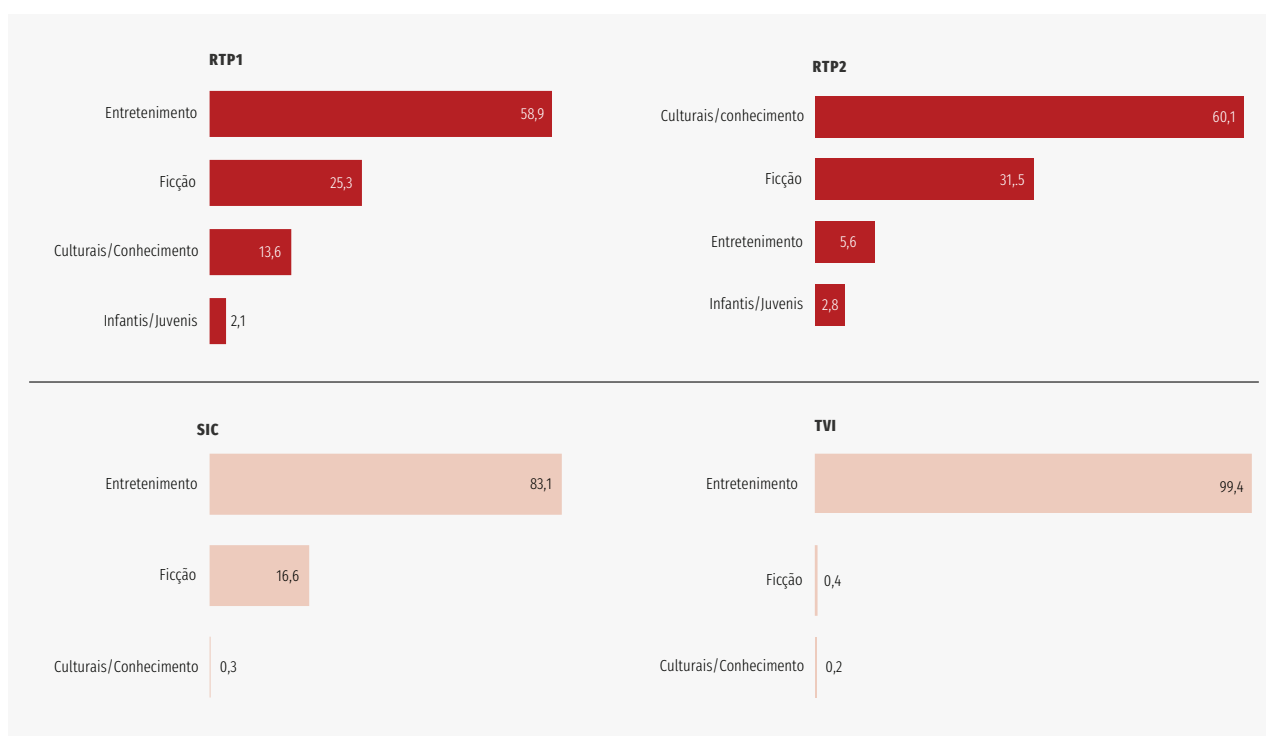
Os géneros mais expressivos da produção nacional encontram-se agregados pelos macrogéneros ficção, infantis/juvenis, entretenimento e cultural/conhecimento. Nas figuras seguintes, serão apresentados, na globalidade, os tempos de programas de 1.ª exibição.

FIG.9 - GÉNEROS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE 2021 (HORAS)

Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Ficção	404	181	431	5	1021
Infantis/Juvenis	34	16	0	0	50
Entretenimento	939	32	2153	1413	4537
Culturais/Conhecimento	217	345	8	3	573
Total	1594	574	2592	1421	6181

O género mais representativo, no conjunto dos quatro serviços generalistas, é o entretenimento, com 4537 horas, seguido pela ficção, 1021 horas, programas culturais, com 573 horas, e infantis/juvenis, 50 horas. A maior descida no volume de horas por género, face a 2020, é nos programas infantis/juvenis.

FIG.10 – PERCENTAGENS POR SERVIÇO/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, cultural/conhecimento, na RTP2.

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 83,1 %. O segundo conteúdo com maior representatividade é a ficção, com 16,6 %, na SIC, e 0,4%, na TVI. Nenhum dos serviços de programas privados apresenta conteúdos infantis/juvenis de produção independente.

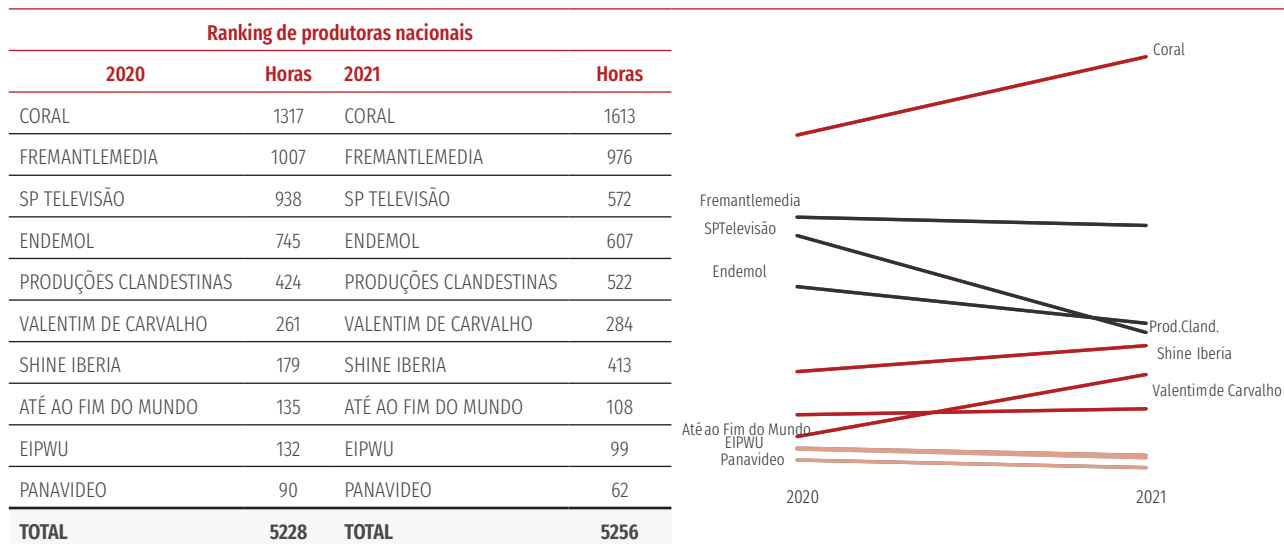


PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS NO MERCADO INTERNO

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 se aferirem 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 sinal aberto. Estes dados foram cotejados com os de 2020.

FIG. 11 - RANKING DAS PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS- 2020/2021 (HORAS)



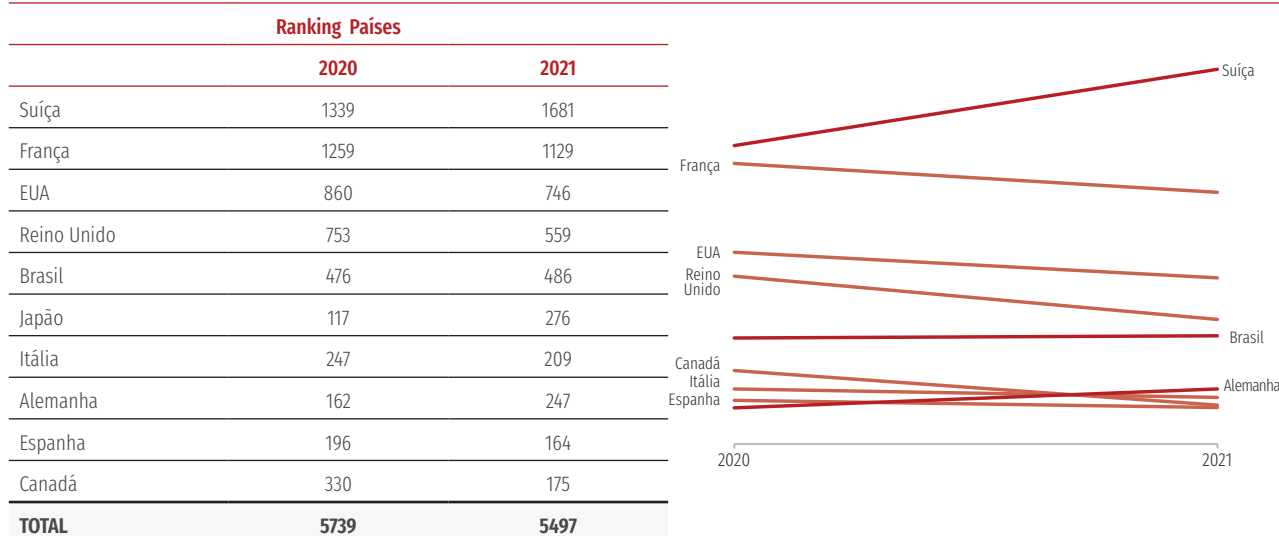
No cômputo geral dos conteúdos provenientes de produtoras nacionais independentes, regista-se um volume de horas produzidas pelas produtoras presentes no *ranking* similares às de 2020, com 5228h e, em 2021, com 5256h.

Em 2021, a Coral continua a ocupar a posição cimeira do *ranking*, seguida pela Fremantlemedia e pela Endemol. As três produtoras com maior número de horas exibidas nos serviços de programas generalistas em sinal aberto produziram um menor volume de horas, em 2020, ainda assim representam cerca de 2/3 da produção constante do *ranking*.

É ainda de assinalar que as produtoras no *ranking*, em 2021, são as mesmas de 2020, embora alternem ligeiramente o número de horas produzidas.

PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO INTERNO

FIG. 12 - PRINCIPAIS PAÍSES FORNECEDORES DE CONTEÚDOS TELEVISIVOS PARA PORTUGAL - 2020/2021 (HORAS)



Em 2021, a Suíça continua a assumir o papel de liderança dos principais países fornecedores de conteúdos para os serviços de programas generalistas, seguida da França.

Destarte, o predomínio da Suíça está associado à exibição de conteúdos infantis/juvenis no operador do serviço público.

O Reino Unido diminuiu o número de horas e continua a ocupar a quarta posição no *ranking*. Relativamente a 2020, assiste-se a uma diminuição do número de horas de produção proveniente de França, EUA, Reino Unido, Itália, Espanha e Canadá.

Já em 2021, assiste-se a um aumento do número de horas de países com posição no *ranking*, tais como Suíça, Brasil, Japão e Alemanha.

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 2021, tendo por base de incidência a origem da produção. De forma a consolidar dados, foi ainda feita uma recolha de dados comparativos, face a 2020.

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	2020	2021
RTP1	75	77
RTP2	94	82
SIC	36	6
TVI	13	2
Total	218	167

O operador de serviço público é aquele que exibe mais horas de produção de origem nacional, apresentando uma tendência similar em relação ao ano anterior em ambos os serviços de programas. De realçar que o peso da produção nacional na SIC e TVI também desceu significativamente relativamente a 2020.

FIG.14- ORIGEM DAS OBRAS CINEMATOGRAFICAS (HORAS)

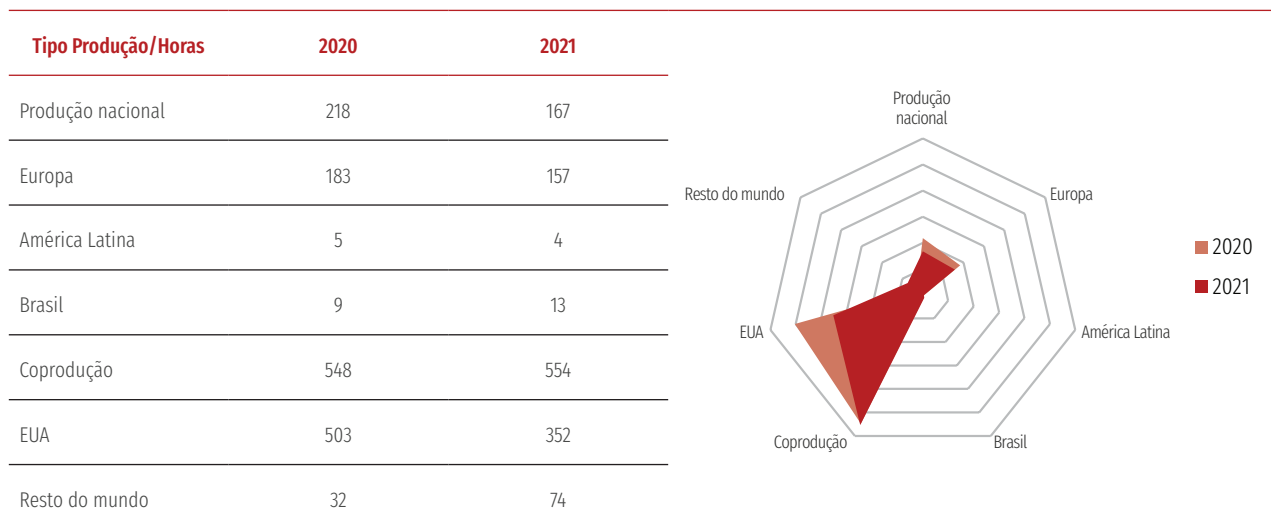
Origem da produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Produção nacional	77	82	6	2
Europa	28	116	9	4
América Latina	0	4	0	0
Brasil	0	13	0	0
Coprodução	171	152	141	90
EUA	79	14	130	129
Resto do mundo	13	50	8	3
Total	368	431	294	228

Entre os quatro serviços generalistas, o serviço que deu maior destaque à exibição de obras cinematográficas foi a RTP2, seguido do primeiro serviço de programas do operador de serviço público. Em ambos os casos, a origem das obras é resultado de coproduções com países europeus, que não inclui Portugal.

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 CINEMATOGRAFICAS (HORAS)



No conjunto dos quatro serviços de programas, a coprodução é o tipo de produção com mais representatividade, seguida dos EUA. De assinalar a descida de exibições de obras de produção nacional e provenientes de países europeus. Já o resto do mundo evidencia uma subida em 2021, relativamente a período homólogo de 2020.

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 dedicada integralmente. Em seguida, são analisados os serviços de programas generalistas, em sinal aberto, RTP1, RTP2, SIC, 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 da distribuição da produção exibida por continente.

Metodologicamente, os valores a seguir analisados foram apurados com base no universo da programação de 2021, sendo resultado do tempo total de emissão de programas de primeira exibição, 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 de primeira exibição.

FIG.16- EVOLUÇÃO DOS TEMPOS DE PROGRAMAÇÃO INFANTIL-JUVENIL - 1ª EXIBIÇÃO (HORAS)

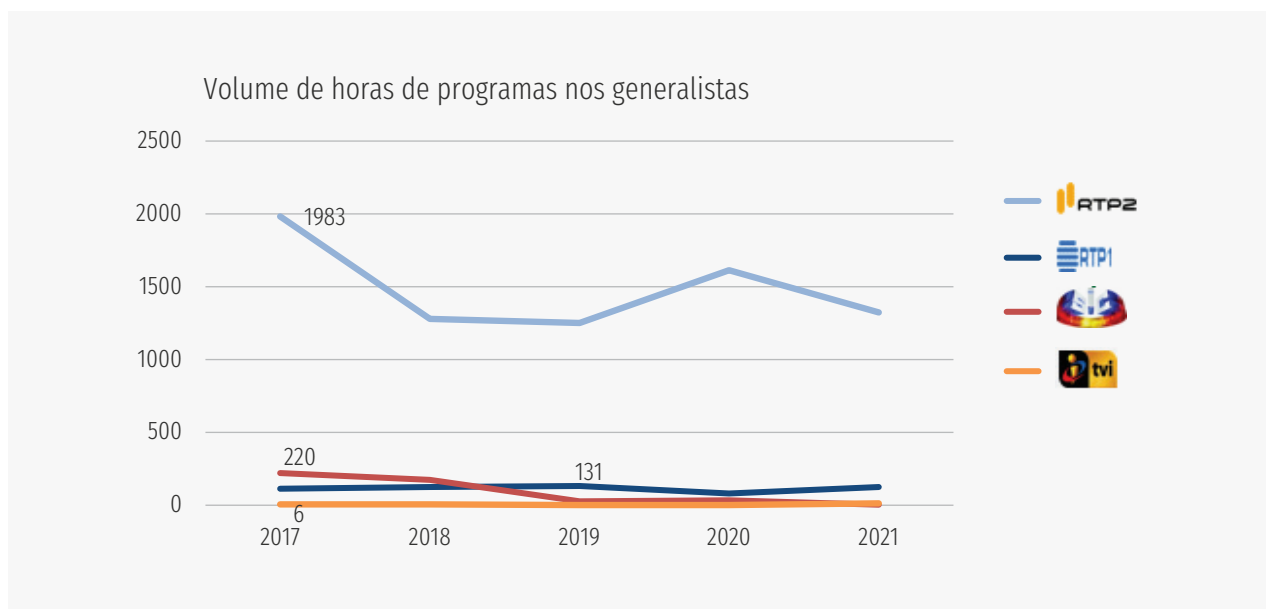
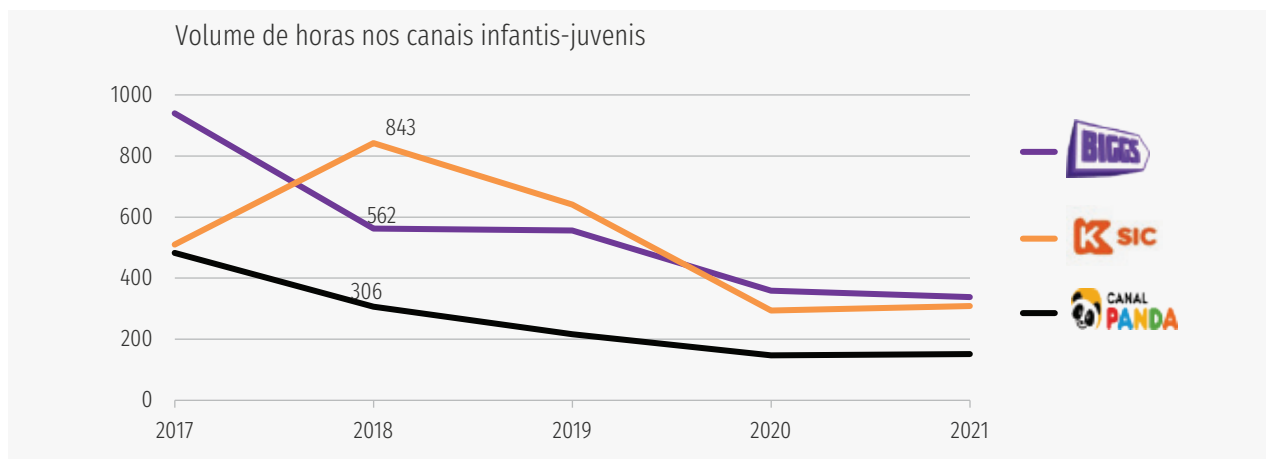


FIG.17- EVOLUÇÃO DOS TEMPOS DE PROGRAMAÇÃO INFANTIL-JUVENIL - 1ª EXIBIÇÃO (HORAS)



De salientar que 2020 foi o ano em que se volta a acentuar o baixo número de programas infantis/juvenis de primeira exibição. Mais se acentua o caráter de repetição dos conteúdos nos serviços de programas temáticos infantis/juvenis. Ao nível dos serviços 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, à exceção da RTP1, com uma subida face a 2020. Salienta-se que, na SIC, se assistiu a um decréscimo significativo, face a 2020, e, em direção inversa, uma subida na TVI, que nos anos anteriores não havia exibido qualquer programação infantil de primeira exibição.

FIG.18 - ORIGEM DAS PRODUÇÕES INFANTIS-JUVENIS NOS SERVIÇOS GENERALISTAS (HH:MM:SS)

País Produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Totais
Alemanha		17:29:17			17:29:17
Austrália		1:37:04			1:37:04
Bélgica		2:55:20			2:55:20
Brasil		9:17:04			9:17:04
Canadá		141:27:41			141:27:41
Chipre		5:04:00			5:04:00
Coreia do Sul		11:52:24			11:52:24
Espanha	4:20:33	41:23:21			45:43:54
EUA	2:56:27	166:07:21		12:45:14	181:49:02
Filândia		5:15:49			5:15:49
França	11:04:16	497:58:30			509:02:46
Holanda	4:36:15	7:43:41			12:19:56
Irlanda		22:40:38			22:40:38
Itália		11:21:06			11:21:06
Japão		8:56:57			8:56:57
Nova Zelândia		9:32:12			9:32:12
Portugal	59:04:52	154:54:14			213:59:06
Reino Unido	15:41:00	197:13:14			212:54:14
Romênia		1:27:51			1:27:51
Singapura	9:20:20		2:01:04		11:21:24
Suíça	16:13:36				16:13:36
Total	123:17:19	1314:17:44	2:01:04	12:45:14	1452:21:21

Numa análise conjunta e para os serviços generalistas, assiste-se a uma supremacia dos conteúdos provenientes de França, seguido de Portugal e do Reino Unido. Ao longo de 2021, não foram exibidas obras de primeira exibição, na SIC, com origem nos EUA e, na RTP1, o valor é residual. De assinalar que o Canadá continua com expressividade neste tipo

de programação, sendo a totalidade exibida pela RTP2. A subida de Portugal, no cômputo geral, também se deve às exibições da RTP2.

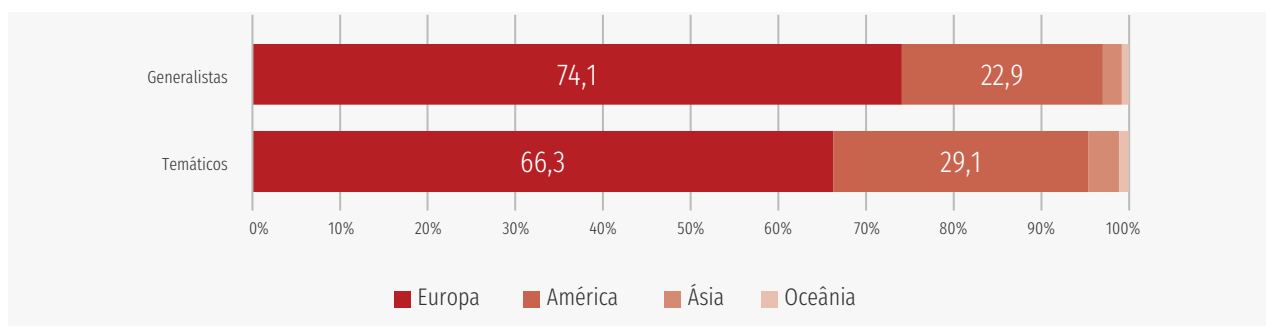
Já a SIC apenas exibe obras de primeira exibição de conteúdos infantis/juvenis com origem em Singapura e a TVI, com origem nos EUA.

FIG.19 - ORIGEM DAS PRODUÇÕES INFANTIS-JUVENIS NOS SERVIÇOS TEMÁTICOS (HH:MM:SS)

País Produção	Canal Panda	Biggs	SIC K	Totais
Alemanha		10:48:53	17:11:09	28:00:02
Argentina			1:08:24	1:08:24
Austrália			8:11:33	8:11:33
Canadá	11:05:27	9:38:39	9:42:44	30:26:50
China			16:03:54	16:03:54
Colômbia			53:12:00	53:12:00
Dinamarca			25:52:13	25:52:13
Espanha	8:17:23	10:27:35	30:15:11	49:00:09
EUA	38:03:22	39:10:52	63:48:29	141:02:43
França	22:32:53		44:30:34	67:03:27
Itália	9:58:14		7:35:07	17:33:21
Japão		10:17:54		10:17:54
Noruega			1:28:09	1:28:09
Portugal	8:35:15	257:47:25	2:10:54	268:33:34
Reino Unido	27:54:52		28:46:53	56:41:45
Rússia	1:08:31			1:08:31
Total	127:35:57	338:11:18	309:57:14	775:44:29

Já no cômputo dos serviços temáticos infantis-juvenis, a primazia dos programas de primeira exibição é dada a Portugal, nomeadamente pela exibição de séries juvenis. De seguida, EUA e França representam os países com maior volume 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.

Em 2021, não se registou programação infantil com proveniência de África, sendo as de origem na Oceânia bastante residuais.



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