



Parecer

Tendo em conta a competência constante da alínea d) do nº 1 do art.º 32.º dos Estatutos da Sociedade Rádio e Televisão de Portugal, S.A. aprovados pela Lei nº 8/2007, de 14 de Fevereiro, alterados pelas Leis nº 8/2011, de 11 de Abril, e 39/2014, de 9 de Julho, vem o Conselho de Opinião pronunciar-se, para efeitos da avaliação previstos na alínea g) do artigo 11.º, ouvidos diretores, sobre os cumprimentos das obrigações de Serviço Público de Rádio e Televisão e do Projeto Estratégico para a Sociedade e da sua conformidade com o Contrato de Concessão, o que faz nos seguintes termos:

I – Introdução

1. Esta é a segunda vez que, em simultâneo, o Conselho de Opinião (CO) se tem que pronunciar sobre o Cumprimento das Obrigações constantes do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT), firmado a 6 de Março de 2015 entre o Estado Português e a empresa pública Rádio e Televisão de Portugal, S.A., (RTP, S.A.), e proceder à avaliação do Projeto Estratégico (PE) para a Sociedade, submetido pelo Conselho de Administração e aprovado pelo Conselho Geral Independente (CGI), bem como da sua conformidade com o CCSPRT.
2. O novo CCSPRT de 2015 surgiu, com ampla divulgação e discussão pública, num momento crítico de afirmação do Serviço Público de Rádio e Televisão, face à grave situação financeira do País, significativas mudanças tecnológicas operadas no sector que tem vindo a revolucionar os *media* e do papel que cabe desempenhar às empresas de comunicação social públicas.

Foi uma oportunidade única para alterar o modelo de avaliação do Serviço Público prestado pela Empresa Pública de Rádio e Televisão, rever alguns conceitos de serviço público e apostar num novo modelo de governança para a empresa pública.

3. No seu Parecer sobre o primeiro relatório conjunto do Cumprimento das Obrigações do Serviço Público de Rádio e de Televisão e do Projeto Estratégico, relativo ao ano de 2015, o Conselho de Opinião referia já a insuficiência de alguns instrumentos de avaliação e de acompanhamento da atividade da Empresa, lacuna que não foi, infelizmente, suprida relativamente ao Relatório de 2016 (RCOSPPE 2016), pese embora uma **melhoria significativa** no corrente ano dos elementos submetidos para apreciação.



O CO salienta positivamente a monitorização do *Valor Percetivo do Serviço Público da RTP* adjudicada à empresa Ipsos/Apeme, cujos resultados constam do RCOSPPE, dando assim cumprimento à alínea c) do n.º 3 da Cláusula 34.ª do CCSPT, **que permite à própria sociedade e aos seus órgãos sociais e estatutários um melhor conhecimento da opinião de diferentes públicos, de uma amostra representativa de diferentes públicos sobre a qualidade e o valor social da programação e o respetivo índice de satisfação.**

II – ANÁLISE NA GENERALIDADE

1. O RCOSPPE apresenta no seu enquadramento uma leitura em que não se dá a devida relevância à Rádio e ignora-se, para além disso, a necessidade de reequipamento urgente da Empresa. É um documento essencialmente descritivo, sendo a exposição acompanhada de alguns dados quantitativos representados em gráficos e tabelas anexas ao Relatório.
A exposição procura seguir os itens do CCSPT, apresentando para cada um deles exemplos casuísticos, não exaustivos nem sempre quantificados, de programas e rubricas que a Concessionária considera cumprirem as obrigações enunciadas.
2. Apesar disso, tendo em conta a informação contida no RCOSPPE 2016, o CO considera que, na generalidade, a Concessionária cumpre as *obrigações específicas* previstas no Contrato de Concessão entendidas como “bases gerais da programação” (cfr. Estatutos da RTP, S.A., artigo 32.º, alínea d)) **quer no que respeita aos serviços de programas de televisão, quer quanto aos serviços de programas de rádio.**

III - ANÁLISE NA ESPECIALIDADE

Diversa é a análise na especialidade, que não pode deixar de ter em conta, situações de incumprimento ou cumprimento deficiente de obrigações.

a) Acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais (pág. 19 do RCOSPPE 2016):

O CO consultou as “*decisões, diretivas, recomendações e relatórios da Entidade Reguladora para a Comunicação Social*”, relativas ao ano de 2016 sobre queixas de cidadãos contra a RTP (aliás não mencionadas no RCOSPPE), tendo constatado que na análise da ERC em 13 semanas completas (entre 4 de abril e 3 de julho de 2016) foi identificado “*um retrocesso crescente no número de horas de programas acompanhados por legendagem especialmente destinada a pessoas com deficiência auditiva, [e referido] o número de*



queixas crescente nesta matéria, proveniente da comunidade surda, por ausência de programas com a referida técnica de acessibilidade". Como consequência, a ERC abriu procedimento contraordenacional à RTP, S.A..

O CO considera especialmente grave o incumprimento reiterado da obrigação de *Acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais* por parte da Concessionária.

b) Segundo Serviço de programas: (RTP2):

O Gráfico 6 - Distribuição do tempo de Emissão da RTP2 em 2016 por macro géneros - mostra um forte peso de *programas infantis* em termos de duração dos programas emitidos, (cerca de 30% do tempo de emissão, seguido da *Informação* (26%), da *ficção* (12%), dos *documentários* (12%), do *desporto*(7%), das *artes e ciências* (4%), dos *musicais* (3%), dos *educativos e religiosos* (3% e 2%, respetivamente).

A avaliar por estes dados dir-se-ia que os objetivos previstos na Cláusula 10.ª do CCSPRT para a RTP2 - "*forte componente cultural e formativa, devendo valorizar a educação, a ciência, a investigação, as artes, a inovação, a ação social, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, a produção independente de obras criativas, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual*"- não foram suficientemente valorizados, pelo menos em termos de tempo de emissão. O facto de a *Informação* e os *Infantis* preencherem 56% do tempo de emissão do canal deixa menos espaço para as restantes obrigações.

c) Serviço Público de Rádio:

O Conselho de Opinião considera dever destacar como muito positivo o papel da Antena 1 na campanha eleitoral para o Presidente da República em 2016, nomeadamente por ter sido o *único órgão de comunicação social a realizar um debate com todos os 10 candidatos, também entrevistados em separado*, dando assim pleno cumprimento ao Artigo 49.º, nº 2, alínea c) da Lei da Rádio e também na Cláusula 5.ª, alínea e) do CCSPRT.

De salientar ainda como positivas as parcerias realizadas para promover a reflexão sobre a comunicação social, com o INOVA Media Lab da Universidade Nova de Lisboa e a cobertura das "*Conversas Sobre o Futuro do Jornalismo*"; a associação à RUC – Rádio Universidade de Coimbra - na promoção do Prémio de Jornalismo Radiofónico RUC / Antena1 / Antena3 para assinalar os 20 anos de emissões da rádio escola de Coimbra.

O gráfico 14 (pág. 77 do RCOSPPE) com a distribuição dos macro géneros na Antena 1 permite constatar uma diversidade patente na distribuição equilibrada dos tempos de emissão entre os diversos géneros, com predomínio da informação e da música. No caso da Antena 2, o gráfico 15, pág. 79 do RCOSPE, revela o cumprimento da alínea b) da Cláusula 15.ª do CCSPRT traduzido na forte presença de *música e musicais* seguidos da *arte e cultura*.



d) Outras Obrigações:

d.1. Em matéria de Informação de Proximidade, Igualdade de Género, Desenvolvimento das Potencialidades físicas, mentais e sociais dos Jovens e da Promoção da Cultura e da Língua Portuguesa, a programação desenvolvida ficou aquém do desejável. (cláusula 7.ª do CCSPT).

d.2. Em matéria de Cooperação (cláusula 26ª) o que nos é apresentado é manifestamente pouco, para as obrigações a cargo da Sociedade. Há uma ausência significativa de cooperação com Timor Leste e o Brasil, pondo em causa o manifesto cumprimento de obrigações claramente expressas no CCSPT.

d.3. Igualmente, o Relatório nada nos apresenta em referência ao trabalho desenvolvido no âmbito da alínea p) do numero 2 da cláusula 6ª do CCSPT **“Conceder tempo de emissão à Administração Pública, com vista à divulgação de informações de interesse geral, nomeadamente em matéria de saúde e segurança pública”**.

O papel do Serviço Público de Rádio e Televisão na criação de uma **cultura de segurança** (tremores de terra, incêndios e outras catástrofes naturais) é absolutamente essencial e estratégico.

A Rádio, em particular, é determinante na comunicação com as populações, como disso foram exemplos os incêndios e as inundações na Região Autónoma da Madeira.

Os recentes e trágicos acontecimentos de 17 de junho (fogos em Pedrógão Grande) vieram evidenciar, ainda mais, como a Rádio Pública, de forma complementar, poderia e deveria estar ao serviço das populações como instrumento de comunicação direta, como, aliás, tem sido recomendado em todos os anteriores Pareceres do CO.

d.4. *A obrigação de cumprimento de cobertura do Território Nacional “Constitui obrigações da Concessionária assegurar, através da sua rede de difusão de rádio, com o menor custo possível, a integral cobertura do território nacional” está por cumprir integralmente.*

A Antena 1 continua a não à chegar á Região Autónoma dos Açores.

d.5 Uma nota de destaque é a colaboração com parceiros da administração pública e da sociedade civil olhada através da lista apresentada (páginas 97 e 98) e que é a demonstração evidente da limitação dessa colaboração. A uma parte significativa do País não é dada a relevância desejável.

d.6 Quanto ao referido apoio ao Conselho de Opinião (página 97 do RECOSPPE) importa clarificar que se trata de uma funcionária (secretária) partilhada com o Conselho Geral Independente e o Núcleo Museológico e Apoio ao Serviço Público e um jurista partilhado com a Direção Jurídica, com escasso tempo para o apoiar.





IV - Análise Financeira

1) Comentários Gerais:

- De acordo com o previsto no Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão, compete à Inspeção-geral de Finanças (IGF) exercer a fiscalização financeira associada ao cumprimento das Obrigações aí estabelecidas. Nessa medida, tal como dispõe o n.º 2 da cláusula 32.ª, a Concessionária celebrou em 10 de junho de 2015, com a IGF um protocolo que identifica as “obrigações de informação e os procedimentos de recolha e elaboração”. Nessa medida, no presente Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico é realizada uma avaliação do cumprimento das obrigações financeiras;
- Recomendamos, a bem da qualidade e facilidade da análise da informação disponibilizada, que este Relatório fosse acompanhada com uma síntese dos principais objetivos, referências, critérios e procedimentos que o Protocolo define e que serviram de base à sua apresentação;
- Somos ainda da Opinião que deveria o Relatório ser mais rico e detalhado nas análises da informação disponibilizada de forma a serem validados os requisitos subjacentes à sua divulgação;
- Ainda uma referência aos quadros disponibilizados que deveriam ter sempre valores comparáveis para o período homólogo, de forma a se poder concluir quanto à evolução da informação apresentada.

2) Resultados:

- De acordo com o RCOSPPE 2016, o Serviço Público em 2016, apresentou resultados negativos de 2,7 milhões de euros (9,6 milhões de euros negativos em 2015), decorrente do resultado operacional na ótica financeira positivo de 3,8 milhões de euros (negativo em 2,7 milhões de euros em 2015), ao qual se deduziu as despesas liquidadas em 2016 com responsabilidades por benefícios pós-emprego no montante de 6,4 milhões de euros (6,9 milhões de euros em 2015), cujo valor atuarial está refletido no Balanço;
- O Relatório evidencia uma melhoria dos Resultados do Serviço Público de 2015 para 2016 no valor de 6,9 milhões de euros. Esta melhoria do resultado justifica-se por dois comportamentos antagónicos: constata-se uma degradação com significado do EBITDA, de 15,0 milhões de euros em 2015 para 10,8 milhões de euros em 2016, justificada pelo acréscimo de 8,0 milhões de euros de Gastos e Perdas (essencialmente associado a Gastos com a Grelha), e por um aumento de 3,7 milhões de euros nos Rendimentos e Ganhos. O aumento do valor dos Gastos com a Grelha era previsível e foi antecipado no Plano de Atividades para o exercício em análise, relevando o ano marcado pelos grandes eventos desportivos. Contudo, outras medidas se encontravam previstas no referido



Plano, designadamente a contenção de outros Gastos e o aumento de Rendimentos, não foi alcançada;

- Importa reter, a bem da obtenção de um nível de EBITDA consentâneo com o equilíbrio económico da empresa, que estando previsto para 2017 no respetivo Plano de Atividades a obtenção de um EBITDA de 16 milhões de euros, recomendamos de novo a necessidade de a empresa procurar formas de redução dos gastos operacionais e maximização das suas receitas (em especial as associadas à publicidade), evitando assim uma volatilidade do comportamento das rubricas deste agregado;
- Reforça-se a necessidade de se entender os critérios de imputação a Obrigação de Serviço Público, já que, desconsiderando a rubrica de CMVM, 70% dos demais Gastos e Perdas são custos alocados;
- Ainda de acordo com o Relatório, os Resultados Operacionais por Obrigação do Serviço Público apresentam-se negativos quer na Televisão quer na Rádio, apenas em “Outras” o mesmo atinge valores positivos. Analisada a decomposição do Serviço “Outras” constata-se que as Atividades de “Produção Interna” e “Outras” foram responsáveis por esse Resultado positivo. Em nossa opinião, é necessário a apresentação de uma análise que caracterize essas Obrigações de Serviço Público, como ainda apresente detalhes sobre as atividades geradoras de Resultados a fim de se entender a pertinência das mesmas.

3) Investimentos:

- De acordo com o Relatório o investimento da RTP em 2016 ascendeu a 7,1 milhões de euros referindo ainda o relatório que o valor é *“substancialmente superior ao do ano anterior (144%), refletindo uma taxa de execução de 97% do previsto no orçamento”*;
- Contudo, analisando a composição das rubricas de investimento constata-se que o Orçamento para 2016 no montante de 7,3 milhões de euros era exclusivamente destinado à rubrica de Equipamento Básico. Do montante executado apenas foram destinados 4,7 milhões de euros a esta rubrica;
- Assim, 2,4 milhões de euros foram afetos a rubricas não orçadas, sendo exemplo disso os seguintes valores: 974 mil euros para Programas de computadores e software; 707 mil euros em Ativos fixos tangíveis em curso e adiantamentos; 235 mil euros em equipamentos de transporte e 229 mil euros em Equipamento Administrativo;
- Importa esclarecer quais os fatores que contribuíram para esta reafecção entre rubricas, como ainda detalhes do que foi adquirido.

4) Proporcionalidade e transparência dos fundos públicos:

- O Relatório avalia a conformidade do financiamento público atribuído com a definição de sobrecompensação expressa no n.º 6 da Cláusula 27.ª do referido CCSPRT.

5) Investimento direto na produção audiovisual independente:

- A RTP deve destinar ao investimento direto na produção audiovisual independente portuguesa, o montante correspondente a 8% das Receitas associadas à Contribuição para o Audiovisual recebida e não afetas ao Serviço Público de Rádio. Nessa medida,



resulta um valor de 11,9 milhões de euros, tendo a RTP investido 13,7 milhões de euros, valor 15% superior à obrigação.

6) Proveitos Diretos:

- Segundo o estabelecido no Contrato de Concessão, o financiamento do Serviço Público é assegurado pela Contribuição para o Audiovisual e pelas Receitas Comerciais (i.e. publicidade e outras receitas comerciais). Estas receitas próprias estão, contudo, limitadas segundo o Contrato de Concessão. A título de exemplo, a RTP1 não pode exceder metade dos minutos de publicidade permitidos aos demais meios de programas privados de televisão em sinal aberto, ou mesmo a RTP2 que não pode exibir qualquer publicidade comercial;
- A publicidade da RTP1 representa 43% dos Proveitos Comerciais, sendo de salientar que o coeficiente de utilização de tempo disponível se fixou em 68,37%, o que revela um espaço de possível crescimento com significado, ainda que não proporcional ao valor angariado (já que os horários disponíveis não terão a mesma valorização e a audiência média da RTP1 apresenta um desvio negativo de 24,7%. Assim, os 17,6 milhões de euros de publicidade na RTP1 comparam com 94,7 milhões de euros e 101,0 milhões de euros, da SIC e TVI, respetivamente;
- Em nossa opinião, deve ser realizada uma análise que permita identificar e promover ações para que a Receita com publicidade possa ser otimizada, de acordo com a lei.

7) Indicadores de eficiência

- São definidos como indicadores de eficiência:
 - (a) a taxa de reposição,
 - (b) o valor do custo/hora, e
 - (c) o custo ponderado por ponto de audiência pela quota de mercado;
- Sendo que estes valores não apresentam em 2016 valores divergentes de 2015. Mais uma vez, recomenda-se a divulgação dos critérios e metodologias inerentes à apresentação desta informação.

V- CUMPRIMENTO DO PROJETO ESTRATÉGICO

1. Como o CO teve oportunidade de afirmar no Parecer relativo a 2015, o Projeto Estratégico contém um conjunto de princípios, ideias e intenções não quantificadas, baseados nas Linhas de Orientação Estratégica definidas pelo CGI. Contudo, ao contrário do que sucedia no primeiro Relatório da Concessionária sobre o cumprimento do Projeto Estratégico relativo ao ano de 2015, é possível dispor hoje do primeiro Relatório de Avaliação do CGI relativo a esse ano. Esse Relatório baseia-se num estudo contratado à consultora Deloitte (ESTUDO 6 – PROJETO ESTRATÉGICO 2015-2017, páginas 89 e seguintes) que criou um conjunto de indicadores (pág. 481), que procuram avaliar o



cumprimento dos itens constantes do Projeto Estratégico, e veio substituir o Estudo que deveria ter sido realizado pela ERC no referente ao CCSPT.

Para a elaboração do presente Parecer, o CO consultou o citado Estudo da Deloitte, muito embora este incida sobre o ano de 2015, uma vez que ele serviu de base à avaliação do CGI do Cumprimento Projeto Estratégico e do Contrato de Concessão. Nesse estudo, o CGI conclui que, em geral, a RTP atingiu um bom desempenho nos indicadores analisados pela Deloitte, tendo num total de 371 indicadores, cumprido na totalidade 295, cumprido parcialmente 25, e incumprido 14 (dos quais, 6 indicadores considerados críticos e 8 relevantes), havendo ainda 37 indicadores que não foi possível medir (página 19).

Na metodologia do estudo, a Deloitte (pág. 97) refere **limitações da sua realização**, afirmando que *“o nível de profundidade das análises realizadas encontra-se dependente da disponibilização de informação por parte da RTP, assim como do tipo e detalhe atribuído à mesma; - os dados apresentados têm por base a partilha das unidades orgânicas ou a sistematização em relatórios institucionais partilhados, não consistindo em informação extraídas do sistema de fonte”*.

De facto, o racional de suporte à avaliação que serviu de base à Deloitte, baseia-se essencialmente na descrição de partes do relatório da Concessionária, **não tendo, pois, sido realizada uma análise qualitativa mais pormenorizada quer ao cumprimento do Contrato de Concessão quer ao cumprimento do Projeto Estratégico.**

2. No referente ao **Cumprimento do Projeto Estratégico em 2016**, o CO destaca como necessário::

- melhorar a inclusão de conteúdos que promovam a qualidade e diversidade da programação;
- promover uma informação própria do Serviço Público, que recuse as agendas e abordagens de uma concorrência guiada por interesses comerciais; que respeite quer a representatividade dos partidos com assento na AR, quer a igualdade de tratamento para as associações patronais e sindicais; que, sem esquecer as “notícias do dia”, inclua outras necessárias para a compreensão do País e do mundo em que vivemos;
- aumentar a emissão de informação de proximidade na RTP3, particularmente depois do alargamento da sua difusão na TDT;
- aumentar as coproduções com outros países de língua oficial portuguesa na RTP Internacional;
- reforçar a programação juvenil, incentivando a criação de formatos originais, e estimulando o estabelecimento de coproduções com vista a comercialização internacional;
- melhorar os resultados das audiências dos diferentes serviços de programas de televisão e rádio (**ver análise em anexo, referente as Audiências de Rádio e Televisão -janeiro de 2015 a fevereiro de 2017**, onde é visível uma perda de





audiências do Serviço Público, mesmo comparando com as demais televisões e rádios generalistas comerciais);

- aumentar, sem perda da desejável qualidade da programação, as receitas comerciais, particularmente as referentes a publicidade;
- melhorar o rácio de eficácia de receitas geradas por ponto de audiência;
- apresentar uma análise custo-benefício, pelo menos sintética, para as principais rubricas de gastos e projetos de investimento;
- garantir uma base de promoção e uma organização eficiente e moderna, orientada para a prestação de um serviço com elevados índices de produtividade, desenvolvendo uma cultura de adaptação aos desafios sectoriais, insistir na necessidade de desenvolver novas métricas de avaliação de produtividade;
- desenvolver políticas mais ativas de atração e retenção de talentos, valorizando o mérito nas contratações, incentivando a produtividade, avaliando o desempenho e premiando-o;
- aumentar de forma significativa iniciativas na área da formação e do desenvolvimento das competências;
- desenvolver, com urgência, metodologias de planeamento robustas, com formas de planeamento operacional transversal e articulável entre as diferentes unidades orgânicas.

3. Saliente-se que o conjunto de indicadores de monitorização apresentados (páginas 211 a 216) não se encontram integrados nos objetivos que tentam explicar, são em geral confusos e, por vezes, são retiradas conclusões aparentemente contraditórias (ex.: terceiro gráfico da página 212, não permite concluir que houve um aumento, entre 2015 e 2016, do total do número de produtores independentes – 1ª exibição RTP1 – Horário Nobre).
4. **Muito embora exista uma preocupação em apresentar uma explicação sintética do desenvolvimento dos principais objetivos e de encontrar alguns indicadores que permitam avaliar o seu grau de cumprimento, falta uma visão integrada dos mesmos e, sobretudo, uma avaliação global, que permita desenvolver um ciclo de planeamento, reavaliação e reajuste das métricas inicialmente definidas, em função da performance atingida e da alteração das condições internas e/ou externas à Empresa.**

VI - RECOMENDAÇÕES

Tendo em conta a análise realizada, o CO **recomenda** à Concessionária:

1. Que se reforce o ensino da Língua e Cultura Portuguesa, através de adequada programação, e se aumente o cuidado no seu uso.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL SA

Conselho de Opinião

2. Que a Concessionária dê cumprimento às obrigações de *Acompanhamento das emissões por e para pessoas com necessidades especiais*.
3. No que se refere à Política de Recursos Humanos, dada a não harmonização das condições de trabalho com incumprimento do número de horas obrigatórias de formação (Parecer do CO ao relatório e Contas de 2016) e recurso a trabalho externo, que seja desenvolvida em alternativa uma formação e adaptação intensiva dos trabalhadores existentes, desenvolvendo novas competências nos recursos humanos.
4. Que se valorize e implemente uma cultura de segurança, com especial destaque para a Rádio enquanto instrumento de comunicação com as populações, em caso de catástrofe.
5. Que se promova uma programação original, inovadora e em horários adequados, destinada aos jovens.
6. Que se analise, tendo em conta o devido enquadramento legal, quais as ações que devem ser promovidas para que a Receita com publicidade possa ser aumentada.
7. Que se desenvolva uma organização mais eficiente e moderna, orientada para a prestação de um serviço com elevados índices de produtividade, com uma cultura de adaptação aos desafios sectoriais.
8. No referente ao cumprimento do Projeto Estratégico, deverá ser desenvolvida uma visão integrada e, sobretudo, uma avaliação global, que permita um novo ciclo de planeamento, reavaliação e reajuste das métricas inicialmente definidas, em função da performance atingida e da alteração das condições internas e/ou externas à Empresa.

Lisboa 4 de Julho de 2017

Manuel Coelho da Silva

(Presidente)

ANEXO

RTP

Audiências de Rádio e Televisão

Janeiro de 2015 a fevereiro de 2017



Índice

CONCEITOS DE AUDIOMETRIA..... 3

1. AUDIÊNCIAS DE TELEVISÃO/COMPARATIVO COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS COMERCIAIS 5

2. AUDIÊNCIAS DE RÁDIO/COMPARATIVO COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS COMERCIAIS 15

Conceitos de audiometria

TELEVISÃO:

Share %

Quota de audiência de cada serviço de programas/programa calculada a partir do tempo total despendido a ver esse serviço de programas/programa relativamente ao tempo total despendido a ver televisão. Indica, de entre os espectadores que viram televisão durante um dado período horário (ou durante a emissão de um programa), qual a falta percentual que optou por sintonizar um dado serviço de programas/programa. É o indicador que mede a implantação de um serviço de programas/programa no "mercado", durante um dado período horário.

Audiência Média (Rating %)

Trata-se da Audiência Média por período horário. Para o seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o serviço de programas/programa.

Audiência Total (Reach #)

Percentagem ou número de indivíduos que contactam com um determinado programa/suporte pelo menos um minuto. Note-se que se o mesmo indivíduo contactar duas ou mais vezes com o mesmo programa ou suporte apenas é considerado um contacto.

RÁDIO:

Share de Audiência (%)

Percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de um serviço de programas/programa, relativamente ao tempo total de audição de Rádio, num dado período.

Audiência Acumulada de Véspera (AAV %)

Número ou percentagem de indivíduos que escutaram um serviço de programas/programa, no período de um dia, independentemente do tempo despendido. Este indicador é calculado sobre a véspera. Na perspetiva de planeamento, corresponderá à percentagem de indivíduos cuja probabilidade de contacto com o suporte é superior a zero.

Fonte: Anuário de Media & Publicidade 2016, Grupo Marktest

Nota:

Na análise das audiências de televisão, foram considerados os seguintes serviços de programas:

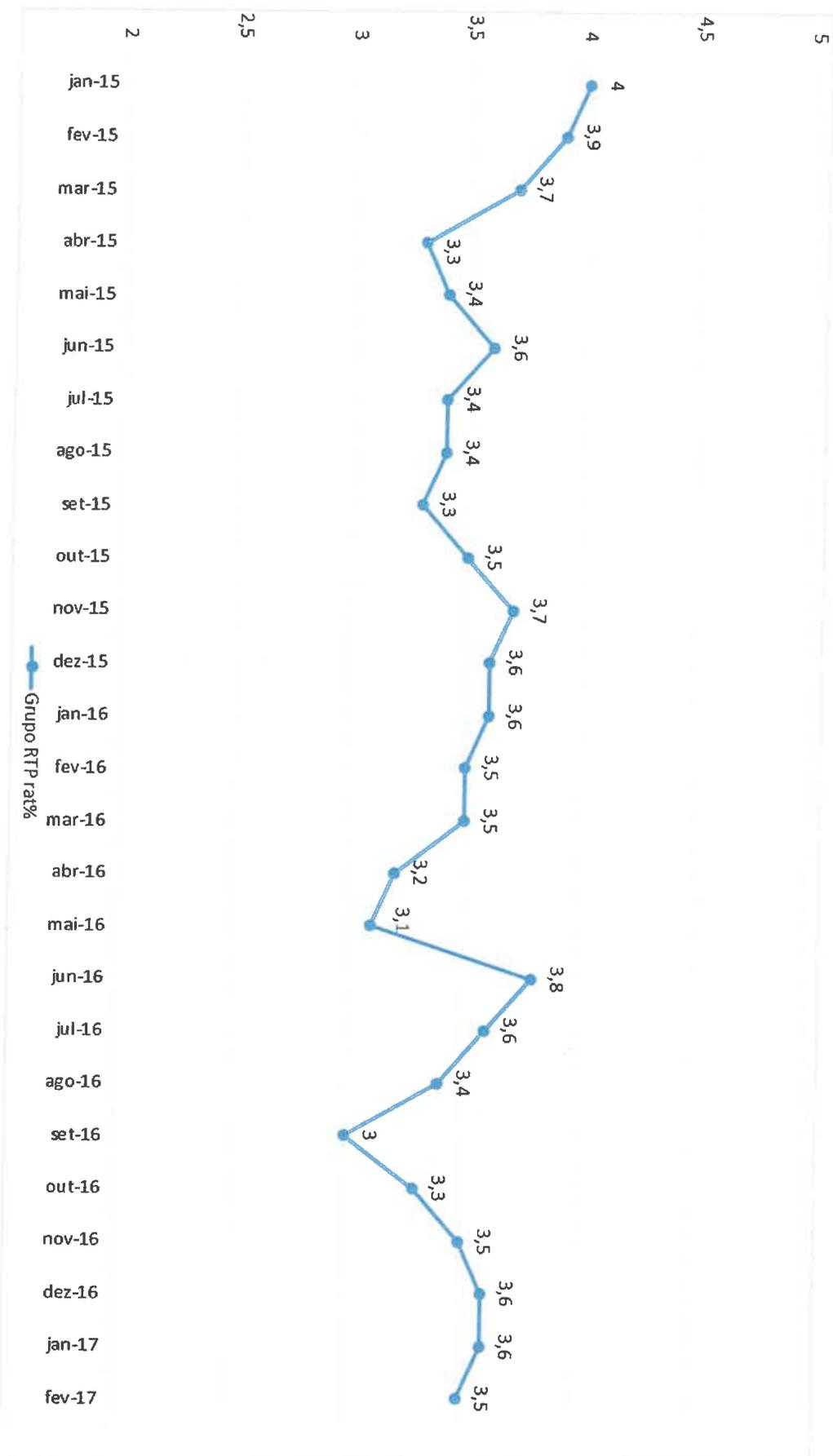
- Grupo RTP – RTP1, RTP2, RTP3, RTP África, RTP Memória, RTP Açores e RTP Madeira;
- Grupo SIC – SIC, SIC Notícias, SIC K, SIC Mulher, SIC Radical e SIC Caras;
- Grupo TVI – TVI, TVI24, TVI Ficção, TVI Secret Story, Mais TVI e TVI Reality.

Na análise das audiências de rádio, foram considerados os seguintes serviços de programas:

- Grupo RDP – Antena1, Antena2 e Antena3;
- Grupo Renascença – Rádio Renascença, RFM, Mega Hits e Rádio Sim;
- Grupo Média Capital – Rádio Comercial, M80, Cidade e Smooth FM.

1. Audiências de Televisão/Comparativo com Serviços de Programas Comerciais

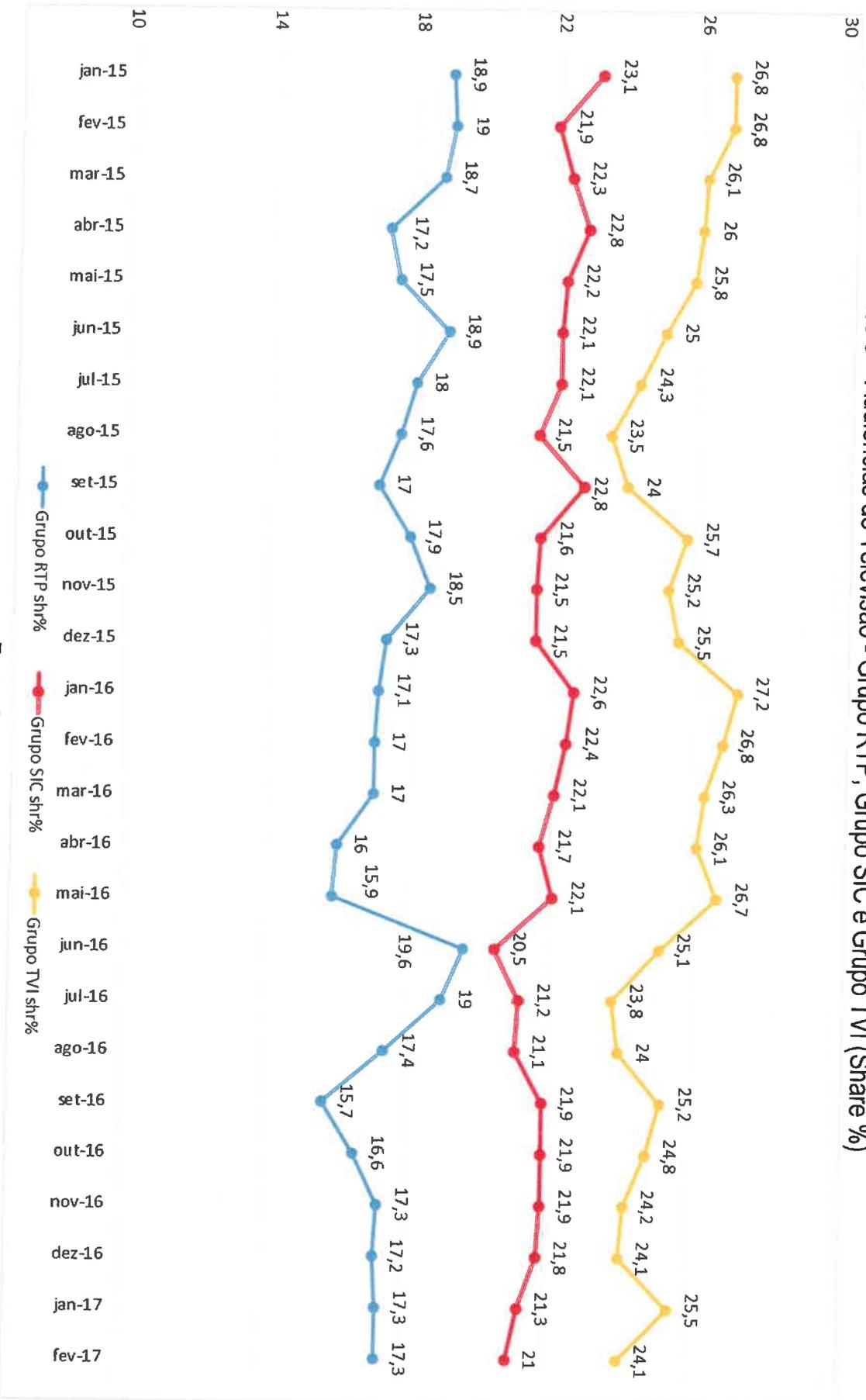
Gráfico 2 – Audiência de Televisão - Grupo RTP (Rating %)



Fonte: GFK

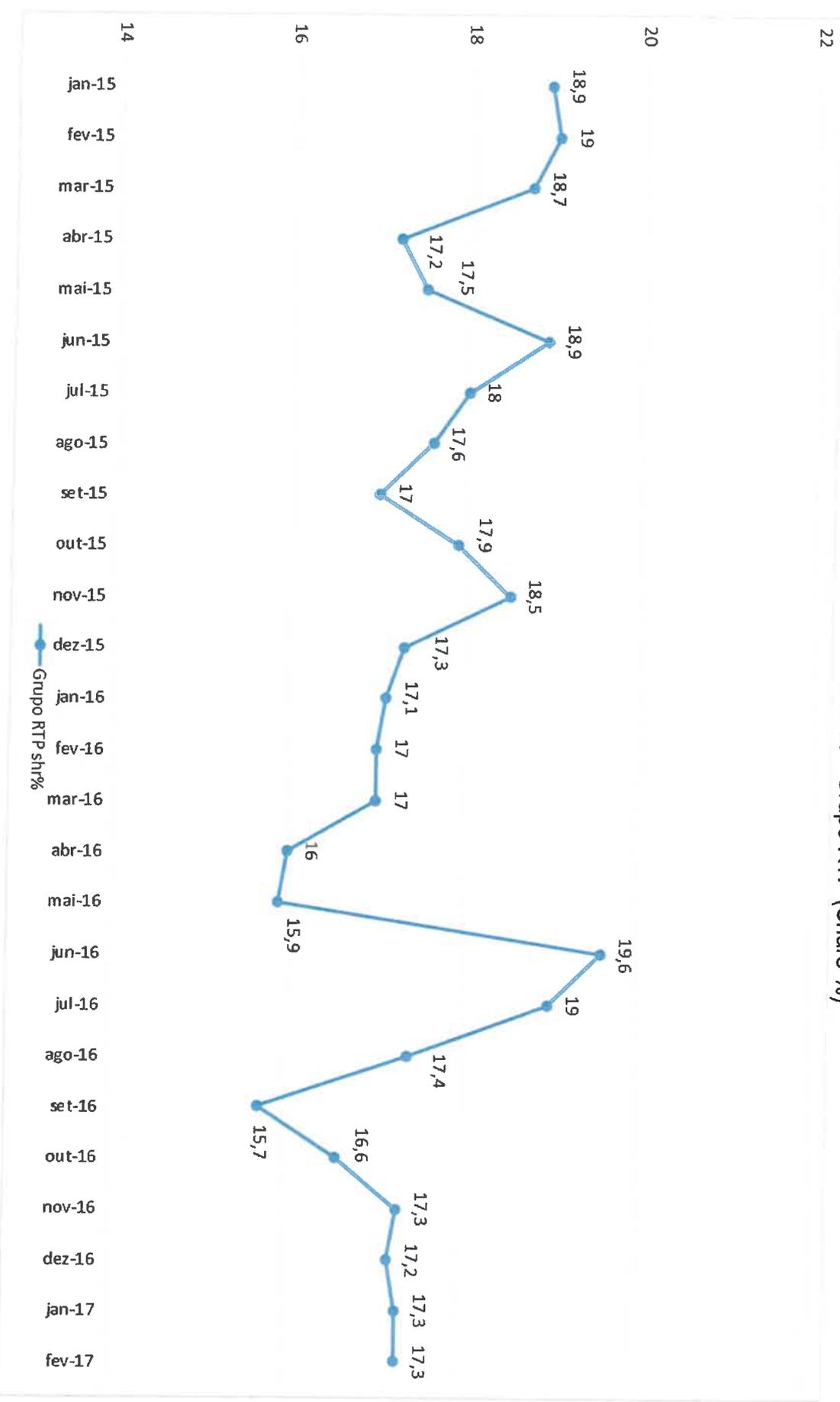
37

Gráfico 3 – Audiências de Televisão - Grupo RTP, Grupo SIC e Grupo TVI (Share %)



Fonte: GfK

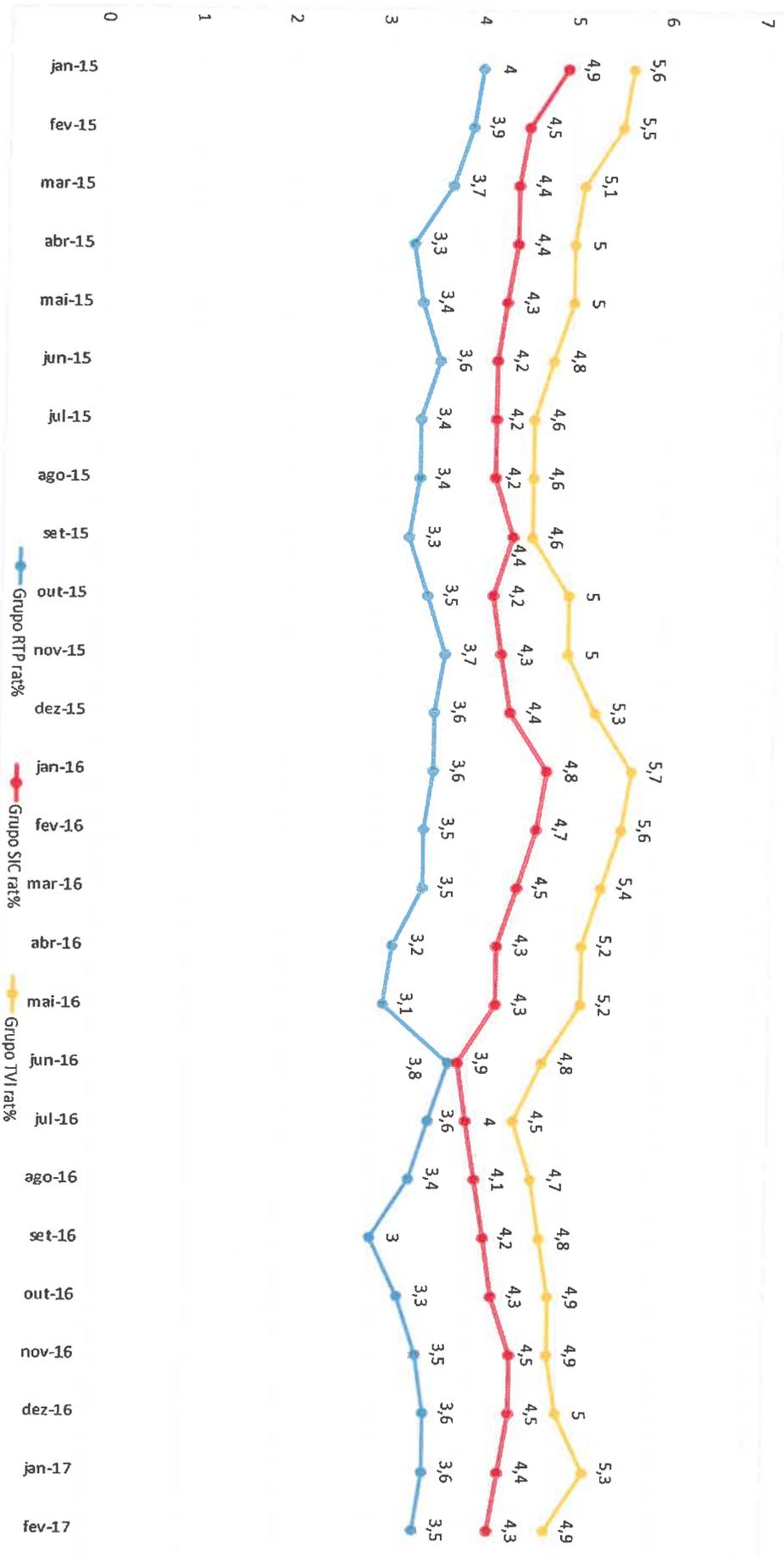
Gráfico 1 – Audiência de Televisão - Grupo RTP (Share %)



Fonte: GfK

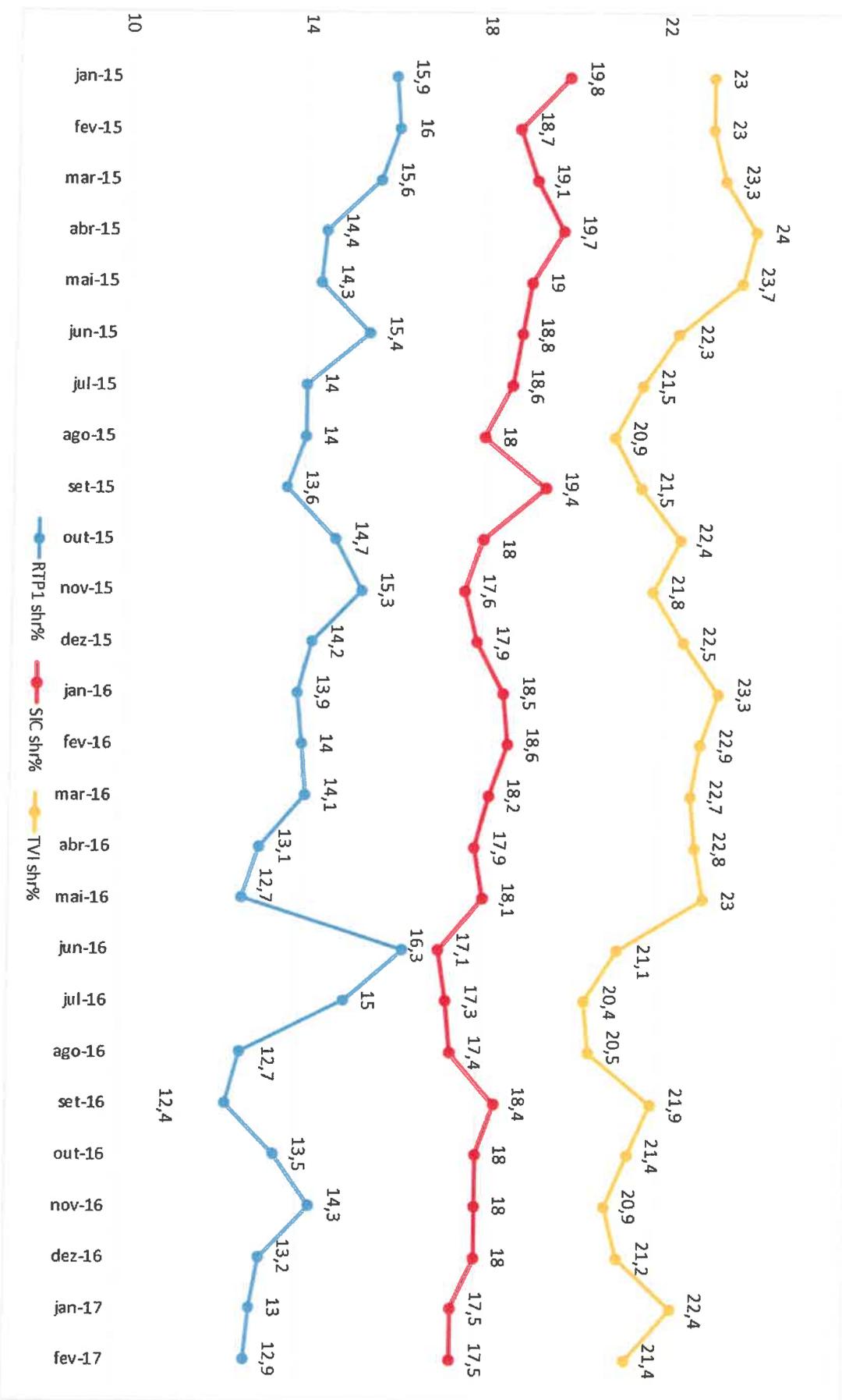
Handwritten signature

Gráfico 4 – Audiências de Televisão - Grupo RTP, Grupo SIC e Grupo TVI (Rating %)



Fonte: GfK

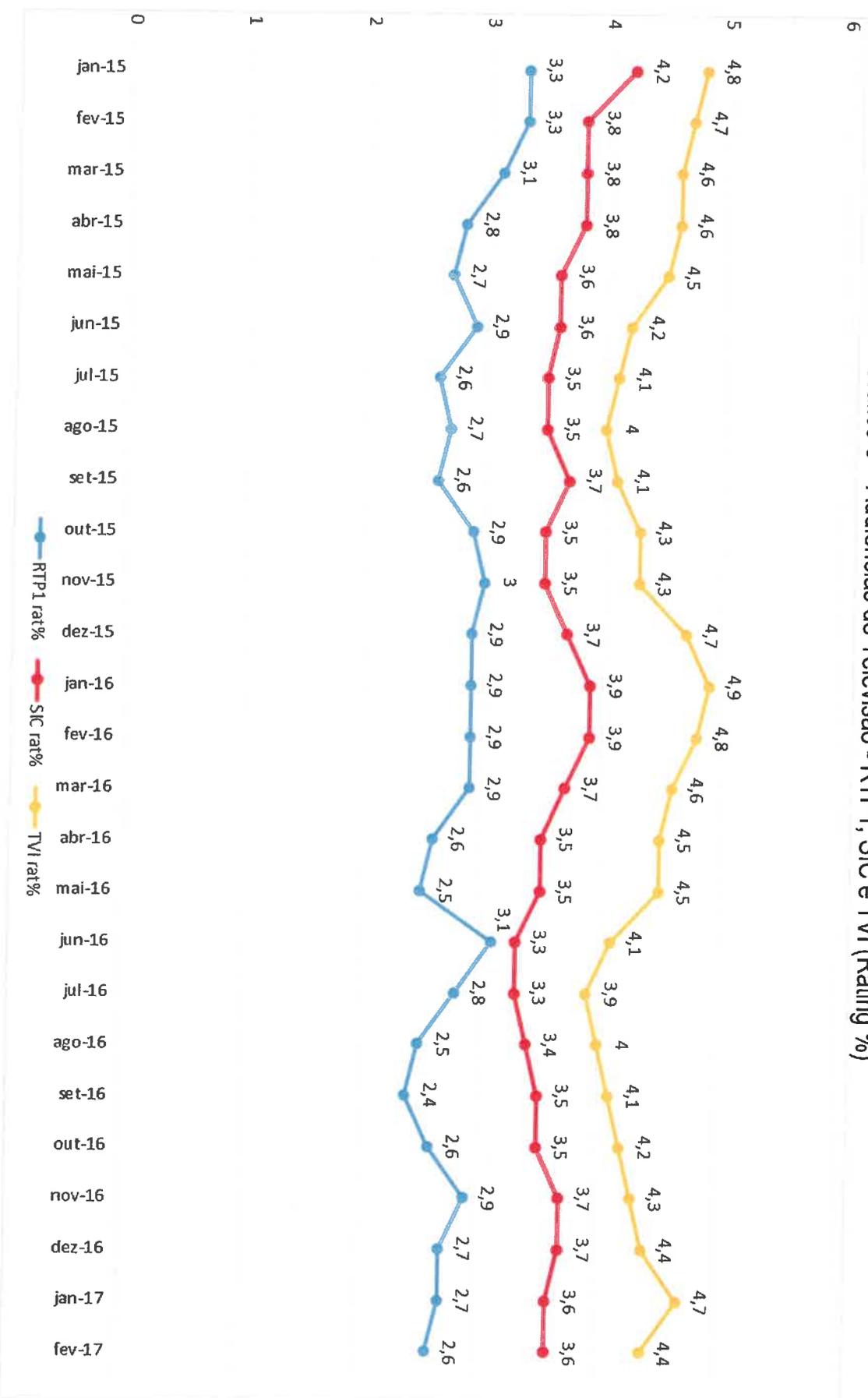
Gráfico 5 – Audiências de Televisão - RTP1, SIC e TVI (Share %)



Fonte: GfK

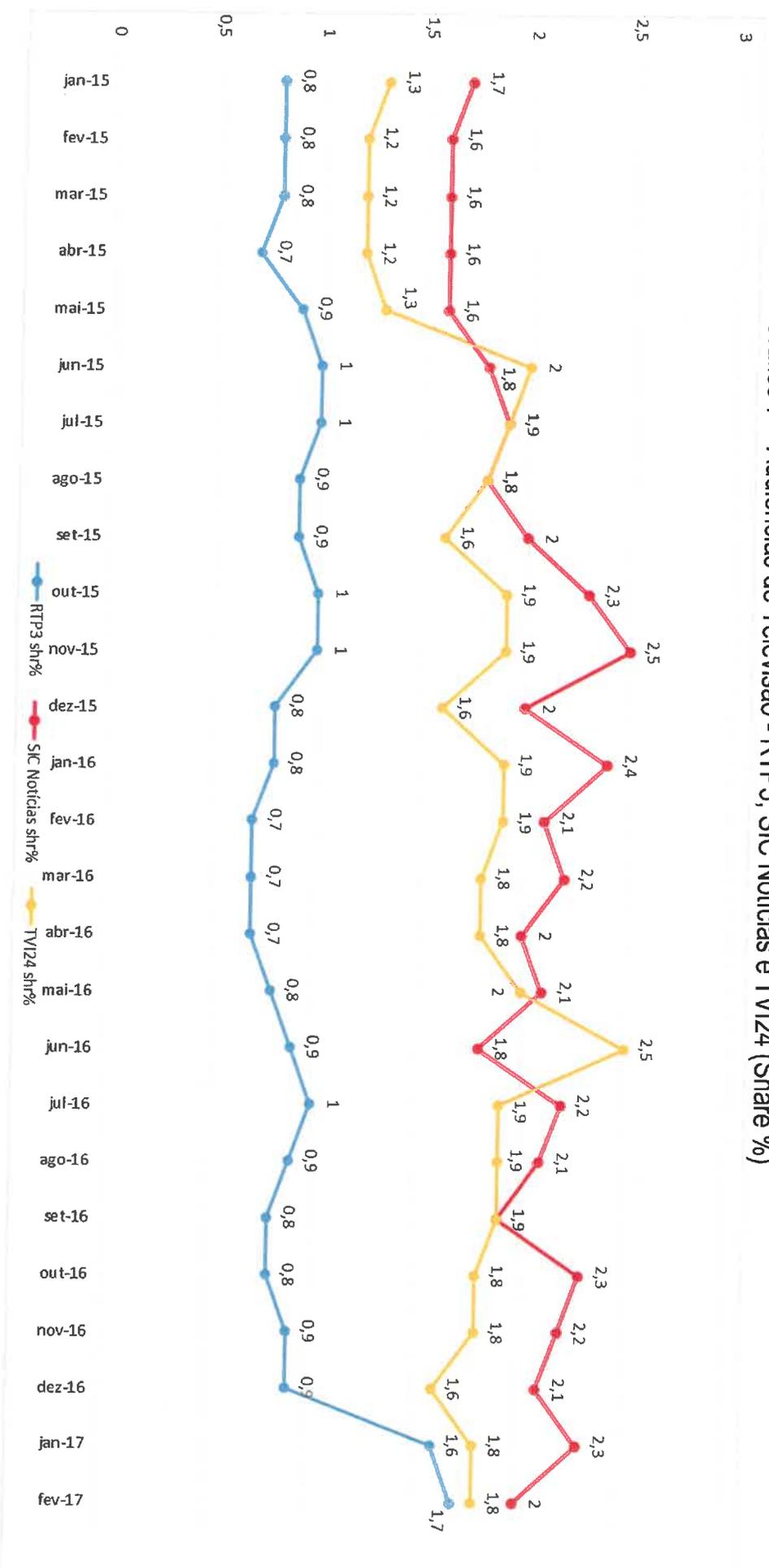
W

Gráfico 6 – Audiências de Televisão - RTP1, SIC e TVI (Rating %)



Fonte: GfK

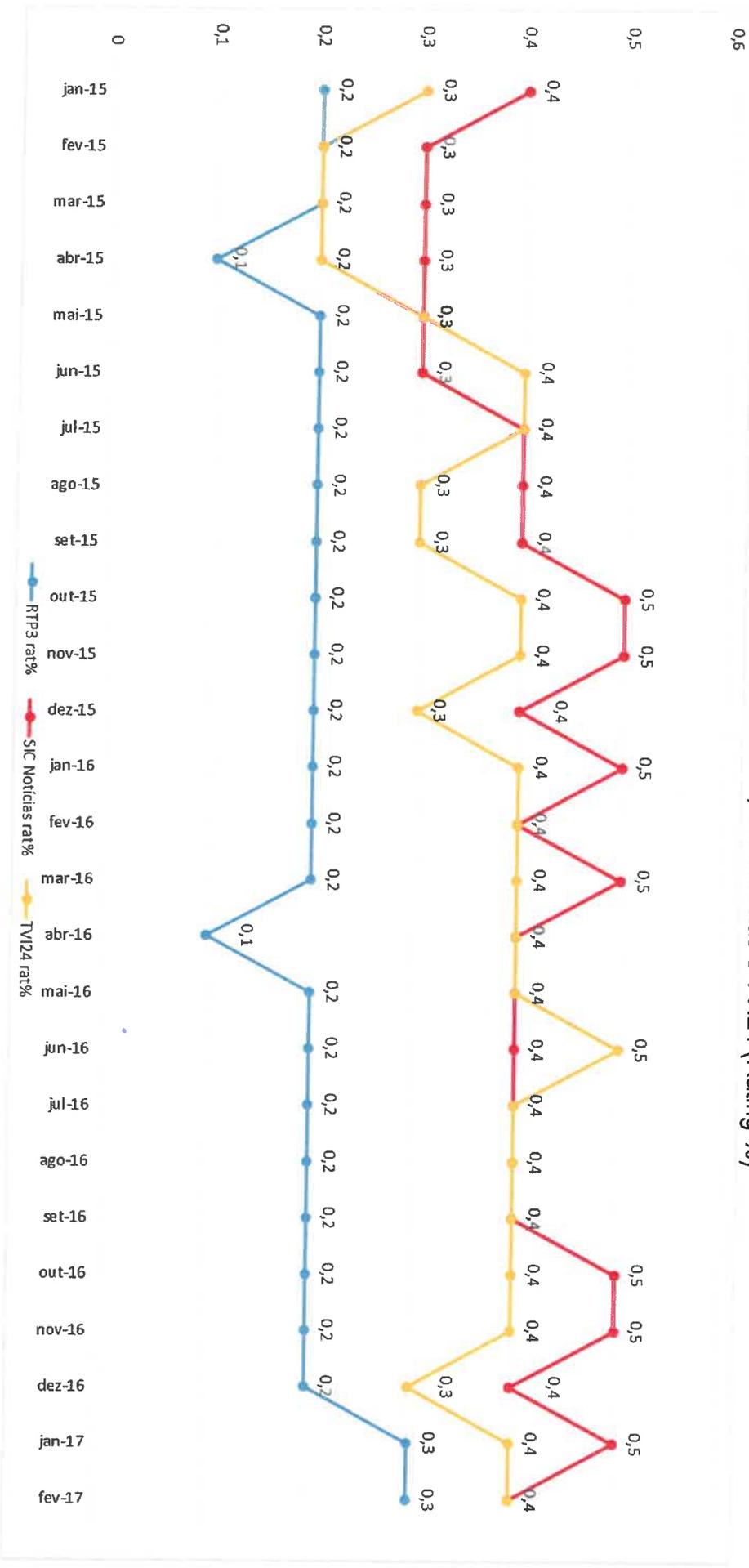
Gráfico 7 – Audiências de Televisão - RTP3, SIC Notícias e TV124 (Share %)



Fonte: GfK



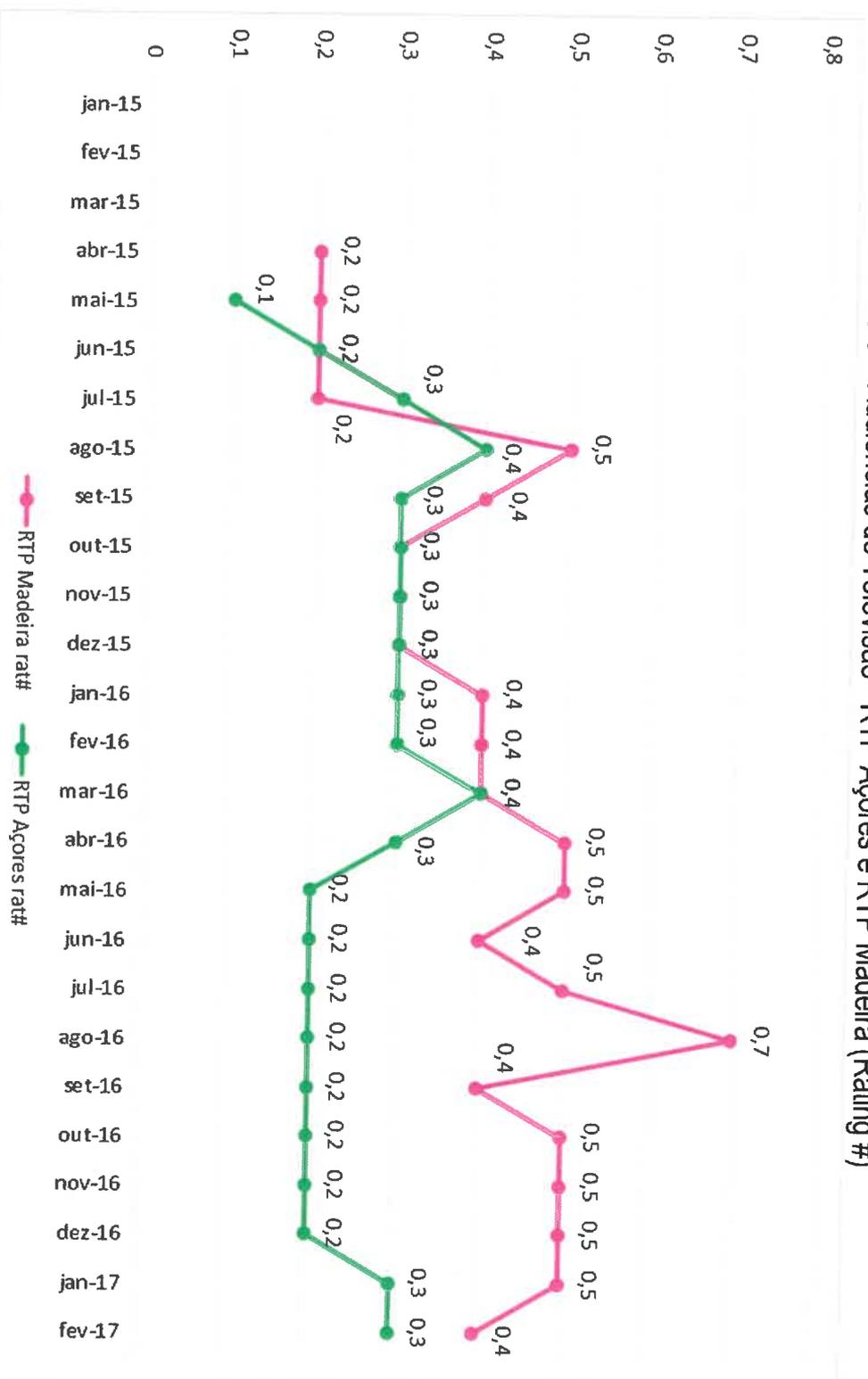
Gráfico 8 – Audiências de Televisão - RTP3, SIC Notícias e TVI24 (Rating %)



Fonte: GfK



Gráfico 9 – Audiências de Televisão - RTP Açores e RTP Madeira (Rating #)



Fonte: GFK

Nota: Não é possível quantificar os valores de *rating* para os meses de Janeiro a Abril de 2015 para a RTP Açores nem para os meses de Janeiro a Março de 2015 para a RTP Madeira.

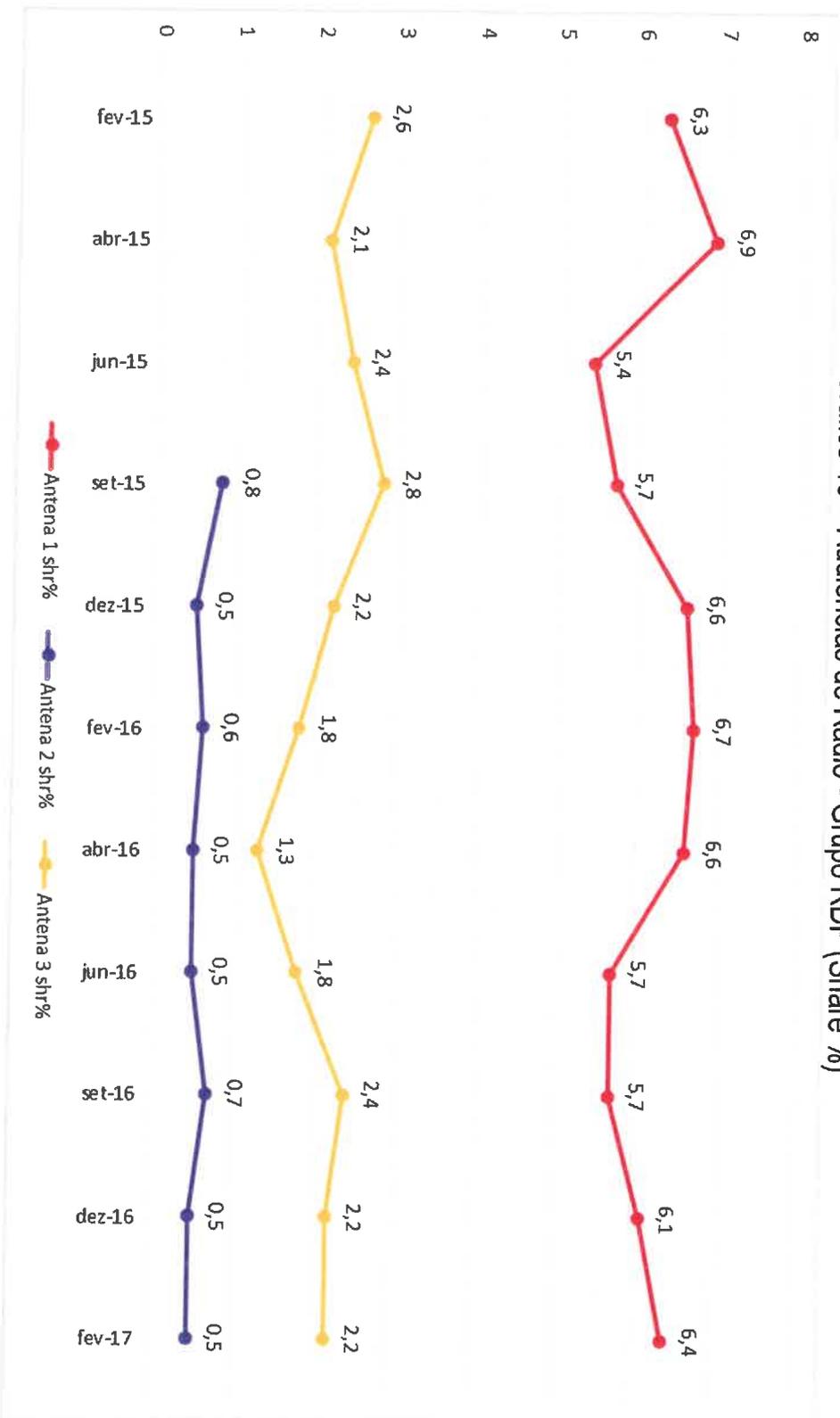


2. Audiências de Rádio/Comparativo com Serviços de Programas Comerciais

Nota: Valores médios de audiência de cada série emitida em 2016.



Gráfico 10 – Audiências de Rádio - Grupo RDP (Share %)

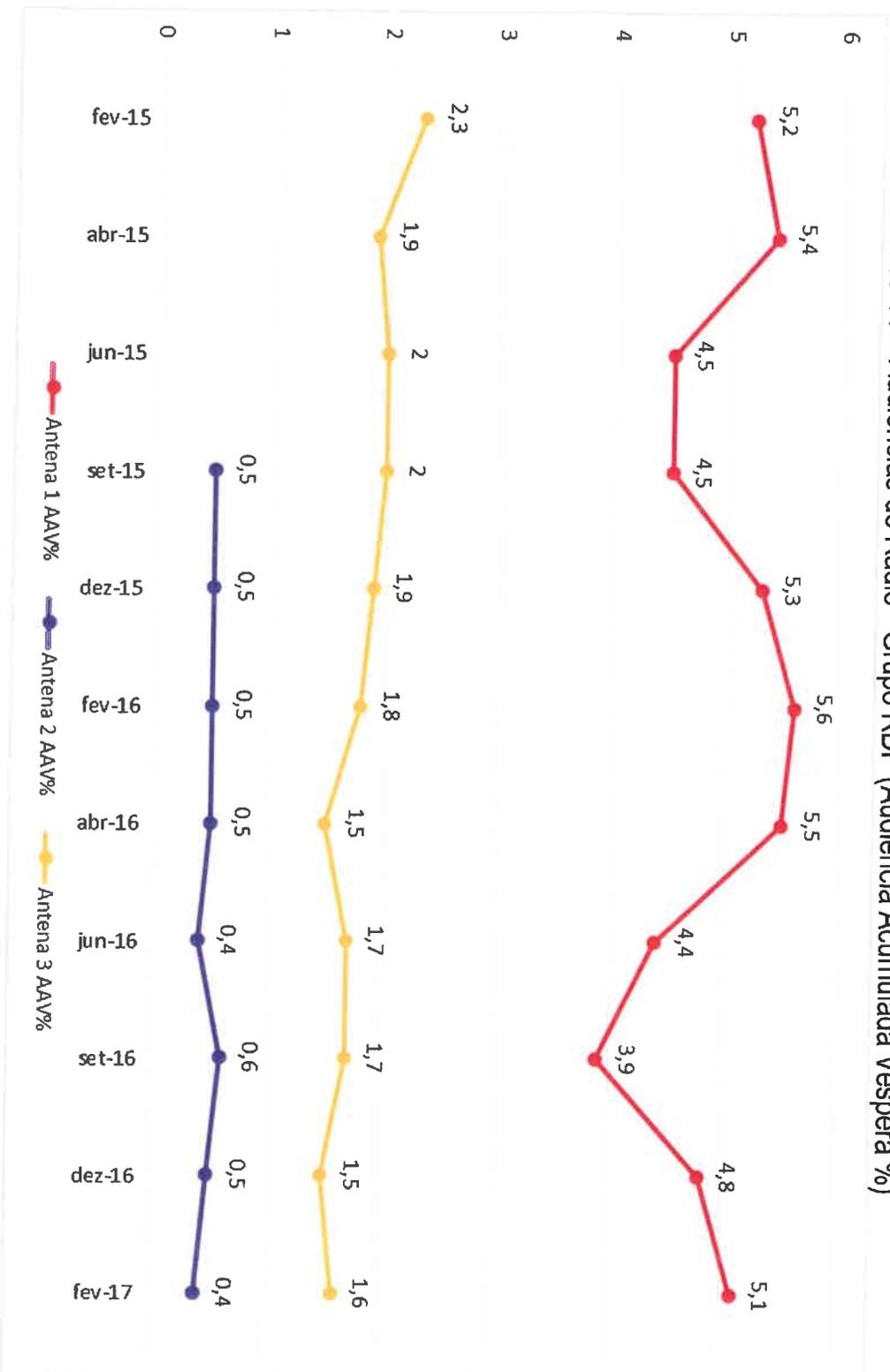


Fonte: Marktest

Nota: Não é possível quantificar os valores de Share para os meses de Fevereiro a Setembro de 2015 para a Antena 2.

2

Gráfico 11 – Audiências de Rádio - Grupo RDP (Audiência Acumulada Véspera %)

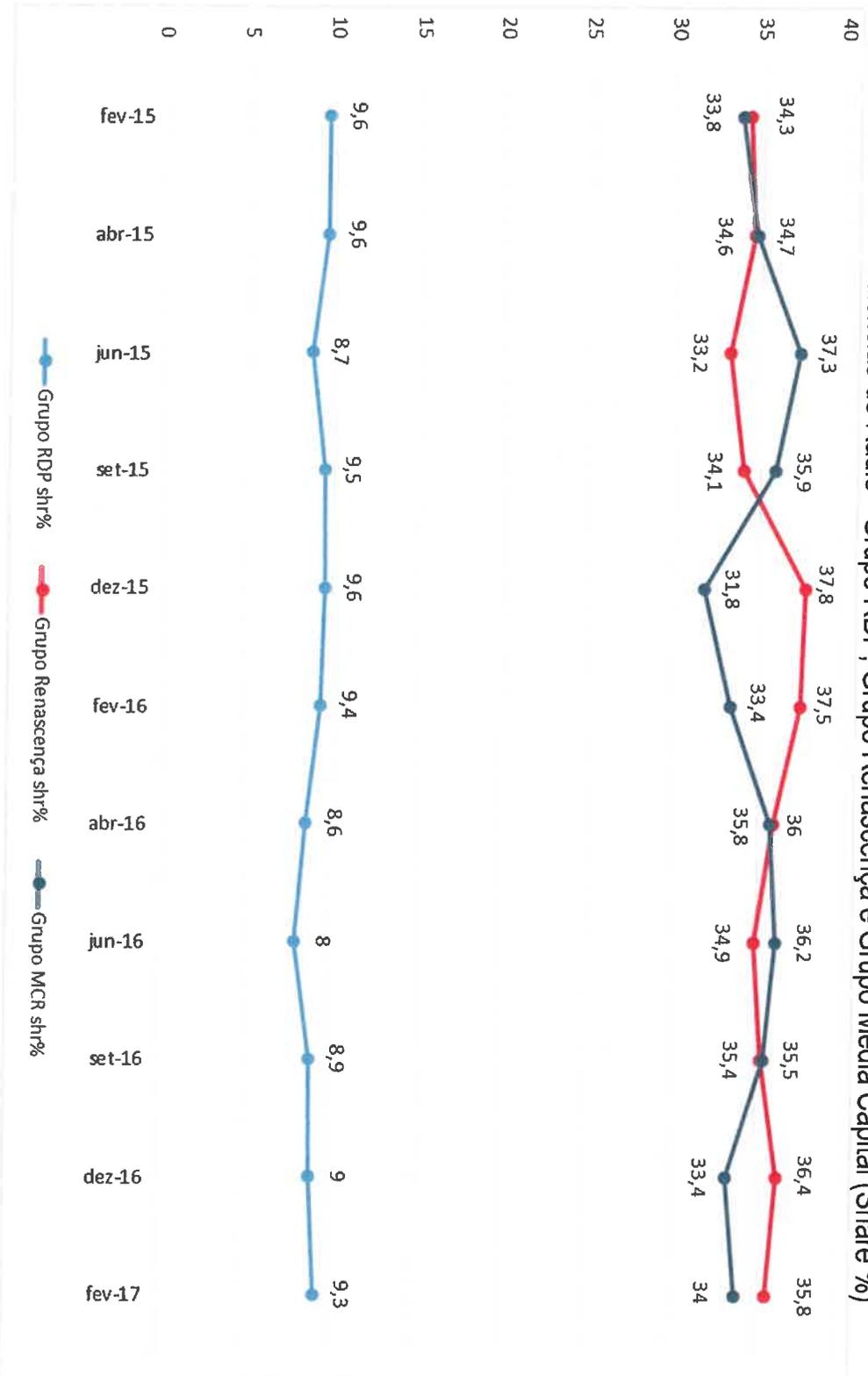


Fonte: Marktest

Nota: Não é possível quantificar os valores de Audiência Acumulada Véspera para os meses de Fevereiro a Setembro de 2015 para a Antena 2.



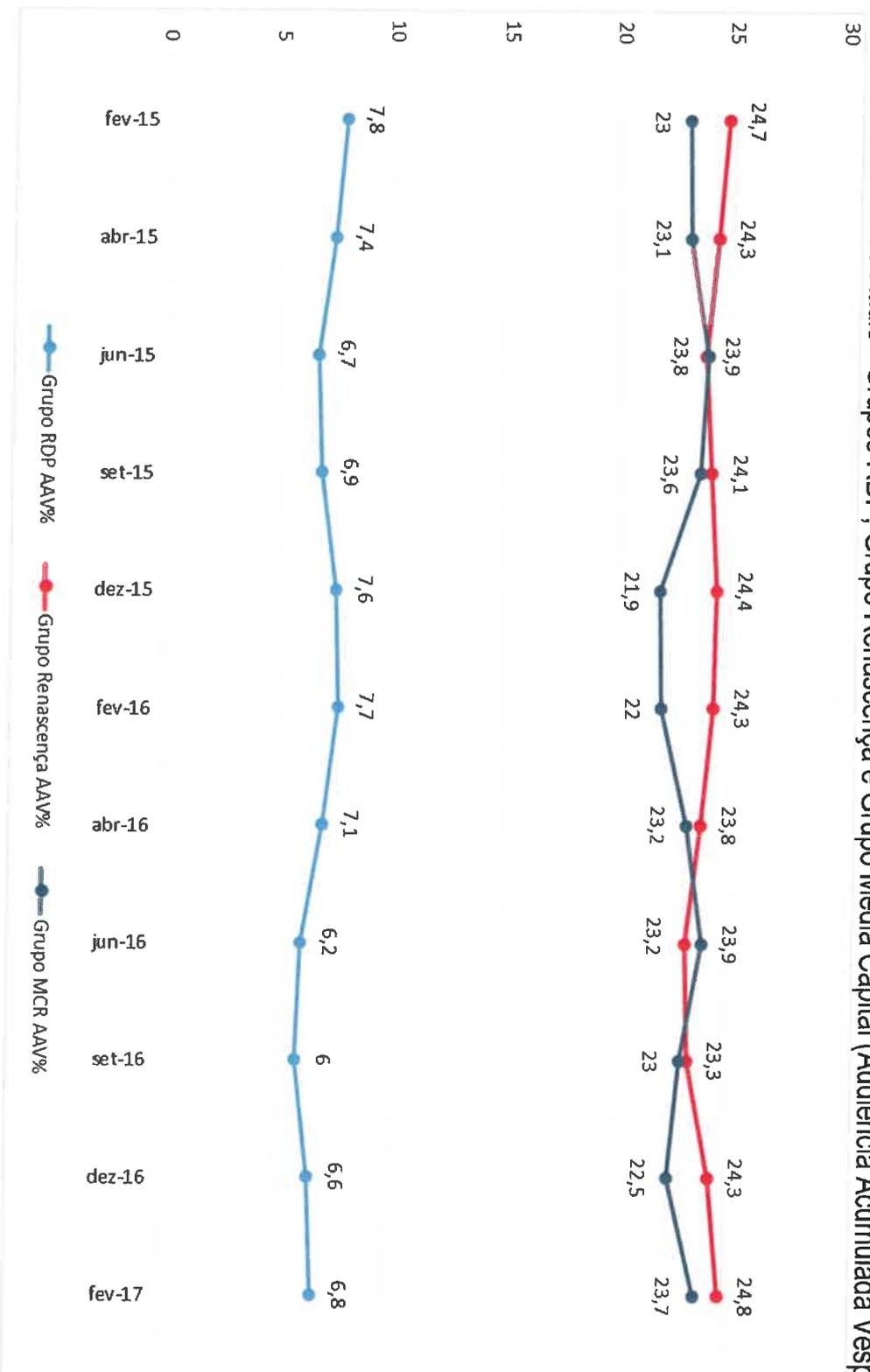
Gráfico 12 – Audiências de Rádio - Grupo RDP, Grupo Renascença e Grupo Média Capital (Share %)



Fonte: Marktest

W

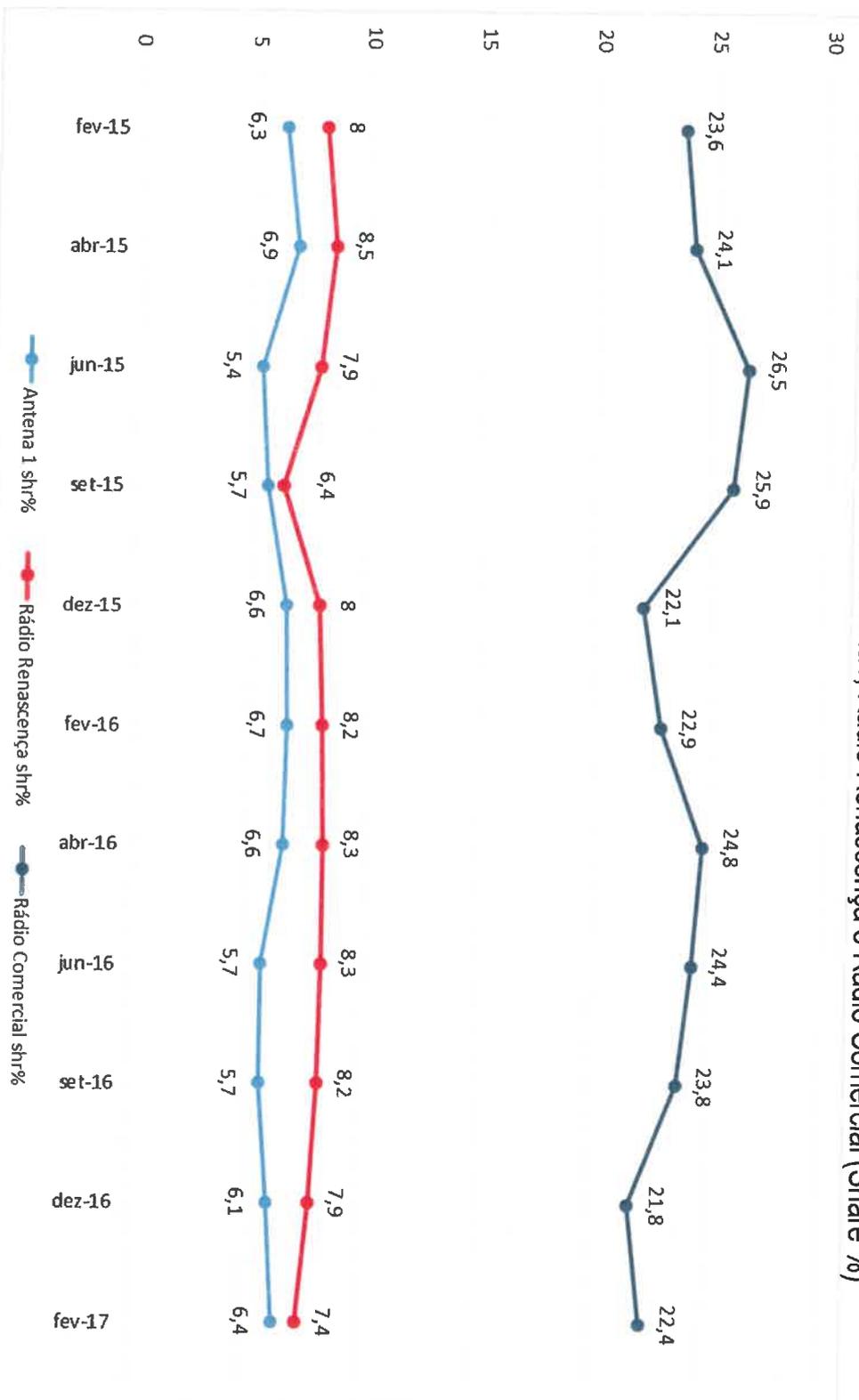
Gráfico 13 – Audiências de Rádio - Grupos RDP, Grupo Renascença e Grupo Média Capital (Audiência Acumulada Véspera %)



Fonte: Marktest

3

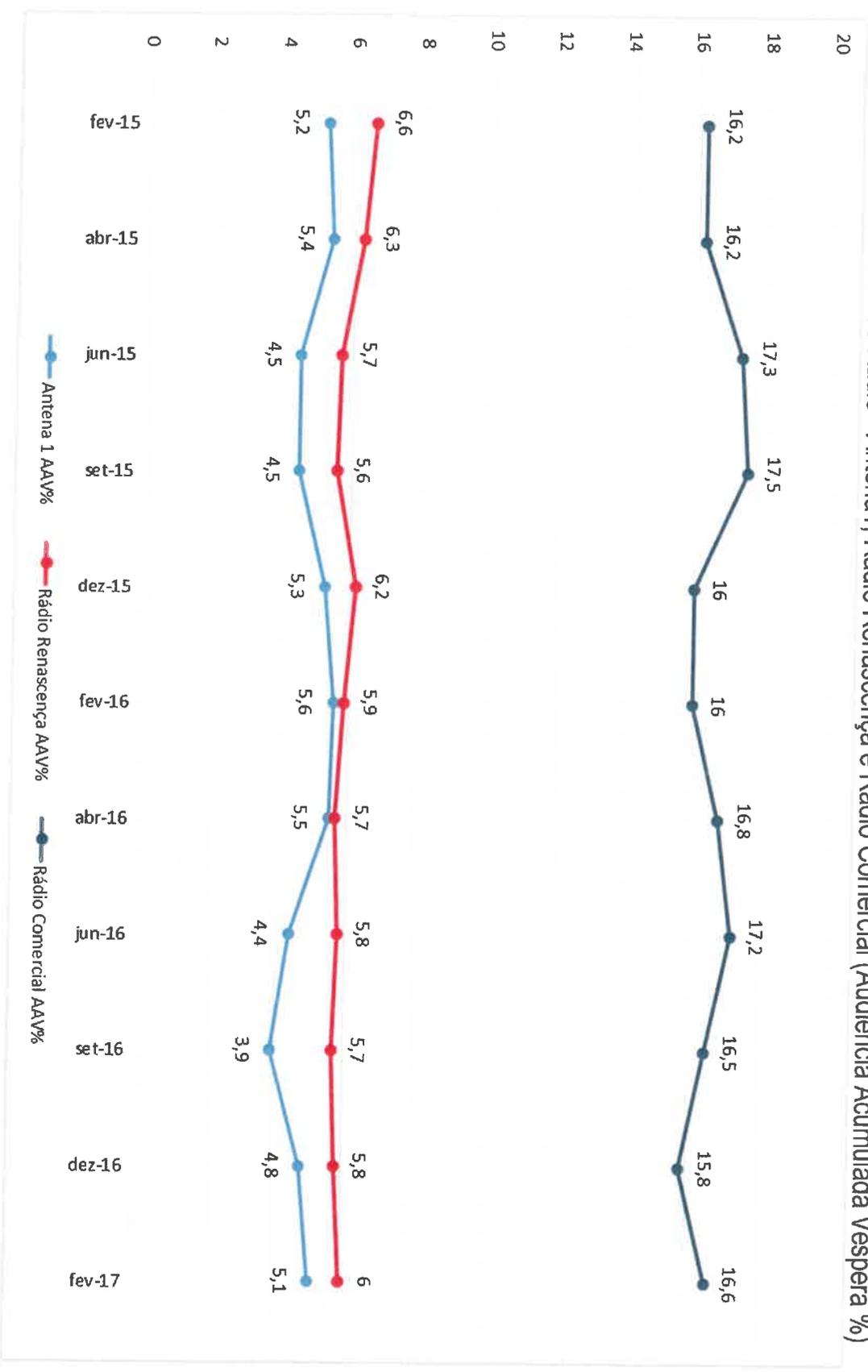
Gráfico 14 – Audiências de Rádio - Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial (Share %)



Fonte: Marktest

3

Gráfico 15 – Audiências de Rádio - Antena1, Rádio Renascença e Rádio Comercial (Audiência Acumulada Véspera %)



Fonte: Marktest

3