

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2010



APRESENTAÇÃO



SUMÁRIO EXECUTIVO



INICIATIVAS DE REGULAÇÃO



OS MEIOS



SONDAGENS



RADIODIFUSÃO SONORA



TELEVISÃO



RELATÓRIO DE ACTIVIDADES



RELATÓRIO DE CONTAS

FICHA TÉCNICA

Título **RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2010**

Edição **ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 Lisboa

Tel. **21 010 70 00** – Fax **21 010 70 19**

Internet **www.erc.pt**

E-mail **info@erc.pt**

Supervisão geral **Estrela Serrano**

Coordenação geral **Catarina Rodrigues**

Relatório de Regulação

Coordenadores de áreas **Ana Mira Godinho**

Marta Carvalho

Tânia Soares

Telmo Gonçalves

Relatório de Actividades e Contas

Coordenação geral **Direcção Executiva**

Relatório de Contas **Maria João Caldeira**

Concepção Gráfica **Ricardo Caiado**

Apresentação

1. Com o presente relatório anual de regulação, dão-se a conhecer em traços largos os resultados da actividade dos diferentes Departamentos e Unidades da Entidade Reguladora para a Comunicação Social no ano de 2010, orientados, como é bom de ver, por objectivos de regulação e supervisão; e cumpre-se, da mesma forma, a obrigação estatutária que dispõe o art.º 73.º, número 2 dos Estatutos da ERC.

2. Este é um documento um pouco diferente, não porque se afaste muito do modelo que foi ficando estabilizado, mas pelo seu valor simbólico. Na verdade, constitui um dos últimos actos solenes do actual Conselho Regulador da ERC, transcorrido que está o prazo do seu mandato de cinco anos e, independentemente do exercício pleno de funções, esperando-se para breve a respectiva substituição pela Assembleia da República, órgão de soberania a quem cabe essa tarefa, nos termos do art.º 15.º dos Estatutos da ERC.

3. Sobressai, por conseguinte, este primeiro facto: encerra-se um ciclo (o *primeiro* ciclo) de mais de cinco anos, no qual foi constituída, desenhada de raiz, instalada e posta a funcionar com eficácia uma instituição de regulação dos média em Portugal. Outros organismos com a mesma vocação e com os resultados possíveis e meritórios antecederam a ERC, sendo devida referência à sua antecessora, a Alta Autoridade da Comunicação Social (AACS). Mas, pela primeira vez, procurou-se – e conseguiu-se – que fossem estabelecidos processos de regulação modernos, acompanhando, aliás, a tendência de todo o continente europeu. Com carácter inovador, foram criados e desenvolvidos instrumentos e ferramentas (de monitorização, de fiscalização, de supervisão *lato sensu*) que enriqueceram o olhar da regulação, libertando-o do exclusivamente jurídico ou do simplesmente opinativo ou fundado na convicção. Pode dizer-se sem hesitação que a actividade da ERC está hoje, em confronto com as suas congéneres europeias, num lugar de destaque – sendo mo-

tivo de satisfação verificar como é sólido o seu prestígio e reputação fora de portas. Olhando, por isso, algumas das coisas que foram sendo ditas ou escritas sobre a instituição intramuros, mais se confirma, se necessário fosse, que santos da casa não fazem milagres. Esse é, porém, o “destino” de qualquer regulador da comunicação social que não se sinta tolhido no momento de exercer, com responsabilidade e independência, as competências que lhe são atribuídas, pelos temas que aborda no seu processo de decisão, e porque a observação e escrutínio mediáticos a que está sujeito não encontram paralelo em nenhuma outra esfera da regulação pública.

4. Como atrás se deixou apontado, no entanto, a actividade da ERC não se esgota no Relatório Anual de Regulação. Justifica-se por conseguinte deixar registo da intensidade da actividade quotidiana da instituição (reflectida, formalmente, no Relatório de Actividades e Contas), quase sempre arredada dos holofotes públicos. Do ponto de vista (apenas) deliberativo, sirvam como testemunho as deliberações formais adoptadas pelo Conselho em 2010, bem para lá das quatro centenas, cobrindo tópicos tão variados como os direitos dos jornalistas, o direito de resposta, as deliberações sobre conteúdos, as autorizações, os resultados da actividade de fiscalização, os pareceres ou as sondagens. Certamente, depois de um crescimento continuado desde o primeiro ano de actividade, este número tenderá a estabilizar e até a baixar, podendo admitir-se que, por exemplo, o processo de renovação de todas as licenças de rádio terá engordado um pouco estes valores. De todo o modo, se ao número acima apontado for adicionado o de pronúncias do regulador que não passam já hoje pelo Conselho (em número pelo menos idêntico), consistente em questões com jurisprudência assente, em queixas manifestamente improcedentes, em pedidos de informação, etc., facilmente se apreende a intensa função de serviço ao cidadão desempenhada pelo regulador. Esta foi, e continuará decerto a ser, a sua matriz orientadora fundamental.

5. Todo este trabalho foi feito por pessoas, e, até prova em contrário (que não se vislumbra como possa ser aduzida), são elas que fazem as instituições. O quadro de colaboradores da ERC, agora estabilizado, é especialmente qualificado, com competências e formação diversificadas. Reflecte, assim, a transversalidade das exigências e dos olhares da regulação. Certo é que muitos dos resultados alcançados nestes cinco anos e meio de existência do regulador só foram possíveis devido à dedicação e profissionalismo exemplares dos que ali trabalham, com empenho quantas vezes para lá do exigível. E foi gratificante ir lendo, ano após ano, os relatórios produzidos no âmbito da Assembleia da República na sequência da audição anual do Conselho Regulador perante aquele órgão de soberania, desde o primeiro (o relatório “Branquinho”) ao último à data, elaborado pelo deputado João Serrano.

6. Por outro lado, para que fosse viável a realização do essencial dos objectivos de regulação e supervisão – como decorrem dos Estatutos da ERC e de uma pluralidade de outros instrumentos legislativos – foi necessário desenvolver instrumentos, ferramentas específicos. A verificação do cumprimento pelas rádios das suas obrigações em matéria de música portuguesa, por exemplo, teria sido humanamente impossível sem a criação e desenvolvimento do Portal da rádio. O conhecimento da estrutura de propriedade dos órgãos de comunicação social (que, aqui e ali, suscitou suspeição mediática) teria ficado confinado a um pequeno grupo de peritos, não fora o desenvolvimento do Portal sobre a transparência da propriedade dos meios de comunicação social, acessível a qualquer cidadão. O Portal da televisão, esse, permitiu com um assinalável ganho de eficácia e rigor aferir o cumprimento, por parte dos operadores generalistas de televisão, de muitas das suas obrigações à luz da Lei da Televisão. E, finalmente, o Portal das sondagens, muito recentemente desenvolvido (e que estará a funcionar em pleno no último trimestre de 2011), veio concretizar um projecto antigo, a partir do qual será possível coligir e tratar dados dessa área de uma forma muito diferente (para melhor) do que até aqui sucedia.

7. Num lapso de tempo objectivamente curto, como acima brevemente descrito, a regulação dos média consolidou-se em Portugal. São hoje qualitativamente muito diferentes e bem mais transversais o conhecimento do meio e a capacidade e credibilidade da decisão, sendo patente a normalidade com que determinadas regras são cumpridas (por exemplo, o direito de resposta), onde antes se verificava, isso sim, um incumprimento generalizado e por vezes assumido – até em forma de bravata despudorada, que seria inconsequente, não fora o facto de lesar, de forma ostensiva, direitos fundamentais dos cidadãos. Deve ter-se presente, por outro lado, que o surgimento da ERC desencadeou reacções virulentas e epidérmicas, por vezes, autênticas campanhas mediáticas.

A ERC “atacava” ou “atentava” contra a liberdade de imprensa, a imprensa “não era regulável”, voltara-se – ousaram alguns dizer, sem medo do ridículo ou por amor ao grotesco – ao pré-25 de Abril. Essa fase, compreensível num ambiente que até aí fora essencialmente de desregulação, foi sendo superada, tendo então sido possível o diálogo, e diálogo muito profícuo, entre regulador (que exerce poderes públicos) e regulados. É então legítimo afirmar-se que, tratando-se muito embora de um processo que se irá afirmando cada vez mais (porque as instituições serão tanto mais sólidas quanto mais quotidiana e normal for a sua actuação), existe, e funciona, a regulação dos média – estando por isso Portugal cada vez mais próximo do padrão e práticas europeus.

8. Porém, a regulação e supervisão dos média, com forte probabilidade (melhor se falaria, porventura, em certeza), terá também ela que se adaptar à mudança que se está a verificar: no modo como é exercida a profissão jornalística; no estatuto social e remuneratório do jornalista; e, conseqüentemente, na forma como são interpretados e prosseguidos os objectivos de regulação. Em pouco mais de meia década, o modelo de negócio dos média (multimédia) alterou-se, tendo que fazer face ao acentuar de uma erosão muito severa das receitas publicitárias (hoje em patamares graves, muito abaixo de 2002); assistiu-se à morte de vários títulos na imprensa nacional e, em geral, ao abaixamento também preocupante das vendas da grande maioria dos títulos, quantos deles ainda hoje no fio da navalha; à multiplicação da oferta de canais temáticos, com um sólido crescimento anual e num ambiente fortemente concorrencial; à ultrapassagem, que alguns auguram ser irreversível, dos canais generalistas pelo “cabo”, apontando-se àqueles (de forma exagerada, como a anunciada morte de Mark Twain) um futuro pouco rissonho; ao espartilhar dos consumos; à morte anunciada do analógico; ao desenvolvimento muito rápido das redes sociais, que põem gradualmente em causa a função jornalística e o seu relevo social; à entrada de novos actores, que reivindicam um papel de destaque na dita paisagem mediática; e finalmente, mas não por último, à cada vez maior dificuldade em estabelecer compartimentos estanques de regulação. Na verdade, cada um de nós utiliza com normalidade a internet, ali acede a conteúdos, séries, filmes, lê notícias, informa-se, e até pode (cada vez de modo mais banal) ser produtor de conteúdos, acessíveis *urbe et orbe*; dentro em breve, estará ao alcance de muitos o acesso a conteúdos, independentemente do seu suporte, num único ecrã. O acto de escolha do cidadão/consumidor depende, por isso, cada vez menos, do tempo, suporte, modelo e forma da oferta. Por outro lado, as fronteiras naturais entre meios (imprensa, rádio, televisão) esbatem-se de forma significativa. Nas suas edições online, os jornais propõem, e de forma cada vez mais luxuriante, texto, imagem, som; o mesmo, com as rádios.

Isto significa que os instrumentos internacionais (da União Europeia) que actualmente conformam o nosso ordenamento jurídico – a Directiva SMAV, em primeira linha – rapidamente terão de se (re)adaptar, por o quadro regulatório não poder ser discrepante daquela que, provavelmente, será uma nova realidade: de consumo, naturalmente; de justiça relativa; de desafios de cidadania, com certeza também.

9. A regulação já é, portanto, diferente daquilo que era em 2006, quando a ERC foi constituída. Mas o certo é que com as salvaguardas que a evolução foi impondo, o regulador teve ocasião de desenvolver uma “jurisprudência” e modelos de avaliação sólidos em matérias menos permeáveis ao tempo: sobre o pluralismo político-partidário no serviço público de televisão; sobre o direito de resposta; sobre o rigor informativo; sobre a publicidade em publicações periódicas; sobre a colocação de produto; sobre os conteúdos susceptíveis de afectar a formação da personalidade de crianças e jovens (art. 27.º da Lei da Televisão); sobre os comentários em edições *online* de publicações periódicas; sobre as obrigações dos órgãos de comunicação social em período eleitoral; sobre o humor; e muitos outros temas. Este é um património que será decerto desenvolvido (e, espera-se, melhorado) no futuro, pelo Conselho Regulador que a este vier a suceder. Mas que serve como lastro a uma regulação que deve, tanto quanto possível, ser rápida, expectável e previsível. Esse é um dever funcional, mas também, e não menos importante, é um dever para com os regulados.

10. Nem sempre este caminho foi facilmente trilhado. A questão das obrigações do serviço público de televisão, nomeadamente, terá sido uma das mais controversas, quer porque ali desaguavam interesses conflituantes dos diferentes partidos políticos (cada um extraíndo dos relatórios da ERC a sua leitura própria, naturalmente “interessada”), quer principalmente porque o serviço público de televisão, numa estratégia por muitos tida como pouco menos do que desastrosa, reivindicou uma espécie de impunidade de facto, por apelo confortável (quase sempre assente em frases feitas) a “critérios” jornalísticos nunca explicados ou demonstrados. A verdade é que, dir-se-ia que de modo peculiar, o modelo de avaliação desenvolvido pela ERC nunca foi objecto de proposta de modificação séria ou consistente que tivesse sido apresentada por qualquer forma; e, mais curioso ainda, esse mesmo modelo veio a influenciar a prática de outros reguladores europeus, como o francês e, principalmente, o italiano.

11. A ERC, de início quase falando sozinha no deserto, sempre insistiu que, à luz dos critérios da Constituição e da Lei, não era satisfatório (longe disso) o modo como os diferentes órgãos de comunicação social – aqui se destacando a Televisão, e nesta,

os canais generalistas – garantiam a representação dos erradamente ditos “pequenos” partidos e, em particular, daqueles que não tinham assento parlamentar. Em pouco mais de cinco anos, e como é moda dizer-se, a questão entrou de vez na agenda mediática, e foi gratificante, nas mais recentes eleições legislativas, ter sido possível estabelecer um acordo de princípio nesta matéria (mas com especificação de obrigações) com representantes dos quatro serviços de programas generalistas. Foi um primeiro passo, que aqui deve ser destacado pela sua especial importância simbólica.

12. Para que este resultado fosse conseguido, não é excessivo, com certeza, insistir em como os relatórios da ERC, assentes nas competências adquiridas no âmbito da monitorização e da análise de conteúdo, serviram como trave-mestra deste edifício. Com efeito, no caso dos diferentes períodos eleitorais, sempre o regulador disponibilizou ao meio, aos decisores políticos e aos cidadãos em geral (sem descurar, naturalmente, a Academia) instrumentos de análise objectivos e irrefutáveis, que, mais do que servirem como meio de “prova” para efeito de aplicação de sanções – mesmo porque essas, no essencial, são competência da Comissão Nacional de Eleições (CNE) – muitas vezes serviram antes como demonstração de que, apesar de tudo, muitos dos órgãos de comunicação social tinham conseguido uma cobertura plural e razoável das diferentes candidaturas e projectos eleitorais.

13. Da mesma sorte, e depois do acordo de co-regulação RTP/SIC/TVI, de 2003, foi necessário esperar oito anos para que uma nova iniciativa de co-regulação instituída pudesse ver a luz. Os tempos *na* comunicação social não são, de facto, os tempos *da* comunicação social. O acordo de 2011 entre a ERC, a Associação Portuguesa de Imprensa e o Sindicato dos Jornalistas – que tem como objecto a classificação das publicações periódicas – é então, como foi justamente destacado quando da sua assinatura, um momento que merece o epíteto de histórico. E mais assim quanto, ao longo do seu mandato, o Conselho Regulador procurou várias vezes, sem êxito (como no caso do direito de resposta) devolver “poder” através da co-responsabilização dos regulados, das suas associações representativas ou de representantes dos jornalistas. Mas, a partir deste primeiro objectivo já concretizado, está (enfim) desbravado o caminho para que se possa ir muito mais longe no cumprimento da obrigação (aliás, convictamente assumida por este Conselho Regulador) de promoção de mecanismos de co-regulação e de auto-regulação na área dos média. Não se conhece situação em que apenas a autoregulação tenha dado resultados plenamente satisfatórios, pelas suas limitações inerentes. E, se necessário fosse, lá estaria o caso sombrio e com contornos abjectos do *News of the World* para demonstrar esta tese. Ainda assim, se é no limite autosuficiente

um modelo assente apenas na heteroregulação ou regulação pública, é indiscutível a benfeitoria significativa que permite que, a par e passo, a regulação pública desempenhe um papel de instância de recurso e, essencialmente, de “macro-regulação”, ou regulação “alta”.

14. Neste plano, seria injusto não realçar o papel desempenhado pelo Conselho Consultivo da ERC, onde tomam assento instituições representativas, instituições públicas com ligação directa ou indirecta à comunicação (como a Direção-Geral do Consumidor) e, bem assim, a Academia e outras entidades reguladoras (Autoridade da Concorrência e ICP-ANACOM). O Conselho Regulador entendeu, desde o início do mandato, que ali estava um órgão que podia desempenhar um papel muito importante, consultivo com certeza, mas também instância de diálogo, quer com a ERC, quer entre várias das instituições ali presentes. Nada disso teria sido possível sem a cooperação exemplar dos membros do Conselho Consultivo, muitos dos quais aderiram com entusiasmo ao modelo proposto para funcionamento, através da definição de temáticas que depois eram apresentadas por um ou mais conselheiros, e depois discutidas em Plenário. Se esta instância consultiva foi, a meu ver, um fórum central na vida da ERC, o mérito, e é justo acentuá-lo, deve ser dado a quem o tem: os seus membros.

15. Ao arrepio do modelo de organização que congrega no seu interior todas as valências de que possa vir a necessitar, o modelo seguido pela ERC nestes primeiros cinco anos e meio exprimiou, muito claramente, uma opção diversa. Teria sido impossível, antes do mais – mesmo por razões económicas – reunir na instituição todas as áreas do saber que houvessem de importar à regulação. Por outro lado, ter-se-ia fechado a instituição à sociedade, lá onde muitas competências estavam disponíveis e com especial proficiência. Depois, teria sido uma solução menos eficiente e, no essencial, a implicar uma duplicação de competências nas diversas áreas do saber com relevo para a regulação dos média. Assim, a ERC recorreu, amiúde, à Academia e a outros especialistas, e esse esforço não só serviu como forma indirecta de desenvolvimento de projectos de investigação como, por outro lado, ofereceu outros olhares sobre a regulação. Finalmente, esta mostrou-se uma solução em que as todas as partes envolvidas ganhavam. Justifica-se, portanto, chamar à pedra os protocolos que o regulador foi celebrando com várias instituições de grande prestígio, como a Faculdade de Direito de Coimbra, o Observatório da Publicidade, o ICAP, o CEGEA (Universidade Católica Portuguesa, Porto), o Instituto Gulbenkian de Ciência, entre outros. E os resultados fizeram-se sentir.

16. A actividade editorial da ERC, com efeito, é dos resultados palpáveis que mais orgulham a instituição, e constitui um acervo

precioso para a tomada de decisão. Ao contrário do que alguns pretenderam, falando de forma depreciativa em academismo lá onde teriam dificuldade em sequer definir o termo, as publicações da ERC, como acentuado pelo meio, traduziram-se na criação *ex novo* de um capital de conhecimento inestimável, pela seriedade e credibilidade, não só da instituição como, naturalmente, daqueles que tinham executado cada uma das tarefas que depois resultou numa publicação. E, para quem possa ter dúvidas, aconselha-se uma consulta, rápida que seja, ao elenco disponível no *link* <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/publicacoes>.

17. Na mesma linha, a ERC organizou, em cada ano civil (no mês de Outubro), a sua Conferência Anual, para além de muitas outras conferências sectoriais. Por lá passaram, como palestrantes, como comentadores, como intervenientes, muitos daqueles que mais se destacam, entre nós e alhures, no estudo e na prática da comunicação social. Tendo como mote comum “Por uma Cultura de Regulação”, as Conferências Anuais da ERC tiveram como propósito principal ouvir (e não ser ouvido por) aqueles que eram destinatários da regulação, com eles aprender, criar formas de diálogo que o ritmo acelerado do quotidiano por vezes tornavam menos fácil. De facto, qualquer regulador tem o dever de assumir, se for caso disso, o contencioso e, em última instância, o “conflito”. Mas deixa mais frutos, é mais rico (e por isso deve ser sempre preferido, quando possível) o caminho participado, falado, dialogado. Também por isso, uma palavra de gratidão é devida, neste fim de mandato, a todos aqueles que, com a excelência do seu saber, enriqueceram o debate sobre aquela liberdade que, sendo tantas vezes invocada em vão, por vezes nos esquecemos de acarinhar devidamente: a liberdade de imprensa.

18. Instituição portuguesa, a ERC nunca deixou de lado nem menosprezou a sua representação nos diferentes *fora* internacionais. Por razões evidentes, muitas das tendências que se detectavam entre nós da mesma maneira eram percebidas por entidades reguladoras congéneres. Não deixa de ser importante repetir aquilo que devia ser uma evidência: habituados que estamos a discutir permanentemente tudo, e, nomeadamente, as vantagens da regulação dos média, cada vez mais crentes que o que existe melhor fica se for alterado neste ou naquele sentido (ou até, infelizmente, sem sentido nenhum), seria interessante tomar-se em consideração que em todos – sem excepção – os países da União Europeia existem uma ou mais entidades com competências de regulação e com um quadro institucional muito estável; que também na esfera da cooperação entre entidades reguladoras dos média se assiste a uma aproximação evidente de estratégias e de soluções; e que a capacidade de influência será tanto maior quanto mais profissional e activa for (como foi) a participação em reuniões onde essas mesmas instituições estejam representadas,

sejam elas as participantes (quase) exclusivas – como na Plataforma Europeia das Autoridades de Regulação (EPRA) – ou estejam elas a dialogar com outras instâncias, como por exemplo a Comissão da União Europeia (no Comité de Contacto). Retomando uma velha expressão, que alguns remetem ao meio académico – e aqui plenamente utilizável – é caso para dizer que nem tudo o que é original é bom; e quem nem tudo o que é bom é original.

19. A ERC foi convidada, por duas vezes, a assumir uma das quatro Vice-Presidências da EPRA; assegurará, em 2012, a Presidência da Rede Mediterrânica dos Reguladores de Média; desempenhou um papel de muito relevo, porventura decisivo (mas elogio em boca própria é vitupério) na recente criação da Rede dos Reguladores de Média da União Europeia, da qual é membro fundador. Por impulso decisivo da ERC, foi instituída a Rede dos Reguladores de Média dos Países de Língua e Expressão Portuguesa. Finalmente, mas também aqui não por último, a ERC foi membro fundador da Plataforma Ibérica dos Reguladores do Audiovisual, tendo a reunião fundacional ocorrido em Lisboa, em 2007. Estes exemplos serão suficientes para mostrar como, fora de portas, é elevado e transversal o prestígio da instituição portuguesa de regulação dos média.

20. Se as instituições não suportam, enfraquecem e por vezes fenecem de forma irreversível quando sujeitas a mudança constante (de competências, de modelo, de configuração), nada impede, antes tudo aconselha, que se possam ponderar, com a devida medida, alterações justificadas pela experiência. Quando criada de raiz, uma instituição é, de alguma forma, uma folha de papel, que tem que dar provas, ser testada. O Conselho Regulador foi fazendo a sua reflexão sobre o assunto, e, naturalmente, em várias ocasiões sentiu que poderia haver melhoria nos seus estatutos, sem pôr em causa o essencial. Dois exemplos, entre outros que se poderiam coligar: as sondagens e os mandatos dos membros do Conselho Regulador. Começando pelo segundo tópico, haveria vantagem clara em que o tempo dos mandatos dos cinco membros do Conselho Regulador não fosse o mesmo, para assim se evitar que, de cinco em cinco anos, os entrantes estejam sujeitos a um processo de “aprendizagem” e integração que, queira-se ou não, “descapitaliza” a cabeça da instituição. Assim, seria vantajoso que, num primeiro momento, dois ou três dos membros do Conselho tivessem um mandato de três anos, com o mérito de que, passada essa primeira fase, a substituição do Conselho seria sempre, e apenas, parcial, garantindo-se, também fisicamente, a continuidade do Conselho Regulador. A matéria das sondagens, essa, justificou uma reflexão específica do Conselho, tendo sido discutidas várias hipóteses, seja de alteração do próprio paradigma actualmente constante da lei respectiva, seja de aproveitamento do paradigma

actual com a proposta de alterações, sempre significativas. Esse trabalho, quase concluído, será enviado em breve, e para os devidos efeitos, à Assembleia da República.

21. Mais funda será a questão da possível convergência entre o regulador dos média (a ERC) e o regulador das telecomunicações (o ICP-ANACOM). Sendo favorável a essa evolução, na linha do que foi acontecendo em vários países europeus – o OFCOM britânico, o AGCOM italiano – será avisado apreciar, já com um tempo razoável de análise, os resultados alcançados nesses mesmos países. Por um lado, sendo a ERC uma entidade constitucional, sempre deverá ser salvaguardada a independência da sua actividade, sob pena de retrocesso que dificilmente se compreenderia e que, de todo o modo, afrontaria o texto constitucional (tal como está). Em segundo lugar, se nos nossos dias e quanto a muitas questões são indissociáveis os olhares de regulação das duas instituições acima referidas, será importante, até para evitar processos que se vão detectando em algumas entidades convergentes, que se preserve a dimensão de salvaguarda dos cidadãos e dos órgãos de comunicação social, sem a sufocar totalmente a uma abordagem económica que despreze ou nem sequer compreenda aquelas perspectivas, preferindo, quase sempre, restringir-se à relação fornecedor-consumidor.

22. Voltando, agora, à actividade de deliberação da ERC. Em não poucas ocasiões foi perguntado o que mais se deveria destacar, do ponto de vista casuístico das deliberações, nestes anos de mandato. Ao contrário do que alguns pensariam, não se trarão à colação os “célebres” casos das “pressões”, desde o dos “Incêndios florestais”, em que o poder judicial deu completa razão substancial à ERC, ou o caso “Mário Crespo”, para não falar do caso “José Sócrates” ou do caso “TVI”. Foram, é verdade, deliberações hipermediatizadas, muitas vezes instrumentalizadas do ponto de vista político-partidário ou jornalístico, e quantas vezes, até, aproveitadas para dirimir disputas quase pessoais. Também, esse exercício permitiu ao regulador, pela primeira vez entre nós, clarificar o que significa e como deve ser aplicado o conceito de pressão, e o que o distingue do de pressão ilegítima (sendo corrente a confusão dos dois planos). Foram, no entanto, essencialmente, casos políticos, em que o regulador cumpriu o dever de se manter imune às substanciais pressões de que foi alvo, e em que o espaço público (onde se destaca a categoria dos comentadores) procurou, sistematicamente, determinar o tempo e o sentido da decisão.

23. Evidentemente, teria sido mais “popular”, mais fácil do ponto de vista do exercício das funções, ir acompanhando o sentido do vento, e, aqui e ali, ir dando razão (ou não) a este ou a aquele para depois não ficar sujeito à inevitável retaliação público-mediática. É, realmente, uma lei de bronze da regulação: sempre

que uma queixa é suscitada por uma figura mediática ou envolve figuras mediáticas (do campo político, do campo económico, da esfera dos média), o regulador é considerado legítimo, importante, imparcial e independente até decidir. Se depois decidir em favor dos interesses ou pretensões do requerente ou queixoso, essa impressão positiva mantém-se. Se assim não for, então o regulador é inútil, está ao serviço deste ou daquele poder, os membros do Conselho que votaram a deliberação são pessoas pouco recomendáveis e, no limite, extinga-se a instituição, por inútil e perfunctória. O tópico, por pouco digno, não justifica considerações suplementares. Mas se ideia fica, é a de que a independência não se proclama, e menos se exhibe como cartão de visita: pratica-se, e vive-se no dia-a-dia, sendo com frequência tanto mais avaliável quanto menos fácil ou, repete-se, “popular”, for o sentido da decisão.

24. Pelo que, a terem que seleccionar processos decisivos neste primeiro mandato de um Conselho Regulador, uma escolha natural recairia no processo do chamado 5.º Canal e no processo Ongoing. No primeiro, tratava-se de seleccionar, de entre duas candidaturas, aquela que viria a ser titular de uma licença para exploração de um 5.º serviço de programas generalista em sinal aberto. O Conselho Regulador, por maioria, decidiu excluir as duas candidaturas ainda numa primeira fase – isto é, sem entrar sequer na apreciação substancial de cada uma delas. O processo de decisão (o mais importante a destacar) assentou numa análise tanto de mercado como jurídica; implicou o recurso a especialistas de reconhecido mérito; e mantenho que a deliberação propriamente dita significou, do ponto de vista da *qualidade* e *fundamentação* da decisão, um passo em frente muito importante. No segundo, o caso *Ongoing*, tratava-se, a solicitação da Autoridade da Concorrência e no exercício de competências

próprias, de avaliar as consequências para o pluralismo da aquisição por parte daquele grupo de uma percentagem accionista muito significativa da Media Capital. O regulador decidiu que a sua resposta seria negativa, não fosse cumprida uma condição prévia essencial (a alienação efectiva da participação accionista da Impresa). Na deliberação, o regulador apontou alguns factores que impediam uma resposta positiva, e, nomeadamente, destacou o impacto que a sobrerreferida operação de concentração teria, entre outros, no sector do trabalho dos jornalistas e no da produção audiovisual. Para isso, não só efectuou uma análise dentro da instituição como – tal como fizera no caso do 5.º canal – recorreu a especialistas para, quanto a alguns aspectos mais técnicos, poder formar devidamente a sua opinião.

25. Estes dois casos tiveram importância pela sua repercussão no mercado da comunicação social. O regulador sempre considerou que o funcionamento saudável daquele mercado é condição, se não decisiva, pelo menos daquelas que não podem ser menosprezadas em qualquer análise, sob pena de afectação significativa da liberdade de imprensa. E esse mesmo “mercado” tem características únicas, muito pela liberdade que através dele também se exprime, mas, para além disso, porque não é desenhável por apelo a simples (simplistas) processos de oferta e procura. Dizia alguém, anos atrás, que a comunicação social não era, do ponto de vista económico, “como o mercado das batatas”. Na altura, uma afirmação tão “impressionante” (diga-se assim) destinava-se, apenas, a demonstrar que se tratava de um “mercado” vedado a quaisquer poderes ou valores públicos. Sem razão. Mas, de alguma maneira, há um fundo de verdade na precaução que sugeria aquela comparação. A liberdade de imprensa não fica garantida por simples acção do mercado. A reduzida dimensão do mercado de comunicação social português, a con-

corrência com outros agentes muito mais poderosos e veículo de culturas dominantes, situam a comunicação social num eixo central de protecção de identidades, de cultura, de definição de valores próprios de uma comunidade de pessoas a que, usualmente, nos referimos como o povo português. A esta luz, causa grande preocupação a debilidade actual em que se encontram vários dos grupos de comunicação social, não só pelo que de muito relevante fizeram no passado, contribuindo para a afirmação plena da liberdade de imprensa em Portugal, mas também pelo que, no futuro, poderão desempenhar na sua protecção. O tal mercado de que se vem falando está hoje mais permeável à influência, à cedência, porquanto, de forma objectiva, dispõe de menos meios, está em dificuldade, foi obrigado nos últimos anos a prescindir de muitos profissionais valiosos, é agora mais sensível à “vontade” de outros “mercados”, como o publicitário. Não há, em consequência, qualquer contradição nem paradoxo quando se sustenta que sem grupos sólidos, a própria profissão jornalística sofre. O jornalista (sem, no entanto, ceder à tentação das generalizações quase absolutas) tem agora um estatuto profissional menos dignificado; está sujeito a exigências multifuncionais sem paralelo com o passado relativamente recente; tem um estatuto remuneratório degradado; está envolvido numa curva perigosa que o vai empurrando, lenta mas seguramente, para uma espécie de subproletariado da comunicação social.

26. Estamos, por conseguinte, naquilo a que poderíamos chamar, figuradamente, uma encruzilhada delicada. Não devem os poderes públicos financiar, directamente, órgãos de comunicação social (seja por que razão for, contratualizada ou não), porque esse tipo de medida, mesmo com a melhor das intenções – mas de boas intenções, lá diz o povo, está o Inferno cheio – coloca aqueles sob a alçada destes, torna-os mais dóceis e bem

comportados, menos escrutinadores, e tanto mais dependentes quanto mais se mantiver a actual crise económico-financeira. Por outro lado, e devido a uma realidade muito nossa (que vem de factos passados mas também da nossa reduzida dimensão), aquilo que produz efeito num meio como a televisão vai depois, em cascata, repercutir-se em todos os outros, mesmo na imprensa, mesmo na imprensa regional e local. A tendência actual para a prática de taxas de desconto inimagináveis (em relação aos valores de tabela) vai, obrigatoriamente, fazer com que a concorrência pela publicidade (que cada vez mais parece a *peau de chagrin* de que falava um autor) seja cada vez mais agressiva. Para dar um exemplo concreto, e como descrição mais precisa do fenómeno, foram reportados e demonstrados perante o regulador situações em que um operador generalista cobrava um preço tal por *spot* que, pura e simplesmente, concorria, directamente, com um determinado jornal local.

27. O olhar público sobre a situação da comunicação social em Portugal é, portanto, o de um estado de alerta sério, esperando-se que não venha a desembocar num estado de emergência. Não se trata, repete-se, de protecção. Mas de ter presente que, se porventura não se verificar uma relativa alteração pela positiva da situação económico-financeira do sector, poderá ficar em crise, e crise estrutural, a liberdade de imprensa. O regulador dos média, a quem também cabe proteger essa mesma liberdade, tem o dever fundo de não calar e de não olhar para o lado quando é esse risco que tem presente perante os seus olhos.

J. A. Azeredo Lopes

Presidente do Conselho Regulador
Entidade Reguladora para a Comunicação Social

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2010

VOLUME I



SUMÁRIO EXECUTIVO

I. Sumário Executivo

II. A ERC em 2010 – Números Mais Significativos

I. Sumário Executivo

1. Os Estatutos da ERC (art. 24.º, n.º 2, al. d)) determinam que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ERC, “elaborar anualmente um **relatório sobre a situação das actividades de comunicação social e sobre a sua actividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública**”. Entre os objectivos da regulação a cargo da ERC, tal como enunciados no artigo 7.º dos seus Estatutos, avultam a salvaguarda do pluralismo na comunicação social e a protecção dos destinatários dos serviços de conteúdos, enquanto pessoas, cidadãos e consumidores.
2. Como princípio orientador dos objectivos de regulação e das atribuições fixadas nos artigos 7.º e 8.º, destaca-se, no vasto elenco de **competências de regulação e supervisão cometidas ao Conselho Regulador**, a verificação do cumprimento, por parte dos **operadores de televisão**, “dos fins genéricos e específicos” da actividade televisiva, “bem como das obrigações fixadas nas respectivas licenças ou autorizações”: art.º 24.º, n.º 3, al. i), dos Estatutos da ERC. A par dela, incumbe igualmente ao Conselho Regulador “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de **rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais**” (art.º 24.º, n.º 3, al. a)).
3. Idênticas funções, com as necessárias adaptações, encontram-se consagradas relativamente à **actividade de radiodifusão**, cabendo à ERC assegurar a prossecução, por parte dos operadores, dos fins consagrados no artigo 9.º da Lei da Rádio, mediante a verificação do respeito pelo projecto aprovado e cumprimento das obrigações que impendem sobre os operadores, designadamente a inclusão na programação musical de uma quota mínima preenchida com música portuguesa. À semelhança do verificado para a televisão, também na rádio se incumbe o operador de serviço público de assegurar “uma programação de referência, inovadora e com elevados padrões de qualidade”, garantindo a emissão de uma percentagem mínima de 60% de música portuguesa.
4. Algo de semelhante se verifica relativamente ao sector das **publicações periódicas**, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita, do enunciado do artigo 3.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro). Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista reflectem a existência de outros valores relevantes.
5. Em concretização do preceito constitucional (art. 38.º CRP), os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, em matéria de **direito de resposta e de rectificação**, as previstas no artigo 8.º, alínea f), artigo 24.º, n.º 3, alínea j), artigo 59.º e artigo 72.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, em conjugação com os artigos 2.º, n.º 2, alínea c), e 24.º a 27.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro, na versão dada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.
6. Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24.º, al. z), dos seus Estatutos, “zelar pelo rigor e isenção das **sondagens e inquéritos de opinião**”. Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho (Lei das Sondagens), define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, as quais abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião, nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.
7. O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006 e prosseguido em 2007, 2008 e 2009.
8. Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos sectores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados no três volumes que integram o Relatório de Regulação 2010**.
9. **Em virtude de o presente Relatório de Regulação corresponder ao último ano do mandato do actual Conselho Regulador,**

optou-se, no que se refere a alguns capítulos, por apresentar dados evolutivos abrangendo os anos em que as metodologias, nomeadamente a amostra utilizada, permitem análises comparativas fiáveis, sendo estes, 2008, 2009 e 2010.

10. Estão neste caso os capítulos relativos ao pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos, designadamente os referentes a: Análise Evolutiva da Informação Diária; Análise Evolutiva da Mediatização da Política Nacional na Informação Diária; Análise Evolutiva da Diversidade Social e Cultural na Informação Diária; Análise Agregada da Informação Diária e Análise Agregada da Mediatização da Infância na Informação Diária.

A ERC EM 2010 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

11. Desde o início do seu mandato, em 17 de Fevereiro de 2006, até 31 de Dezembro de 2010 o Conselho Regulador aprovou um total de 1.460 deliberações.

12. Em 2010 o Conselho pronunciou-se, sob a forma de Deliberação, em 361 casos, com uma incidência de 29,36% em matérias relacionadas com conteúdos. O direito de resposta correspondeu a 18,56% do conjunto de processos deliberados.

13. São os seguintes os números mais relevantes sobre a actividade da ERC em 2010:

- 67 Reuniões do Conselho Regulador (69 reuniões em 2009).
- 361 Deliberações (menos 22,37% que em 2009), relativas a:
- 106 Conteúdos (mais 34,18% que em 2009).
- 67 Direito de resposta (menos 18,29% que em 2009).
- 56 Licenças (menos 70,05% que em 2009), das quais uma relativa à apreciação de requerimento para revogação do título habilitador de operador de distribuição e 52 correspondentes a renovações e não renovações de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão.
- 36 Autorizações (menos 7,69% que em 2009), das quais oito referentes a pedidos para o exercício da actividade de televisão através de novos serviços de programas.
- 26 Sondagens.
- 19 Publicidade.
- 13 Pluralismo.
- 6 Direitos dos jornalistas.
- 2 Classificações.
- 1 Pareceres.
- 29 Outros assuntos, tais como infracção de regras relativas ao anúncio da programação.

E ainda:

- 4 Audições parlamentares do Conselho Regulador.

1 Reunião do Conselho Consultivo.

53 Processos contra-ordenacionais.

2 Impugnações judiciais de taxas da ERC.

1.451.865,35 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.

50.485,89 Euros investidos em sistemas de informação.

Outros dados de 2010:

9452 Entradas (menos 2,53% que em 2009).

66 Recursos humanos.

191.452,75 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).

12.000,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios.

5 Livros publicados:

Estudo sobre *A Imprensa local e regional em Portugal | Relatório de Regulação 2009 | Relatório de Actividades e Contas 2009 | Estudo “Privacidade, intimidade e violência na Imprensa - 2009” | Relatório do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público de Televisão em 2009*

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2010

14. “A Imprensa Local e Regional em Portugal” – A ERC concluiu em 2010 um estudo dedicado à caracterização da imprensa local e regional em Portugal, que compreendeu diferentes dimensões de análise (situação económico-financeira, composição editorial das publicações, conhecimento dos públicos, etc.). O estudo foi publicado em livro e constituiu o tema central de uma conferência realizada na Fundação Calouste Gulbenkian, em Junho de 2010, que reuniu vários agentes do sector para debater os resultados apurados e as principais questões problemáticas identificadas.

15. Estudo sobre “Privacidade, intimidade e violência na Imprensa” - este estudo, publicado em livro, foi realizado para a ERC por uma equipa de investigadores do ISCTE e da Universidade do Minho, e apresentado publicamente na Conferência Anual da ERC. Visa contribuir para um melhor conhecimento dos conteúdos publicados na imprensa sobre a privacidade, a intimidade e a violência, tendo em atenção valores como a dignidade, a individualidade, a autonomia pessoal, a confiança e o bem-estar físico e psicológico. Estrela Serrano apresentou ainda o estudo realizado internamente pela Unidade de Monitorização com o apoio do Departamento Jurídico da ERC, respeitando os mesmos objectivos e pressupostos mas, desta feita, aplicado à informação diária da televisão.

16. Estudo sobre a “Publicidade do Estado” – A ERC desenvolveu um estudo dedicado à análise dos investimentos publicitários realizados por entidades da administração directa e indirecta do Estado, das regiões autónomas e organizações de direito privado criadas pelo Estado. O estudo apresenta uma análise sistematizada dos investimentos publicitários realizados por estas entidades, em 2008 e 2009, nos órgãos de comunicação social de âmbito nacional de imprensa, rádio e televisão. Os resultados foram publicamente apresentados em Outubro de 2010, no âmbito dos trabalhos da Conferência anual da ERC – Por uma Cultura de Regulação.

17. IV Conferência Internacional da ERC – Por uma cultura de regulação, Média e Cidadania – Velhas e Novas Questões – Realizou-se nos dias 18 e 19 de Outubro de 2010 a IV Conferência anual da ERC, que teve como tema central o debate em torno das problemáticas decorrentes da actividade dos média no plano do exercício da cidadania. Tal como em anos anteriores, esta iniciativa constituiu uma oportunidade para reguladores, investigadores, estudantes e público em geral partilharem os seus conhecimentos e experiências sobre as múltiplas implicações da acção dos média na sociedade contemporânea.

18. Cobertura da campanha eleitoral para as eleições presidenciais de 2011 - Entre 23 de Dezembro de 2010 e 21 de Janeiro de 2011, a ERC procedeu à monitorização da cobertura jornalística das eleições presidenciais, abrangendo os principais blocos informativos dos serviços de programas de televisão de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI) e na imprensa de expansão nacional (Correio da Manhã, Diário de Notícias, I, Jornal de Notícias, Público, Expresso e Sol). O objectivo central consistiu na verificação do cumprimento do princípio da igualdade de tratamento e da não discriminação das diversas candidaturas a esse acto eleitoral.

19. Portal de “Transparência dos meios de Comunicação Social” – No sentido de assegurar a transparência da propriedade dos meios de comunicação social em Portugal e disponibilizar informação actualizada de interesse e utilidade para os utilizadores e cidadãos em geral, e no exercício das competências e atribuições conferidas à ERC pelo disposto nos artigos 8.º, alíneas b) e g), 24.º, n.º 3, alíneas g) e h), e 53.º dos Estatutos da ERC, anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, e no Decreto-Regulamentar n.º 8/99, de 9 de Junho, conforme alterado pelo Decreto-Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de Janeiro, foi criado em 2010 o Portal da Transparência da Propriedade dos Meios de Comunicação Social, cuja apresentação pública teve lugar na

Fundação Calouste Gulbenkian. O Portal encontra-se disponível no sítio electrónico da ERC. O Portal abrange informação societária - elementos de identificação (da empresa-mãe), estrutura accionista, composição da administração, sociedades participadas, organigramas, relatórios e contas, volume de negócios e dados de audiências - e actividades de comunicação social dos diversos grupos de comunicação social registados na ERC.

20. Portal das Sondagens - Em desenvolvimento desde Outubro de 2010, o Portal Sondagens entrou em funcionamento no segundo semestre de 2011. Trata-se de uma ferramenta integrada de gestão e registo de informação sobre a realização e divulgação de estudos de opinião que serve duas atribuições da ERC nesta matéria: i) zelar pela isenção das sondagens e inquéritos de opinião (alínea z) do n.º 3 dos estatutos da ERC); e ii) estimular a co-regulação entre a ERC e todas as entidades envolvidas na realização e divulgação deste tipo de estudos (artigo 9.º dos Estatutos da ERC).

DOCTRINA DA ERC

LINHAS DE ORIENTAÇÃO DA INTERVENÇÃO REGULATÓRIA DA ERC AO ABRIGO DO ARTIGO 27.º DA LEI DA TELEVISÃO (2006-2010)

21. Sendo obrigação da ERC tornar públicos os critérios para a avaliação do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, relativos à protecção dos públicos mais sensíveis, tais como os menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicarem o seu desenvolvimento, e a tutela de direitos, liberdades e garantias fundamentais, o Conselho Regulador aprovou, já em 2011, as linhas de orientação da ERC, em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010.

22. O relatório de que se extraem estas linhas organiza-se segundo os seguintes pontos-chave: Liberdade de programação e seus limites; Pressupostos básicos; Respeito primacial pela dignidade da pessoa humana e direitos, liberdades e garantias; Situações de proibição absoluta; Situações de exibição condicionada; O caso especial dos serviços noticiosos.

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL¹

Síntese dos principais indicadores

23. Em 2010, os grupos económicos analisados foram responsáveis por um volume global de negócios de 2.729 milhões de

¹ Relatório realizado para a ERC pelo CEGEA - Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional do Porto.

euros, empregaram 10.337 pessoas e geriram activos que, no final do ano, totalizavam 5.022 milhões de euros.

24. Em termos de dimensão, de novo se evidenciam, em 2010, os grupos SONAECON e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 70% do total dos activos e 66% do total de volume de negócios. Atendendo ao número de trabalhadores, continua a destacar-se a RTP, que era responsável, em 2010, por cerca de 23% dos postos de trabalho, seguindo-se a SONAECON, com 20%, e a MEDIA CAPITAL e a ZON Multimédia com um peso relativo de 16% cada.

25. No ano de 2010, todos os grupos de comunicação social em análise, com excepção do grupo RENASCENÇA, apresentaram taxas de rentabilidade positivas. Os indicadores revelam, todavia, alguma disparidade entre os grupos, tanto no que respeita à rentabilidade operacional do activo, que variou entre 8,9% e -26,3%, como à rentabilidade do capital próprio, que variou entre 14,7% e -46,4%. É de notar que a amplitude evidenciada na rentabilidade do capital próprio não entra em consideração com a RTP, cujo capital próprio é negativo. Ainda no que respeita à rentabilidade do capital próprio, destacam-se os grupos ZON Multimédia e MEDIA CAPITAL, que registaram, em 2010, taxas de rentabilidade de 14,7% e 10,5%, respectivamente.

26. A evolução do volume de negócios também revelou alguma diversidade em 2010, tendo as taxas anuais de crescimento variado entre 8,2% e -8,4%. Dos grupos em análise destacam-se, por um lado, a IMPRESA e a ZON Multimédia, que se situaram claramente acima da média ao apresentar taxas de crescimento de 8,2% e 6,0%, respectivamente, e, por outro lado, a MEDIA CAPITAL, cuja quebra de 8,4% no volume de negócios foi a mais acentuada no período considerado.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO

27. No ano de 2010, a ERC apreciou 67 recursos de direito de resposta. Trata-se de uma descida substancial de recursos – menos 17, relativamente a 2009. Porém, no que respeita ao número de órgãos de comunicação social contra os quais foram apresentados recursos, esses valores situam-se muito acima dos verificados desde 2007.

28. Dos 67 recursos, o **Correio da Manhã** representa 17,9% (12 recursos), o maior número de recursos contra um só órgão de comunicação social apreciados pela ERC em 2010, representando também uma subida de recursos contra este jornal desde 2007. Apenas o jornal regional **O Coura** apresentou um número

superior de recursos (17) no ano de 2009, tendo em 2010 diminuído para cinco.

29. Em 2010, é no sector da **imprensa periódica diária de informação geral, de âmbito nacional** que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos – 33. No que se refere às publicações regionais, situa-se no distrito de Viana do Castelo o maior número de recursos – cinco – todos contra um único jornal: O Coura.

30. Os *Cidadãos anónimos* representaram 25,4% dos recorrentes (17 recursos), seguindo-se a categoria *Pessoa colectiva privada*, que representa 23,9% dos recorrentes (16 recursos). A grande maioria dos recorrentes/queixosos são do género masculino (76%).

31. As temáticas ligadas a *Sociedade* e a *Casos de Justiça* foram as que em 2010 suscitaram maior número de recursos (20,9% e 11,9%, respectivamente). Seguem-se as temáticas *Escândalo/Irregularidades* (11,9%), *Actividades Policiais* e *Actividades das Autarquias*, com igual peso de recursos (6%).

32. Em 2010 a grande maioria (75%) das peças alvo de recurso são *textos noticiosos* (73% em 2009 e 57% em 2008), sendo 17% *textos de opinião – comentário e crónica*. A terceira categoria (5%) de textos pertence ao género *entrevista*.

33. Em grande parte das decisões (37,3%) sobre direito de resposta, o Conselho Regulador deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de rectificação* (39,3% em 2009 e 25,7% em 2008). Em 23,9% dos recursos (17,9% em 2009 e 31,4% em 2008), o Conselho reconheceu o direito de resposta mas obrigou à *reformulação do texto* correspondente e em 4,5% (10,7% em 2009 e 19% em 2008) determinou a *republicação* de respostas anteriormente difundidas de forma deficiente. Em 2010, 23,9% dos recursos (21,4% em 2009 e 19% em 2008) tiveram decisão de *arquivamento por improcedência*, 3% de *arquivamento por desistência do recorrente* e 3% por *falta de impulso processual*.

34. Em 2010, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contra-ordenação* em seis (correspondente a 9%), (14% em 2009, 11% em 2008), decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 29 (o que equivale a 42%), (45% em 2009, 8% em 2008). Não tiveram consequências de natureza sancionatória 34 recursos – o que correspondeu a 49% do universo (41% em 2009, 80% em 2008).

2 A análise é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fontes de informação – ANACOM, APCT, INE e Markttest. Pretende-se, desta forma, identificar tendências evolutivas mais salientes na evolução dos consumos de média.

OS MEIOS

CONSUMOS E PERFIS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA²

35. Televisão por subscrição - ultrapassou em 2010 os 2,7 milhões de clientes, mais 246 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso continua a contribuir para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas – fibra óptica (FTTH), rede telefónica (xDSL/IP), acesso fixo via rádio (FWA). Estas plataformas de distribuição representaram 23% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2010 (666 mil assinantes). O cabo e o satélite mantêm-se como as plataformas de acesso preferenciais, sendo que o acesso via satélite continuou a ver o seu número de assinantes aumentar, enquanto o cabo registou uma quebra de cerca de 14 mil assinantes.

36. Serviços de programas generalistas - a RTP1, a SIC e a TVI continuaram a recolher a preferência dos espectadores, tanto no acesso livre (hertziano), como no acesso não condicionado por assinatura. De acordo com os dados de audiências da Marktest, a opção por estes canais generalistas portugueses continuou a ser dominante, subsistindo, assim, os hábitos de visionamento, apesar da diversificação da oferta de plataformas de distribuição. A TVI manteve-se como o canal televisivo com *shares* de audiência mais elevados (27,5%; em horário nobre – 31,6%), seguindo-se a RTP1 e a SIC, com valores muito próximos entre si (respectivamente, 24,2% e 23,4%; em horário nobre – ambas com 24%). A RTP2 registou o *share* de audiência mais baixo entre estes quatro generalistas (5,3%; em horário nobre – 4,5%). O tempo médio de visionamento diário de televisão não sofreu alterações em relação a 2009. Os espectadores despenderam, em média, aproximadamente cerca de 51 minutos por dia a ver a RTP1. A RTP2 regista um tempo médio de visionamento diário de cerca de 11 minutos, menos 1 minuto do que no ano anterior. Do lado dos serviços generalistas comerciais, o tempo de visionamento diário da SIC fixou-se em 49 minutos. A TVI continua a ser o serviço de programas mais visto, com 57 minutos e meio de visionamento médio por dia, tendo, no entanto, registado uma redução de quase 2 minutos e meio neste indicador em relação ao ano anterior. Dos dez programas mais vistos nos canais generalistas em 2010 – abstraindo das transmissões desportivas de futebol -, cinco foram transmitidos pela RTP1, quatro pela SIC e um pela TVI. Sobressaem como programas mais vistos as transmissões desportivas de futebol.

37. Audiências cabo/outros - No respeitante às audiências de serviços de programas por cabo e outros (vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos), assiste-se a um aumento do tempo de visionamento desde 2007, tendo registado uma média

de 41 minutos diários em 2010. O *share* dos serviços de programas por cabo tem também assinalado uma subida contínua, com uma quota de 19,7% no ano em análise. Os serviços de programas de *filmes e séries* são os preferidos das audiências de cabo/outros, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*. O programa de cabo com mais audiências em 2010 foi a edição de 7 de Outubro de O Peso Certo, transmitido pela SIC Mulher. CSI Miami e Nova Iorque (AXN), House (Fox), Martim Manhã (Panda) e blocos informativos da SIC Notícias estão entre os programas de cabo mais vistos no período em análise.

38. Audiências rádio - O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Bareme Rádio da Marktest, tem vindo a registar uma redução ligeira desde 2004. Em 2010, o tempo médio de escuta situou-se nas 3h15, menos três minutos do que no ano precedente. Entre as rádios consideradas na análise da Marktest, as mais escutadas pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF. As rádios do serviço público (RTP) obtiveram 10,6% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest em 2010, menos 0,3 pontos percentuais face a 2009. O principal recuo verificou-se na Antena 1 (-0,4 pontos percentuais), enquanto cresceu a quota de audiência da Antena 3 (0,2 pontos percentuais). As rádios do Grupo Renascença representaram um *share* de audiência de 39%; as do Grupo Media Capital, 26,8%; e a TSF, 4,5%. A RFM e a Rádio Renascença, do Grupo Renascença, são as rádios mais escutadas. Por sua vez, a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, permanece como a terceira rádio mais ouvida.

39. Circulação/Imprensa - Em 2010, continuou a registar-se uma curva descendente no sector da imprensa, em termos de circulação, que afectou publicações generalistas e segmentos especializados. Nas publicações nacionais de informação geral, de acordo com os dados da APCT, o Correio da Manhã mantém-se como o diário de maior circulação, o Expresso e a Visão como líderes entre os semanários. Por outro lado, manteve-se a tendência de diminuição da circulação de jornais gratuitos. No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicadas a economia, negócios e gestão, apenas o Diário Económico apresentou um aumento de circulação. Ambos os jornais desportivos auditados pela APCT sofreram quebras neste indicador. A tendência genérica de quebra foi ainda observada nos segmentos das revistas femininas e masculinas, tal como das de sociedade e televisão. Assitiu-se, em 2010, ao fim de várias publicações, destacando-se o diário popular 24 Horas.

40. Internet - O INE estima que, de 2006 a 2010, se assistiu a um aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à internet. De acordo com estas estimativas, a ligação à internet deverá registar um crescimento médio anual

de 7%, a ligação à internet por banda larga deverá aumentar 21% e o acesso a computador a partir de casa 12%. Para 2010, os dados do INE indicam que cerca de 60% dos agregados domésticos possuem computador – 53,7% com acesso à internet –, o que representa um crescimento de quatro pontos percentuais em relação ao mesmo período em 2009. Do conjunto de lares com acesso à internet, 50% encontram-se ligados através de banda larga, mais quatro pontos percentuais do que em 2009.

ANÁLISE EVOLUTIVA DE AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO TELEVISIVA (2007 A 2010)

41. Serviços de Programas Generalistas – Audiências da Informação Diária – Entre 2009 e 2010 os **tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas generalistas** aumentaram 5,6% na RTP1, mantiveram-se na RTP2, e desceram na SIC (-1,5%) e na TVI (-17%). Em 2010, a RTP1 aumentou a sua **quota de audiência** (Share) de informação diária em 0,8 pontos percentuais, e a RTP2 e a SIC em 0,2. Para o mesmo período, a TVI registou uma descida de 4,1 pontos percentuais. No que se refere aos valores da **audiência média** (rating) de informação diária, a RTP1 registou um aumento de 0,2 pontos percentuais e a RTP2 manteve os valores de 2009. A SIC e a TVI registaram uma descida de 0,2 e de 1,1 pontos percentuais, respectivamente, entre 2009 e 2010. No que respeita à caracterização dos públicos da informação televisiva dos diferentes serviços de programas, saliente-se que a RTP2 tem o género masculino como alvo mais favorável, ao contrário dos restantes serviços de programas. Os públicos dos grupos etários mais elevados parecem ter mais afinidade com a informação da RTP1 e da TVI, enquanto os mais jovens parecem preferir a informação da SIC e da RTP2. A heterogeneidade geográfica permite, no entanto, destacar o Grande Porto como mais favorável à SIC, a Grande Lisboa e o Interior à TVI, o Litoral Norte aos dois serviços de programas públicos e a região Sul revela mais afinidade com a RTP1. As classes A/B distinguem-se na afinidade com a RTP2, enquanto a D é mais receptiva à RTP1 e à TVI.

42. Serviços de Programas Generalistas – Audiências da Informação Não-Diária – Entre 2009 e 2010 registou-se um aumento de 5,1% nos **tempos médios de visionamento dos programas de informação não-diários** da RTP1. Nos restantes serviços de programas os tempos médios de visionamento diminuíram, 19,5% na TVI e 18,2% na RTP2 e na SIC. Em 2010, a RTP1 aumentou a sua **quota de audiência** (share) de programas de informação não-diária em 1,3 pontos percentuais, e a SIC em 0,6 pontos percentuais. A RTP2 e a TVI registaram uma descida

de -0,3 e de -2,3 pontos percentuais, respectivamente, entre 2009 e 2010. Considerando os valores da **audiência média** (rating), dos programas de informação não-diários, a RTP1 manteve em 2010 os valores de 2009. A SIC registou uma subida de 0,2 pontos percentuais face a 2009, enquanto a RTP2 e a TVI registaram uma ligeira descida de 0,1 e de 0,2 pontos percentuais, respectivamente, entre 2009 e 2010.

43. Serviços de Programas Temáticos – Audiências da Informação Diária. Os **tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos**, diminuíram na TVI24 (-45,5%), na SIC Notícias (-16,7%) e na RTPN (-10%) entre 2009 e 2010. Em 2010, a SIC Notícias e a RTPN perderam 0,2 pontos percentuais da sua **quota de audiência** (share) de informação diária, e a TVI24 registou uma descida de 0,3 pontos percentuais, entre 2009 e 2010. No que se refere aos valores da **audiência média** (rating) de informação diária, a SIC Notícias registou um ligeiro decréscimo de 0,1 ponto percentual e na RTPN e a TVI24 não se registam variações entre 2009 e 2010.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

44. É complexo avaliar o investimento publicitário em Portugal, uma vez que não se conhecem os valores reais praticados pelos diversos meios. Face a esse constrangimento, a ERC optou por comparar as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, com as apresentadas pelo Omnicom Media Group (OMG)³, calculadas a partir de valores ditos reais, no período entre 2001/2002 e 2010. Tendo em conta esta distinta forma de cálculo, as duas fontes divergem nas estimativas que apresentam do montante do investimento publicitário.

45. Numa análise da evolução deste mercado ao longo de uma década, a Marktest aprecia que o mesmo se valorizou ininterruptamente: em 2002 cifrava-se em 2,7 mil milhões de euros, em 2010 ascendia a 5 mil milhões de euros. Já segundo o Omnicom, o mercado publicitário valia 710 milhões de euros em 2001 e totalizava um montante inferior em 2010 (691 milhões de euros), tendo sofrido quebras, em alguns anos dramáticas, ao longo da década.

46. Por conseguinte, em 2010, a diferença entre as duas estimativas foi de aproximadamente 4,3 mil milhões de euros.

47. As duas fontes apontam a televisão como o principal meio para onde é canalizado o investimento publicitário, ainda que

³ A ERC não teve acesso à metodologia em que se baseiam os dados da Omnicom nem às empresas/grupos económicos abrangidos.

com diferenças quanto ao respectivo *share* de investimento. A televisão progrediu de uma quota de 63% para 75,4% entre 2004 e 2010, segundo a Marktest. Nas estimativas do grupo Omnicom, evoluiu, *grossa modo*, dos 50% para os 55%.

48. Nas estimativas da Marktest, a TVI é o serviço de programas que recolhe a principal fatia do investimento publicitário em televisão, uma tendência verificada continuamente desde 2006.

49. Tanto os dados da Marktest como do Omnicom assinalam uma descida do investimento publicitário na imprensa, que afecta as publicações de informação geral e publicações especializadas, os títulos regionais, a imprensa diária e não-diária.

50. Quanto à rádio, esta tem vindo a perder importância enquanto suporte publicitário – segundo a Marktest, detinha um *share* de 7,3% em 2002, sendo esse valor de 4% em 2010. O Omnicom estima que o investimento publicitário na rádio tenha descido de 6,9%, em 2001, para 5,9%, em 2010.

51. Desde 2004, a TSF lidera o investimento publicitário em rádio, de acordo com a Marktest.

52. O Omnicom prevê que a publicidade na internet se vem afirmando e contrariando a tendência de perda deste mercado. Não há, porém, comparabilidade com as estimativas da Marktest, que não avalia o investimento publicitário naquele meio.

53. As duas fontes divergem quanto à importância atribuída ao *outdoor* – se, para a Marktest, este suporte tinha um peso de 5,8% em 2010, depois de uma evolução negativa nos últimos anos, para o Omnicom trata-se do terceiro principal suporte publicitário, com um *share* de 14%.

54. O cinema tem uma importância relativamente marginal enquanto suporte publicitário nas estimativas das duas entidades.

ANÁLISE EVOLUTIVA DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO TELEVISIVA (2007 A 2010)

55. **Serviços de programas generalistas – Investimento publicitário em Informação Diária – No ano de 2010**, a SIC apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários* associados a *blocos informativos* diários (9,47%). Seguiu-se a TVI (6,75%) e a RTP1 (5,75%). A RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a *blocos informativos* diários em 2010 (28,45%), seguida da SIC (19,26%) e da TVI (16,25%). Em 2010 o Jornal Nacional da TVI apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários*

associados a *blocos informativos diários de horário nobre* (42,77%). Seguiu-se o Jornal da Noite da SIC (30,35%) e o Telejornal da RTP1 (26,17%).

56. **Serviços de programas generalistas – Investimento publicitário em Informação Não-Diária** - Em 2010, a RTP1 apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários* associados a informação não-diária (7,6%), seguida da TVI (5,85%). A SIC apresenta percentagens mais baixas (0,97%). Em 2010 a RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a informação não-diária (5,88%). Seguiu-se a SIC (2,37%) e a TVI (0,99%). Em 2010, a SIC apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários* associados à sua *informação não-diária de horário nobre* (23,72%). Seguiu-se a RTP1 (4,91%) e a TVI (0,2%).

57. **Serviços de programas temáticos – Investimento publicitário em Informação Diária** - Em 2010, a RTPN apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários* associados a *blocos informativos diários* (37,73%). Seguiu-se a SIC Notícias (32,42%) e a TVI24 (11,4%). A TVI24, em 2010, apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a *blocos informativos diários* (63,87%). Seguiu-se a SIC Notícias (59,81%) e a RTPN (55,83%). Em 2010, a RTPN apresentou a maior *percentagem da duração dos intervalos publicitários* associados a *blocos informativos diários de horário nobre* (27,14%). Seguiu-se a SIC Notícias (22,47%) e a TVI24 (22,19%).

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

58. O universo dos registos dos órgãos de comunicação social incluía, em 2010, 3694 inscrições activas, distribuídas pelas diversas categorias sujeitas a registo.

59. Em 2010 a ERC praticou um total de 1531 actos registais, a saber:

- 901 averbamentos
- 248 inscrições
- 381 cancelamentos, dos quais 147 foram efectuados oficialmente.

60. Dos diversos **actos registais** efectuados destacam-se os pedidos de novas inscrições das publicações periódicas no distrito de Lisboa, com 117 inscrições, mais sete que no ano anterior; no distrito do Porto, com 26 inscrições, também mais sete que no ano transacto, e no distrito de Setúbal, com 14 inscrições, tendo duplicado o número de publicações inscritas em 2010, relativamente ao ano de 2009.

61. Em 2010 encontravam-se **activas** um total de 380 **empresas jornalísticas**, sendo 298 sociedades por quotas, 22 unipessoais, 34 sociedades anónimas, cinco associações e 21 cooperativas de responsabilidade limitada, que compreendem 2971 publicações, das quais, 589 eram jornais, sendo 53 diários, 166 semanais, 123 quinzenais e 175 mensais.

62. No que se refere a operadores de rádio e de televisão, encontravam-se **activos**, em 2010, 346 serviços de programas de radiodifusão, distribuídos por 321 operadores; 13 operadores de televisão, 44 serviços de programas, oito classificados como generalistas e 36 como temáticos; e nove operadores de distribuição.

63. Em 2010 foram **inscritos** uma empresa noticiosa, 206 publicações periódicas, dois operadores de radiodifusão, um operador de televisão, nove operadores de distribuição e 22 empresas jornalísticas e sete novos serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet.

SONDAGENS

64. No ano de 2010 não se realizaram eleições de âmbito nacional, facto que, aliado à redução significativa do número de sondagens depositadas na ERC, leva a concluir pela existência de uma relação de causa e efeito entre as duas situações, fenómeno que se tem vindo a tornar recorrente no mercado das sondagens políticas nos últimos anos.

65. Assim, em 2010, foram entregues na ERC 59 estudos, correspondendo a uma redução de 70% em relação ao ano anterior, no qual as sondagens de antecipação e projecção eleitoral tiveram uma forte predominância.

66. Em 31 de Dezembro de 2010, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 17 entidades, mantendo-se assim o número de credenciações activas na mesma data do ano anterior. De relevar que dez das entidades renovaram as suas credenciações em 2010.

67. Reduziu-se em 2010 o número de empresas que procederam ao depósito de estudos, não atingindo uma dezena. Eurosondagem, Aximage e Marktest posicionaram-se como as empresas mais representativas do sector, não obstante apresentarem todas um decréscimo acentuado do número de depósitos em relação ao ano anterior.

68. Os clientes dos estudos resumiram-se, quase exclusivamente, aos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam os barómetros regulares das principais empresas de sondagens, tendo

representado, em 2010, um terço do total apurado em 2009.

69. A maior incidência da actividade das sondagens políticas centrou a abordagem temática na imagem das principais instituições políticas do país, seus representantes e líderes partidários, tal como na monitorização das intenções de voto em eleições legislativas nacionais. Embora ainda predominante, reduziu-se consideravelmente, em 2010, a abordagem de temas exclusivamente políticos, em benefício dos temas sociais e de economia.

70. O método de recolha de informação mais utilizado continua a ser o telefónico, numa percentagem superior à observada no ano anterior, em que as simulações e replicação de voto em urna foram utilizadas com alguma frequência.

71. O aumento dos estudos telefónicos teve como consequência directa o incremento dos métodos de selecção puramente aleatórios dos inquiridos, contrariando alguma tendência que se havia observado no ano anterior para a utilização dos métodos mistos.

72. A ausência de actos eleitorais que justificassem outro tipo de abordagem, particularmente a nível autárquico, justificou a alteração substancial do perfil do âmbito da recolha de informação, tendo a grande maioria dos estudos sido realizada junto da população do continente.

73. Apesar da redução substancial das sondagens políticas em 2010, registou-se um número mais elevado de divulgações, o que evidencia maior atenção dedicada a cada estudo pelos órgãos de comunicação social.

74. Esta situação, num período de menor impacto político-eleitoral como foi o de 2010, reflectiu a contratação de estudos em parceria, por mais do que um órgão de comunicação social, bem como a desmultiplicação de divulgações de um único estudo por outros órgãos, tendo a média de divulgações por sondagem aumentado de 11 para 34 peças noticiosas entre 2009 e 2010.

75. Televisão e rádio continuam a ser os meios que registam maior número de divulgações, sendo de realçar, no entanto, também o crescimento da importância da internet como veículo da divulgação de sondagens de opinião.

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA - ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3

76. A análise da oferta de programação do serviço público de

radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3 - assenta na operacionalização dos conceitos de *género* e *funções na programação*, partindo-se de uma grelha de classificação que considera seis grandes *categorias de programação* (*macrogéneros*), as quais integram 31 *categorias de géneros* particulares. Os programas são também classificados atendendo às *funções* predominantes que visam prosseguir na sua relação com os públicos – *informar, entreter, formar* e *promover/divulgar*.

77. Do universo das grelhas de programação, foram recenseados para análise:

- **Antena 1** – 63 663 programas, correspondendo a 8.011h46m de tempo de emissão;
- **Antena 2** – 8 677 programas, correspondendo a 8.108h25m de tempo de emissão;
- **Antena 3** – 17 294 programas, correspondendo a 8.345h10m de tempo de emissão.

ANTENA 1

78. Dos três serviços de programas analisados, a Antena 1 é aquele que apresenta maior diversidade, cobrindo as seis *grandes categorias de programação* consideradas, sendo que as suas grelhas de programação integram quase a totalidade dos *géneros radiofónicos* definidos na grelha de classificação. Os dados apurados denotam claramente a assunção de um perfil de rádio generalista, com uma programação diversificada, que procura ir ao encontro de diferentes tipos de público.

79. Considerando os valores de *frequência*, verifica-se que os *géneros informativos* correspondem a quase três quartos do número total de programas emitidos (72,4%), deixando a grande distância os restantes *géneros*. Apesar da ocorrência assídua de *noticiários*, este resultado deve-se em grande medida à frequência de programas informativos de pequeno formato como são os *boletins meteorológicos* e as *informações de trânsito*.

80. Ainda no que respeita aos valores de *frequência*, importa observar que os programas classificados como *culturais/conhecimento* e de *música* correspondem a cerca de um décimo do total de programas emitidos (10,8% e 9,4%, respectivamente).

81. Mas para se obter uma noção mais precisa sobre o peso relativo das diferentes *categorias de programação*, torna-se fundamental atender aos valores da *duração*, pois, na análise segundo o tempo de emissão, os géneros de *música* representam cerca de **dois quintos do total da emissão da Antena 1** em 2010 (39,8%), sendo assim estes os géneros mais destacados.

82. Para o indicador *duração*, os programas *informativos* re-

presentam cerca de **um terço do total de horas emitidas** (32,6%). Os programas *culturais/conhecimento* representam quase **um décimo do tempo total de emissão** (9,2%). No leque das *categorias de programação menos proeminentes*, encontram-se os géneros de *entretenimento* (3,7%) e os *institucionais/reli-giosos* (3,2%).

83. Prosseguindo a análise segundo a *duração* dos programas, verifica-se que **mais de metade do tempo de emissão da Antena 1 em 2010** foi preenchido pelos seguintes *géneros*: *música de continuidade* (23,7%), *noticiário* (18,9%) e *programa de música* (15,4%).

84. No capítulo dos *informativos*, a maior diversidade desta categoria de *géneros* concentra-se nos períodos da manhã 1 (06h00-9h59) e tarde 1 (12h00-16h59). Por outro lado, os programas da categoria *cultural/conhecimento* tendem a ganhar maior peso no período da *noite/madrugada* (23h00-05h59).

85. Atendendo às *funções* predominantes prosseguidas na programação da Antena 1, *entretener* corresponde a mais de metade do tempo total de emissão (56,2%) e *informar* representa pouco mais de um terço de horas de emissão (36,7%). Com menor presença em *duração*, destacam-se as funções *formar* (3,9%) e *promover/divulgar* (3,2%).

ANTENA 2

86. A Antena 2 é dos serviços de programas da rádio pública analisados aquele que denota menor diversidade de *géneros radiofónicos*. Apesar de apresentar programas que se enquadram nas seis grandes *categorias de programação*, quando se consideram os 31 *géneros particulares*, verifica-se que apenas 12 se encontram representados.

87. O baixo grau de diversidade identificado remete para a própria especificidade da Antena 2, enquanto serviço de programas vocacionado para a promoção da cultura, com ênfase particular na divulgação dos géneros de música clássica e erudita.

88. Considerando a distribuição dos programas da Antena 2 pelas seis grandes *categorias de programação* radiofónica, resulta que **mais de três quintos** (63,0%) enquadram-se em géneros de *música* (*espectáculo, música de continuidade, programa de música*).

89. Em termos de *frequência*, os programas *informativos* representam perto de **um quarto** (23,9%) do número de ocorrências, sendo que a categoria *cultural/conhecimento* representa 12,1% do total de programas emitidos em 2010 – importa ter em conta

que a divulgação de obras musicais da Antena 2 não integra a categoria da programação **cultural/conhecimento**, apesar de em muitos casos se tratar da divulgação de obras de música erudita.

90. A prevalência da **música** nas grelhas de programas da Antena 2 torna-se ainda mais visível quando se atende ao indicador **duração**. **Nove em cada dez horas** (91,9%) da sua emissão são dedicadas a conteúdos de teor musical. Os programas **informativos** sofrem uma quebra acentuada na sua importância, relativamente ao peso que representam em **frequência**, correspondendo a **1,8% do tempo total de emissão deste serviço de programas**. Sobressai, por outro lado, a categoria **cultural/conhecimento**, representando 5,6% do tempo total de emissão.

91. Posto isto, infere-se que na Antena 2 os programas **informativos** têm em geral uma duração bastante mais reduzida do que os categorizados como **culturais/conhecimento**, uma vez que os primeiros apresentam o dobro das ocorrências, mas apenas um terço das horas de emissão em relação aos segundos.

92. Entre os 8677 programas registados na Antena 2, em 2010, **mais de metade** (51,4%) consistiu em **programas de música**, passando essa prevalência para a **música de continuidade**, em termos de **duração** (50,6%). É ainda de referir que os **noticiários são o segundo género mais frequente** (13,4%), seguido dos programas dedicados a **ciências e humanidades** (8,5%).

93. A distribuição dos **géneros** presentes na Antena 2 indica que **programa de música é a categoria dominante**, em número de programas, em todos os períodos horários, embora essa preponderância seja mais acentuada na **noite/madrugada** (78,1%), no segundo intervalo da **manhã** entre as 10h00 e as 12h00 (73,4%) e na **tarde** 12h00-17h00 (61,5%). Os **espectáculos** ocupam maior parcela de tempo nos períodos 17h00-19h59m (77,1%) e 20h-22h59m (54,9%).

94. **Informar** e **entreter** apresentam-se como as funções preponderantes na programação da Antena 2: **nove em cada dez programas emitidos** enquadram-se numa destas funções. Quando se considera a **duração**, **entreter** ganha ainda maior preponderância (88,6%). Por outro lado, os programas cuja principal função consiste em **formar** (7,2%) ultrapassam aqueles que procuram sobretudo **informar** (4,1%).

95. De destacar ainda que nas grelhas da Antena 2, **formar** é uma **função** assumida em grande parte **pelos programas de música**, quer em termos de **frequência** (66,7%), quer em **duração** (75,9%), o que se deve obviamente ao facto de neste serviço da rádio pública se associar frequentemente a vertente formativa à música que se apresenta em diversos programas.

ANTENA 3

96. A programação da Antena 3 apresenta um certo grau de diversidade nos conteúdos que veicula, preenchendo as seis categorias de programação e registando a frequência de **21 das 31 categorias de géneros radiofónicos consideradas na grelha de classificação**. São, contudo, os géneros associados à **música** que mais de destacam, o que vai ao encontro da sua vocação enquanto emissão destinada aos públicos mais jovens no contexto da rádio pública.

97. Se atendermos aos valores de **frequência**, verifica-se que a categoria de programação **música** é aquela que regista maior número de ocorrências (35,4%), seguida dos programas **informativos** (32,2%) e de **entretenimento** (18,0%). Destaca-se, também, que mais de 10% dos programas emitidos enquadram-se na categoria **cultural/conhecimento** (10,95), sendo os **desportivos** (3,2%) e os **institucionais/religiosos** (0,2%) os menos frequentes.

98. Contudo, é tomando a **duração** como referência que se percebe bem o predomínio dos géneros de **música** sobre os restantes, na medida em que representam **mais de quatro quintos** (86,5%) do tempo total de emissão da Antena 3 em 2010.

99. A proximidade entre os programas de **música** e os **informativos** não tem correspondência em termos de **duração**, passando este último a figurar **em terceiro lugar** (2,7%), o que denota, por um lado, a reduzida **duração dos informativos** e, por outro, a existência de grandes blocos de **música** diários. Neste contexto, é o **entretenimento** que se apresenta como a segunda categoria com mais tempo de emissão (8,2%).

100. Segmentando as grandes **categorias de programação** em géneros particulares, confirma-se a prevalência da **música**, através sobretudo da frequência de **programas de música** (28,6%); género que em **duração** representa mais de metade do tempo de emissão da Antena 3 em 2010 (56,5%), seguido pela **música de continuidade** (29,1%).

101. É, também, possível verificar que a maior diversidade de **géneros** nas grelhas da Antena 3 se concentra nos dois períodos matinais (entre as 7h e as 12h) e que vai diminuindo à medida que o dia avança. Nas manhãs (6h00-09h59m) a **informação de trânsito** (22,0%), o **humor** (21,2%) e o **noticiário** (14,6%) são os **géneros** mais frequentes. Entre as 10h00 e as 12h00 são os **programas de música** (20,7%) e os **noticiários** (19,8%) que mais vezes surgem na emissão, seguidos pelo **humor** (16,3%). Na **noite/madrugada (23h00-05h59m)**, os **programas de música** preenchem quase a totalidade deste período horário (99,7%).

102. Mais de metade dos programas emitidos pela Antena 3, em 2010, apresenta *entreter* como função predominante (56,5%). *Informar* surge como a segunda função mais importante (39,3%). Estas duas em conjunto representam mais de 95% do total de programas emitidos, restando assim pouco espaço para as restantes: *formar* (4,0%) e *promover/divulgar* (0,2%). A função predominante na programação da Antena 3 (*entreter*) cumpre essencialmente através da exibição de *programas de música, humor e música de continuidade*.

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO: TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA; ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO; DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

103. No ano em análise, realizaram-se 152 acções de fiscalização a operadores de radiodifusão local, das quais sete motivaram a deslocação às instalações dos operadores, concluindo-se que 64% das acções efectuadas foram desenvolvidas na sequência do plano de fiscalização anualmente elaborado.

104. As acções de fiscalização desenvolvidas tiveram por base a verificação de irregularidades nos serviços de programas visados, sendo as mais significativas referentes ao incumprimento das obrigações de difusão de um mínimo de três serviços noticiosos, com conteúdos direccionados à área de licenciamento do operador, bem como de apresentação de conteúdos radiofónicos diversificados dirigidos a vários tipos de públicos.

105. No universo total de 335 serviços de programas de âmbito local apurado no final do ano de 2010, foram deliberados, até essa data, 292 pedidos de renovação das licenças, dos quais 281 foram autorizados e onze indeferidos, dada a ausência de condições para a renovação. Das onze situações de não renovação, seis foram impugnadas, encontrando-se o processo judicial em curso, pelo que, até à sua conclusão, os operadores mantêm todos os seus direitos e obrigações.

106. Ainda no que concerne às renovações de licenças dos operadores, em 2010 verificou-se que não foi solicitada a renovação de duas licenças, no prazo estipulado por lei para o efeito, ocorrendo a respectiva caducidade.

107. No âmbito das alterações registadas aos projectos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, assistiu-se, em 2010, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo re-

flexo os pedidos de alteração do projecto aprovado (15), assim como de alteração da denominação dos serviços (18).

108. Em 2010, as alterações à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, mantiveram a tendência de diminuição de pedidos já registada no ano anterior, tendo sido requeridas apenas cinco autorizações.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

109. No decurso do ano de 2010 manteve-se a monitorização média de 120 serviços de programas através do sistema automático de quotas de música dos 166 operadores activos. Foram observados 195 serviços de programas, o que corresponde a 57% do universo das rádios licenciadas.

110. Dos operadores activos, e no que respeita a serviços de radiodifusão locais cujos dados foram recepcionados, mais de 80% cumpre a quota legal de 25% de difusão de obras portuguesas.

111. Da sub-quota de 60% dedicada a temas em língua portuguesa, composta ou interpretada por cidadãos dos Estados Membros da União Europeia, uma percentagem superior a 80% das rádios locais cumpre este requisito.

112. Da mesma forma, também os serviços de radiodifusão nacionais privados assim como o que assegura a cobertura regional sul, mantêm percentagens superiores ao mínimo legal estabelecido, tanto no que se refere à quota de 25% de música portuguesa, como, na quase generalidade, à sub-quota 60%.

113. Verificou-se um decréscimo nos valores percentuais gerais de cumprimento de quota dos serviços locais, que se veio a normalizar, mais visivelmente, no final do ano.

114. Quanto a serviços de programas isentos de cumprimento de quota, mantiveram-se as situações já referenciadas no relatório de regulação relativo ao ano de 2009.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – – SERVIÇO PÚBLICO

115. Em matéria de *difusão da música portuguesa*, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h00 e as 20h00, a Antena 1 cumpriu as exigências previstas no artigo 44.º-B da Lei da Rádio, tendo sido registado o valor mais baixo em Janeiro de 2010 e situando-se nos 63%, ultrapassando, em termos de médias semestrais, os valores registados

em 2008 e 2009, evidenciando-se, em particular, o segundo semestre de 2010.

116. No que respeita à emissão de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia, a média mensal e semestral, situa-se sempre acima dos 80%, também aqui se evidenciando, na análise evolutiva, a subida registada no segundo semestre de 2010, concluindo-se pela evolução gradual, ao longo do triénio, da quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa.

117. A **Antena 3**, ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, situou-se acima dos 40% nas 24 horas de emissão, constatando-se, porém, um decréscimo, em 2010, das médias semestrais apuradas em 2008 e 2009.

118. Em matéria de difusão de **música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia**, no período das 7h00 às 20h00, a Antena 3 mantém os valores acima do mínimo exigido, verificando-se a proximidade de valores alcançados nos dois semestres de 2010, ultrapassando a média semestral obtida nos dois anos precedentes.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NA PROGRAMAÇÃO – RTP1, RTP2, RTPN, SIC E TVI⁴

119. A análise incide sobre a composição da oferta dos conteúdos emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto e o serviço de programas temático informativo do operador público ao longo do ano 2010, adoptando como conceitos operativos nucleares as noções de **géneros televisivos e funções** da programação televisiva.

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

121. A análise parte do pressuposto de que a **diversidade** da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das di-

mensões de **pluralismo**, conceito que é aqui entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais⁵.

122. A análise incide nos **géneros e funções** da programação, num total de **40 géneros**, agrupados em sete categorias de **macrogéneros – informativos, desportivos, ficção, infantis/juvenis, entretenimento, culturais/conhecimento, institucionais/religiosos**, e considerando quatro **funções** da programação – **entreter, informar, formar, promover/divulgar**.

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

124. Foram analisados **60.264** programas, correspondentes a uma **duração** de **36.413h08m**, o que representa o universo de programas emitidos por cinco operadores (RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI) em 2010, de acordo com o registo de programação efectuada pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Marktest, através da utilização do **software** MMW – Markdata Media Workstation.

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

- **RTP1:** 7 395 programas, correspondentes a uma **duração** de 6 881h22m.
- **RTP2:** 18 937 programas, correspondentes a uma **duração** de 8 480h26m.
- **RTPN:** 18 024 programas, correspondentes a uma **duração** de 8123h12m.
- **SIC:** 7 803 programas, correspondentes a uma **duração** de 6 462h43m.
- **TVI:** 8 105 programas, correspondentes a uma **duração** de 6 465h22m.

Em termos gerais:

126. No que respeita à **diversidade de géneros de programas** emitidos em 2010 pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto, na RTP1 foi identificada a frequência de 34 categorias de **géneros televisivos** dos 40 contemplados na análise. Na RTP2 registaram-se 30, na SIC e na TVI 31.

⁴ A análise detalhada de cada serviço de programas encontra-se no volume II do Relatório.

⁵ Esta noção base de **pluralismo dos média** tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os Média. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos média nos Estados Membros (Cf., por exemplo, *Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*, SEC, 2007).

127. A RTP1 é, assim, o serviço de programas que apresenta maior diversidade de géneros na sua programação e a RTP2 o que apresenta menor diversidade de géneros televisivos na sua grelha de programas.

128. No que respeita à diversidade dos géneros emitidos no horário nobre (20h00-22h59m), a RTP1 regista 25 géneros de entre as 34 categorias que constituem a globalidade da programação deste serviço de programas. A RTP2 regista, nesse horário, 23 géneros dos 30 registados na sua programação geral. A SIC regista 18 géneros televisivos, nesse horário, de entre os 31 apresentados por este serviço de programas. A TVI regista 14 géneros no horário nobre, de um total de 31 constantes da sua programação.

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

130. Relativamente aos dois serviços de programas do operador público – RTP1 e RTP2 –, a análise mostra que eles se posicionam numa base de complementaridade e alternativa, concretizada na diferente frequência e duração de determinados categorias de géneros em cada um.

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

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

133. Quanto aos programas culturais/conhecimento, a RTP2 é responsável pela exibição de quatro quintos de toda a programação desta categoria no conjunto dos quatro canais de acesso não condicionado livre. Em contraste, a TVI é quem inclui menos programas desta categoria, no conjunto dos quatro canais. RTP1 e SIC ocupam, respectivamente, a segunda e terceira posições na exibição de culturais/conhecimento.

134. No que respeita aos operadores privados – SIC e TVI –,

verifica-se a existência de similitudes entre eles, designadamente nas categorias de géneros predominantes nas suas emissões. Considerando tanto a frequência como a duração, destacam-se em ambos quatro grandes categorias de géneros: entretenimento, ficção, informativos e infantis/juvenis.

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

136. Na programação geral de cada um dos quatro serviços de programas, a proporção de conteúdos destinados especificamente à promoção da diversidade cultural e interesses dos grupos minoritários representa apenas 3,6% da programação total da RTP1, 3,4% da RTP2, 0,7% na SIC e 0,6% na TVI.

137. Quanto à RTPN, tratando-se de um serviço de programas temático informativo, a análise dos géneros televisivos traduz essa especificidade. Assim, os programas informativos constituem a categoria predominante – 58,7% do total de programas exibidos –, compreendendo nela toda a diversidade de géneros informativos considerados na análise, um peso que sai ainda reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (73,6%).

138. Os programas culturais/conhecimento constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quarto do número total de programas (24,0%), embora em duração obtenha um peso menos relevante (12,2%).

139. Os desportivos também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (13,8%), o que se deve, sobretudo, à apresentação de programas de informação desportiva.

140. Dada a especificidade temática da RTPN, a categoria infantil/juvenil é a que obtém menor relevo na grelha de programas deste canal, obtendo um peso de 0,4%, quer em frequência, quer em duração.

RTP1

141. Na programação da RTP1 em 2010, considerando os macrogéneros, predominam os programas informativos, quer em número de programas (frequência) (25,3%), quer em duração (30,3%), destacando-se em frequência os serviços noticiosos (13,5%) e em duração os magazines informativos (17,3%).

142. O entretenimento e a ficção são igualmente relevantes em frequência e duração (respectivamente 20,7% e 20,4%),

acentuando-se o predomínio do **entretenimento** quando se considera o seu tempo de emissão (30,3% e 22,6%), sendo este o género que obtém maior duração nas grelhas da RTP1.

143. No **entretenimento** destacam-se, em termos de duração, os **talk shows** (15,3%), ao passo que, em termos de frequência, o destaque pertence aos **concursos/jogos**.

144. Os programas dirigidos aos **públicos infanto-juvenis** registam uma frequência de 14,3%, embora esse valor não obtenha idêntica relevância quando considerada a sua duração (2,2%).

145. No leque de categorias de menor frequência e duração sobressaem os **culturais/conhecimento** (7,0% e 5,6%, respectivamente), os **institucionais/religiosos** (6,8% e 3,0%) e os **desportivos** (5,5% e 4,5%).

146. Considerando as **funções** atribuídas aos diferentes géneros verifica-se que, na programação da RTP1, a função **entretener** corresponde a **mais de metade dos programas** transmitidos (54,1%). Trata-se de programas representados maioritariamente em géneros como **séries, concursos/jogos, desenhos animados e talk shows**.

147. **Informar** é a segunda função mais presente nos conteúdos da RTP1 (31,5%), a qual é preenchida sobretudo pelos **serviços noticiosos** (43,0%).

148. Segue-se, a grande distância, a função **formar**, consubstanciada em 7,8% do número de programas emitidos em 2010 (1,6% no tempo de emissão). O preenchimento desta função corresponde, essencialmente, à exibição de conteúdos educativos – **educativos infantis/juvenis** e **documentários**, bem como de programas educativos dirigidos a diferentes públicos.

149. Os programas vocacionados para **promover/divulgar** ocupam a parcela mais reduzida da programação da RTP1 (6,6% em número de programas), embora o seu tempo de emissão (2,9%) seja superior aos programas cuja função predominante consiste em **formar**.

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

151. A segunda categoria mais frequente na RTP1, neste horário, depois dos **serviços noticiosos**, corresponde a **concursos/jogos**, representando mais de um quinto da programação.

152. Os programas **institucionais** surgem na terceira posição, embora com uma percentagem mais reduzida comparando com os

anteriores. Atendendo à **duração**, verifica-se, ao invés, que as **transmissões desportivas** têm maior relevo, ocupando a terceira posição no **horário nobre** no que respeita a tempo de emissão.

153. Os **serviços noticiosos** perdem preponderância na programação dos fins-de-semana, relativamente às grelhas de segunda a sexta-feira. Já no campo do **entretenimento**, os **concursos/jogos** são também preponderantes no **horário nobre** dos dias de semana, sendo aqueles que registam uma descida mais acentuada quando se compara a sua duração total nos dias de semana com a programação de **horário nobre** de sábados e domingos.

RTP2

154. Na RTP2, a programação **infantil/juvenil** sobressai, claramente, em relação a outras categorias, tanto em frequência (57,0%) como em duração (29,8%). Nesta categoria de programas, os **desenhos animados** correspondem ao género mais frequente e com maior duração, seguindo-se os **educativos infantis/juvenis**. Estes dois géneros infanto-juvenis correspondem a quase metade do número de programas exibidos pela RTP2 em 2010, representando, porém, um quarto da duração total da programação analisada.

155. Os **culturais/conhecimento** constituem a segunda categoria de programas mais frequente (15,7%), aproximando-se mais dos programas **infantis/juvenis** quando se considera o peso de cada uma destas categorias no tempo total de emissão (17,6% e 29,8%).

156. Na RTP2, os programas **informativos** representam mais de um décimo do total de programas exibidos em 2010 (13,6%) e quase um quinto do tempo total de emissão (24,3%).

157. A programação **desportiva** é mais significativa na RTP2 quando se considera o tempo de emissão (9,8%) do que quando se observa o número de programas exibidos (1,3%), em razão do próprio formato do espaço Desporto 2 (ocupa uma fatia considerável das tardes de fim-de-semana, sendo depois retransmitido).

158. De assinalar, também, a frequência de programas **ficção** (6,3%) e de **institucionais/religiosos** (4,9%), aumentando o predomínio da primeira destas categorias, em termos de duração (10,2% vs. 5,7%).

159. Os programas menos frequentes na RTP2 pertencem ao género **entretenimento** (1,2%), correspondendo-lhes igualmente a menor duração do total da programação (2,5%).

160. No **horário nobre** da RTP2, os **desenhos animados** são,

em número, superiores aos demais géneros, o mesmo acontecendo no que se refere à **duração**. Seguem-se os **serviços noticiosos** e os **documentários** como géneros mais destacados deste período horário.

161. Os **desenhos animados** sofrem uma perda acentuada do peso no **horário nobre aos fins-de-semana**, passando a representar 3,3% do tempo de programação, contra os 14,4% atingidos de segunda a sexta-feira.

162. Os **serviços noticiosos** surgem na **segunda posição** com um quarto do tempo de programação do horário nobre na RTP2 e apresentam menor **duração** total durante o **horário nobre** dos fins-de-semana, embora com uma diferença pouco acentuada (26,1% vs. 22,8%).

163. Considerando as **funções da programação**, perto de metade dos programas emitidos pela RTP2 em 2010 cumpre a **função entreter** (48,2%), que é preenchida maioritariamente pela exibição de **desenhos animados**. Um quarto dos programas deste canal desempenha a **função formar** (25,1%), a qual corresponde sobretudo à exibição de programas **educativos infantis/juvenis** e **documentários**.

164. Um em cada cinco programas exibidos prossegue como **função** predominante **informar**, repartida, essencialmente, por **boletins meteorológicos**, **serviços noticiosos** e **informação cultural**. A **função promover/divulgar** regista o valor percentual mais reduzido.

SIC

165. Mais de três quartos dos programas emitidos pela SIC em 2010 (considerando o **número** de programas) recaem numa das seguintes categorias: **ficção** (28,0%), **infantis/juvenis** (25,8%) e **informativos** (22,0%).

166. Considerando a **duração**, surge também a **ficção** (30,4%), seguindo-se uma categoria que não figurava entre as três mais frequentadas – o **entretenimento** (27,7%) – e os **informativos** (23,5%). Em conjunto, estas três categorias somam mais de 80% da **duração** total da programação da SIC analisada em 2010.

167. Nos **informativos**, os **serviços noticiosos** prevalecem, quer em número de programas, quer em **duração**. Na SIC não se registaram, em 2010, programas autónomos do género **boletim meteorológico**.

168. A programação **infantil/juvenil**, a segunda mais frequente devido a formatos de dimensão mais reduzida, surge apenas na

quarta posição quando se analisa a variável **duração** (14,7%). Dentro desta categoria, os **desenhos animados** superam todos os restantes em número de programas, embora não tenham idêntica expressão quando considerado o respectivo tempo de emissão.

169. À frente dos **desenhos animados**, em horas de emissão, encontram-se oito outros géneros: os **serviços noticiosos**, os **talk shows**, as **telenovelas**, os **concursos/jogos**, os **filmes/telefilmes**, as **séries**, a **ficção infantil/juvenil** e a **telenovela infantil/juvenil** – géneros que, sendo menos exibidos, ocupam mais tempo de emissão.

170. Como categorias com **menor frequência** nas grelhas da SIC surgem os programas **culturais/conhecimento** (2,6%), **desportivos** (2,4%) e **institucionais/religiosos** (0,04%). Estas três categorias representam 5% das opções deste operador, importância que decresce ainda em termos de **duração**.

171. No ano de 2010, considerando o **número** e a **duração**, os programas difundidos pela SIC distribuem-se, fundamentalmente, por duas **funções** – **entretter e informar** –, não obstante **entretter** seja preponderante, representando **cerca de três quartos dos programas emitidos** (73,8%). **Informar** é a segunda **função** mais relevante na programação da SIC (24,5%).

172. Do cruzamento entre as **funções** e os **géneros** televisivos afere-se que na SIC a **função entreter** é adensada sobretudo pela exibição de **telenovelas** e **desenhos animados**.

173. As **funções formar e promover/divulgar** apresentam **valores residuais** nas grelhas de emissão da SIC, sendo especialmente reduzida a presença desta última **função**.

174. Na programação do **horário nobre da SIC**, os **serviços noticiosos** ocupam a **primeira posição**. Os **concursos/jogos** e as **telenovelas** são também presenças frequentes neste horário. Estes três géneros, em conjunto, representam cerca de dois terços da programação em **horário nobre** da SIC. No que respeita à **duração**, as **telenovelas** passam a figurar como segundo género mais importante, ao passo que os **concursos/jogos** deixam de figurar entre os três géneros mais importantes no **horário nobre**, passando a **telenovela infantil/juvenil** a constar como o terceiro género com maior **duração** nesta faixa horária da SIC.

175. Com valores abaixo de 1%, neste período horário, surgem **géneros** como os **desenhos animados**, o **espectáculo**, as **entrevistas**, os **resumos desportivos**, os **debates** e a **ficção infantil/juvenil**.

TVI

176. Na programação da TVI em 2010, os **informativos** figuram como a categoria mais presente considerando o número de programas (31,2%). Já em **duração** é a **ficção** que sobressai (31,3%).

177. A **ficção** corresponde à segunda categoria de género mais relevante em **frequência** (26,4%), sendo que o **entretenimento** surge como a segunda categoria mais representada atendendo à sua **duração** (30,6%).

178. O **entretenimento** é a terceira categoria mais frequente (18,7%) – muito próxima dos géneros **infantis/juvenis** (16,9%) –, embora a sua **duração** registe um peso relativo manifestamente inferior (12,2%).

179. A **telenovela** é o género mais frequente na TVI, registando também o segundo maior tempo de emissão. Os **talk shows** obtêm uma **duração mais elevada**, seguidos dos **filmes/telefilmes**.

180. Nos **informativos**, os **serviços noticiosos** registam a terceira posição de maior relevo. Não se identificaram na TVI, em 2010, programas autónomos do género **comentário**; os géneros **debate** e **entrevista** possuem presença residual.

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

182. No que concerne aos géneros de programas menos frequentes na TVI, destacam-se, com valores residuais, **desportivos** (3,1%), **institucionais/religiosos** (2,7%) e **culturais/conhecimento** (1,1%).

183. A análise da programação da TVI, em 2010, revela que aproximadamente **três quintos** dos programas emitidos têm como **função** predominante **entreter**, seguindo-se-lhe a **função informar**.

184. A **função entreter** corresponde essencialmente a **telenovelas**, mas também a **filmes/telefilmes**, **concursos/jogos**, tendo o período da noite como horário privilegiado.

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

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

187. No primeiro caso, os programas **educativos infantis/juvenis** preenchem quase na totalidade a **função formativa** na TVI.

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

189. Perto de metade dos programas exibidos em **horário nobre** integram-se no **género telenovela**, correspondendo em **duração** quase a metade do tempo total de emissão deste período horário (47,9%). Os **serviços noticiosos** são, assim, o segundo **género** com maior número de presenças neste intervalo horário.

190. Na comparação entre **dias de semana** e **fins-de-semana**, assiste-se a uma continuidade do peso das **telenovelas** durante o **horário nobre** durante estes dois períodos semanais. Os **serviços noticiosos** ganham maior expressão durante os sábados e domingos, ultrapassando 45% do tempo total de emissão do **horário nobre dos fins-de-semana**.

191. Perante a supremacia destes dois géneros no horário nobre da TVI, tanto nos dias de semana como nos fins-de-semana, os restantes géneros representam valores residuais.

RTPN

192. A análise dos géneros televisivos na RTPN traduz a **especificidade temática** que constitui a matriz deste serviço de programas. Os **informativos** representam, na RTPN, cerca de 60% do total de programas exibidos, um peso que sai reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (73,6%).

193. O predomínio desta categoria corresponde, essencialmente, à exibição de **serviços noticiosos**, género mais destacado no conjunto da programação deste canal, quer em **frequência** (30,4%), quer em **duração** (37,2%).

194. Destaca-se, também, a presença de **informação desportiva**, segundo **género** mais frequente (11,9%), mas que representa um valor bastante inferior do tempo total de emissão (5,3%), contrariamente ao que sucede com os **magazines informativos**, que se aproximam em termos de **frequência** (10,3%), mas que apresentam uma **duração** muito superior à da **informação desportiva** (17,3%).

195. Os *debates* e os *documentários* surgem como os *quartos géneros televisivos* com maior **frequência** em termos globais (7,5%). Mas a sua importância apresenta-se muito diversa em termos de **duração**: os primeiros ocupam mais de um décimo do tempo total de emissão (12,1%) e os segundos cingem-se a 2,3%. Encontram-se ainda entre os *géneros informativos* os *boletins meteorológicos* (6,3%), a *reportagem* (2,6%), as *edições especiais* (1,3%), a *entrevista* (0,2%) e o *comentário* (0,1%).

196. Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quarto do número total de programas (24,0%), sendo que em **duração** obtêm um peso menos relevante (12,2%).

197. A segmentação dos *culturais/conhecimento* revela como *géneros* mais frequentes os *documentários*, seguidos dos *educativos* e dos programas de *ciência*. Atendendo à **duração**, verifica-se que a *informação cultural (magazines culturais)* vem ocupar mais tempo de emissão, quando em número de programas se situava na quarta posição. Surgem ainda representados os programas dedicados a *ciências, artes e média e humanidades*.

198. Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando mais de um décimo do total de programas exibidos (13,8%), o que se deve sobretudo à presença de programas de *informação desportiva*.

199. A categoria *infantil/juvenil* é aquela que obtêm menor relevo na grelha da RTPN, correspondendo exclusivamente à exibição de programas de *informação infantil/juvenil*, dado que reforça a especificidade temática deste serviço de programas.

200. A grande maioria dos programas que constam da grelha da RTPN prossegue como **função** predominante *informar* (83,2%). Esta **função** assume um peso relativo ainda mais relevante considerando a **duração** dos respectivos programas, preenchendo mais de 90% do tempo total de programação (91,6%).

201. Um em cada cinco programas emitidos pela RTPN em 2010 consiste numa **reexibição** (19,4%), o que corresponde também a cerca de um quinto do tempo total da sua emissão (19,4%). Os programas mais reexibidos são os *informativos*, seguidos dos *culturais/conhecimento* e dos *desportivos*.

202. O período da *noite/madrugada* absorve mais de metade das **reexibições** deste serviço de programas (56,5%). O **horário nobre** é o período que apresenta menor número de **reexibições**.

ANÁLISE COMPARATIVA DOS BLOCOS INFORMATIVOS DE HORÁRIO NOBRE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS RTP1, RTP2, SIC E TVI

Em termos gerais:

203. A análise comparativa dos quatro **blocos informativos** de horário nobre dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI abrange o período de **01 de Janeiro de 2008 a 31 de Dezembro de 2010**.

204. Naquele período, foram monitorizadas **137 edições** dos noticiários em análise, o que corresponde a **13.719** peças noticiosas, das quais **3.849** foram emitidas pelo Telejornal da RTP1 (137 edições do Telejornal), **1.889** pelo Jornal 2/Hoje da RTP2 (90 edições do Jornal 2/Hoje), **4.194** pelo Jornal da Noite da SIC (137 edições do Jornal da Noite) e **3 787** pelo Jornal Nacional da TVI (137 edições do Jornal Nacional). De notar que, em 2008, o Jornal 2^o da RTP2 não constava da análise realizada, referindo-se os dados relativos a este noticiário apenas aos anos 2009 e 2010.

205. No ano de 2010 foram analisadas **4.593** peças noticiosas, das quais **1.232** emitidas pelo Telejornal da RTP1 (45 edições), **847** pelo Jornal 2/Hoje da RTP2 (44 edições), **1.234** pelo Jornal da Noite da SIC (45 edições) e **1.280** pelo Jornal Nacional da TVI (45 edições).⁷

206. O presente Relatório inclui, não apenas a informação relativa a 2010, como também a **análise evolutiva dos últimos três anos** analisados, de 2008 a 2010.

207. O ano de **2010 foi marcado por importantes acontecimentos políticos e partidários** que influenciaram a agenda noticiosa nacional. Entre eles, destacam-se, pelo seu impacto mediático, os acontecimentos relacionados com o **défice público português**, nomeadamente em torno da discussão do Orçamento de Estado, das políticas fiscais/financeiras do Governo e das actividades ou propostas dos partidos no contexto de crise financeira. Destaca-se ainda a cobertura jornalística da compra da TVI pela Portugal Telecom; a cobertura do denominado processo “Face Oculta” e a aquisição de submarinos pelo Estado português.

6 Em relação à RTP2, deve referir-se que a amostra contempla a análise do Jornal 2 em 2009 e entre Janeiro e final de Outubro de 2010. A partir dessa data, passou a fazer parte da análise o bloco informativo Hoje, que substituiu o Jornal 2. Refira-se que, apesar de existirem na grelha de programação da RTP2 duas edições do Hoje, a amostra inclui apenas a das 22 horas, por ser emitida no mesmo período horário que o Jornal 2. Na análise, optou-se por apresentar os totais acumulados das peças do Jornal 2 e do Hoje, pois o objectivo é verificar tendências na informação diária desse serviço de programas, mais do que salientar as diferenças entre os seus blocos informativos.

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

208. A celebração do centenário da Primeira República, a cobrança de portagens nas SCUT, a Cimeira da NATO em Lisboa, a aprovação do casamento entre pessoas do mesmo sexo e a discussão sobre cenários para investimentos em obras públicas (novo aeroporto de Lisboa, terceira travessia do Tejo e TGV) mereceram também atenção mediática em 2010.

209. No ano da eleição para a presidência do PSD e da campanha eleitoral para a Eleição Presidencial de 2011, a amostra de 2010 acolhe a cobertura jornalística destes acontecimentos. No plano partidário, as peças centraram-se nas propostas de flexibilização das políticas laborais por parte do PSD e nos projectos de revisão constitucional do BE e do PEV, a par do posicionamento sobre a redução da despesa pública e o aumento de impostos apresentado pelo Governo; na discussão sobre a privatização da Caixa Geral de Depósitos e na defesa da tributação das mais-valias bolsistas e dos dividendos das empresas.

210. Em 2010 conferiu-se relevo à **economia, finanças e negócios** num contexto de crise. A **nível nacional**, com a mediação de eventos relacionados com o défice público, a aplicação do PEC, as sucessivas descidas dos *ratings* dos bancos portugueses e a eventual entrada do Fundo Monetário Internacional (FMI) no país, face à incapacidade de recuperação da economia portuguesa, partindo da análise da situação de Portugal face à grega e irlandesa - sempre em forte interligação com os temas da política nacional. A nível internacional, as peças jornalísticas sobre a *crise financeira* estiveram principalmente relacionadas com o pedido da Irlanda de intervenção do FMI, o corte na avaliação de risco de Espanha, a aprovação do plano de ajuda da Comissão Europeia à economia grega e a avaliação dos seus impactos na moeda europeia.

211. Contribuíram também, neste âmbito, eventos relacionados com o lançamento da privatização do Banco Português de Negócios (BPN), após o processo de nacionalização, a cobertura da actividade do Banco Português de Investimentos (BPI), e a OPA (Oferta Pública de Aquisição) do Montepio ao Finibanco. No âmbito local, ressalta o impacto económico das cheias na Madeira no turismo da região e dos ventos na região Oeste que provocaram elevados prejuízos na agricultura.

212. No **contexto internacional**, a agenda noticiosa mediatizou sobretudo a situação no Iraque, o conflito israelo-palestiniano, as efemérides dos atentados de 11 de Setembro em Nova Iorque e de 11 de Março em Madrid, a actividade dos cartéis de tráfico de droga no México e a descoberta de explosivos da ETA armazenados numa vivenda em Óbidos. Figuram, ainda, o anúncio da retirada de tropas dos EUA do Iraque por Barack Obama, a possível compra de títulos da dívida pública portuguesa por Timor Leste, os

apelos ao restabelecimento da democracia na Birmânia e a situação política no Irão e em Cuba; a cooperação e ajuda humanitária (sismo no Haiti e o resgate dos mineiros chilenos) e as eleições políticas internacionais (Presidenciais no Brasil e Legislativas antecipadas para o Governo irlandês). Outros acontecimentos presentes foram a Cimeira da NATO em Portugal e o caso Wikileaks.

213. A informação transmitida pelos quatro serviços de programas generalistas de âmbito nacional – RTP1, RTP2, SIC e TVI –, nos seus principais blocos informativos, reflecte este pano de fundo. De facto, analisando comparativamente a informação emitida, verifica-se que **persistem em 2010 tendências já identificadas em 2007, 2008 e 2009, revelando padrões noticiosos consistentes nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI. Porém, em alguns casos, nem sempre de forma consentânea com os princípios da diversidade, do pluralismo cultural e social e do rigor informativo.**

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

215. Persiste, assim, em 2010, a **ausência de uma clara diferenciação do primeiro serviço de programas do operador público relativamente aos privados**, quer quanto aos *temas*, como aos *protagonistas* ou às *fontes* de informação mais presentes nos principais blocos informativos daqueles três serviços de programas.

216. Repete-se e agrava-se a situação anteriormente salientada relativa à **escassez da cobertura conferida a temas culturais**, com valores que se situam entre os 3% a 4% dos temas identificados em 2010. A excepção é o Jornal 2/Hoje – RTP2 –, onde os temas culturais representam 7,4%, embora tendo decrescido três pontos percentuais face a 2009. Esse decréscimo está relacionado com a substituição do Jornal 2 pelo Hoje, serviço informativo que já não emite a rubrica “Cartaz”.

217. As **assimetrias de género dos protagonistas** das peças noticiosas são um padrão que persiste em 2010. Com efeito, a maioria dos *protagonistas* dos noticiários é do **género masculino**, a grande distância das *protagonistas* do **género feminino**.

218. Também a **diversidade geográfica** é reduzida nos quatro serviços de programas, onde os acontecimentos reportados se

localizam, predominantemente, na região da *Grande Lisboa*, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre *temas* ou *protagonistas* focados em regiões como o *Alentejo*, o *Algarve* e as *Regiões Autónomas*, embora a *região autónoma da Madeira* registre um aumento de referências em todos os blocos informativos motivado pela cobertura das cheias que atingiram o arquipélago em Fevereiro de 2010.

219. No que se refere ao **contexto geográfico internacional**, o Jornal 2/Hoje da RTP2 destaca-se claramente, denotando um perfil editorial mais internacionalizado que os restantes blocos informativos, não obstante a representação do *continente africano* continuar a ser diminuta face aos restantes nos conteúdos de todos os operadores nos anos monitorizados, observando-se um ligeiro aumento em 2010 (5% a 6%), resultante da cobertura do campeonato mundial de futebol na África do Sul. Esta tendência reflecte-se particularmente no que se refere aos **países africanos de língua oficial portuguesa** (32 peças num total de 4 593), situação já assinalada em 2007, 2008 e 2009. Embora com um pouco mais de relevo na RTP2, a presença desses países continua a ser residual.

220. A mediatização de questões no âmbito da **União Europeia** levou, em 2010, a um incremento das peças sobre países europeus nos quatro serviços de programas (41% a 48% do total de *países estrangeiros*). Seguem-se as peças sobre o *continente americano*, sendo os países mais representados em 2010 comuns a todos os blocos informativos monitorizados: *Estados Unidos da América*, *Haiti*, *Brasil* e *Chile*. A maior percentagem de peças com referência ao *Haiti* e ao *Chile* está directamente relacionada com a cobertura do sismo que devastou o Haiti e do resgate de mineiros no Chile.

221. A maior frequência da **informação política internacional** no bloco informativo do operador público – Jornal 2/Hoje (9,3%) –, comparativamente aos restantes (RTP1 5,9%, SIC 4,5% e TVI 3,5%), constitui, **elemento de distinção da informação da RTP2**.

222. Por outro lado, a **duração média**, mais reduzida, dos blocos informativos do operador público – Jornal 2/Hoje (38m05s) e Telejornal (50m32s) –, relativamente à dos blocos informativos dos operadores privados (SIC 1h04m16s; TVI 1h02m07s), **aproxima, neste indicador, a RTP2 dos modelos de televisão pública europeus**.

223. Persiste em 2010 uma percentagem elevada de **informação não atribuída** nos blocos informativos, quer do operador público (14,3% RTP1; 14,1% RTP2), quer dos operadores privados (17,9% SIC; 12,1% TVI), o que **significa menor rigor conferido à informação**, com especial incidência na SIC. Note-se,

contudo, que, em 2010, se regista uma tendência para o acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas face a 2009.

224. Por outro lado, as peças em que a informação é atribuída a uma **única fonte**, apresentam em 2010 valores elevados nos quatro serviços de programas (39,9% RTP2; 38,6% TVI; 36% RTP1; 32,9% SIC), não obstante se verifique um acréscimo genérico de peças que consultam *fontes de informação múltiplas*, traduzindo, tendencialmente, um maior pluralismo e diversidade neste indicador relativamente a 2008 ou a 2009. Observa-se, porém, que apesar de o número de peças com *fontes de informação múltiplas* ter aumentado, essas fontes são, na sua maior parte, e nos quatro serviços de programas, **fontes consonantes**.

225. De notar, ainda, que na maior parte das peças que requerem uso do **princípio do contraditório**, isto é, em que se identificam interesses atendíveis, os quatro serviços de programas respeitam, tendencialmente, esse princípio. Os serviços de programas do operador público emitiram em 2010 maior percentagem de peças com contraditório do que os operadores privados.

Quanto à cobertura da política nacional

226. A **política nacional**, em especial a actividade partidária e governativa, bem como a pré-campanha para as eleições Presidenciais, embora decrescendo face ao ano anterior, foi objecto de grande cobertura nos quatro serviços de programas em 2010, atingindo os valores mais elevados entre os temas abordados (24,7% RTP2; 21,2% RTP1; 20,4% TVI; 17,1% SIC).

227. Paralelamente, também os **protagonistas** e as **fontes oriundas da área da política nacional**, embora decrescendo face ao ano anterior, atingiram os valores mais elevados nos respectivos indicadores: 27% RTP2; 23,8% RTP1; 21,7% TVI; 19,3% SIC, para os *protagonistas*, e 26,9% RTP2; 24,7% RTP1; 21,2% TVI; 19,3% SIC, para as *fontes* de informação.

228. Embora perdendo relevância como **tema de abertura** face ao ano anterior, a mediatização da *política nacional* mantém ainda assim, em 2010, a sua relevância enquanto segundo **tema de abertura** mais frequente nos blocos informativos. A inversão dos dois temas mais presentes nas *aberturas da primeira parte* (política nacional em 2009 e ordem interna em 2010), justifica-se pela presença significativa de peças associadas a *acidentes e catástrofes*, como é o caso do resgate dos mineiros chilenos, do sismo no Haiti e das cheias na Madeira.

229. A categoria de **protagonistas** políticos nacionais mais representada é: *Ministros* (20,5% na RTP2; 19,3% na SIC; 19,1% na TVI; 16% na RTP1).

230. Os **protagonistas da área governamental** ocupam posição relevante nas peças emitidas em 2010 nos blocos informativos em análise. Agregando as categorias de **protagonistas que representam o Governo** nacional (*primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado*), obtêm-se os seguintes valores: 42,8% na SIC; 38,8% na RTP2; 34,9% na TVI; 31% na RTP1.

231. Quando se agregam as categorias de **protagonistas que representam os partidos políticos** (*secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista, deputados e líderes parlamentares, militantes e membros político-partidários, notáveis e históricos dos partidos, membros das listas/mandatários das candidaturas, dirigentes partidários locais, distritais e regionais e porta-vozes de partidos políticos*) obtêm-se valores mais baixos em todos os serviços de programas, excepto na RTP1: 36,2% na RTP1; 32,8% na RTP2; 30,9% na TVI; 24,4% na SIC.

232. Considerando apenas os *protagonistas* que surgem nas peças analisadas associados a uma determinada **pertença político-partidária**⁸, os **membros do Governo** representam 54,8% no Jornal da Noite, da SIC; 46,8%, no Jornal 2/Hoje, da RTP2; 44,1% no Jornal Nacional, da TVI; 39,9% no Telejornal, da RTP1.

233. Os *protagonistas* do **PSD** representam no Jornal 2/Hoje, da RTP2, 20,5%; no Jornal Nacional, da TVI, 20%; no Telejornal, da RTP1, 19,7%; no Jornal da Noite, da SIC, 17,2%.

234. Os *protagonistas* do **PS** representam 6,6% no Telejornal da RTP1; 5,9% no Jornal da Noite, da SIC; 5,5%, no Jornal Nacional da TVI; 4,2% no Jornal 2/Hoje da RTP2.

235. Os *protagonistas* do **BE** representam no Telejornal, da RTP1, 4,8%; no Jornal 2/Hoje, da RTP2, 4,7%; no Jornal Nacional, da TVI, 4,1%; e no Jornal da Noite, da SIC, 3,2%.

236. Os *protagonistas* do **CDS/PP** representam no Telejornal, da RTP1, 4,8%; no Jornal 2/Hoje, da RTP2, 3,7%; no Jornal Nacional, da TVI, 3,6%; no Jornal da Noite, da SIC, 3,2%.

237. Os *protagonistas* do **PCP/CDU** representam no Jornal 2/Hoje, da RTP2, 4,2%; no Jornal Nacional, da TVI, 4,1%; no Telejornal, da RTP1, 3,5%; e no Jornal da Noite, da SIC, 1,1%.

238. Os *protagonistas* do **PEV** são os menos presentes na amostra entre os **partidos parlamentares**.

239. Nos dias incluídos na amostra, a presença de *protagonistas* pertencentes a **partidos extra-parlamentares** resume-se a **1 peça apresentada pela TVI** sobre o aniversário dos 40 anos do PCTP/MRPP.

Outras temáticas relevantes na informação diária

240. Os temas da categoria **ordem interna**, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente a *acidentes e catástrofes*, continuam em 2010 a merecer grande destaque nos quatro serviços de programas generalistas, encontrando-se entre os dois temas mais frequentes nos quatro blocos informativos, maior na SIC, menor na RTP2, devido aos três acontecimentos referidos acima – 20,1% na SIC; 18% na TVI; 17,5% na RTP1; e 13,3% na RTP2.

241. O tema **desporto** continua fortemente representado em três dos quatro serviços de programas: 15,5% na TVI, 14,9% na RTP1 e 14,6% na SIC, a grande distância dos valores apurados no Jornal 2/Hoje da RTP2, onde representa 6,4% dos temas noticiados. A **omnipresença do futebol** continua a ser um **padrão comum** na informação desportiva, com prejuízo da cobertura de *outras modalidades*.

242. Em 2010, mantém-se o relevo conferido à **informação económica e financeira** devido à mediatização de eventos relacionados com o défice público, a aplicação do PEC, as sucessivas descidas dos *ratings* dos bancos portugueses e a eventual entrada do Fundo Monetário Internacional (FMI) no país, apresentando valores aproximados nos quatro serviços de programas analisados (RTP2, 10,6%; TVI, 9,2%; SIC, 8,8%; RTP1, 8,4%).

243. Por seu turno, o tema **relações laborais** continua a ser pouco saliente nos quatro serviços de programas, variando entre os 2,6% na SIC e os 4% na RTP2. Como subcategoria autónoma de actores desta área, *trabalhadores/desempregados* é a mais representada, em particular centrada nos desempregados ou nos trabalhadores em vias de despedimento na sequência do encerramento de empresas dada a crise económica. Os *representantes sindicais* surgem como a segunda subcategoria de actores mais presente dentro da categoria *relações laborais*.

244. **Ciência e tecnologia** continua a ser outro dos temas pouco valorizado nas agendas dos quatro serviços de programas, variando entre os 1,1% na RTP1 e os 2% na RTP2. A subcategoria

⁸ Os dados relativos à RTP1, constantes deste capítulo, não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público. Isto deve-se ao facto de os períodos temporais analisados não serem absolutamente coincidentes, bem como os indicadores utilizados. Acresce que as peças incluídas neste Relatório não se cingem ao campo político-partidário, abrangendo outros actores para além de membros do Governo e dos partidos.

de actores com maior destaque da área da *ciência e tecnologia* é representada pelos *especialistas, técnicos e cientistas*.

245. Considerando ainda tendências da análise *temática* em 2010, verifica-se que os temas **menos abordados** no total dos blocos informativos analisados referem-se a *educação*⁹, *defesa*, *grupos minoritários* e *população*.

Presença ou referência a crença e/ou a religião:

246. Os temas, *fontes e protagonistas* da área **crença e religião** aumentaram o seu peso na amostra em todos os operadores, tendência generalizada e justificada pela visita do Papa Bento XVI a Portugal em Maio de 2010. Ainda assim, continuam a apresentar uma presença diminuta nas peças de todos os blocos informativos.

247. No ano de **2010**, o número de conteúdos com *presença/referência a crença e/ou a religião* representa 4,3% do total das peças consideradas na amostra. Entre as diferentes religiões/crenças, assinala-se em maior número o *cristianismo católico* e o *islamismo* e, em menor número, o *cristianismo ortodoxo*, o *judaísmo* e o *budismo*. O *cristianismo católico* é a religião com o maior número de *presenças/referências* tanto no operador público como nos privados. Os assuntos mais mediatizados referem-se à visita do Papa Bento XVI a Portugal, a crimes de pedofilia no seio da Igreja católica, à canonização de D. Nuno Álvares Pereira, à celebração do mês islâmico nos EUA e ao resgate dos mineiros chilenos. Os **actores** destas peças concentram-se na respectiva área *crença e religião*, distribuindo-se pelas subcategorias *líderes religiosos, membros de igrejas e confissões religiosas* e *crentes*, que, tal como no caso das *fontes*, se associam maioritariamente ao *cristianismo católico*.

Presença/referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas:

248. A *presença/referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas*, já de si diminuta (0,6% do total das peças consideradas na amostra de 2010), tem vindo a diminuir consideravelmente nos operadores considerados, em particular no operador público. A SIC é, desde sempre, o operador com maior número de presenças destes **actores** nos seus blocos informativos. Da monitorização dos três anos é perceptível uma mudança no enquadramento/associação à condição de imigrante, isto é, a **qualidade** de *criminalização* tem vindo progressivamente a dar lugar a *outras condições*, normalmente associadas a *temáti-*

cas das áreas da política nacional, economia, finanças e negócios, desporto, população e assuntos internacionais.

Presença e/ou referência a portadores de deficiência:

249. O número de peças com *presença e/ou referência a portadores de deficiência* representa 0,5% do total da amostra em 2010. Estas peças centram-se especificamente no caso de doentes oftalmológicos que ficaram cegos e em histórias de sucesso de atletas paralímpicos. Os **actores** que mais se destacam surgem enquadrados como *vítimas*. Trata-se de doentes oftalmológicos que ficaram cegos no Hospital de Santa Maria, após administração de um medicamento, e numa clínica de Lagoa, após serem sujeitos a cirurgia, de vítimas de um ataque suicida no Paquistão e de portugueses vítimas de escravidão em Espanha.

Presença e/ou referência comportamentos/orientação sexual:

250. O número de peças com *presença e/ou referência comportamentos/orientação sexual* em 2010 representa 0,8% do total das peças consideradas na amostra. Em todos os serviços de programas analisados a *homossexualidade* está presente nesse ano. O operador público deu mais peso do que os privados à *homossexualidade* não tendo, ao contrário destes, focado a *transsexualidade*. Quando associados à *homossexualidade*, os assuntos que estas peças reportam referem-se sobretudo à lei sobre o casamento entre pessoas do mesmo sexo e à celebração do primeiro casamento entre pessoas do mesmo sexo na sequência da aprovação da mesma.

Monitorização de conteúdos com representação de menores:

251. Nos últimos três anos (2008 a 2010), os *menores* foram representados em 8,5% a 10% do total de peças monitorizadas, valores decrescentes face a 2008.

252. Refiram-se como exemplos de *menores* cuja *presença* na cobertura jornalística justifica que haja uma maior representação do grupo das *crianças* entre 2008 e 2010: Madeleine McCann (também referida como Maddie), Alexandra (também referida como menina russa) e Esmeralda (também designada como menina de Torres Novas). Essas três *crianças* motivaram coberturas informativas que os operadores televisivos prolongaram ao longo destes anos. Além desses casos, refiram-se as peças em que são reportados cenários de devastação provocados por catástrofes naturais (como o sismo no Haiti) ou por guerras (como os conflitos entre Israel e a Palestina).

⁹ Não contempla a subcategoria Políticas Educativas, abrangida pela categoria agregadora: Política Nacional.

253. Entre os actores que protagonizam mais peças com *menores* destacam-se vizinhos/moradores, familiares de *menores*, *representantes de movimentos cívicos e humanitários*, e, os próprios *menores*. O protagonismo também é assumido por *representantes das forças de segurança, suspeitos de crimes e actos ilícitos e vítimas*, nomeadamente *crianças* apresentadas nessa qualidade.

254. No que diz respeito ao **modo de identificação dos menores** verifica-se uma tendência semelhante em todos os blocos informativos que, entre 70% a 80% das suas peças não fazem qualquer referência ao nome das crianças e jovens. Nos restantes 20% a 30%, o modo de identificação mais utilizado no Telejornal é o primeiro nome real do menor, e no Jornal da Noite o primeiro nome e nome de família verdadeiros, sendo que no Jornal 2/Hoje e no Jornal Nacional esses dois modos de identificação têm uma representação semelhante.

255. Relativamente à **identificação dos menores a partir do local onde residem ou permanecem** (por exemplo escolas, casas de familiares), verifica-se que em 60% a 73% das peças esses locais não são identificados. Nos casos em que essa referência é feita, o tipo de localização mais referida por todos os serviços informativos é o *concelho/distrito*, ou seja, os locais que remetem para um nível maior de especificação como o *bairro*, a *freguesia*, a *rua* e *casa* onde o menor habita/permanece são referidos ou mostrados com menos frequência

256. Outra característica comum a todos os blocos informativos, é o facto de os *menores* não prestarem declarações. Os *menores* são sobretudo consultados como fontes das peças que os enquadraram em *situações de lazer*, na condição de *alunos*, em contexto familiar, ou quando são destacadas as suas capacidades em alguma actividade ou acontecimento.

257. Em cerca de 60% das peças monitorizadas entre 2009 e 2010 verificou-se que os operadores não utilizam qualquer **técnica de ocultação** para protegerem a identidade das *crianças* e *jovens* nelas presentes.

258. Apesar da presença diminuta de peças em que a identidade dos *menores* é protegida por *técnicas de ocultação*, no Telejornal isso acontece sobretudo quando são abordados assuntos relacionados com *saúde e acção social* e no Jornal da Noite quando o enfoque é em *casos de justiça*. Na RTP2 e na TVI, dado ser diminuto o número de peças em que essas técnicas foram identificadas, não é possível referir tendências ao nível dos assuntos reportados.

259. Tendo em conta a **condição em que são representados**, verifica-se que, na maior parte das peças monitorizadas nos três anos

em análise, os *menores* aparecem como *vítimas de crimes* e como *alunos*. No Telejornal e nos serviços informativos privados também são comuns as peças em que surgem inseridos em *contextos de lazer e diversão*. Nos conteúdos da RTP1 e da RTP2 também aparecem na condição de *vítimas de guerra/catástrofes naturais* e no Jornal 2/Hoje aquelas em que surgem como *hospitalizados*.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

260. No ano de 2010, os quatro serviços de programas analisados, RTP1, RTP2, SIC e TVI, registaram um total de 405 situações de alteração dos horários da programação anunciada, superiores a três minutos, dos quais 63 dizem respeito a antecipações e 342 correspondem a atrasos do horário da programação.

261. No serviço de programas TVI, registou-se o menor número de casos de alterações de horários e na RTP1 verificou-se o maior número.

262. Nos casos analisados à luz do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão, foram justificadas 298 situações, das quais a maioria se registou no serviço de programas RTP1.

263. Quanto à alteração de programação, no ano de 2010, houve um total de 139 situações, das quais 134 casos foram abrangidos pelo n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão, tendo a RTP2 registado o maior número de situações justificadas.

264. Em relação às situações não justificadas, num total de cinco, o maior número de situações não justificadas ocorreu na RTP1.

265. No triénio 2008/2009/2010, verificou-se que, nos quatro serviços de programas em referência, ocorreram descidas no número de casos de alteração dos horários da programação, com especial destaque para a SIC, que desceu de 529 situações, em 2008, para 85, em 2010.

266. Quanto à alteração dos programas anunciados, registaram-se descidas nos três anos em análise nos serviços dos operadores privados; a RTP1 teve uma descida em 2009, voltando a aumentar o número de casos no ano 2010, enquanto a RTP 2 manteve o resultado em 2009 e subiu ligeiramente em 2010.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

267. Em 2010, e contrariamente ao verificado com os canais de acesso livre, alguns serviços de programas temáticos, designada-

mente a SIC Mulher, a SIC Radical, os serviços temáticos de cinema, TVC, TVC1, TVC2, TVC3, MOV e Hollywood e os serviços dirigidos a públicos infanto-juvenis, SIC K, Canal Panda e Panda Biggs, não cumpriram a quota de programas originariamente em língua portuguesa.

268. Confrontando os resultados de 2010 com os do ano anterior, verificou-se que o número de canais que melhoraram os seus resultados, 18, foi superior ao de casos de decréscimo, 11, o que reflecte algum progresso no panorama global dos serviços de programas nacionais.

269. No que respeita aos conteúdos de origem lusófona não nacional conclui-se que, tal como em 2009, a SIC e a RTP1 foram os serviços que mais tempo dedicaram a este tipo de produções, com especial destaque para as produções originárias do Brasil e para os programas de ficção; a TVI foi o serviço que dedicou menos tempo da emissão a programas de origem lusófona não nacional.

270. Confrontados os valores registados nos últimos cinco anos, período de 2006 a 2010, constata-se que os quatro serviços de acesso não condicionado livre têm mantido um bom desempenho em matéria de difusão de obras audiovisuais, atingindo as quotas previstas na lei.

271. Os valores anuais mais elevados registaram-se na RTP 1, sendo que os serviços de programas SIC e TVI têm obtido valores aproximados e sem grandes oscilações.

272. Quanto à difusão de obras criativas em língua portuguesa, a SIC e a TVI foram os serviços que atingiram os valores mais elevados.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

273. Os operadores de televisão sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de obras de produção europeia e de obras de produção independente, nos termos dos artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos artigos 16.º e 17.º da Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”.

274. No ano 2010, e no que diz respeito à difusão de obras europeias, o desempenho global foi positivo nos serviços detidos pelo operador RTP e no serviço de programas generalista da TVI.

275. Quanto ao operador SIC, o seu serviço de programas internacional alcançou o valor máximo, enquanto o serviço SIC

que, no ano anterior tinha um obtido um valor inferior ao preconizado, no ano em referência, voltou a recuperar, com um valor pouco acima dos 50%. Os outros serviços do operador apresentam valores abaixo dos 50%, incluindo a SIC Radical, que no ano 2009 já tinha atingido a quota maioritária.

276. Quanto à transmissão de obras de produção independente recente, produzidas há menos de cinco anos, o panorama geral é satisfatório, visto que o valor de 10% exigido foi alcançado pela generalidade dos canais, com a SIC Internacional a continuar a obter valores elevados, 59,7%.

277. Os serviços de programas dos operadores ZON Conteúdos e DREAMIA, cuja programação incide essencialmente na transmissão de filmes e séries de origem americana, atingiram percentagens baixas de obras de produção europeia e de produção independente recente.

278. Os serviços MOV e Hollywood assentam a sua programação na transmissão de obras cinematográficas e séries, predominantemente de origem americana. Contudo, o operador assumiu o compromisso de integrar na programação obras de produção europeia, pelo que o Conselho Regulador entendeu, nas deliberações que autorizam o exercício da actividade de televisão à DREAMIA, que a aferição do respeito pelos art.º 44.º a 46.º da Lei da Televisão deverá ter em conta o condicionalismo referido, “conciliando a específica natureza do serviço de programas a autorizar e os desígnios subjacentes ao sistema de quotas de difusão”.

279. Os serviços de programas MVM, MTV Portugal e Q difundiram uma quota maioritária de obras europeias, mas apenas o serviço MVM alcançou a percentagem exigida para a produção independente recente.

280. O serviço HOT TV não alcançou as percentagens exigidas para as obras europeias e produção independente recente.

INSERÇÃO DA PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

281. No cumprimento dos limites de tempo reservado a mensagens publicitárias, de acordo com o artigo 40.º da Lei da Televisão, no ano de 2010 verificou-se uma diminuição dos casos de difusão de publicidade por hora, em todos os serviços de programas, face aos valores de 2009.

282. Ainda no que se refere ao serviço público de televisão RTP1, igual tendência se verifica quando avaliado no âmbito da Cláusula 23.ª do CCSPT, tendo-se registado, ao longo de 2010,

uma descida significativa das situações de ultrapassagem do tecto (seis minutos) ali imposto à difusão de publicidade por hora de emissão.

283. No âmbito da avaliação do tempo dedicado aos intervalos observou-se que, num total de emissão média de cerca de 8.759 horas, nos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre analisados, o serviço que mais tempo dedicou a estes espaços foi a *TVI*, seguindo-se, respectivamente, a *SIC*, a *RTP1* e a *RTP2*, confirmando uma tendência manifestada desde 2007.

284. Quanto ao impacto das autopromoções na duração dos intervalos, é a *RTP2* que se destaca, seguramente pela imposição específica de não emissão de publicidade comercial prevista no CCSPT; seguem-se a *TVI* e a *SIC*, com percentagens muito próximas entre elas, e a *RTP1*.

285. Já no que respeita à avaliação dos patrocínios no tempo dedicado aos intervalos, destaca-se o serviço de programas *TVI*, seguindo-se a *RTP2*, a *SIC* e a *RTP1*.

286. Efectuada uma análise mais aprofundada a todas as mensagens passíveis de ser incluídas nos espaços reservados aos intervalos, para além das autopromoções e patrocínios, nos serviços de programas *SIC* e *TVI*, foi possível apurar que ambos mantiveram comportamentos muito similares no ano de 2010, no que respeita a blocos de televentas (superiores a 15 minutos) e ao volume de publicidade comercial médios emitidos. No que se refere à concessionária de serviço público, o seu primeiro serviço de programas dedica cerca de duas vezes mais espaço aos blocos de televentas do que os serviços de programas privados analisados.

287. No que se refere às mensagens transmitidas gratuitamente, é a *RTP1* quem lhes dedica mais tempo dos seus intervalos, seguida da *SIC* e da *TVI*, ambas com percentuais próximos.

288. Foram ainda comparados os resultados obtidos no quadriénio 2007/2010, tendo-se registado em 2007 o maior tempo dedicado a intervalos nos serviços *RTP2*, *SIC* e *TVI*; já a *RTP1* assinala o volume máximo no ano de 2010. Quanto às autopromoções, o maior valor registou-se no ano de 2008, no serviço de programas *SIC* e o menor em 2010, na *RTP2*. No que se refere ao tempo de patrocínios, inseridos nos intervalos, foi o ano de 2007 aquele que registou os maiores valores, no que toca aos quatro serviços analisados.

289. Será ainda de assinalar o facto de 2010 representar um ano de avanço no respeito pelos limites impostos pela Lei da Televisão e CCSPT, no que se refere à difusão de publicidade comer-

cial em todos os serviços de programas analisados, quer generalistas, quer temáticos, e independentemente do seu modo de acesso pelo público (condicionado ou não condicionado, livre ou com assinatura).

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

290. Ao abrigo do previsto no artigo 18.º da Lei da Televisão, o qual estabelece que compete à Entidade Reguladora para a Comunicação Social atribuir, renovar, alterar ou revogar as licenças e autorizações para a actividade de televisão, foram autorizados 7 novos serviços de programas durante o ano de 2010, dos quais seis foram classificados como temáticos e pretendem abranger diversas áreas, como a desportiva, os *reality shows*, o entretenimento, cultura e humor, e as séries e novelas - *SPORT TV ÁFRICA II*, *SPORT TV GOLFE*, *SPORT TV AMÉRICAS*, *TVI Direct*, *Q*, *ZAP Novelas* -, e um foi classificado como generalista, por se propor a abranger vários conteúdos, não susceptíveis de integrar uma única temática - *TVI Internacional*.

291. Os serviços de programas *SPORT TV ÁFRICA II*, *SPORT TV GOLFE* e *SPORT TV AMÉRICAS*, dedicados ao desporto, são de acesso condicionado, pelo que apenas estão disponíveis ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica, não se considerando como tal a contrapartida pelo acesso à infra-estrutura de distribuição ou pela sua utilização, de acordo com o n.º 6 do artigo 8.º da Lei da Televisão. Os restantes quatro serviços de programas autorizados em 2010 são de acesso não condicionado com assinatura, pelo que são disponibilizados ao público mediante o pagamento dos custos de acesso à respectiva infra-estrutura de distribuição, e apenas destes.

292. Relativamente aos níveis de cobertura destes serviços de programas, no ano em análise, a maioria de autorizações (quatro) respeitaram a serviços de programas com âmbito de cobertura internacional, uma vez que se destinam a abranger de forma predominante o território de outros países, que não Portugal. De notar que este dado contraria a tendência dos últimos dez anos, uma vez que desde a *SIC Internacional*, autorizada no ano 2000, apenas em 2008 foi autorizado outro serviço internacional, a *SPORT TV ÁFRICA*, sendo que os restantes serviços de programas foram autorizados como nacionais, por se proporem a abranger de forma predominante a generalidade do território nacional, incluindo as regiões autónomas.

293. Resulta da análise efectuada que, embora o ano de 2010 não tenha sido tão fértil no aparecimento de serviços de programas televisivos, em comparação com o ano imediatamente anterior, os pedidos de autorização para o exercício da actividade

de televisão através de novos serviços de programas continuam em franco crescimento e a ter um peso relevante no panorama audiovisual nacional.

294. No que se refere às temáticas abrangidas, em 2010 assinala-se o predomínio dos serviços temáticos de desporto, informação vária e cinema/séries. De destacar que em anos anteriores, como 2009, 2008 e 2007, os serviços de programas temáticos de cinema/séries estavam em primazia, seguidos da temática de desporto e informação. A alteração da tendência verificada nesses anos, em que os canais de cinema/séries contavam com maior número de serviços de programas, deve-se ao facto de em 2010 terem cessado os serviços *Cine Estreia*, *Cine Êxitos* e *Cine Clássicos*, associado à circunstância de terem sido autorizados mais três serviços de programas desportivos.

295. De destacar que, mercê das autorizações concedidas especialmente nos últimos dois anos, foram introduzidos novos temas, alguns com uma expressão significativa, como os conteúdos dedicados às crianças e jovens.

296. Consta-se, assim, que nos últimos dez anos tem-se registado em Portugal uma evolução em sentido ascendente, com o aparecimento de novos serviços de programas televisivos, cada vez com temáticas mais variadas, ao que se alia o aparecimento de novos operadores de televisão

297. Esta realidade permite ao público em geral, enquanto consumidor, aceder a uma panóplia mais alargada de temas e formatos, alternativos aos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre existentes em Portugal, ao mesmo tempo que imprime um maior dinamismo ao mercado da indústria audiovisual.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

298. Nos serviços generalistas de sinal aberto e nos serviços temáticos de cinema e séries, conclui-se que a dependência da produção independente estrangeira é um dado inequívoco e vem na linha do apurado em anos anteriores.

299. Pela análise dos valores apresentados, verifica-se uma expressiva dependência de conteúdos provenientes dos EUA, sendo estes a maioria dos exibidos pelos quatro serviços generalistas, em canal aberto, nomeadamente no que respeita às produções cinematográficas neles difundidas.

300. Sendo embora a RTP2 o serviço de programas que apresenta, genericamente, menor percentagem de produção nacional e produção nacional independente, verifica-se que, no tocante à exibição de produções cinematográficas, ele é, dos quatro serviços em análise, aquele que divulga mais horas obras de produção nacional.

301. Há que salientar a inexpressiva presença do cinema português nos ecrãs dos operadores privados. Com efeito, em 2010, a TVI (dois) e a SIC (três) exibiram, no seu conjunto, apenas cinco filmes classificados como produção nacional.

302. Relativamente aos serviços temáticos de cinema, regista-se um claro predomínio de obras de produção independente com origem nos EUA, sendo a produção nacional exígua.

303. O género entretenimento é aquele que ocupa um maior volume de horas em todos os serviços de programas generalistas, em sinal aberto, promovendo um desequilíbrio no mercado relativo aos restantes conteúdos de produção nacional independente.

304. Significativamente, e tendo como base os programas televisivos produzidos pelas dez mais importantes produtoras independentes, não se pode deixar de salientar que a esmagadora maioria destes dedica a sua actividade aos programas de entretenimento, na maior parte através de produtos que resultam de adaptações de formatos internacionais. Apenas uma única produtora independente centra a sua actividade na produção de ficção.

305. Com base nas tendências registadas ao longo do triénio, **seria importante uma mais decidida abertura do mercado à produção nacional independente, por parte dos operadores televisivos nacionais, de forma a obter-se um maior esforço na produção de conteúdos e uma maior diversificação dos seus géneros.**

II. A ERC em 2010 – Números Mais Significativos

A ERC entrou em funções a 17 de Fevereiro de 2006, com a tomada de posse dos membros do Conselho Regulador. Entre o início do mandato e o dia 31 de Dezembro de 2010, o órgão regulador aprovou um total de 1.460 deliberações.

Em 2010, o Conselho Regulador pronunciou-se, sob a forma de Deliberação, em 361 casos, com uma incidência de 29,36% em matérias relacionadas com conteúdos. O tema do direito de resposta correspondeu a 18,56% do conjunto de processos deliberados.

São os seguintes os números mais relevantes sobre a actividade da ERC em 2010:

- 67 Reuniões do Conselho Regulador (69 reuniões em 2009).
- 361 Deliberações (menos 22,37% que em 2009), relativas a:
 - 106 Conteúdos (mais 34,18% que em 2009).
 - 67 Direito de resposta (menos 18,29% que em 2009).
 - 56 Licenças (menos 70,05% que em 2009), das quais uma relativa à apreciação de requerimento para revogação do título habilitador de operador de distribuição e 52 correspondentes a renovações e não renovações de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão.
 - 36 Autorizações (menos 7,69% que em 2009), das quais oito referentes a pedidos para o exercício da actividade de televisão, através de novos serviços de programas.
 - 26 Sondagens.
 - 19 Publicidade.
 - 13 Pluralismo.
 - 6 Direitos dos jornalistas.
 - 2 Classificações.
 - 1 Parecer
 - 29 Outros assuntos, tais como infracção de regras relativas ao anúncio da programação televisiva.

E ainda:

- 4 Audições parlamentares do Conselho Regulador.
- 1 Reunião do Conselho Consultivo.
- 53 Processos contra-ordenacionais.
 - 2 Impugnações judiciais de taxas da ERC.
- 1.451.865,35 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.
- 50.485,89 Euros investidos em sistemas de informação.

Outros dados em 2010:

- 9452 Entradas (menos 2,53% que em 2009).
 - 66 Recursos humanos.
- 191.452,75 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).
- 12.000,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios.
 - 5 Livros publicados:
 - Estudo sobre *A Imprensa local e regional em Portugal* | *Relatório de Regulação 2009* | *Relatório de Actividades e Contas 2009* | Estudo *“Privacidade, intimidade e violência na Imprensa – 2009”* | *Relatório do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público de Televisão em 2009*



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO



RELATÓRIO DE ACTIVIDADES E CONTAS