



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

APRESENTAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS
ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

OS MEIOS

RADIODIFUSÃO SONORA



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2011

FICHA TÉCNICA

Título **RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011**

Edição **ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 LISBOA

Tel. **210 107 000**

Fax **210 107 019**

Internet **www.erc.pt**

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

Revisão (parcial) **IFILP – Instituto de Formação e Investigação
da Língua Portuguesa**

[Divisão de Qualidade Documental: diqual.ifilp.org]

Conceção Gráfica **Ricardo Caiado**

Depósito Legal n.º **301041/09**

ISSN **1647-8967**

Coordenação geral **Conselho Regulador**

Lisboa, outubro de 2012

ÍNDICE

Apresentação

- 6 **APRESENTAÇÃO**
Democracia & Mediocracia

Sumário Executivo

- 16 **SUMÁRIO EXECUTIVO**
- 16 A ERC em 2011 – Números mais significativos
- 17 Deliberações do Conselho Regulador
- 17 Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2011
- 18 Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social
- 18 Direito de resposta e de retificação
- 19 Os Meios – Perfis e consumos dos públicos dos média
- 20 Análise evolutiva das audiências da informação televisiva entre 2007 e 2011
- 21 Investimento publicitário: a evolução do mercado nos últimos 10 anos
- 21 Análise evolutiva do investimento publicitário em informação televisiva (2007 a 2011)
- 22 Registos dos meios e órgãos de comunicação social
- 23 Sondagens
- 24 Radiodifusão Sonora – Análise da programação do serviço público de radiodifusão sonora
- 26 Atividade de fiscalização no ano de 2011: títulos habilitadores para o exercício da atividade de radiodifusão sonora; alterações do projeto de radiodifusão; detentores do controlo da empresa
- 26 Quotas da música portuguesa
- 27 Quotas de música em língua portuguesa – serviço público
- Televisão**
- 27 Pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos – análise da programação – RTP1, RTP2, RTP informação, SIC e TVI
- 31 Análise evolutiva da informação diária da RTP1, RTP2, SIC e TVI em 2008, 2009, 2010 e 2011
- 36 Análise evolutiva da mediatização da política nacional na informação diária da RTP1, RTP2, SIC e TVI em 2008, 2009, 2010 e 2011
- 39 Análise evolutiva da diversidade social e cultural na informação diária – RTP, RTP2, SIC e TVI em 2008, 2009, 2010 e 2011
- 43 Análise agregada da informação diária de horário nobre – janeiro de 2008 a dezembro de 2011
- 44 Análise agregada da informação diária de horário nobre com mediatização de menores emitida entre 2008 e 2011
- 47 Anúncio da programação
- Difusão de obras audiovisuais:**
- 48 defesa da língua portuguesa
- 48 produção europeia e produção independente
- 49 Publicidade televisiva
- 49 Novos serviços de programas televisivos
- 50 O mercado audiovisual português 2011
- 51 **A ERC EM 2011 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS**

Deliberações do Conselho Regulador

- 54 **1. DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR**
- 54 1.1. A atividade deliberativa em números
- 55 1.2. Sínteses das deliberações
- 55 1.2.1. Televisão
- 55 1.2.1.1. Autorizações
- 57 1.2.1.2. Conteúdos
- 68 1.2.1.3. Direito de resposta
- 69 1.2.1.4. Outros
- 74 1.2.1.5. Pluralismo
- 75 1.2.1.6. Publicidade
- 77 1.2.2. Imprensa
- 77 1.2.2.1. Conteúdos
- 86 1.2.2.2. Direito de resposta
- 96 1.2.2.3. Outros
- 97 1.2.2.4. Pluralismo
- 99 1.2.3. Rádio
- 99 1.2.3.1. Autorizações
- 108 1.2.3.2. Conteúdos
- 109 1.2.3.3. Licenças
- 115 1.2.3.4. Pluralismo

116	1.2.3.5. Publicidade	118	1.2.5.3. Pluralismo
116	1.2.4. <i>Internet</i>	119	1.2.5.4. Publicidade
116	1.2.4.1. Conteúdos	120	1.2.6. Sondagens
117	1.2.5. Diversos	124	1.2.7. Direitos dos jornalistas
117	1.2.5.1. Conteúdos	126	1.2.8. Pareceres
118	1.2.5.2. Outros	129	1.2.9. Decisões de processos contraordenacionais

Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2011

142	Estudo “Educação para os Media em Portugal: experiências, actores e contextos”	143	Estudo sobre <i>Publicidade do Estado</i>
		144	Projeto “Ciência no Ecrã”

Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social

146	Sumário	169	Análise comparativa dos principais grupos de comunicação social para o período 2007-2011
147	Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social	173	Glossário
147	Caracterização genérica dos principais grupos económicos de comunicação social		

Direito de resposta e de retificação

176	Análise de conteúdo dos recursos de direito de resposta e de retificação apreciados pela ERC em 2011	176	2. Metodologia
176	1. Nota prévia	176	3. Descrição e análise dos dados
		179	4. Síntese conclusiva

Os Meios

182	PERFIS DOS CONSUMOS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA	193	4.2. Serviços comerciais de radiodifusão (Grupo Rádio Renascença, Media Capital Rádios, TSF)
182	1. Nota introdutória	193	4.3. Caracterização das audiências por serviço de programas
182	2. Perfil dos públicos	194	5. Imprensa
184	3. Televisão	196	5.1. Circulação de jornais nacionais de informação geral
185	3.1. Televisão por subscrição	197	5.2. Circulação de jornais gratuitos
185	3.1.1. Serviço de televisão por cabo	197	5.3. Circulação de jornais de economia, negócios e gestão
186	3.1.2. Serviço de televisão por satélite	197	5.4. Circulação de jornais desportivos
186	3.1.3. Serviço de televisão por fibra ótica (FTTH/B)	198	5.5. Circulação de revistas femininas/moda
187	3.2. Serviços de programas generalistas	198	5.6. Circulação de revistas masculinas
188	3.2.1. Serviço público de televisão (RTP1 e RTP2)	198	5.7. Circulação de revistas de sociedade
188	3.2.2. Serviços de programas comerciais (SIC e TVI)	198	5.8. Circulação de revistas de televisão
188	3.2.3. Audiências “cabo/outros”	198	5.9. Circulação de revistas de ambiente / divulgação científica
189	3.2.4. Programas mais vistos	198	5.10. Circulação de publicações de cultura/espetáculo
189	3.2.5. Caracterização das audiências por serviço de programas	198	5.11. Circulação de publicações juvenis
191	4. Rádio	199	5.12. Imprensa regional
192	4.1. Serviço Público de Radiodifusão (RDP: Antena 1, Antena 2, Antena 3)		

199	6. <i>Internet</i>	231	1.1.1. Informação diária dos serviços de programas generalistas (RTP1, SIC e TVI)
200	6.1. Serviço fixo de acesso à <i>internet</i>	237	1.1.2. Informação não-diária dos serviços de programas generalistas (RTP1, SIC e TVI)
200	6.2. Serviço móvel de acesso à <i>internet</i>	243	1.2. Serviços de programas temáticos informativos (SIC Notícias, RTP Informação, TVI 24)
201	7. Síntese	243	1.2.1. Informação diária dos serviços de programas temáticos (SIC Notícias, RTP Informação e TVI 24)
202	8. Anexo 1	248	1.3. Síntese conclusiva
203	ANÁLISE EVOLUTIVA DAS AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO TELEVISIVA ENTRE 2007 E 2011	249	Índice de figuras
203	1.1. Análise das audiências da informação diária dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI	251	REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
203	1.1.1. Análise da audiência do conjunto de programas informativos diários	251	1. Introdução
206	1.1.2. Análise da audiência dos blocos Informativos diários de horário nobre dos serviços de programas generalistas – Telejornal da RTP1, Jornal 2/Hoje da RTP2, Jornal da Noite da SIC e Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI	251	2. Órgãos de comunicação social sujeitos a registos
212	1.2. Informação não diária dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI	252	3. Atos registais praticados em 2011 – inscrições, averbamentos e cancelamentos
212	1.2.1. Audiência global da informação não-diária dos serviços de programas generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI)	253	3.1. Inscrições
215	1.3. Informação diária dos serviços de programas temáticos informativos RTPN/RTP Informação, SIC Notícias e TVI24	255	3.2. Averbamentos
215	1.3.1. Audiência da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos	255	3.3. Cancelamentos
217	1.4. Síntese conclusiva	256	4. Caracterização do universo dos registos dos órgãos e meios de comunicação social
219	1.5. Nota metodológica	256	4.1. Publicações periódicas
220	1.6. Anexo I	256	4.2. Empresas jornalísticas
224	Índice de figuras	256	4.3. Empresas noticiosas
225	INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS	256	4.4. Operadores radiofónicos
225	1. Introdução	256	4.5. Operadores de televisão
225	2. Distribuição do investimento publicitário por meio (estimativas Marktest)	256	4.6. Operadores de distribuição
226	2.1. Distribuição do investimento publicitário em televisão (estimativas Marktest)	257	4.7. Serviços de programas distribuídos exclusivamente por <i>internet</i>
227	2.2. Distribuição do investimento publicitário em rádio (estimativas Marktest)	257	5. Síntese conclusiva
227	2.3. Distribuição do investimento publicitário em imprensa (estimativas Marktest)	257	Anexo único
227	3. Distribuição do investimento publicitário por meio (estimativas do Omnicom Media Group)	259	SONDAGENS
229	4. Síntese conclusiva	259	1. Introdução
231	ANÁLISE EVOLUTIVA DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO TELEVISIVA (DE 2007 A 2011)	259	2. Caracterização geral das sondagens
231	1.1. Investimento publicitário em informação dos serviços de programas generalistas (RTP1, SIC e TVI)	259	2.1. Empresas credenciadas
		261	2.2. Depósitos
		262	2.3. Temas abordados
		262	2.3.1. Um novo paradigma na abordagem os temas das sondagens
		263	2.3.2. Os temas abordados em 2010 e 2011
		264	3. Características metodológicas das sondagens
		264	3.1. Método de recolha
		264	3.2. Método de seleção
		265	3.3. Âmbito geográfico dos estudos
		265	3.4. Dimensão das amostras
		267	3.5. Períodos de recolha de informação
		268	4. Divulgação de sondagens
		268	4.1. Enquadramento
		269	4.2. Órgãos divulgadores

271	4.3. Tipologia dos órgãos de comunicação	279	6. Ação reguladora
273	4.4. Imprensa	279	6.1. Número de procedimentos desencadeados e encerrados
274	4.5. Televisão	281	6.2. Principais ocorrências
275	4.6. Rádio	281	7. Síntese conclusiva
275	4.7. <i>Internet</i>	284	8. Glossário
276	5. Os estudos eleitorais em 2010 – características e principais resultados	285	Índice de figuras
276	5.1. Características		

Radiodifusão sonora

288 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

288	1. Nota introdutória	304	5.2. Diversidade de géneros radiofónicos
288	2. Metodologia	305	5.3. Diversidade de géneros por período horário
289	3. Antena 1	307	5.4. Diversidade de géneros por dias de semana e fim de semana
290	3.1. Grelha semanal	308	5.5. Funções na programação
290	3.2. Diversidade de géneros radiofónico	309	6. Síntese conclusiva
292	3.3. Diversidade de géneros por período horário	312	Anexo I – Anexo metodológico
295	3.4. Diversidade de géneros por dias de semana e fim de semana	312	a) Géneros radiofónicos
296	3.5. Funções na programação	312	b) Grelha de classificação geral de géneros radiofónicos
298	4. Antena 2	313	c) Funções na programação
299	4.1. Grelha semanal	313	d) Correspondência entre géneros radiofónicos e funções
299	4.2. Diversidade de géneros radiofónicos	313	e) Indicadores Modelo de Análise
300	4.3. Diversidade de géneros por período horário	314	f) Fontes de informação e processo de codificação
302	4.4. Diversidade de géneros por dias de semana e fim de semana	315	TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA – ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011 – ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO – DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA
302	4.5. Funções na programação	315	TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA
303	5. Antena 3		
303	5.1. Grelha semanal		

315	1. Notas introdutórias	332	5. Análise evolutiva 2008–2011
316	2. Atribuição e renovação de licenças de rádio de operadores de âmbito local	333	5.1. Operadores locais
317	ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011	334	5.2. Operadores regionais
318	ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO	334	5.3. Operadores nacionais
318	1. Notas Introdutórias	336	6. Amplitude da análise das quotas de música no número total de rádios
318	2. Modificação do projeto aprovado	337	Síntese conclusiva
320	3. Alteração de denominação	338	QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO
322	DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA	338	1. Notas introdutórias
322	1. Notas introdutórias	338	1.1. Objetivos
325	2. Alteração ao controlo do capital social	338	1.2. Metodologia
325	3. Pessoas singulares e coletivas com participações no capital social de três ou mais operadores	338	2. Antena 1
325	4. Distribuição por operadores das frequências nacionais e regionais	338	2.1. Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 60 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão
326	SÍNTESE CONCLUSIVA	339	2.2. Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 60 % de música portuguesa no período entre as sete e as vinte horas
327	QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA	339	2.3. Emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia
327	1. Nota introdutória	340	3. Antena 3
327	1.1. Objetivos	340	3.1. Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão
327	1.2. Critério e metodologia	340	3.2. Emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia
327	2. Quotas de música portuguesa – rádios locais	341	Síntese conclusiva
327	2.1. Apuramento automático		
330	2.2. Análise por amostragem		
330	3. Quotas de música portuguesa – rádios regionais		
330	3.1. Operador regional sul – M80 Rádio		
331	4. Quotas de música portuguesa – rádios nacionais		
331	4.1. RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial		

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

- › ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO RTP1, RTP2, RTPN, SIC E TVI
- › ANÁLISE EVOLUTIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA RTP1, RTP2, SIC E TVI EM 2008, 2009 E 2010 E 2011
 - ANEXOS DA INFORMAÇÃO DIÁRIA
- › ANÁLISE EVOLUTIVA DA MEDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL NA INFORMAÇÃO DIÁRIA RTP1, RTP2, SIC E TVI EM 2008, 2009, 2010 E 2011
- › ANÁLISE EVOLUTIVA DA COBERTURA JORNALÍSTICA DA DIVERSIDADE SOCIAL E CULTURAL
- › ANÁLISE AGREGADA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE –
– JANEIRO DE 2008 A DEZEMBRO DE 2011
- › ANÁLISE AGREGADA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE
COM MEDIATIZAÇÃO DE MENORES EMITIDA ENTRE 2008 E 2011

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

- › DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS – DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA
- › DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

PUBLICIDADE TELEVISIVA

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS 2011

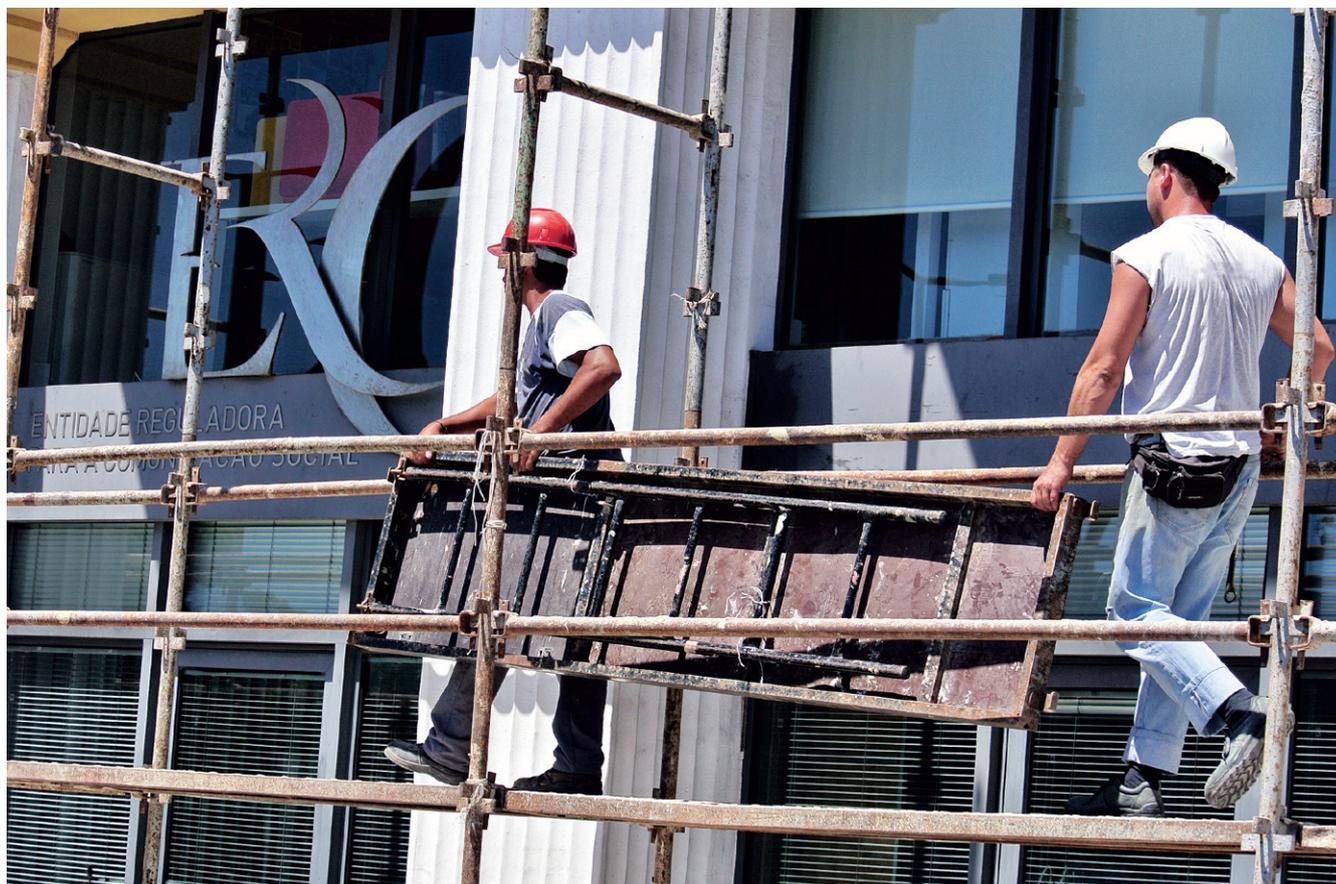
RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO

DEMOCRACIA & MEDIOCRACIA



“Regular” é um verbo. Mas também pode ser um simples adjetivo. Esse é o objetivo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Contribuir para o regular funcionamento do sistema mediático. Sublinhando sempre que “regular” é um verbo regular. E que o adjetivo só funciona, precisamente, por ser discreto.

“Escrever é cortar palavras.”, dizia Carlos Drummond de Andrade. Citar um grande poeta da língua portuguesa para justificar a economia verbal deste texto de apresentação talvez seja a melhor forma de começar um “Relatório de Regulação 2011” que já deveria ter sido entregue em 2012.

Manda o art. 73.º, n.º 2, dos estatutos da ERC que o Conselho Regulador preste contas ao Parlamento. Os documentos que se seguem cumprem, com grande rigor vocabular, essa obrigação legal.

Antes disso, porém, o presidente do Conselho Regulador tem o dever intelectual de alertar os eleitos pelo Povo para uma questão fulcral nas sociedades modernas. Refiro-me à relação dialética da democracia com a mediocracia.

Foi nesse ponto crítico que procurei equilibrar a atividade reguladora da entidade a que presido, porque é precisamente nessa disputa do

poder editorial pelos diversos poderes (político, económico ou judiciário) que se criam grandes conflitos mediáticos no espaço público. Os diversos dicionários dividem-se na primeira definição de “mediocracia”. Os mais antigos dizem que é o governo dos mediócras; os mais modernos começam por apontar tratar-se de governo condicionado pela comunicação social. Pelo meio, há ainda alguns que consideram a mediocracia como o poder da classe média.

Com a classe média a desaparecer, corremos o risco de só ter governos mediócras, grupos editoriais frágeis e jornalistas proletarizados. Admito que dizer isto num relatório de regulação significa correr o risco de assumir a ERC como uma instituição que, ao questionar a realidade, se deve primeiro questionar a si própria. É isso que as instituições úteis devem fazer para não se tornarem fúteis — sobretudo nestes tempos de grandes dificuldades económicas e financeiras.

Não se podendo apoiar na liberdade poética de Alberto Caeiro de Fernando Pessoa, que escreveu *“a realidade não precisa de mim”*, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social deve assumir o seu papel constitucional.

A ERC não tem medo de existir, mas autorregula-se. Conjuga o verbo “regular” com o tracinho moderador do reflexo “se”, que devolve à Entidade a humildade necessária para entender uma realidade cada vez mais complexa no sector da comunicação.

Vale a pena lembrar aqui a célebre declaração do presidente Kennedy, num dia em que reuniu na Casa Branca alguns dos seus mais brilhantes colaboradores com a nata das elites americanas desse tempo. *“Esta é a segunda maior concentração de inteligência nesta sala oval.”*, terá dito John Kennedy, para logo em seguida esclarecer a sua numerosa e iluminada assistência: *“A maior concentração de inteligência que aconteceu nesta sala foi quando esteve aqui o presidente Jefferson sozinho.”*

Era a homenagem do presidente americano a um antecessor que, além de — literalmente — ter escrito a constituição do seu país, deixara registada uma frase que não me dispense de recordar: *“Se tivesse de optar entre ter um governo livre ou ter uma imprensa livre, eu optaria pela liberdade de imprensa.”*

Escrever isto na apresentação do “Relatório de Regulação 2011” é sublinhar que, ontem como hoje, não há liberdade de expressão sem a expressão da própria liberdade.

Como atrás salientei, a ERC apresenta este documento com um significativo atraso.

Tal facto justifica-se por o conselho regulador a que presido só ter tomado posse no dia 9 de novembro de 2011. Estivemos apenas pouco mais de um mês e meio em funções, nesses doze do ano a que se refere este relatório. Grande parte do melhor trabalho aqui reunido é, por isso, ainda da responsabilidade do conselho presidido pelo Prof. Azeredo Lopes. Este, aliás, tinha escrito um longo e minucioso texto de introdução no relatório de 2010, a explicar a génese da ERC e os fundamentos desta entidade. Reli esse último documento do meu antecessor para perceber as mudanças por ele próprio sugeridas e como, nesta fase de agravamento da crise do sector, o Conselho Regulador deveria repensar o seu futuro. “Mudaram-se, entretanto, bastante os métodos e objetos de análise do pluralismo. Procurou-se maior diversidade. Criou-se um departamento de análise de média, por fusão de diferentes unidades já existentes, e adaptou-se a estrutura interna para preparar o futuro. Como dizia Paul Valéry *“O problema com o nosso tempo é que o futuro hoje já não é o que era”*.”

Não foi apenas isto que fez atrasar a publicação deste relatório. A instabilidade no sector dos média em Portugal e a indefinição do próprio serviço público introduziram dúvidas que nos obrigaram a atuar fora dos calendários previstos. Refiro-me a sucessivos casos da atualidade que foram surgindo e se tornaram urgentes ou prioritários.

Acresce ainda a tudo isto uma disfuncionalidade temporal sistemática do passado que terá de ser corrigida no futuro: o “Relatório de

Regulação” só pode ser finalizado quando as empresas detentoras dos meios de comunicação social apresentam publicamente os seus próprios relatórios e contas; ora, a época do ano em que isso acontece ultrapassa os prazos em que devemos entregar este documento à Assembleia da República. Recordo ainda que nem todas as empresas (mesmo algumas das grandes) publicam as suas contas, e que é preciso pedir informações ao mercado quando os próprios conselhos de administração não as divulgam.

Além de tentarmos acertar melhor estes prazos e datas, procuraremos recuperar em qualidade o que os diversos calendários e agendas cruzadas até agora dificultaram.

Um dos maiores problemas do Homem sempre foi ser contemporâneo de si próprio. A realidade e a atualidade dificilmente se articulam nos imaginários coletivos. O chamado “fio da atualidade” é muitas vezes uma “[sobre]realidade” construída como narrativa para simplificar o que a história se encarregará de esclarecer.

Acho por isso preferível não me alongar no texto de apresentação de um relatório que deve ser lido não para fazer notícia nem para se resumir num título.

Este documento destina-se também à comunidade académica e a investigadores de diversas áreas, além de gestores e diretores de média que muitas vezes procuram nos quadros da ERC informação fundamental para a sua atividade.

Permitam-me que lhes sugira uma leitura atenta, crítica e cúmplice de uma realidade que todos sabemos muito complexa e em geometria variável. Corre-se, aliás, o risco de entre a escrita e a publicação deste tipo de documentos haver mudanças previsivelmente imprevisíveis. Um relatório como este não pode, no entanto, referir-se ao que vai ou poderá acontecer, mas, sim, ao que se verificou durante o período a que se reporta.

Foi um tempo de transição, que ainda continua sob o signo da incerteza. A metamorfose acelerou e estagnou ao mesmo tempo. A evolução tecnológica desafia permanentemente os hábitos de consumo de média e a sociedade portuguesa precisa sobretudo de acreditar no sector. A credibilidade perde-se e ganha-se no teste da realidade. Notícias em “play list” e opiniões tipo “tempo de antena” cartelizam a agenda e diminuem a profundidade temporal da atualidade, o que torna o debate ainda mais superficial. Não basta o pluralismo partidário; é preciso maior diversidade. E são necessários grupos de comunicação que pensem num mercado mais alargado, com estratégia para a economia digital. Porque, se o capital não tem pátria, a verdade é que a nossa língua tem. Várias.



Carlos Magno

outubro de 2012

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

SUMÁRIO EXECUTIVO

SUMÁRIO EXECUTIVO

A ERC EM 2011 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

SUMÁRIO EXECUTIVO

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

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

3. Idênticas funções, com as necessárias adaptações, encontram-se consagradas relativamente à **atividade de radiodifusão**, cabendo à ERC assegurar a prossecução, por parte dos operadores, dos fins consagrados no art. 9.º da Lei da Rádio, mediante a verificação do respeito pelo projeto aprovado e cumprimento das obrigações que impendem sobre os operadores, designadamente a inclusão na programação musical de uma quota mínima preenchida com música portuguesa. À semelhança do verificado para a televisão, também na rádio se incumbe ao 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 art. 3.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no art. 14.º do Estatuto do Jornalista refletem a existência de outros valores relevantes.

5. Em concretização do preceito constitucional (art. 38.º da CRP), os estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, em matéria de **direito de resposta e de retificação**, as previstas no art. 8.º, alínea f), art. 24.º, n.º 3, alínea j), art. 59.º e art. 72.º dos estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com os arts. 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 art. 24.º, alínea z) dos seus estatutos, “*zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião*”. Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens), define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, as quais abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.

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, 2009 e 2010.

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 nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2011**.

9. O presente relatório corresponde aos últimos 10 meses do mandato do primeiro Conselho Regulador da ERC e aos dois primeiros meses do exercício do atual órgão regulador.

A ERC EM 2011 — NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

10. São os seguintes os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2011:

- > **327** deliberações;
- > **56** reuniões do Conselho Regulador;
- > **2** audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar para a Ética, a Cidadania e a Comunicação;
- > **3** reuniões do Conselho Consultivo.

E ainda:

- > **8 834** entradas;
- > **66** recursos humanos;
- > **29 900,25** euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas);
- > **9 250,00** euros atribuídos para apoio a seminários e congressos;
- > **5** publicações (**Estudo Educação para os Media em Portugal | Relatório de Regulação 2010 | Relatório de Atividades e Contas 2010 | Estudo sobre Publicidade do Estado | Relatório do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público de Televisão em 2010**).

Outros dados em 2011:

- > **6** impugnações judiciais de taxas de encargos administrativos da ERC;
- > **938 467,77** euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão;
- > **120 163,94** euros investidos em sistemas de informação.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

11. Durante o exercício de 2011, a atividade deliberativa da ERC saldou-se na produção de 327 deliberações, o que representa um decréscimo de 9,42 % face ao total de processos sobre os quais deliberara em período homólogo de 2010.

12. 27,5 % das deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2011 tiveram origem em queixas de particulares, acautelando assim direitos, liberdades e garantias fundamentais e cumprindo uma função basilar num estado de direito democrático.

13. Nesta fase, as matérias referentes a conteúdos permaneceram na liderança dos temas alvo de pronúncia, com uma incidência de 26,30 %. Neste âmbito, merece destaque a aprovação das linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, entre 2006 e 2010.

14. Destacam-se ainda as deliberações em matéria de autorizações (15,60 %) para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio e tendo ainda em vista o exercício da atividade de televisão através de novos serviços de programas. Também se destacam as deliberações em matéria de denegação do exercício do direito de resposta pelos meios (12,84 %) e as deliberações relativas a processos contraordenacionais (11,62 %),

por exemplo, por violação do art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade, incumprimento do horário de programação e violação dos limites à liberdade de programação.

15. Em 2011, verificou-se também pronúncia sobre processos respeitantes a licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, à avaliação do pluralismo político-partidário nos meios, a sondagens, publicidade e direitos dos jornalistas por recusa de emissão de credenciais para cobertura jornalística e violação do direito de acesso às fontes de informação. Releva-se também a emissão de pareceres referentes a nomeações para a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A. e para a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

16. No período em análise, o Conselho Regulador deliberou sobre 91 processos relativos a imprensa, um total idêntico ao número de processos referentes à televisão. Refira-se que, em 2011, a ERC recebeu 262 queixas referentes a programas de televisão, tendo a segunda edição do programa “Casa dos Segredos” liderado no número de reclamações — 103.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2011

17. Estudo “*Educação para os Media em Portugal: experiências, atores e contextos*” — O Conselho Regulador da ERC solicitou, em finais de 2009, ao Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho a realização de um estudo com o objetivo de a) conhecer o atual estado da educação para os média em Portugal, através do levantamento de projetos, iniciativas, atividades e experiências desenvolvidos nos últimos anos; b) conhecer os atores, as matérias/assuntos, os contextos e resultados do trabalho desenvolvido; c) proporcionar elementos acerca do impacto dessas experiências, identificando as debilidades e os pontos fortes; e d) propor orientações tendentes à promoção da educação para os média no País, com base nos resultados obtidos.

18. Este estudo foi disponibilizado a operadores, profissionais, académicos, professores e público em geral, em março de 2010, no âmbito do Congresso Nacional “Literacia, Media e Cidadania” que decorreu em Braga, sob a organização do grupo informal sobre literacia para os média, do qual a ERC faz parte desde 2009.

19. Estudo sobre *Publicidade do Estado* — Em 25 de novembro de 2009, o Conselho Regulador, no uso das suas atribuições e competências, deliberou iniciar um procedimento tendo como objeto a publicidade do Estado. A abertura do procedimento foi decidida na sequência de notícias publicadas na altura, e da respetiva ressonância pública, que apontavam alegadas interferências do poder político na comunicação social, por via do investimento publicitário. Uma versão preliminar dos

dados foi apresentada publicamente na *IV Conferência Anual da ERC*, em 20 outubro de 2010, tendo sido produzidos pertinentes comentários pelos convidados, que se refletiram no trabalho final aprovado a 5 de janeiro de 2011 pelo Conselho Regulador, através da Deliberação n.º 1/PUB/2011.

20. Projeto “Ciência no Ecrã” — A ERC celebrou um protocolo de colaboração com o Instituto Gulbenkian de Ciência, em outubro de 2010, com vista à realização de um estudo sobre a cobertura televisiva da atividade científica desenvolvida em Portugal. Com este projeto, pretende-se não só quantificar a presença de temas de ciência nas televisões (métrica relevante para entender a sua importância relativa e obter um retrato fidedigno da cobertura da ciência no País) mas também entender o modo como os média contribuem para a promoção, junto do grande público, do trabalho científico realizado em Portugal ou por cientistas portugueses, fomentando por essa via o pluralismo cultural e a literacia. A recolha dos dados da amostra decorrerá durante um ano. A apresentação pública dos resultados desta análise será feita em dezembro de 2012.

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL¹

21. Os ativos geridos pelo conjunto dos grupos económicos analisados passaram de 4 432 milhões de euros, em 2007, para 5 192 milhões de euros, em 2011, o que representa um crescimento de 17,1 % no período considerado. No período em análise, evidenciam-se os grupos SONAECON e ZON Multimédia, que, em conjunto, representavam cerca de 62 % e 73 % do total dos ativos, em 2007 e 2011, respetivamente.

22. No que respeita ao volume de negócios, o conjunto dos grupos económicos analisados passou de 2 535 milhões de euros, em 2007, para 2 593 milhões de euros, em 2011, o que representa uma subida de 2,3 %. De novo se destacam os grupos SONAECON e ZON Multimédia, que, em conjunto, representavam cerca de 63 % e 66 % do total de volume de negócios, em 2007 e 2011, respetivamente.

23. Atendendo ao número de pessoas ao serviço, o conjunto dos grupos económicos analisados era responsável por 9 784 e 10 028 postos de trabalho, em 2007 e 2011, respetivamente, o que representa um crescimento de 2,5 % no período considerado. Destacam-se a RTP e a SONAECON, que, em conjunto, empregavam 45 % e 43 % do total de trabalhadores, em 2007 e 2011, respetivamente.

24. No ano de 2011, com exceção do grupo IMPRESA, todos os grupos de comunicação social em análise apresentaram taxas de rentabilidade positivas.

25. Considerando o período de 2007 a 2011, no que respeita à rentabilidade operacional do ativo, destaca-se o grupo COFINA, cuja taxa de rentabilidade do ativo subiu de 4,5 %, em 2007, para 9,4 %, em 2011, o que representa uma rentabilidade anual média de 7,4 % no período considerado. De notar, todavia, que este indicador reflete a quebra no valor do ativo, decorrente da redução do justo valor da participação que a COFINA detinha na ZON Multimédia, como referido.

26. Seguem-se os grupos MEDIA CAPITAL e ZON Multimédia, que, não obstante as descidas verificadas nas taxas de rentabilidade do ativo em alguns anos, apresentam rentabilidades anuais médias do ativo de 7,3 % e 6,1 %, no período considerado. De assinalar, por outro lado, a descida ocorrida na taxa de rentabilidade operacional do ativo do grupo IMPRESA, que passou de 8,0 % positivos, em 2007, para 4,4 % negativos, em 2011, situando-se a rentabilidade média anual do ativo em 2,5 %, entre 2007 e 2011. No período em análise, destaca-se o grupo ZON Multimédia, cuja taxa de rentabilidade dos capitais próprios subiu de 13,5 %, em 2007, para 14,8 %, em 2011, apresentando uma rentabilidade anual média de 18,8 %.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

27. No ano de 2011, a ERC apreciou 40 recursos de direito de resposta. Trata-se de uma descida substancial de recursos — menos 27 em comparação a 2010, ano que também tinha contado com uma descida de 17 recursos relativamente a 2009. Foram apreciados recursos relativos a 23 órgãos de comunicação social, o que representa uma descida relativamente a 2010, ano em que tinham sido objeto de recurso 33 órgãos de comunicação social.

28. Em 2011, é no sector das publicações de informação geral e de âmbito local/regional que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos — 52 % —, contrariamente ao ano anterior, em que 52 % dos recursos eram relativos a publicações de âmbito nacional.

29. Dos 40 recursos apreciados pela ERC em 2011, o Jornal da Madeira representa 20 % (8 recursos), assistindo-se assim a uma subida de recursos contra este jornal em comparação com o ano anterior. O Correio da Manhã, que, em 2010, com 12 recursos, era o órgão de comunicação social com maior número de recursos, foi em 2011 objeto de um único recurso por denegação do direito de resposta.

30. Contrariamente aos anos anteriores, em que os *Cidadãos anónimos* representavam a maioria dos recorrentes, em 2011 os principais recorrentes foram as Pessoas coletivas privadas, que representaram 27,5 % dos recorrentes (11 recursos). Nos casos em que os

recursos são apresentados por indivíduos, a grande maioria dos recorrentes/queixosos são do *género masculino* (79%), à semelhança do que se verificou de 2007 a 2010.

31. Em 2011, a grande maioria (70%) dos trabalhos alvo de recurso foram *textos noticiosos* (75% em 2010), sendo 11% *textos de opinião — comentário, crónica*.

32. Na grande maioria das decisões (55%) sobre direito de resposta, a ERC deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de retificação* (37,3% em 2010). Em 30% dos recursos (23,9% em 2010) a ERC reconheceu o direito de resposta, mas obrigou à *reformulação do texto* de resposta. Em apenas 7,5% dos recursos a ERC determinou o arquivamento por improcedência.

33. Em 2011, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contraordenação* em três (7,4%) e decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 19 (46,3%). Não tiveram consequências de natureza sancionatória 19 recursos (46,3%). Estes valores relativos aproximam-se aos verificados em 2010.

OS MEIOS

PERFIS E CONSUMOS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA

34. A televisão por subscrição alcançou, em 2011, perto de 3 milhões de clientes, mais 200 mil do que no ano anterior. 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, o mesmo sucedendo com o cabo, contrariando uma tendência de quebra registada nos anos anteriores. A diversificação de plataformas para aceder a este serviço continua a contribuir para o seu crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento da fibra ótica (FTTH) e da rede telefónica (xDSL/IP). Estas tecnologias de distribuição representaram 28% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2011 (830 mil assinantes).

35. Os tempos médios de visionamento diário de televisão fixaram-se em cerca de 3 horas e 39 minutos, um aumento de aproximadamente 10 minutos no período de um ano. No que respeita aos serviços de programas generalistas, a TVI continua a ser o canal televisivo com *shares* de audiência mais elevados (25,7%; em horário nobre — 29,1%), seguindo-se a SIC e a RTP1, com valores muito próximos entre si (respetivamente de 22,7% e 21,6%; em horário nobre, a SIC com 24,5% e as RTP1 e RTP2 com 22%). A RTP2 regista o *share* de audiência mais baixo entre estes quatro generalistas (4,5%; em horário nobre — 3,8%). Os dez programas mais vistos nos canais generalistas em 2011 consistiram em competições de futebol, transmitidas pela RTP1 e pela SIC.

36. Continuou a observar-se o aumento do *share* dos serviços de programas por cabo, que alcançou em 2011 uma quota de audiência de 25,5%. Os serviços de programas de *filmes e séries* são os preferidos das audiências de “cabo/outros”, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*.

37. O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Bareme Rádio da Marktest, fixou-se, em 2011, nas 3h15m. Entre as rádios consideradas na análise, as mais escutadas pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF. As rádios do serviço público (RDP) obtiveram 9,9% do *share* de audiência. As rádios do Grupo Renascença representaram um *share* de audiência de 38,7%; as do Grupo Media Capital, 27,5%; e a TSF, 4,7%. A RFM, do Grupo Renascença, e a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, foram as duas rádios mais ouvidas em 2011.

38. Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2010 perto de 68% dos títulos de imprensa ainda se publicavam exclusivamente em papel, apesar de, desde 2004, estar em ascensão o número de publicações editadas simultaneamente em papel e eletronicamente. A mesma fonte confirma uma descida da circulação total da imprensa desde 2008, que afeta tanto as publicações vendidas como as distribuídas gratuitamente.

39. Em 2011, de acordo com os dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), continuou a registar-se uma curva descendente no sector da imprensa em termos de circulação, que afetou publicações generalistas e segmentos especializados. Nas publicações nacionais de informação geral, o Correio da Manhã mantém-se como o diário de maior circulação, o Expresso e a Visão como líderes entre os semanários. Por outro lado, manteve-se a tendência de diminuição da circulação de jornais gratuitos.

40. No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicadas a economia, negócios e gestão, apenas o Jornal de Negócios apresentou um ligeiro 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 e, em menor medida, das de sociedade e televisão.

41. No que respeita à *internet*, o INE estima que, em 2011, se assistiu a um aumento do número de agregados que dispõem de computador (64%) e de acesso à *internet* (58%). A quase totalidade (98%) dos agregados domésticos com acesso à *internet* tem banda larga. Já a ANACOM calcula que o número de clientes do serviço fixo de acesso à *internet* ascendeu a 2,2 milhões, 98% dos quais optando pela banda larga. Em 2011, continuou a consolidar-se a generalização do serviço de acesso à *internet* em banda larga móvel.

ANÁLISE EVOLUTIVA DAS AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO TELEVISIVA ENTRE 2007 E 2011

Análise das audiências da informação diária dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI

42. Entre 2010 e 2011, os tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas generalistas, aumentaram na SIC (27,8%), na TVI (19,5%) e na RTP1 (1,9%) e desceram 16% na RTP2. Em 2011, RTP1 foi o serviço de programas que mais reduziu a sua quota de audiência (*share*) de informação diária, em 1,6 pontos percentuais, fixando-se nos 24,8%. Os restantes serviços de programas apresentaram oscilações mínimas nas suas quotas de audiência. A RTP2 reduziu essa quota em 0,4 pontos percentuais (com uma quota de 2,9%), a TVI em 0,1 (com 23% de quota). Para o mesmo período, a SIC registou uma variação nula, mantendo-se com uma quota de 21,7% da informação diária.

43. No que se refere aos valores da audiência média (*rating*) de informação diária, os serviços de programas apresentaram variações quase nulas entre 2010 e 2011. A RTP1 registou um aumento de 0,1 pontos percentuais e a RTP2 uma redução de 0,1, apresentando valores de audiência média de 6,1% e 1%, respetivamente. A SIC e a TVI registaram uma subida de 0,5 (com uma audiência média de 3,9%) e de 0,7 pontos percentuais (com uma audiência média de 6,6%), respetivamente, entre 2010 e 2011. Considerando a análise isolada dos noticiários emitidos em horário nobre, observa-se um aumento dos tempos médios de visionamento do Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI (34,8%), do Jornal da Noite da SIC (18,5%) e do Telejornal da RTP1 (5,1%). Já o Jornal 2 / Hoje da RTP2 regista um decréscimo de 19,2%. Refira-se que, em maio de 2011, a informação de horário nobre da TVI substituiu o Jornal Nacional por um novo bloco informativo, o Jornal das 8.

44. Entre 2010 e 2011, as quotas de audiência da informação de horário nobre dos serviços de programas generalistas mantiveram-se relativamente constantes. Em 2011, o Telejornal da RTP1 reduziu a sua quota de audiência (*share*) de informação diária em 1 ponto percentual, o Jornal 2 / Hoje da RTP2 em 0,4, e o Jornal da Noite da SIC em 1, apresentando quotas de audiência de 24,4%, 2,9% e 22%, respetivamente. O Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI registou uma ligeira subida de 0,2 pontos percentuais e fixou a sua quota de audiência em 23,7%. Em relação aos valores de audiência média da informação de horário nobre, à exceção da TVI, os serviços de programas mantiveram comportamentos das audiências constantes entre os dois anos mais recentes. Considerando os valores da audiência média (*rating*) dos noticiários em horário nobre, o Telejornal da RTP1 (uma audiência média de 8,4%) e o Jornal da Noite da SIC registaram aumentos de 0,2 pontos percentuais (uma audiência média de 7,8%). No Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI constatou-se um acréscimo

de 1,3 pontos percentuais, registando-se uma audiência média de 9%. O Jornal 2 / Hoje da RTP2 registou uma descida de 0,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011 e fixou a sua audiência média em 1%.

45. Constata-se ainda que os temas mais noticiados, em termos de número de peças, nos blocos informativos de horário nobre raramente coincidiram com os mais vistos pelos telespectadores em 2010 e 2011. No Telejornal da RTP1, as peças jornalísticas que obtiveram maiores valores de audiência média enquadram-se na temática *sistema judicial, relações laborais e defesa*; no Jornal 2 / Hoje da RTP2 em *ambiente e comunicação*; no Jornal da Noite da SIC em *população* e no Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI em *defesa*.

46. No que respeita à caracterização dos públicos da informação televisiva dos diferentes serviços de programas em termos de afinidade com a informação diária emitida, saliente-se que a RTP2 tem os telespectadores do género masculino como alvo mais favorável, ao contrário dos restantes serviços de programas, em particular dos privados. Os públicos dos grupos etários mais elevados parecem ter mais afinidade com a informação da RTP1 e RTP2, enquanto os mais jovens parecem preferir a informação da SIC e da TVI. A heterogeneidade geográfica permite, no entanto, destacar o Grande Porto, o Sul e o Interior como mais favoráveis à RTP1; a Grande Lisboa à TVI; o Litoral Norte à RTP2 e o Litoral Centro revela mais afinidade com a SIC. Apesar da maior afinidade dos serviços de programas com essas regiões do País, importa salientar que todos eles registaram índices de afinidade positivos também em relação a outras regiões. As classes A/B distinguem-se na afinidade com a RTP2 enquanto a D é mais favorável à RTP1 e à TVI. A classe C1 não revelou índices de afinidade elevados com a informação diária de nenhum dos serviços de programas, tendo registado o único valor positivo em relação à SIC. Por sua vez, a classe C2 só apresentou índice de afinidade favorável com a TVI.

Informação não-diária dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI

47. Entre 2010 e 2011 registou-se uma redução de 11,4% nos tempos médios de visionamento dos programas de informação não-diários da RTP1. Na SIC e na TVI, os tempos médios de visionamento aumentaram 58,5% e 15,2%, respetivamente. Na RTP2 não se verificaram oscilações entre os dois últimos anos. Em 2011, a RTP1 diminuiu a sua quota de audiência (*share*) de programas de informação não-diária em 3,8 pontos percentuais, e a RTP2 em 0,5 pontos percentuais, apresentando quotas de audiência de 21,8% e 2,4%, respetivamente. A SIC e a TVI registaram descidas de 1,2 e de 2,5 pontos percentuais, e quotas de audiência de 16,5% e 14,1%, respetivamente. Considerando os valores da audiência média (*rating*) dos programas de informação não-diários, na RTP1 e na TVI observou-se um decréscimo de 0,2 pontos percentuais entre os últimos dois anos,

registando-se valores de audiência média de 2,1 % e 0,8 %, respetivamente. A SIC registou uma subida de 0,4 pontos percentuais face a 2010 (com uma audiência média de 5,5 %) enquanto a RTP2 manteve a audiência média nos 0,1 %.

Informação diária dos serviços de programas temáticos informativos RTPN / RTP Informação, SIC Notícias e TVI 24

48. Os tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos aumentaram na TVI 24 (33,3 %), na SIC Notícias (10 %) e na RTPN / RTP Informação (11,1 %) entre 2010 e 2011. Em 2011, a SIC Notícias manteve a sua quota de audiência (*share*) de informação diária nos 4,4 %. A RTPN / RTP Informação registou uma descida de 0,1 pontos percentuais (com uma quota de 1,5 %) e a TVI 24 obteve uma subida no mesmo valor entre 2010 e 2011, registando uma quota de 1 %. No que se refere aos valores da audiência média (*rating*) de informação diária, a SIC Notícias registou um ligeiro acréscimo de 0,1 pontos percentuais (com uma audiência média de 0,7 %). Na RTPN / RTP Informação e na TVI 24 não se registam variações entre 2010 e 2011, apresentando audiências médias da informação diária de 0,3 % e 0,2 %, respetivamente. No que respeita à caracterização dos públicos da informação televisiva dos serviços de programas temáticos informativos em termos de afinidade com a informação diária emitida, saliente-se que os três têm o género masculino como alvo mais favorável. Os públicos dos grupos etários mais elevados (acima dos 55 anos) parecem ter mais afinidade com a informação diária destes serviços de programas do que os mais jovens. Em termos geográficos, as audiências da Grande Lisboa destacam-se como único alvo favorável na SIC Notícias. O Grande Porto, o Litoral Norte e o Interior são, para a RTPN / RTP Informação, os alvos geográficos mais propícios. O Grande Porto e a Grande Lisboa apresentam afinidade positiva com a TVI 24. O índice de afinidade distingue as classes A/B como as mais favoráveis à SIC Notícias e à RTPN / RTP Informação. No que se refere à classe D, a RTPN / RTP Informação e a TVI 24 são os serviços de programas que apresentam afinidade favorável. A classe C1 só apresenta afinidade positiva em relação à informação diária da TVI 24, ao passo que a classe C2 não se apresenta como alvo favorável a nenhum dos serviços de programas.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

49. De modo a avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, com as do grupo Omnicom. A análise dos dados da Marktest da evolução deste mercado ao longo da última década demonstra uma tendência de crescimento ininterrupto: em 2003 atingia 2,6 mil milhões de euros, já em 2011 ascendia a 5 mil milhões de euros. Porém, de acordo com a Omnicom, o mercado publicitário representava 644 milhões de euros

em 2002 e atingiu um montante inferior em 2011 (618 milhões de euros), tendo sofrido, durante a última década, alguns períodos de quebras bastante acentuadas. O valor global do investimento publicitário em 2011 representa um decréscimo de 11 % por relação a 2010, atingindo o valor mais baixo da última década (2002–2011), e encontrando-se 14 % abaixo da média de investimento global nesse período. Deste modo, em 2011, entre as duas estimativas sobre o montante global do investimento publicitário encontra-se um diferencial de 4,4 mil milhões de euros.

50. A televisão é apontada pelas duas fontes como o meio que centraliza a maior fatia do investimento publicitário. A televisão evoluiu de uma quota de 63,2 % para 75,2 % entre 2003 e 2011, segundo a Marktest; nas estimativas do grupo Omnicom ocorreu um acréscimo mais subtil, de 52,1 % para os 53,5 %. Segundo os dados da Marktest, a TVI é o serviço de programas que acolhe a maior fatia do investimento publicitário em televisão, uma tendência que se verifica continuamente desde 2006.

51. As duas fontes (Marktest e Omnicom) coincidem ainda no que respeita à descida do investimento publicitário na imprensa, que incide tanto nas publicações de informação geral como nas especializadas, nos títulos regionais, e na imprensa diária e não-diária.

52. A rádio tem vindo a perder importância enquanto suporte publicitário — segundo a Marktest, representava um *share* de 6,5 % em 2003, e de 4,4 % em 2011; segundo a Omnicom, tem vindo a sofrer pequenas flutuações, encontrando-se em 2011 (6,6 %) perto dos valores de 2002 (6,7 %) e de 2003 (6,9 %). Os dados da Marktest demonstram que, desde 2005, a TSF recolhe a maior fatia do investimento publicitário em rádio.

53. Os dados da Omnicom sugerem que o investimento publicitário em *internet* tem vindo a aumentar de modo progressivo. Relembre-se que a Marktest não avalia o investimento publicitário naquele meio, pelo que não é possível estabelecer uma comparação a este nível.

54. Os dados avançados pela Marktest e pela Omnicom divergem quanto ao peso do mercado do *outdoor*. Para a Marktest, este suporte atingiu os 6,3 % em 2011, depois de uma evolução negativa nos últimos anos. Por sua vez, para a Omnicom, trata-se do segundo principal suporte publicitário, com um *share* de perto de 13,9 %.

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

ANÁLISE EVOLUTIVA DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO TELEVISIVA (2007 A 2011)

**Serviços de programas generalistas —
— Investimento publicitário em informação diária**

56. Em 2011, a SIC apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários (7,97 %), seguindo-se a TVI (6,84 %) e a RTP1 (5,87 %). A RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a blocos informativos diários em 2011 (29,57 %), seguida da SIC (18,49 %) e da TVI (16,39 %).

Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação diária em 2011, destaca-se o Modelo Continente Hipermercados, S.A., que anunciou e liderou em todos os serviços de programas.

Em 2011, o Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários de *horário nobre* (42,10 %). Tal significa que este é o espaço informativo diário que aglutina maior percentagem de publicidade neste período horário face aos restantes. Seguiu-se o Jornal da Noite da SIC (29,51 %) e o Telejornal da RTP1 (27,86 %). Entre 2010 e 2011, a RTP1 registou uma ligeira redução na percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *dias de semana* (2.ª a 6.ª feira), enquanto a SIC e a TVI registaram variações positivas marginais.

Por oposição, no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC e a TVI registaram uma redução marginal, enquanto a RTP1 registou uma variação positiva, mas ligeira.

Serviços de programas generalistas —

— Investimento publicitário em informação não-diária

57. Em 2011, a RTP1 apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados à informação não-diária (7,21 %), seguida da TVI (5,72 %). A SIC apresenta uma percentagem substancialmente inferior (0,17 %). Nesse ano, a RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado à informação não-diária (5,79 %), seguida da TVI (1,15 %) e da SIC (0,71 %). Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação não-diária em 2011, destaca-se o Modelo Continente Hipermercados, S.A., que anunciou em todos os serviços de programas. Na RTP1, a liderança foi assumida também pelo Modelo Continente Hipermercados, S.A. Na SIC, foi a COFIDIS, S.A. No que se refere à TVI, destacou-se a PROC-TER & GAMBLE.

Em 2011, a SIC apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados à sua *informação não-diária de horário nobre* (70,79 %). Seguiu-se a RTP1 (5,52 %) e a TVI (0,93 %). Entre 2010 e 2011, nos dias úteis, todos os operadores, à exceção da RTP1, registaram uma variação negativa na percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados à informação não-diária, mas mais acentuada na SIC.

Por oposição, no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados à informação não-diária emitida aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC e

a TVI registaram um aumento (mais expressivo na SIC), enquanto a RTP1 observou um decréscimo ligeiro.

Serviços de programas temáticos —

— Investimento publicitário em informação diária

58. Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários (36,51 %), seguida da SIC Notícias (32,53 %) e da TVI 24 (20,65 %). Nesse ano, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a programas informativos diários (58,12 %). Seguiu-se de perto a SIC Notícias (57,35 %) e a TVI 24 (55,62 %).

Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação diária em 2011 destaca-se a Medipress – Sociedade Jornalística Editorial, Lda., isto apesar de ter anunciado em apenas um dos serviços de programas temáticos (SIC Notícias). Na RTP Informação, a liderança foi assumida pelo Modelo Continente Hipermercados, S.A. e na TVI 24, pela Johnson's Wax Portugal.

Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários de *horário nobre* (28,95 %). Seguiu-se a SIC Notícias (19,66 %) e a TVI 24 (15,03 %).

Entre 2010 e 2011, a TVI 24 registou uma redução, apesar de ligeira, na *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *dias de semana* (2.ª a 6.ª feira), enquanto a RTP Informação e a SIC Notícias registaram uma variação positiva.

Inversamente, e já no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC Notícias e a RTP Informação registaram uma redução, enquanto a TVI 24 registou uma variação positiva.

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

59. A ERC, no uso das suas competências, praticou em 2011 um total de 1 203 atos registais, a saber: 685 averbamentos, 174 inscrições e 344 cancelamentos, dos quais 147 foram efetuados oficiosamente. Em relação ao ano transato, houve uma diminuição significativa, na ordem dos 15 %, do número de pedidos de registos que deram entrada na Unidade de Registos. Assim, a 31 de dezembro de 2011, encontraram-se ativas as seguintes inscrições:

- publicações periódicas — 2 609;
- empresas jornalísticas — 386;
- empresas noticiosas — 9;
- operadores de radiodifusão — 320;
- serviços de programas de radiodifusão — 344;
- operadores de televisão — 17;

- g) serviços de programas de televisão — 52;
- h) operadores de distribuição — 9;
- i) serviços de programas difundidos exclusivamente por *internet* — 12.

SONDAGENS

60. O ano de 2011 representou uma retoma na produção e divulgação de estudos de índole política, ancorada nas três eleições que marcaram o calendário eleitoral (presidenciais, legislativas e regionais), não obstante continuar muito visível a tendência de retração do mercado das sondagens. Assim, em 2011, foram depositadas noventa sondagens de opinião, número que, apesar de representar um crescimento de 52,5 % face a 2010, fica abaixo da média registada na última década (139,4 depósitos por ano).

61. O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião comportava, a 31 de dezembro de 2011, dezasseis entidades. Excetuando o caso de uma empresa cuja credenciação caducou por ausência de depósitos, não se verificaram alterações significativas face ao ano anterior.

62. Foram nove as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2011, posicionando-se a Eurosondagem, a Inter-campus, a Aximage, a Markttest e a UCP/CESOP como as mais representativas do sector, já que são responsáveis por 95,6 % dos estudos depositados.

63. Os média constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas em 2011, registando-se nove órgãos de comunicação social com pelo menos dez sondagens contratadas. Como principais clientes, com entre 24 e 27 estudos encomendados, são de destacar a SIC, a Rádio Renascença e o Expresso, órgãos que normalmente formam um consórcio de clientes alimentado por estudos da Eurosondagem (entidade que mais estudos deposita por ano, com uma média anual de 30 depósitos entre 2006 e 2011).

64. Quanto ao objeto dos estudos depositados, os grupos temáticos mais visados em 2011 foram os que se relacionam com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo, e com a avaliação dos órgãos e atores políticos, grupo no qual se destacaram as perguntas relativas à imagem/popularidade dos líderes partidários, Presidente da República e primeiro-ministro.

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

fim, é ainda de destacar a presença de temas relacionados com a economia, quer de forma direta, através de questões sobre as atividades e competências do Governo, quer indiretamente por referências à situação económica do País ou dos portugueses.

66. O método de recolha de informação mais frequente continua a ser o telefónico (74,7 %), ainda que a sua importância relativa seja menor comparativamente a 2010 (88,1 %), movimento que é considerado normal em períodos eleitorais, já que as sondagens pós-eleitorais (à boca de urna) e algumas das últimas sondagens pré-eleitorais tendem a utilizar entrevistas face a face (com ou sem recurso a voto em urna).

67. Na seleção dos entrevistados, as entidades credenciadas privilegiaram sobretudo a utilização de metodologias puramente aleatórias. Em média o trabalho de campo para uma sondagem realizada em 2011 demorou 4 dias, menos um dia do que em 2010.

68. A esmagadora maioria dos estudos depositados, em 2011, ao abrigo da Lei das Sondagens, foram divulgados por órgãos de comunicação social (96,6 %). O aumento no número de depósitos acabou também por acarretar um aumento no número de divulgações, tendo a ERC conseguido identificar um total de 2 844 peças noticiosas (mais 44,7 % do que em 2010).

69. Em termos médios foram publicadas por dia, em 2011, cerca de 8 peças noticiosas sobre sondagens, número que ilustra a importância conferida a este instrumento pelos órgãos de comunicação.

70. A televisão assumiu-se como a principal fonte divulgadora de sondagens (53,9 %), distanciando-se assim da rádio (20,1 %), meio com o qual repartia esse estatuto no ano transato. A *internet* manteve-se em terceiro lugar na hierarquia dos veículos divulgadores (14 %), seguida da imprensa (12 %), a qual vem perdendo peso há já alguns anos como meio divulgador, não por conferir menos importância às sondagens, mas porque não pode publicar várias vezes por dia como fazem os outros suportes.

71. A ação reguladora da ERC na área das sondagens continuou a ser desenvolvida dentro do espírito de correção encetado desde 2008, privilegiando sempre que possível uma atuação pedagógica e preventiva, com impacto esperado a montante (na realização das sondagens e na sua interpretação e transformação em notícia), em detrimento de uma linha de intervenção mais repressiva e reativa.

72. Foram desencadeados 57 processos em 2011 relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, a grande maioria dos quais, 61,4 %, de iniciativa da ERC no âmbito das suas competências de acompanhamento regular da realização e divulgação de sondagens.

73. A taxa de encerramento dos processos em 2011 foi de 86 %, sendo o tempo médio de resolução dos procedimentos finalizados inferior a vinte dias.

74. No conjunto dos 42 processos desencadeados por queixa ou por iniciativa fiscalizadora da ERC, foi detetado um total de 88 situações passíveis de configurarem incumprimentos à Lei das Sondagens. A grande maioria das ocorrências analisadas relacionou-se com incumprimentos na publicação e interpretação de sondagens (art. 7.º da Lei das Sondagens) e na ficha técnica de depósito entregue à ERC pelas entidades credenciadas (art. 6.º da Lei das Sondagens).

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

75. A análise aborda o *universo* de programas emitidos em 2011 pelos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 tendo como principal objetivo caracterizar a programação da rádio pública num ano de emissão. Pretende-se, mais concretamente, atentar na oferta de cada um dos serviços de programas considerados, em função das linhas de orientação estabelecidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora (CCSPRS).

76. A análise produzida baseia-se na operacionalização dos conceitos de *género* e *funções na programação*, partindo-se de uma grelha de classificação que considera 6 grandes *categorias de programação (macrogénero)*, as quais se subdividem em 31 categorias de *género*. Os programas são também classificados atendendo às *funções* predominantes que visam prosseguir na sua relação com os públicos — *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

77. Do universo das grelhas de programação de 2011, foram recensados para análise:

- > **Antena 1** — **66 518** programas, correspondendo a **8 086h43m** de tempo total de emissão;
- > **Antena 2** — **9 126** programas, correspondendo a **8 480h18m** de tempo total de emissão;
- > **Antena 3** — **19 109** programas, correspondendo a **8 298h50m** de tempo total 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 o maior número de *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. A análise da diversidade dos grandes *géneros* de programação emitidos pela Antena 1, em 2011, revela que a *música* é o *macrogénero* mais destacado em termos de tempo de emissão, atingindo perto de **dois quintos** (38,3 %) do tempo total de programação daquele serviço de programas. Os programas *informativos* posicionam-se de seguida, representando mais de **um terço** (35,5 %) do total de horas emitidas.

80. Os conteúdos ligados ao **desporto também ganham maior relevo em número de horas emitidas** (11,0 %), **ultrapassando as temáticas culturais** (7,6 %). Para este cenário contribuem em boa medida as emissões das tardes de domingo, com o acompanhamento da jornada de futebol da liga portuguesa. *Institucional/religioso* é o tipo de programação que **ocupa menor número de horas de emissão** na Antena 1, com um peso de 3,1 % no total da programação. Quase ao mesmo nível são colocados os programas de *entretenimento* (4,4 %).

81. No que se refere à distribuição dos *géneros* com maior peso horário, salienta-se a presença de dois géneros pertencentes à categoria *música* nas três primeiras posições: *música de continuidade* (21,7 %) e *programas de música* (15,7 %), ocupando respetivamente a primeira e a terceira posições entre os conteúdos que reúnem o maior número de horas de emissão. Na posição intermédia entre estes dois géneros encontram-se os *noticiários* como segunda categoria com maior peso horário nas grelhas da Antena 1 (18,3 %).

82. A análise da presença das categorias de programas em cada um dos períodos horários mostra uma prevalência de géneros *informativos*, sendo os que ocupam maior porção do tempo total de cada faixa horária. Assim, **os *noticiários* preenchem mais de um quarto (27,0 %) da duração total do período 06h00–10h00, 36,1 % do período 12h00–17h00 e ultrapassam também um quarto (25,2 %) do tempo total emitido entre as 17h00 e as 20h00.** Na faixa horária 10h00–12h00, por seu turno, **a maior relevância cabe à *antena aberta* (34,0 %).** No horário da *noite* (20h00–22h59) **é a *transmissão desportiva* que reúne maior percentagem de tempo de emissão (37,8 %).** Já nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00, são os *programas de música* que assumem o destaque, com quase metade (49,4 %) da totalidade de horas de emissão deste período horário.

83. As grelhas deste serviço de programas encontram-se polarizadas em torno de duas *funções*, no que respeita à amplitude horária que atingem no conjunto do ano. *Entreter* é a *função* da programação que **ocupa metade (50,4 %) do tempo total de programação** da Antena 1, em 2011, ultrapassando as 4 mil horas de emissão. A segunda *função* mais importante é *informar* (43,6 %).

Antena 2

84. A Antena 2 é dos serviços de programas da rádio pública analisados aquele que denota menor diversidade de **gêneros radiofônicos**. Apesar de apresentar programas que se enquadram em cinco grandes **categorias de programação** — não apresenta conteúdos de desporto —, quando se consideram as 31 categorias de gêneros particulares, verifica-se que apenas 13 se encontram representadas. O baixo grau de diversidade identificado remete para a especificidade da Antena 2, com ênfase particular na divulgação dos gêneros de música clássica e erudita.

85. Considerando a distribuição dos programas pelas grandes **categorias de programação** radiofônica, resulta que perto de 9 em cada 10 horas emitidas recaem na categoria **música** (89,6%), representando quase 7 600 horas no total da emissão anual daquele serviço de programas. A categoria que soma a segunda maior porção de horas de programação — **culturais / de conhecimento** — representa apenas 5,4% do tempo total. Os programas **informativos** totalizam 4,9%.

86. A Antena 2 apresenta 13 **gêneros** de programas. **Música de continuidade (49,0%)** soma cerca de **metade do tempo total de emissão**. Os **programas de música** preenchem também uma parte considerável, com 29,8% das horas emitidas ao longo de 2011. Em terceiro lugar, os **espetáculos** atingem uma percentagem de 10,7% do tempo total. Consta-se, assim, a prevalência do **macrogênero música** (89,6%) com as três categorias que o compõem a serem as mais dilatadas no serviço de programas. Uma leitura sobre a composição das grelhas de programação da Antena 2 em cada período do dia mostra que os **programas de música dominam as grelhas entre as 6h00 e as 17h00**, representando 52,6% do tempo total de emissão entre as 6h00 e as 10h00, 93,4% das 10h00 às 12h00 e 67,9% do intervalo 12h00–17h00.

87. Nos dois períodos seguintes, destaca-se a duração dos **espetáculos, ultrapassando os três quintos do tempo total de emissão** de cada período: 62,4% no intervalo 17h00–20h00 e 60,1% entre as 20h00 e as 23h00. Nas manhãs, entre as 6h00 e as 10h00, os programas de **debate/entrevista ocupam mais de um terço (34,7%) do tempo de emissão**, colocando-se na segunda posição dos gêneros mais emitidos no período referido. Entre as 10h00 e as 12h00, são os **noticiários** que representam o segundo gênero mais emitido, mas com uma presença que não ultrapassa os 5,9%, na sequência da hegemonia quase total **dos programas de música**, acima referida.

88. A programação da Antena 2 apresenta como **função por excelência entreter**, somando 85,5% da duração total da programação emitida em 2011. Este predomínio tão acentuado deixa as restantes funções muito distantes. Deste modo, a função **informar**, segunda mais importante em matéria de duração, representa apenas 8,6%

das horas emitidas por este serviço de programas. De destacar ainda que nas grelhas da Antena 2, **formar** é uma **função** assumida em grande parte pelos **programas de música** (71,0%), 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

89. A programação da Antena 3 compreende as seis grandes categorias de **gêneros** de programas (**informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural / de conhecimento e institucional/religioso**), mostrando, assim, um certo grau de diversidade nos conteúdos que veicula.

90. Da aplicação da grelha de **31 gêneros** radiofônicos resulta que a Antena 3 emite programação enquadável em **16** deles. São, contudo, os gêneros associados à **música** que mais de destacam nas suas grelhas de programação, o que vai ao encontro da sua vocação enquanto emissão destinada aos públicos mais jovens no contexto da rádio pública.

91. Em 2011, **música** é o **gênero** mais emitido pela Antena 3, colocando-se bem **acima dos quatro quintos** (85,9%) do tempo total de emissão. O **entretenimento** é a segunda categoria de programas com maior relevo horário, **não atingindo um décimo da programação** (9,1%). **Informativos** (2,6%), **culturais / de conhecimento** (1,8%), **desportivos** (0,5%) e **institucionais/religiosos** (0,1%) apresentam percentagens de duração diminutas.

92. Olhando para a listagem de **16 gêneros** presentes na programação da Antena 3, verifica-se que o mais destacado ao nível da duração é **programa de música, que ocupa quase três quintos** (56,7%) de horas emitidas pela Antena 3, seguindo-se a **música de continuidade** (28,0%). Atendendo à grande prevalência dos dois gêneros referidos, os restantes apresentam-se muito distantes: o terceiro gênero mais importante é o **talk show** (5,7%), seguindo-se os **noticiários** (2,0%).

93. **Programa de música** é o **gênero** predominante em todos os períodos horários, destacando-se sobretudo nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00. Nas primeiras horas das manhãs atingem quase metade (49,4%) da programação, seguindo-se os **talk shows** (29,3%). A porção alcançada por estes dois **gêneros** relega para percentagens acentuadamente mais baixas os restantes **gêneros**: na terceira posição surge o **humor**, com 6,1% do tempo total. As grelhas do horário da noite dividem-se apenas entre **programas de música** (93,0%) e **espetáculos** (7,0%). Na **noite/madrugada** (23h00–05h59), ainda que se registre a presença de outros gêneros, o predomínio dos **programas de música** surge ainda mais acentuado, com 97,6%, o que significa que as restantes categorias se apresentam residuais.

94. A função *entreter* é a mais significativa no conjunto da emissão da Antena 3, em 2011. Saliente-se o predomínio quase total quando considerada a duração, atingindo 95,0 % do tempo total de emissão, atingindo perto de 7 900 horas no conjunto do ano. *Informar*, a segunda função com maior porção de tempo, recua para 4,1 % das horas emitidas, mercê da grande prevalência de *entreter*. *Formar* (0,8 %) e *promover/divulgar* (0,1 %) são as funções menos relevantes na Antena 3. A função predominante na programação da Antena 3 (*entreter*) cumpre-se essencialmente através da emissão de *programas de música* (59,7 %), seguindo-se a *música de continuidade* (29,5 %).

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011: TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RÁDIO-DIFUSÃO SONORA; ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RÁDIO-DIFUSÃO; DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

95. No universo total de 330 serviços de programas de âmbito local apurado no final do ano de 2011, foram deliberados 318 pedidos de renovação, dos quais 307 foram autorizados e concluiu-se no sentido da não renovação de onze, dada a ausência de condições para a renovação. Das onze situações de não renovação, cinco foram impugnadas, encontrando-se o processo judicial em curso, sendo que apenas em duas delas foi determinada judicialmente a suspensão da eficácia da deliberação, pelo que até ao termo do contencioso judicial, os operadores mantêm todos os seus direitos e obrigações.

96. No ano em análise, foram desencadeadas 107 ações de fiscalização a operadores de radiodifusão local, concluindo-se que 63 % das ações efetuadas foram desenvolvidas na sequência do plano de fiscalização anualmente elaborado.

97. As ações de fiscalização desenvolvidas tiveram por base a verificação de irregularidades nos serviços de programas visados, sendo as mais significativas referentes à ausência conteúdos radiofónicos diversificados dirigidos a vários tipos de públicos e de conteúdos direcionados à área de licenciamento do operador.

98. No âmbito das alterações registadas nos projetos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, assistiu-se, em 2011, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respetivos projetos radiofónicos, visando a sua adaptação a modelos preexistentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projeto aprovado (12), assim como a alteração de denominação dos serviços (13) registados ao longo do ano. Tais alterações foram ainda motivadas pela eliminação dos limites à classificação dos

serviços de programas, consagrados no art. 27.º da Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, não estabelecendo a Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, qualquer restrição nesse domínio, assistindo-se, em 2011, à conversão em temático de oito serviços de programas.

99. Em 2011, as alterações introduzidas pela Lei n.º 54/2010, que revogou a Lei n.º 4/2001 (Lei da Rádio), no que concerne à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de atividade de radiodifusão, bem como às limitações de participações e titularidade de licenças, conduziu à verificação de uma tendência de sentido inverso à registada em anos anteriores, com um aumento de cinco para quinze pedidos de alteração de domínio e dois pedidos de cessação do serviço de programas e respetivas licenças.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

100. No decurso do ano de 2011 registou-se a monitorização média de cento e trinta e seis serviços de programas através do sistema automático de quotas de música, dos cento e oitenta e dois operadores ativos.

101. Tendo por base as diversas formas de monitorização desenvolvidas, foram observados cento e sessenta e três serviços de programas, o que corresponde a 40,8 % do universo das rádios licenciadas.

102. Dos operadores ativos, no que respeita a serviços de radiodifusão locais e de acordo com os dados recebidos, mais de 80 % dos mesmos cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

103. Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos estados-membros da União Europeia, uma percentagem superior a 90 % das rádios locais cumpre este requisito.

104. Verificaram-se, em alguns meses do ano, registos na aplicação de desvios dos valores percentuais nos serviços de radiodifusão nacionais privados e regional sul, que se encontram sob monitorização e correção.

105. Verificou-se um aumento nos valores percentuais gerais de cumprimento de quota dos serviços locais face ao ano anterior.

106. Encontram-se isentos de cumprimento de quota quinze serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no art. 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o regulamento da ERC cuja programação assenta nos géneros *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA — SERVIÇO PÚBLICO

107. Em matéria de **difusão da música portuguesa**, a **Antena 1** cumpriu as exigências previstas no art. 42.º da Lei da Rádio, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h00 e as 20h00, tendo sido registado, no ano de 2011, entre agosto e dezembro percentagens superiores a 90 %, ultrapassando os valores registados nos três anos anteriores.

108. 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, situou-se sempre acima dos 80 %, mantendo-se a constância deste percentual observada desde 2009.

109. A **Antena 3**, ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, situou-se acima dos 40 % nas 24 horas de emissão, constatando-se uma variação positiva na média do segundo semestre de 2011, superior às observadas em 2008, 2009 e 2010.

110. 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, embora apresente médias semestrais inferiores às observadas em 2010, mantém valores acima dos 60 pontos percentuais, previstos na Lei da Rádio.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE

NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO — RTP1, RTP2, RTP INFORMAÇÃO, SIC E TVI

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

112. Em 2011, a análise incidiu num total de 58 947 programas que somaram 36 399h34m de emissão. A distribuição desse total de programas é a que em seguida se elenca.

- > **RTP1: 6 908** programas, correspondentes a **6 981h22m** de duração.
- > **RTP2: 21 789** programas, correspondentes a **8 437h08m** de duração.

- > **RTP Informação: 14 738** programas, correspondentes a **8 245h57m** de duração.
- > **SIC: 7 402** programas, correspondentes a **6 247h33m** de duração.
- > **TVI: 8 110** programas, correspondentes a **6 487h34m** de duração.

RTP1

113. Considerando as macrocategorias de análise, verifica-se que a RTP1 privilegiou os programas *informativos*, seguidos da *ficção* e do *entretenimento*. As três categorias de género são largamente dominantes, representando, em conjunto, 87,0 % do tempo total de emissão deste serviço de programas.

114. Uma análise mais pormenorizada das características da programação da RTP1 revela que este serviço de programas se destaca com o maior número de *géneros televisivos* abrangidos, apresentando 32 de entre os 39 considerados na análise.

115. Com vista a apurar a diversidade dos conteúdos oferecidos, foi aplicada uma grelha de 39 categorias de *género* à totalidade da programação emitida em 2011. Na RTP1, os *magazines informativos* (17,3 %) são o *género* que apresenta maior peso, em tempo de emissão.

116. No que respeita a *géneros* ausentes, na RTP1 regista-se a inexistência de quatro tipos de conteúdos pertencentes à categoria dedicada aos mais jovens — *curso/jogo infantojuvenil*, *telenovela infantojuvenil*, *informação infantojuvenil* e *estúdio/apresentação* — bem como de edições de *comentário*, *comentário desportivo* e *reality shows*.

117. Em termos da análise das *funções* desempenhadas primordialmente pelos conteúdos difundidos, verifica-se a preponderância da função *entretener*. Na RTP1 *entretener* ultrapassa os três quintos da duração total (61,2 %) das grelhas de 2011. A função *informar* sucede a esta primeira.

118. As funções *formar* e *promover/divulgar* são as menos relevantes nas grelhas da RTP1. A primeira agrega 1,9 % do tempo total de emissão e a segunda 2,6 % desse mesmo total anual.

119. As grelhas anuais da RTP1 revelam a presença de 21 géneros durante o denominado horário nobre — 20h00–23h00 —, sendo o *serviço noticioso* o género mais frequente (30,6 %) e o mais dilatado no tempo (34,5 %). Destaca-se ainda as presenças de *concursos/jogos* (23,2 %) e de *reportagens* (9,1 %).

120. Um olhar geral sobre as *funções* da programação em horário nobre mostra que, na RTP1, cerca de metade (50,2 %) dos programas exibidos entre as 20h00 e as 22h59 prosseguem a finalidade de *informar* os públicos. Seguem-se os programas cuja principal orientação

é *entreter* (41,2 %). As duas *funções* correspondem a cerca de nove em cada dez programas exibidos (91,4 %). Em termos de duração, esta proporção é ainda mais acentuada, já que o conjunto dos dois géneros representa 97,6 % do tempo total de emissão.

121. Na RTP1, são os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos* que asseguram a maior fatia da programação de índole informativa, correspondendo a 84,6 % do total de programas de informação e a 89,5 % da duração da categoria. Inversamente, assinala-se em 2011 a ausência de programas autónomos de *comentário* das grelhas da RTP1.

122. Em termos da programação dirigida aos públicos mais novos, constata-se que a RTP1 exibiu, em 2011, o número mais reduzido de programas deste género de entre os quatro serviços de programas analisados, correspondendo-lhe também o menor número de horas de exibição e concentrando-os nos fins de semana. Em frequência, prevalecem os programas *educativos* para os mais novos; em duração é maior o peso dos *desenhos animados*. Apesar da escassez de programação dedicada aos mais novos, a RTP1 ofereceu programas que cumprem as *funções entreter e formar* — a exceção é *informar*.

123. A análise da diversidade de conteúdos de cultura e conhecimento na RTP1 revela a sua baixa incidência no cômputo da programação exibida em 2011, com a presença de 419 programas. Neste capítulo destaca-se a frequência do género *documentário*, seguido de *artes e média*. Em duração, estes últimos são mais relevantes, surgindo depois a exibição de *espetáculos* e os *documentários* em terceiro lugar.

124. Em 2011, a RTP1 contou com três programas destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários, num total de 265 exibições anuais. Os programas correspondem aos géneros: *institucional, educativo e religioso*.

RTP2

125. A análise das grelhas de programação da RTP2 espelha o destaque conferido às categorias *infantojuvenil, informativa e cultural / de conhecimento*. Em conjunto as três atingem 72,3 % do tempo total de emissão. Destaca-se neste contexto sobretudo a relevância horária da programação destinada ao público mais jovem (31,3 %) e da programação de índole cultural (16,0 %). Os programas *informativos* representam 25,0 % do tempo total de emissão deste canal.

126. A análise mais fina das categorias mostra que a RTP2 exibiu programas que se incluem em 31 dos 39 *géneros* considerados na análise. No segundo canal do operador de serviço público, os *desenhos animados* são a categoria de programas mais emitida em 2011, correspondendo a 16,8 % do tempo total daquele serviço de programas.

127. Na RTP2, é ao nível da programação de *entretenimento* que são detetadas mais categorias ausentes: *concurso, reality show, variedades e outro (entretenimento)*.

128. *Informar* figura como o objetivo principal dos conteúdos emitidos na RTP2 ao longo de 2011, totalizando 39,3 % do tempo total de emitido pelo canal. No caso da RTP2, a função *entreter* ocupa a segunda posição, com 36,7 % das horas de emissão.

129. Verifica-se que os programas que prosseguem a função *formativa* encontram maior peso na programação da RTP2, atingindo perto de um quinto (19,7 %) da programação total do serviço de programas. Também é neste serviço de programas que se verifica maior prevalência da função *promover/divulgar* (4,4 %), por comparação com os restantes.

130. A análise da programação oferecida no horário nobre de 2011 revela que a RTP2, que inclui 23 categorias de géneros televisivos, detém a oferta mais diversificada durante a faixa horária. A programação para os mais novos, com os *desenhos animados*, lidera na faixa horária (17,0 %), seguindo-se os blocos *noticiosos* (12,4 %) e *documentários* (11,7 %). Este último género é aquele que atinge a maior percentagem de tempo da faixa horária 20h00–22h59 (30,0 %).

131. Em 2011, a programação de horário nobre da RTP2 desempenha, sobretudo, três *funções*: *entreter* (38,3 %) *informar* (31,4 %) e *formar* (25,8 %). Em matéria de duração, a ordem de importância inverte-se ganhando relevo a função *formar* (36,2 %), que antecede os conteúdos destinados a *entreter* (31,8 %) e a *informar* (29,8 %).

132. Ao nível dos programas de informação afere-se que a RTP2 privilegia os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos*, que acumulam 90,0 % da duração total dos conteúdos informativos exibidos ao longo de 2011. Em assiduidade, os *magazines* são ultrapassados pelos *boletins meteorológicos*, que apresentam um formato de menor duração mas são mais prolixos nas grelhas de emissão. Ainda assim, também aqui os *serviços noticiosos* mantêm a sua posição de liderança. A RTP2 garante a presença, em maior ou menor grau, de todos os géneros informativos considerados na presente análise.

133. A RTP2 é dos quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto aquele em que os públicos mais novos podem encontrar maior diversidade e maior oferta de conteúdos. Cerca de metade das exibições de programas infantojuvenis na RTP2 corresponde a *desenhos animados* (45,7 %), sendo também este o género que, no cômputo geral, proporciona mais horas de emissão (53,7 %). Os *educativos infantis/juvenis* ocupam a segunda posição, com 31,7 % e 30,5 %, respetivamente.

134. A programação infantojuvenil da RTP2 cumpre a tríade clássica de funções de programação televisiva: *entreter, formar e informar*.

135. A exibição de conteúdos ligados à cultura e ao conhecimento encontra na RTP2 o palco privilegiado para a sua exibição. O serviço de programas exhibe todos os subgéneros contemplados na categoria *culturais / de conhecimento*, em ambos os períodos semanais e em quase todos os períodos horários (as exceções são *artes e média e espetáculos* durante as manhãs). O *documentário* é o género frequente e o mais dilatado no tempo. A *informação cultural* corresponde ao segundo tipo de programas mais difundidos, também nas duas variáveis.

136. É na RTP2 que é transmitida a esmagadora maioria da programação destinada à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários, num total de 676 edições anuais. Entre os títulos oferecidos incluem-se programas a cargo de confissões religiosas minoritárias presentes em Portugal. A RTP2 disponibiliza também conteúdos de cariz *institucional, magazines informativos* e um bloco noticioso, para além de incluir conteúdos de índole cultural.

SIC

137. Em 2011, a SIC apresenta como três categorias dominantes a *ficção*, os géneros *informativos* e o *entretenimento*. Em conjunto, representam 84,6 % da totalidade das horas de emissão deste serviço de programas, com predomínio para a *ficção* (34,1 %). Os programas de *informação* e os de *entretenimento* surgem muito próximos em termos de peso nas grelhas da SIC, rondando um quarto do tempo total emitido pelo serviço de programas, respetivamente 25,3 % e 25,1 %.

138. A programação *infantojuvenil* assume um posicionamento importante no contexto da programação do serviço de programas, surgindo na quarta posição no que respeita à variável duração (11,9 %).

139. A menor representatividade diz respeito aos conteúdos de cariz *institucional/religioso* (0,2 %).

140. A desagregação dos macrogéneros em subcategorias de género revela que a SIC exibiu, em 2011, programas de 30 géneros diferentes, destacando-se os *serviços noticiosos* como aqueles que ocupam maior tempo de emissão (23,9 %).

141. A SIC não inclui nas suas grelhas quatro categorias de programas *infantis/juvenis* (curso/jogo, educativo, informativo e outro), assim como *comentário, boletim meteorológico e ciência*, entre outros.

142. *Entreter* é a função desempenhada pela grande maioria da programação exibida pela SIC, atingindo os 71,9 %. *Informar* é a segunda função mais representada. No polo oposto, *formar* fica pelos 1,7 % e *promover/divulgar* alcança apenas 0,1 % do tempo total da programação.

143. O horário nobre da SIC foi palco da exibição de 21 géneros televisivos, destacando-se o *serviço noticioso* (33,9 %). As *telenovelas*

(15,8 %) e os *reality shows* (13,9 %) completam a tríade de géneros com maior número de exibições no horário nobre da SIC. Em duração, o *serviço noticioso* destaca-se ainda mais nas grelhas de emissão da SIC (52,5 %).

144. A programação de horário nobre da SIC prossegue duas funções: *informar* e *entreter*, destacando-se esta última, com 53,7 % dos programas exibidos entre as 20h00 e as 22h59. *Informar* cumpre-se através de 46,3 % dos programas. Inversamente, 55,1 % do tempo de programação corresponde a programação de índole informativa.

145. A análise específica da programação informativa demonstra que a SIC assegura a informação dos públicos através de *serviços noticiosos* e de *magazines informativos*. Contrariamente verifica-se que a SIC não exibiu programas de *comentário* autónomos relativamente aos blocos noticiosos, nem *informação meteorológica*, assim como foi reduzida a presença de *debates* (n = 2) e de *entrevistas* (n = 2) nas suas grelhas de 2011.

146. A programação infantojuvenil presente nas grelhas de emissão da SIC baseia-se sobretudo em *desenhos animados* (47,8 %), *ficção* (24,6 %) e *telenovelas infantojuvenis* (18,6 %). Em duração, as *telenovelas* suplantam os demais géneros, seguindo-se os *desenhos animados* e a *ficção infantojuvenil*. A função *entreter* apresenta-se como exclusiva no universo da programação infantojuvenil transmitida em 2011.

147. Quanto à categoria *cultural / de conhecimento*, observa-se que a SIC privilegia os *documentários*, que se destacam em número e em duração. A *informação cultural* é o segundo género mais frequente e *humanidades* o mais destacado em tempo de emissão.

148. Em termos dos programas destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários, a SIC transmitiu durante todo o ano o *magazine informativo* Etnias. O *magazine* é exibido aos sábados, a partir das 6h00.

TVI

149. Com opções de programação semelhantes às da SIC, a análise das grelhas da TVI permite observar a prevalência das mesmas três categorias: *ficção*, *entretenimento* e programas *informativos*. A categoria com maior percentagem de horas emitidas é a *ficção* (31,0 %), surgindo em segundo lugar o *entretenimento* (28,7 %). Os conteúdos *informativos* ficam relegados para a terceira posição no contributo para a composição da programação da TVI, com cerca de um quarto (24,4 %) da duração total das grelhas do serviço de programas.

150. Na TVI, os conteúdos com menor peso horário correspondem a programas inseridos na classificação de *culturais / de conhecimento* (1,2 %).

151. Em termos da leitura desagregada dos macrogéneros, verifica-se que a TVI exibiu 30 géneros de entre os 39 contemplados na análise. O destaque pertence aos *talk shows*, com uma percentagem de 16,3 %, superiorizando-se a duas categorias de informação: os *magazines informativos* (12,0 %) e os *serviços noticiosos* (11,9 %).

152. A programação da TVI não regista programas autónomos de *comentário*, *humanidades*, *ciência*, *educativos* e, tal como na SIC, quatro géneros de programas dedicados às faixas etárias inferiores: *concurso/jogo infantojuvenil*, *informação infantojuvenil*, *estúdio/apresentação* e *outro infantojuvenil*.

153. Na TVI a relevância da função *entretener*, no total anual da duração da sua programação, é de 71,5 %, prevalecendo assim nas grelhas de emissão. Segue-se a função *informar*. *Formar* e *promover/divulgar* são as funções mais restritas na programação da TVI, com respetivamente 1,1 % e 1,8 % do tempo total de emissão.

154. A análise do horário nobre da TVI indica que, em 2011, este operador privado de televisão ofereceu conteúdos correspondentes a 14 géneros televisivos, destacando-se as *telenovelas* (33,6 %). O *serviço noticioso*, com 32,8 %, ocupa o segundo posto seguido de programas de cariz *institucional*, como o sorteio do Euromilhões (13,6 %). Quando se atenta na duração dos programas, são os *serviços noticiosos* que passam a dominar, alcançando perto de metade da variável (49,7 %).

155. A TVI apresenta *informar* e *entretener* como as funções da programação prevalecentes no horário nobre. A finalidade *informar* corresponde a 54,9 % e *entretener* a 45,1 % dos programas emitidos no período 20h00–22h59. Em número de horas de emissão, a distribuição apresenta-se mais equilibrada, com 51,9 % das horas de programação a terem como principal objetivo a informação e 48,1 % a visarem o entretenimento.

156. A informação na TVI é veiculada sobretudo pela exibição de *magazines informativos* e *serviços noticiosos*. Neste operador privado de televisão não se identificou a existência de espaços autónomos de *comentário*, verificando-se uma baixa incidência de programas de *entrevista* (n = 1), de *reportagem* (n = 2) e de *debate* (n = 2), no decurso do ano em análise.

157. Da análise específica da programação infantojuvenil da TVI identifica-se a prevalência das *telenovelas* especializadas. Em duração, estes conteúdos são superados pela *ficção infantojuvenil*. Identificam-se as funções *entretener* e *formar* e a ausência da função *informar*.

158. A *informação cultural* foi o género mais frequente no leque da programação da TVI classificada como *cultural / de conhecimento*, seguindo-se os *documentários*. Em duração, a liderança coube aos

espetáculos, secundados pelos programas de *informação cultural*. Na TVI, a promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários na sociedade portuguesa ganha expressão na exibição do *magazine informativo* Todos Iguais, cuja exibição ocorre semanalmente, às segundas-feiras, depois das 6h00. Adicionalmente, em 2011, a TVI emitiu a peregrinação anual dos migrantes.

RTP Informação

159. Em 2011, a RTP Informação apresentou mais de 14 mil programas nas suas grelhas de emissão, aos quais corresponderam 8 245h57m14s em antena. Sendo um canal vocacionado para a informação, a categoria de géneros televisivos que condensa todos os conteúdos e formatos *informativos* apresenta-se como a mais relevante no decorrer do ano, congregando 68,7 % dos programas exibidos e 82,1 % da duração total dos mesmos.

160. A programação relativa às temáticas *culturais / de conhecimento* surge como a segunda mais relevante em números de exibições. Em termos de duração são os programas *desportivos* que ocupam essa posição.

161. A desagregação da programação televisiva de acordo com as subcategorias de género é reveladora da preponderância dos *serviços noticiosos* nos alinhamentos diários da RTP Informação — correspondem a mais de um terço dos programas exibidos (34,4 %) e perto de metade das horas de emissão (47,4 %). Os *magazines informativos* surgem no seu encaixe. Em tempo de emissão há ainda a destacar a influência dos programas autónomos de *debate*, ao passo que em frequência a atenção recai nos *educativos*.

162. Analisando a programação da RTP Informação na perspetiva dos géneros com menor visibilidade, afere-se que 18 dos 23 géneros exibidos ao longo de 2011 tiveram um peso relativo de duração inferior a três pontos percentuais do total. O estudo da duração dos programas revela que os géneros com durações mais reduzidas foram os *talk shows*, com apenas três exibições, e os *religiosos*, com apenas uma exibição. Também os *boletins meteorológicos*, mercê do seu formato habitualmente mais reduzido, se encontram entre os géneros com uma expressão temporal mais limitada.

163. Tratando-se de um canal em que a informação tem um papel fundamental nos alinhamentos de programação, as demais categorias de género adquirem expressão em intervalos específicos: os programas *culturais / de conhecimento* foram mais relevantes nas manhãs, sobretudo em número de exibições (32,1 % para 7,1 % da duração do período horário), e no horário nobre (28,0 % e 13,5 %, respetivamente). Nas tardes e noites/madrugadas os programas *culturais / de conhecimento* mantiveram-se na esteira dos *informativos*, embora em duração tenham sido ultrapassados pelos *desportivos*.

164. A natureza da RTP Informação assegura a hegemonia da função *informar* nos diferentes conteúdos difundidos. Mais de 93,1% da duração dos programas visa a transmissão de informação. *Formar*, a segunda função mais prolongada nas emissões da RTP Informação, alcança os 3,5%, *entreter* fica-se pelos 3,1% e *promover/divulgar* pelos 0,3%.

165. Cerca de um quinto dos programas da RTP Informação corresponde a reexibições de programas que já haviam integrado as grelhas de emissão no decurso do ano (21,8%). O horário da noite/madrugada é o mais propenso à reexibição de programas, situando-se o horário nobre no extremo oposto.

166. Sendo a programação *informativa* a mais frequente, cabe-lhe também o lugar de categoria com o maior número absoluto de reexibições. Todavia, a análise isolada de cada categoria de género demonstra que é dentro dos programas de *entretenimento* que acontecem mais repetições, sobretudo de programas de *infotainment* (61,7% deste género corresponde a reexibições) e de *humor* (com uma proporção de 59,5% reexibições).

167. Também a *informação desportiva* (com 57,2%), o *comentário desportivo* (54,8%) e os programas *institucionais* (53,1%) revelam uma maior inclinação para serem reintegrados nas grelhas de emissão. A lista dos géneros menos reexibidos é encabeçada pelos *documentários*, com apenas 6,1% de reexibições, seguidos dos *serviços noticiosos* (7,2%) e de *entrevistas* (10,3%).

ANÁLISE EVOLUTIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DA RTP1, RTP2, SIC E TVI EM 2008, 2009, 2010 E 2011

168. Na monitorização anual referente a 2011 analisa-se uma amostra de peças emitidas nos blocos informativos do horário nobre do Telejornal, Jornal 2 / Hoje², Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8³, seguindo o mesmo⁴ método dos relatórios anteriores.

169. Em 2011, a monitorização dos **184 blocos informativos** distribuiu-se por 46 edições de cada serviço informativo de horário nobre — **Telejornal, Jornal 2 / Hoje, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8** —, nos quais foram identificadas **4 731 peças**. Quanto à distribuição por mês, verifica-se a maior **concentração de peças em novembro (446)** e o menor número (294) em julho. O acréscimo de peças em agosto pode explicar-se pelo destaque dado aos confrontos em Londres e ao conflito armado na Líbia.

170. O Jornal da Noite é o que apresenta peças com uma *duração média* superior, e o Telejornal a mais reduzida. Quanto à *duração média* diária dos blocos informativos, o Jornal da Noite e o Jornal Nacional / Jornal das 8 ultrapassaram a hora de emissão, e o Telejornal mantém os 50 minutos. Nos blocos informativos da RTP2 (Jornal 2 / Hoje), a *duração média* é de 38 minutos.

171. Evidencia-se a cobertura jornalística de acontecimentos ou problemáticas reportadas em continuidade, nos denominados **casos ou dossiês**. Além do acompanhamento diário da atualidade, os serviços de programas televisivos destacam questões para as quais criam uma denominação-chave que facilita a sua identificação, e que vão sendo repescadas periodicamente, mantendo-se na agenda informativa durante dias, semanas e meses, ou mesmo anos.

172. Em 2011, entre os casos incluídos na agenda mediática destaca-se o **déficé público português** e a ação governativa, partidária e social paralela, incluindo abordagens através de histórias de vida e o posterior acordo de ajuda financeira externa. A **crise financeira** assumiu-se como o pano de fundo de peças com enfoques abrangentes em domínios da vida nacional e internacional, enraizados sobretudo na União Europeia.

173. Os temas de agenda mediática sobre *crimes e violência* e *casos de justiça* abarcam frequentemente, em simultâneo, os domínios das atividades judiciais e da esfera jurídica. Nesta amostra de 2011, alguns crimes assumiram-se como paradigmáticos e transversais à agenda mediática dos serviços de programas, recaindo também na esfera judicial: **o caso Carlos Castro / Renato Seabra, a herança Feteira (Rosalina / Duarte Lima), o massacre/atentado na Noruega (caso Andres Breivik), e a violência em Londres / Reino Unido**. O caso **BPN** continuou a estar na agenda mediática, no âmbito da Comissão Parlamentar de Inquérito e da prisão de Vítor Raposo, ex-deputado e sócio do filho de Duarte Lima.

174. Outros *casos de justiça* são os julgamentos do ex-diretor-gerente do Fundo Monetário Internacional (FMI), Dominique Strauss-Kahn, e do autarca de Oeiras, Isaltino Morais, os processos Face Oculta, Vale e Azevedo, Freeport, Henrique Sotero, denominado pelos média como o violador de Telheiras, a ilibação da americana Amanda Knox e do seu namorado, acusados do homicídio de uma colega em Itália, os cegos do Hospital de Santa Maria, e envolvendo crianças como Rui Pedro e Mariluz. Entre os *acidentes e catástrofes naturais* destacou-se o sismo e incidente nuclear de Fukushima. Na política internacional, destacam-se as manifestações de celebração e os conflitos

² Foi contemplada na amostra de 2010, a partir do final de outubro, a análise de um novo bloco informativo na RTP2: Hoje. Esse bloco informativo surgiu na grelha da RTP2 no mesmo horário (22h00) do Jornal 2, o anterior bloco informativo considerado na análise, substituindo-o. Neste relatório apresentam-se os resultados obtidos para o total de peças acumuladas ao longo do ano nesses dois blocos informativos, daí que ambos apareçam sempre referidos nas tabelas e análises.

³ Em 6 de maio de 2011, o Jornal Nacional da TVI passou a designar-se Jornal das 8. Por esse motivo optou-se por adicionar a nova designação deste serviço à anterior.

⁴ Consultar capítulo deste relatório sobre a construção da amostra de peças da informação televisiva diária.

violentos no acompanhamento da Primavera Árabe em vários países islâmicos, estando mais presente a Líbia.

175. Na análise temática destaca-se em 2011: *política nacional, ordem interna e economia, finanças e negócios*, exceto no Telejornal e no Jornal da Noite, em que o *desporto* é o terceiro tema mais presente. O segundo lugar da *ordem interna* é justificado pela cobertura dos três blocos informativos (terceiro mais frequente no Jornal 2 / Hoje) aos assuntos relacionados com *acidentes e catástrofes e crimes e violência*.

176. As *atividades/propostas dos partidos políticos* destacam-se como o *subtema* que se evidencia na *política nacional*. O Jornal 2 / Hoje destaca-se em relação aos restantes serviços de programas na visibilidade que confere a este *subtema*. Este operador mantém o seu perfil internacional, já que dá maior cobertura aos *assuntos internacionais e comunitários*. A divulgação de *cultura* deixou de ser um dos seus elementos distintivos, provavelmente pela mudança editorial do Jornal 2 para o Hoje, e pelo fim da rubrica Cartaz, incluído desde 2011 num espaço informativo autónomo do bloco informativo, o diário Câmara Clara. O Jornal 2 / Hoje apresenta também uma representação da *cultura* inferior em 2011 face aos anos anteriores.

177. Um traço comum a todos os blocos informativos é o facto de existirem *temáticas* com um número residual de peças; em concreto, *urbanismo, ciência e tecnologia* (exceto no Jornal da Noite), *educação e crença e religião* (ambos exceto no Jornal Nacional / Jornal das 8), *defesa, população e grupos minoritários*.

178. A hierarquização e valorização dos *temas* nos alinhamentos dos serviços informativos reflete a representação *temática* acima elencada. Nas peças de *abertura da primeira parte* do Telejornal, do Jornal 2 / Hoje, do Jornal da Noite e do Jornal Nacional, as *temáticas* mais frequentemente representadas são a *política nacional* e a *ordem interna*. O Jornal 2 / Hoje, bloco informativo sem intervalo, destaca na abertura: *política nacional e economia, finanças e negócios*. Os assuntos desportivos, que também surgem entre os mais frequentes, tendem a ser mais representados na *abertura da segunda parte* dos blocos informativos do Jornal da Noite. Nas aberturas de segunda parte, o Telejornal realça a *ordem interna* e o Jornal Nacional / Jornal das 8 a *política nacional*.

179. A maioria das peças analisadas nos quatro serviços de programas generalistas *não tem promoção (teaser)*. As peças com *promoção* representam 22,7% do total. Os *temas* mais realçados com *promoções* são também os mais representados no conjunto dos alinhamentos. As peças de *política nacional* são as mais promovidas nos quatro blocos informativos, e a *ordem interna* em três blocos, exceto no Jornal 2 / Hoje. Neste, as peças pertencem a *economia, finanças e negócios, ordem interna e assuntos internacionais*.

180. Cerca de 5% dos blocos informativos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC e TVI fazem ligações em *direto* durante as peças, maioritariamente de acontecimentos de *política nacional, ordem interna, desporto e vida social*. Os serviços de programas públicos concedem este destaque sobretudo a *ordem interna, desporto e economia, finanças e negócios*, em detrimento de *vida social*, exceto no Jornal 2 / Hoje, em que este é o terceiro *tema* com mais *diretos*, a par de *assuntos comunitários*. No Jornal Nacional / Jornal das 8 e no Jornal da Noite, o *tema vida social* é o segundo e terceiro com mais *diretos*, respetivamente. Só nos blocos informativos de horário nobre dos privados é que houve ligações diretas ao exterior em *temas de cultura*.

181. O enfoque geográfico mais utilizado — em mais de 44% da amostra — é o *enfoque nacional* genérico, em todos os blocos informativos monitorizados. O Jornal Nacional / Jornal das 8 apresenta uma menor representação de conteúdos com *enfoque internacional* e é semelhante ao *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro*. As peças com *enfoque regional* são mais frequentes entre os serviços de programas privados. O *enfoque internacional* é o segundo mais presente, exceto no Jornal da Noite. Assim, no bloco informativo de horário nobre da SIC, o *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro* é o segundo mais presente e o *internacional* e o *regional* são os terceiros mais frequentes. O *enfoque geográfico* menos utilizado é o *enfoque internacional com o envolvimento do País*.

182. A proporção das peças que identificam e que não identificam um *local de ação nacional* é semelhante no conjunto da amostra. Quando se especifica um *local de ação*, a *Grande Lisboa* é a região mais referida em todos os blocos informativos, seguida pelas regiões *Centro e Norte*, com a mesma proporção.

183. Mais de 40% das peças remetem para uma ação num *país estrangeiro* e igualmente mais de 40% destas acontecem no *continente europeu*. Entre estes, salientam-se a *Espanha, o Reino Unido, a França e a Grécia*, seguidos da *Itália e Alemanha*, em conteúdos sobretudo acerca da crise financeira e dos planos de ajuda externa. O segundo continente mais referido no Telejornal, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8, é o *americano*, e, no Jornal 2 / Hoje, o *africano*. Nos serviços de programas televisivos que referem os *Estados Unidos da América (E.U.A.)* destaca-se *assuntos internacionais*, em peças sobre atentados terroristas, o lançamento da campanha às presidenciais e as homenagens às vítimas do atentado de 11 de Setembro. Regista-se uma presença significativa do *tema sistema judicial*, pela entrada na agenda mediática dos julgamentos de Dominique Strauss-Kahn, ex-diretor-gerente do FMI, acusado de violação, e de Renato Seabra, acusado da morte do colunista Carlos Castro. O *continente africano* é referido no Jornal 2 / Hoje no âmbito das revoluções contestatárias de regimes autoritários, designadas como Primavera Árabe. A presença do *continente asiático*, o quarto mais representado em todos os

blocos informativos do horário nobre, reflete a importância que o sismo e desastre nuclear de Fukushima assumiram na cobertura jornalística do ano. A *Oceânia* é o *local de ação* mais raro em todos os serviços informativos.

184. As fontes de informação da *política nacional* são as predominantes nos quatro noticiários, tendência mais acentuada nos serviços de programas públicos.

185. A maioria das peças de todos os blocos de horário nobre identifica as fontes de informação. Por outro lado, cerca de 11 % das peças analisadas não identificam a sua proveniência, sendo o Jornal 2 / Hoje e o Jornal da Noite os que transmitem a maior percentagem de *informação não atribuída*, e o Telejornal e o Jornal Nacional / Jornal das 8 a menor. Do conjunto de peças com *informação não atribuída*, destacam-se as de *ordem interna, desporto e economia, finanças e negócios*. O Jornal da Noite tem mais peças com *informação não atribuída* de *desporto, ordem interna e ambiente*; e o Jornal 2 / Hoje de *ordem interna, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*.

186. Do conjunto de fontes identificadas seguem-se as da *economia, finanças e negócios*, sobretudo no Jornal Nacional / Jornal das 8, e da *sociedade*, com proporções semelhantes, mas ligeiramente menos no Jornal 2 / Hoje. As fontes *confidenciais* surgem num número residual de peças, tal como as da *crença e religião, defesa, ambiente, população e grupos minoritários*.

187. O *Governo* é a categoria de fontes de *política nacional* mais consultada, nos quatro blocos informativos. O Jornal Nacional / Jornal das 8 é o bloco informativo que dá mais presença às fontes do *Governo*, e o Jornal da Noite, a menor. Os partidos políticos enquanto fontes de informação consultadas distribuem-se pela seguinte ordem: PS, PPD/PSD, PCP, BE e CDS-PP.

188. Há a tendência em todos os blocos informativos para identificar mais do que uma fonte de informação, portanto **as peças com fontes múltiplas são mais frequentes**. Sempre que há mais do que uma fonte identificada, **são consonantes em cerca de 20 %**.

189. Os *atores principais* mais representados provêm da *política nacional*, tendência comum a todos os blocos de horário nobre, mais marcada no Jornal 2 / Hoje. Os *políticos nacionais* com mais protagonismo são os *secretários-gerais e presidentes dos partidos, ministros e o primeiro-ministro*.

190. Independentemente da sua *pertença político-partidária*, os principais *atores* das peças intervêm **na qualidade de protagonistas diretos ou indiretos**, isto é, mediante transmissão do discurso pelo próprio ou da descrição das suas ações ou declarações.

191. Entre 8 % e 11 % das peças não têm um *protagonista* identificado.

192. Em termos globais, entre 59 % e 71 % dos *atores principais* são de *nacionalidade portuguesa* — sendo a informação da Jornal 2 / Hoje a que mais representa estrangeiros —, e na maioria *homens*, tendo as *mulheres* uma presença muito inferior.

193. No Telejornal, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8 a segunda categoria de *protagonistas* mais presente são os *desportistas*, com uma representação predominante de *treinadores e futebolistas*. No Jornal 2 / Hoje, os segundos *protagonistas* mais frequentes são da *comunidade internacional*, que aparecem em sexto e sétimo lugar nos restantes blocos informativos. Os *atores da sociedade* representam a terceira categoria mais presente em todos os noticiários. Em *comunidade internacional* — no Jornal 2 / Hoje — predominam os *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*. Em *sociedade*, destacam-se os *cidadãos adultos e manifestantes* (membros de movimentos cívicos e jovens árabes no âmbito do derrube de regimes totalitaristas).

194. Os *atores principais* de *crença e religião* (exceto no Jornal Nacional / Jornal das 8), *defesa, grupos minoritários, população e ambiente* protagonizam menos de 1 % das peças analisadas.

195. Os *protagonistas* da *política nacional* estão presentes em 43 % a 50 % das peças de abertura da primeira parte. Seguem-se os *atores* da *comunidade internacional*, entre 4,3 % e 13 %.

196. Foram identificados 167 *comentários*: 4 no Telejornal, 42 no Jornal 2 / Hoje, 32 no Jornal da Noite e 89 no Jornal Nacional / Jornal das 8. A maior frequência de *comentários* no Jornal 2 / Hoje e no Jornal Nacional / Jornal das 8 está relacionada com a presença de *comentadores* fixos semanais desses blocos informativos. O Jornal da Noite e o Jornal Nacional / Jornal das 8 diversificam mais os *temas de comentário/opinião* (oito e doze, respetivamente), e no Telejornal há apenas um *tema de comentário/opinião* (*política nacional*). O reduzido número de *comentários* impede a verificação de tendências, mas no Jornal 2 / Hoje, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8 os *temas* mais comentados são *política nacional e economia, finanças e negócios*.

197. Os *temas, fontes principais e protagonistas* mais representados são *política nacional, ordem interna, economia, finanças e negócios, sociedade e desporto*. A *política nacional* destaca-se nas três esferas de análise; a *sociedade*, nos *atores e fontes*; a *economia, finanças e negócios*, nos *temas e fontes*; e o *desporto*, nos *atores*.

198. As peças jornalísticas com *autopromoção* a produtos de *informação, de ficção, de entretenimento, ao site do operador e a outros/vários tipos* do próprio serviço de programas representaram 30 % do

total da amostra. O destaque da *autopromoção por remissão para o site do próprio operador* no rodapé móvel durante a transmissão das peças é mais comum no Telejornal. Os *outros ou vários tipos de autopromoção* destacam-se no Jornal 2 / Hoje, no Jornal Nacional / Jornal das 8 e Telejornal, incluindo referências a páginas em redes sociais e meios interativos. No Jornal da Noite, predominam as chamadas autopromocionais a conteúdos informativos transmitidos a seguir ao bloco.

199. Os *elementos opinativos* presentes no discurso do operador estão presentes num número reduzido de peças jornalísticas de todos os blocos informativos, em particular nos do Jornal 2 / Hoje, noticiário que regista menos peças com estes elementos. *Política nacional* é o tema com mais *elementos opinativos* nos blocos de horário nobre, sobretudo nos privados.

200. Na maioria das peças jornalísticas transmitidas pelos blocos informativos dos quatro serviços de programas generalistas não se identificam interesses atendíveis pelo que o indicador *princípio do contraditório* não é aplicável (73 %). Nos restantes 30 % em que essa necessidade foi identificada, há mais peças com o *contraditório na própria peça*, do que *sem contraditório*, apesar de a diferença não ser superior a 2 %. Em terceiro lugar, o *contraditório existe no bloco e não na própria peça*.

201. As *menções positivas a empresas / bens e serviços* aumentaram em três blocos informativos, sendo mais presentes no Jornal da Noite. A exceção é o Jornal 2 / Hoje. Estão tendencialmente relacionadas com assuntos de *economia, finanças e negócios*, e no Jornal da Noite também predominantemente com a *comunicação*.

AMOSTRA EVOLUTIVA DE 2008, 2009, 2010 E 2011

202. A composição das quatro amostras resulta do mesmo método, com exceção do bloco informativo de horário nobre Jornal 2 / Hoje, por só ter começado a ser analisado em 2009. Em 2010, foram monitorizados dois formatos do bloco informativo de horário nobre da RTP2 — Jornal 2 e Hoje, este último a partir de outubro. O bloco informativo de horário nobre da TVI, Jornal Nacional, passou também por uma reformulação de formato que culminou no lançamento do Jornal das 8 a 6 de maio de 2011.

203. Os serviços de programas privados SIC e TVI tendem a apresentar blocos informativos com *duração média* de mais de uma hora de emissão, o Telejornal dura cerca de cinquenta minutos e o Jornal 2 / Hoje, 40 minutos. Os blocos informativos são mais longos pela apresentação de maior número de peças, sendo que estas duram, em média, *entre um e três minutos*, sendo o Jornal Nacional / Jornal das 8 o que apresenta as mais longas.

204. Os casos ou dossiês que permanecem na agenda mediática dos blocos informativos de horário nobre desde 2009 (ano em que se introduziu esta variável) são o **BPN** (em todos os blocos informativos do horário nobre, sobretudo no Jornal Nacional / Jornal das 8), **a Gripe A** (mais no Telejornal e no Jornal da Noite), **os processos Freeport** (sobretudo nos privados) e **Face Oculta** (em todos os serviços de programas).

205. Num segundo nível, registre-se a profusão de peças nos casos de agenda sobre déficit público português (com destaque para o Jornal Nacional / Jornal das 8 e o Telejornal), a crise financeira na Grécia (mais no Jornal 2 / Hoje, Jornal Nacional / Jornal das 8 e no Telejornal) — concentradas em 2010 e 2011 —, a revolta no mundo árabe, tensão na Líbia (nos blocos informativos do operador público), e o FMI/troica em Portugal, estes dois últimos só em 2011 (ambos mais destacados no Jornal Nacional / Jornal das 8 e no Telejornal, embora com uma diferença reduzida em relação aos outros blocos analisados, o que pode dever-se aos dias incluídos na amostra).

206. A presença do BPP (Banco Privado Português), do julgamento Casa Pia e do desaparecimento de Maddie McCann nas agendas mediáticas expirou em 2011, depois de dois anos de intensa cobertura jornalística; os primeiros casos, sobretudo nos privados, e o último, no Telejornal e no Jornal da Noite.

207. *Política nacional, ordem interna e desporto* são as temáticas dominantes em todos os blocos informativos de horário nobre monitorizados entre 2008 e 2010, à exceção do Jornal 2 / Hoje. Em 2011 a *economia, finanças e negócios* foi o segundo tema mais presente no Jornal 2 / Hoje e o terceiro no Jornal Nacional / Jornal das 8 — tema que, no contexto de crise financeira, tinha vindo a adquirir uma importância progressiva —, e *desporto*, o quarto tema mais representado neste último bloco informativo. Em 2009 e 2011, o volume do tema *política nacional* reflete a existência de vários momentos eleitorais. Nas amostras de 2008 e 2010, a *política nacional* mantém-se como a mais presente, mas com uma representação mais próxima dos temas *ordem interna e desporto*. No Jornal da Noite, entre 2008 e 2010, a *temática* mais frequente variou entre *ordem interna* (em 2008 e 2010) e *política nacional* (2009), e o *desporto* foi o terceiro tema mais presente.

208. A tendência de diminuição de peças de *assuntos internacionais* que se vinha a verificar desde 2008 inverteu-se em 2011 com o aumento da *temática* nos quatro serviços de programas. O bloco informativo com uma representação superior desta *temática* é o Jornal 2 / Hoje, e com uma representação menor, o Jornal da Noite. O *subtema* destacado é *conflitos armados*. Em 2011, o tema refletiu o destaque da fase inicial da Primavera Árabe, que envolveu momentos de revolta e conflitos entre os governos vigentes e os grupos opositores e manifestantes, em vários países, como a Líbia, Tunísia, Egito, sendo a primeira região a mais presente nos blocos informativos de horário nobre.

209. O *tema desporto surge entre os mais frequentes, sendo que entre 80 % a 90 % das peças estão relacionadas com futebol*. As restantes modalidades, as atividades de federações e outras entidades do sector desportivo surgem num número residual de peças.

210. No Jornal 2 / Hoje, a quebra da presença do *tema cultura* — um dos maiores decréscimos entre 2009 e 2010 — está relacionado com a substituição do formato do programa e o desaparecimento da rubrica Cartaz. Em 2011, os serviços de programas privados assumem valores mais elevados da *temática cultura* do que o Jornal 2 / Hoje.

211. *Defesa, grupos minoritários e população* são temas com uma representação residual nas amostras dos quatro anos (inferior a 1 % em todos os blocos informativos).

212. Relativamente à *valorização e hierarquização* dos temas nos alinhamentos, há, em 2011, uma inversão dos dois temas mais presentes nas *aberturas da primeira parte: política nacional*, em 2011 e 2009, e *ordem interna* em 2010. A presença da *política nacional* resulta da cobertura de várias campanhas políticas e eleições em 2009 e em 2011. *Política nacional, ordem interna, economia, finanças e negócios e assuntos internacionais* foram os temas mais presentes na *abertura da primeira parte de todos os blocos de horário nobre nos quatro anos analisados*.

213. Entre 2008 e 2010 assistiu-se a um aumento do recurso à *promoção* das peças, e, em 2011, esta modalidade de destaque informativo decresceu. No ano mais recente e em 2010, surgem mais peças *promovidas* no âmbito da *economia, finanças e negócios*, sobretudo no Jornal 2 / Hoje. As peças com temas de *política nacional* foram alvo de um aumento das *promoções*, nos quatro serviços de programas.

214. *Verifica-se um aumento progressivo do recurso a diretos desde 2008*, com exceção do Jornal 2 / Hoje entre 2009 e 2010, e do Telejornal entre 2008 e 2009.

215. Em 2011, os serviços de programas públicos são os principais responsáveis pelo aumento das peças com *diretos*, e as exceções são os privados.

216. As peças de comentário/opinião aumentaram em 2011. Os temas mais comentados entre 2008 e 2011 são *política nacional*, seguindo-se *economia, finanças e negócios, cultura e assuntos internacionais*.

217. A análise geográfica mostra que, apesar da introdução de algumas alterações em 2009 ao nível da sua categorização⁵, o *enfoque geográfico* mais utilizado no enquadramento dos acontecimentos e problemáticas é o *enfoque nacional*. Os serviços informativos de horário nobre do operador público privilegiam o *enfoque internacional* e os privados, mais o *regional*. O *enfoque internacional* cresceu mais no Jornal 2 / Hoje, ao contrário dos outros blocos informativos.

218. Quando o *local de ação é em Portugal*⁶, a percentagem de peças que especifica a localização e a que não o faz é semelhante, apesar do domínio das primeiras. Nas que há *local de ação* identificado, **a região da Grande Lisboa é a mais representada em todos os blocos informativos de horário nobre, de 2009 a 2010. A Região Autónoma dos Açores surge como a região do País menos presente. A Região Autónoma da Madeira** — que em 2009 e 2010 é das menos frequentes — regista um **aumento de referências em 2011 em todos os blocos informativos, motivado pela cobertura das cheias que atingiram a ilha em fevereiro**.

219. Os países do *continente europeu* são o *local de ação dos acontecimentos internacionais mais frequente*, sobretudo a *Espanha, o Reino Unido e a França*, e, mais recentemente, também a *Grécia e a Alemanha*.

220. O *continente americano* manteve o segundo lugar, com mais referências aos E.U.A. e Brasil.

221. Seguiu-se o *continente africano*, com destaque no Jornal 2 / Hoje, devido à cobertura da denominada Primavera Árabe. O *continente asiático* deve a sua representação essencialmente ao acidente de Fukushima, e também está mais presente no Jornal 2 / Hoje.

222. As fontes de informação principais mais consultadas são da *política nacional* nos quatro anos, em todos os blocos informativos de horário nobre, o que se acentua nas amostras de 2009 e 2011, no ano mais recente, sobretudo no Jornal 2 / Hoje. Os anos 2009 e 2011 foram marcados por eleições, pelo que as peças privilegiaram as declarações dos representantes de partidos políticos. As fontes políticas mais representadas são sempre as do *Governo*.

223. O Jornal da Noite apresenta mais peças sem fontes identificadas nos quatro anos, apesar de se verificar uma tendência de decréscimo da *informação não atribuída*.

⁵ Em 2009 foi introduzida uma nova categoria de análise do tipo de *enfoque geográfico* utilizado nas peças: o *enfoque regional*. A informação que em 2009 e 2010 aparece categorizada como *enfoque regional*, era considerada em 2008 na categoria *enfoque nacional*, daí a diferença em termos de representação entre os três anos relativamente a esse tipo de *enfoque*.

⁶ Essa variável foi introduzida de forma autonomizada em 2009, depois de se ter reconfigurado o indicador *enfoque geográfico*, no qual, como foi referido, passou a ser considerada a categoria *enfoque regional*. Como tal, só existem tendências apuradas para os anos de 2009 e 2010. O indicador *local onde decorre a ação em território nacional* foi criado com o objetivo de se poder especificar, em todas as peças enquadradas geograficamente com base num *enfoque regional* ou num *enfoque nacional* (isolado ou combinado com outros países, como por exemplo nas categorias *enfoque internacional com envolvimento do País* e *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro*), as regiões de Portugal onde decorre a ação reportada.

224. O aumento de peças com instituições e pessoas ligadas à *ordem interna* como *fontes* dominantes, verificado entre 2008 e 2010, perdeu expressão em 2011. Inversamente, **as fontes da comunidade internacional aumentaram em todos os blocos de horário nobre na amostra de 2011. As fontes de economia, finanças e negócios e sociedade também ganharam presença; as primeiras, nos serviços de programas privados, as segundas, nos públicos.** As *fontes* do *desporto*, especialmente as do *futebol*, aumentaram apenas no Telejornal. **As da defesa, população, ambiente e grupos minoritários estão num número residual de peças.**

225. Predominam as peças com *fonte múltipla*, apesar de não terem aumentado em 2011, em nenhum dos serviços de programas, ao contrário do que aconteceu entre 2008 e 2010. Em paralelo, as *fontes múltiplas* são **sobretudo consonantes** no seu discurso, isto é, apresentam posições semelhantes.

226. Há uma tendência para a **personalização das peças em todos os serviços de programas**, isto é, **entre 70 % a 90 % apresentam pelo menos um protagonista** dos acontecimentos reportados. O *protagonista* mais comum em cerca de 60 % a 80 % das peças de todos os blocos informativos é identificado como tendo **nacionalidade portuguesa e género masculino**. A informação diária confere pouca representação às *mulheres* enquanto *protagonistas* das peças, o que se acentuou ao longo do período de 2008 até 2011.

227. O Telejornal, o Jornal 2 / Hoje, o Jornal da Noite e o Jornal Nacional / Jornal das 8 têm dado mais protagonismo aos *atores* da *política nacional, desporto, ordem interna, sociedade, economia, finanças e negócios e comunidade internacional*.

228. No Jornal 2 / Hoje evidenciam-se os *atores* da *política nacional e comunidade internacional*, tendo os protagonistas do *desporto* a menor expressividade em relação aos restantes serviços de programas.

229. Os secretários-gerais e presidentes dos partidos, ministros e primeiro-ministro são os protagonistas da *política nacional* mais presentes.

230. Os *atores* da *ordem interna* ganham protagonismo em todos os blocos informativos, sobretudo em 2009 e 2010, voltando a decrescer em 2011. A *comunidade internacional* e a *sociedade* têm mais protagonismo em 2011.

231. Os blocos informativos dos quatro serviços de programas aproximam-se na representação residual de *atores* da *crença e religião, defesa, grupos minoritários, população e ambiente*, ao longo dos quatro anos.

232. Os *protagonistas* das peças, em termos discursivos, surgem

sobretudo representados pelas suas declarações diretas, citados ou através da descrição dos seus atos, sem serem visados por nenhuma crítica ou acusação. A percentagem de peças em que surgem na *qualidade de destinatário/alvo* de acusações é tendencialmente menor.

233. Os elementos **autopromocionais** nos dois anos em que foram analisados estão mais presentes, **sobretudo em 2010, no Telejornal e no Jornal 2 / Hoje**, por se ter começado a analisar os rodapés móveis durante a transmissão das peças, sendo o tipo mais frequente a *remissão para o site do próprio operador*.

234. No Jornal da Noite, mas sobretudo nos blocos informativos do Jornal 2 / Hoje, as peças com elementos *autopromocionais* têm uma representação muito mais reduzida. No Jornal da Noite, mais de metade dessas peças promovem *serviços informativos* exibidos na sua própria grelha ou na SIC Notícias.

235. Os *elementos opinativos* presentes no discurso do operador estão presentes num número reduzido de peças jornalísticas de todos os blocos informativos, em particular nos do Jornal 2 / Hoje, noticiário que regista menos peças com estes elementos. A **política nacional** e o **desporto** são os *temas* com mais *elementos opinativos*, no Telejornal e nos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas privados.

236. O *princípio do contraditório* não se aplica em mais de 70 % das peças da amostra de todos os serviços de programas nos quatro anos analisados, pois a abordagem não evidencia a existência de posições críticas ou acusatórias. Nos restantes 30 % em que aquela necessidade é identificada, observa-se — de 2008 a 2010 — uma maior tendência de todos os blocos informativos para *cumprirem o contraditório*. Em 2011, esta prática só se verifica no Jornal da Noite.

237. O Jornal da Noite nos quatro anos e o Jornal 2 / Hoje em 2011 têm percentagens semelhantes de peças que cumprem e não cumprem o *contraditório*.

238. As **menções positivas a empresas / bens e serviços** são identificadas **em todos os blocos informativos de horário nobre, ainda que em percentagem diminuta**. Entre 2008 e 2010 há uma tendência para uma redução deste tipo de referências. Em 2011, estas referências estabilizam no Jornal 2 / Hoje e aumentam nos restantes.

ANÁLISE EVOLUTIVA DA MEDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL NA INFORMAÇÃO DIÁRIA DA RTP1, RTP2, SIC E TVI EM 2008, 2009, 2010 E 2011

239. A *política nacional* apresenta-se na amostra de 2011, mas também nas de 2008, 2009 e 2010, como uma das três *temáticas*

mais abordadas na informação diária de horário nobre de todos os serviços de programas analisados, sendo que no ano mais recente este é o *tema* mais presente nos quatro blocos noticiosos.

240. Recorde-se que o conceito de *política nacional* que esteve na base desta análise não é estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC (relatórios apresentados à Assembleia da República). Nessa avaliação, apenas são consideradas as peças que identificam a presença de instituições e personalidades ligadas ao Governo e aos partidos políticos. Do que agora se trata é, pois, do conceito de pluralismo político entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados temas de *política nacional*, quaisquer que sejam as instituições e os *protagonistas* políticos envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

241. Considerando a análise da informação televisiva diária de horário nobre sobre política nacional em 2011 verifica-se que esta se destaca como a *temática* mais frequente em todos os blocos informativos de horário nobre analisados: Telejornal (25,8%), Jornal 2 / Hoje (32,8%), Jornal da Noite (24,5%) e Jornal Nacional / Jornal das 8 (26,6%). Saliente-se que este *tema* surge claramente destacado face aos restantes.

242. Em termos de caracterização formal observa-se que cerca de 70% das peças da RTP2 e cerca de 80% das peças da RTP1 e dos operadores privados apresentam uma *duração entre 1 a 5 minutos*. É no Jornal 2 / Hoje que se encontra a maior proporção de peças sobre *política nacional* com *menos de 1 minuto*, assim como com *mais de 5 minutos*.

243. No que diz respeito à *análise geográfica* dessa informação verifica-se que cerca de metade dos conteúdos da RTP1, da RTP2, da SIC e da TVI que referem acontecimentos políticos realizados em Portugal *não especificam o seu local de ação*.

Nos restantes 50% verifica-se que a *Grande Lisboa* surge claramente destacada face às outras regiões do País, sobretudo na RTP1 e na SIC. Isso revela a concentração do tratamento jornalístico de acontecimentos da *política nacional* nessa região. Refira-se como exemplo o facto de as atividades parlamentares serem desenvolvidas na Assembleia da República, em Lisboa.

As restantes regiões mais destacadas são o *Norte* e a *Madeira*, ao passo que as regiões do sul do País (sobretudo o *Algarve*), bem como os *Açores*, estão praticamente ausentes.

244. Em termos temáticos, os assuntos mais abordados por todos os blocos informativos são os relacionados sobretudo com *atividades/propostas dos partidos políticos*, mas também com *políticas fiscais/financeiras* e *Orçamento do Estado* para 2012. O *subtema* mais presente remete essencialmente para a cobertura de acontecimen-

tos relacionados com a campanha dos partidos políticos para as eleições legislativas de 2011 e com o seu posicionamento face ao pedido de ajuda externa no contexto da dívida pública portuguesa. Estes *subtemas* são também, a par de *atividades de governos e órgãos regionais da Região Autónoma da Madeira, atividades da Presidência da República e relações do Governo com os partidos políticos*, os mais presentes nas peças de *abertura da primeira parte* dos blocos informativos.

245. Entre 65% a 77% dos conteúdos *políticos nacionais* não têm *promoção* nos alinhamentos, sendo os blocos informativos da RTP2 aqueles que, em termos relativos, mais *promovem* esses assuntos. Entre os mais *promovidos* apresentam-se os *subtemas atividades/propostas dos partidos políticos*, mas também *políticas fiscais/financeiras, políticas económicas e suspeita/envolvimento de políticos em escândalos/irregularidades*.

246. A presença de *elementos opinativos* constitui 8,1% do total de peças sobre *política nacional*: 28 peças no Jornal da Noite e no Jornal Nacional / Jornal das 8 (respetivamente 9,1% e 7,3%), 27 no Telejornal (8,5%) e 20 no Jornal 2 / Hoje (7,6%), estando a maior parte centrada na ação do Governo e dos partidos políticos.

247. Em 6,3% dos conteúdos de *política nacional*, a emissão foi realizada em *direto*, um recurso mais utilizado pela RTP1 (27), TVI (25) e SIC (22). Apesar do número diminuto de peças com *diretos*, verifica-se que são sobretudo realizados quando se trata de *atividades/propostas dos partidos políticos*. Na RTP2 foram identificados apenas 6 conteúdos com *diretos*, o que revela uma baixa utilização desse recurso.

248. Tendencialmente verifica-se que o *princípio do contraditório* — quando a peça apresenta uma crítica ou acusação, assim como a resposta da instituição ou pessoa visada — foi mais cumprido nos conteúdos da RTP1 e da SIC. Em cerca de metade das peças, justifica-se a aplicação do *princípio do contraditório*, seja este cumprido ou não. Nas peças em que *não se cumpre o contraditório*, os assuntos abordados relacionam-se, sobretudo, com *atividades/propostas de partidos políticos e políticas fiscais/financeiras*.

249. As *fontes da política nacional* mais destacadas em todos os blocos informativos são as ligadas ao *Governo*, surgindo o *PS* e o *PSD* como as categorias seguintes.

250. Essa tendência verificada em relação às *fontes* de informação regista-se igualmente no que respeita aos *atores políticos nacionais*. Também neste caso são os *atores* ligados aos partidos políticos (*secretários-gerais e presidentes dos partidos*), aqueles que protagonizam a maior parte dos conteúdos. Os *atores* do Governo — *ministros e primeiro-ministro* —, também surgem entre os mais representados.

No que diz respeito aos *protagonistas* ligados a partidos políticos destacam-se os do PSD nos operadores privados, e os do PS nos serviços de programas do operador público.

251. De referir ainda que, na XVIII Legislatura (referente ao governo liderado por José Sócrates), o partido mais presente é o PSD, enquanto maior partido da oposição. Inversamente, na XIX Legislatura (cujo governo é liderado por Pedro Passos Coelho), o PS passa a ser o partido político mais referido, correspondendo à sua atuação na oposição. Também nesta legislatura, o CDS-PP, que integra o governo de coligação com o PSD, está ausente das peças da RTP1 e da RTP2.

252. Em 2011 foi identificada a referência a **atos eleitorais** em 511 peças, 157 no Jornal Nacional / Jornal das 8, 127 no Jornal da Noite, 123 no Telejornal e 104 no Jornal 2 / Hoje. Mais de metade dessas peças abordaram assuntos relacionados com a campanha para as *eleições legislativas nacionais* realizadas em junho de 2011.

253. Já no que diz respeito à análise da informação televisiva diária sobre *política nacional* entre 2008 e 2011 verifica-se que os conteúdos da RTP1, RTP2 e TVI apresentaram a *política nacional* como *temática* dominante mais frequente nas quatro amostras monitorizadas, sendo que, em 2009 e 2011, o *tema* surge como o mais presente em todos os serviços de programas. É também nesses anos que a *política nacional* é *tema* mais frequente nas peças da SIC, sendo que em 2008 e 2010 surge em segundo lugar, depois de *ordem interna*.

254. A maior representação da *temática política nacional* em 2009 e de 2011 está relacionada com a cobertura jornalística que todos os serviços de programas fizeram dos acontecimentos relacionados com as eleições realizadas (legislativas, autárquicas e europeias em 2009, e legislativas em 2011).

255. No mesmo sentido, verifica-se que todos dedicaram mais peças à cobertura das *eleições legislativas*, e uma cobertura semelhante das *eleições europeias* e das *autárquicas* em 2009. Em 2011, as *eleições legislativas* ocupam cerca de 60 % das peças que referem atos eleitorais. No final de 2010, as peças sobre *política nacional* que referem *atos eleitorais* voltam a aumentar em todos os operadores devido à cobertura da campanha para as *eleições presidenciais* realizadas em janeiro de 2011. Apesar disso, há, no último biénio, um decréscimo das referências às *presidenciais*, em paralelo com o aumento de peças com referência às *legislativas nacionais*.

256. Considerando a análise evolutiva da informação televisiva diária de horário nobre sobre *política nacional* em 2008, 2009, 2010 e 2011, em termos de caracterização formal das peças, verifica-se que nos quatro anos cerca de 60 % a 90 % dos conteúdos sobre *política nacional* de todos os blocos informativos apresentaram uma duração *entre 1 a 5 minutos*, sendo essa tendência mais acentuada na SIC e na TVI.

Os serviços informativos do operador público continuam a ser aqueles que apresentam tendencialmente maior representação de peças de curta *duração*, embora em 2008 fossem mais comuns na SIC.

257. Em 2008 e 2009 os *subtemas de política nacional* mais abordados nas peças de **abertura da primeira parte** da RTP1, da SIC e da TVI foram *atividades da Presidência da República*, embora nas aberturas do Jornal Nacional / Jornal das 8 de 2008 sejam mais frequentes peças sobre *atividades/propostas dos partidos políticos* (*subtema* que se mantém entre os mais abordados nos três anos seguintes). Este é precisamente o *subtema* mais referido nas peças de *abertura da primeira parte* em todos os operadores em 2011, descrevendo uma variação positiva face ao ano anterior. Saliente-se ainda, em 2011, o destaque conferido a assuntos relacionados com *atividades de governos e órgãos regionais* e à discussão do *Orçamento do Estado*.

258. Nos quatro anos analisados verifica-se que entre 15 % a 35 % das peças sobre *política nacional* do Telejornal e do Jornal 2 / Hoje apresentam **promoção**. Nos blocos informativos da TVI existe uma tendência crescente, desde 2008, para promover a informação *política nacional*, passando de 5 % nesse ano, para cerca de 22 % em 2011, aproximando-se assim dos valores registados pelos restantes blocos informativos. Também a SIC tende a promover mais as peças de *política nacional*, mas com uma evolução menos acentuada.

259. Em relação à **análise geográfica da informação política** verifica-se que, embora tenha existido em anos anteriores uma tendência para que a maioria das peças *não especifiquem o local onde decorre a ação*, entre 2010 e 2011 observa-se um crescimento regular do número de peças que especificam esse local (ainda que estas sejam ainda ligeiramente menos frequentes).

Por outro lado, também se observa entre 2010 e 2011 uma diminuição das peças localizadas na região da *Grande Lisboa* (exceto na RTP2), onde está concentrada a maior parte da atividade governativa, parlamentar, partidária e presidencial, assim como dos recursos de cobertura jornalística, em paralelo com um aumento da representação das outras regiões do País.

Note-se, em 2009 e em 2011, uma maior representação das regiões *Norte*, *Centro* e *Grande Porto*, em grande parte devido à cobertura jornalística de acontecimentos relacionados com as eleições realizadas nesses períodos, nomeadamente pelas ações de campanha das listas candidatas naquelas zonas.

De sublinhar ainda o aumento das referências à *Madeira* em 2011, justificado pela cobertura jornalística de questões relacionadas com o déficit público da região, mas também com as campanhas partidárias para as eleições legislativas regionais, presidenciais e legislativas nacionais.

260. No que diz respeito à identificação de **elementos opinativos**, 2011 surge como o ano em que há mais conteúdos políticos com esse tipo de apreciações (o número de peças aumentou para mais

do tripló), sobretudo nos blocos informativos dos serviços de programas privados e na RTP1. São mais comuns em peças sobre *atividades/propostas de partidos políticos*.

261. O número de peças sobre *política nacional* em que há ligações em **direto** aumentou para cerca do dobro entre 2010 e 2011, em especial na RTP1, à semelhança do verificado entre 2008 e 2009. Note-se que estas variações positivas acontecem sobretudo em anos de eleições (2009 e 2011), nomeadamente na cobertura jornalística de acontecimentos com elas diretamente relacionados (como ações de campanha das diferentes candidaturas), mas também de outros ligados à atividade partidária (refira-se, a título de exemplo, na amostra de 2011, a cobertura jornalística do congresso do Partido Socialista). No entanto, verifica-se que, em termos globais, o recurso a *diretos* em conteúdos sobre *política nacional* tem uma baixa representação em todos os blocos informativos nas peças dos quatro anos.

262. Relativamente à necessidade de cumprimento do **princípio do contraditório**, as peças da SIC são, desde 2008, aquelas em que menos se identificou essa necessidade, o mesmo acontecendo na TVI em 2010 e 2011. Nos blocos informativos da RTP1 e da RTP2, as peças tendem a apresentar mais situações em que o contraditório é cumprido. Note-se como tendência comum a todos os blocos informativos, desde 2008, o facto de as peças que *cumprem o contraditório* serem mais expressivas do que aquelas que não o fazem.

263. A consulta de **fontes políticas nacionais** diminuiu entre 2009 e 2010, mas voltou a aumentar no biénio seguinte. Em termos gerais, as fontes dessa área continuam a aparecer entre as mais frequentes nas peças.

Em todos os anos do quadriénio destacam-se como *fontes políticas* mais consultadas o *Governo*, o *PS*, o *PSD* e a *Presidência da República*. Os restantes partidos só nos anos em que se realizam eleições (2009 e 2011) surgem como *fontes dominantes* em maior número de peças. Note-se que, ao contrário dos restantes partidos com representação parlamentar, o *PSD* viu diminuir a sua presença enquanto *fonte* de informação dominante em 2011, resultado que se pode explicar pelo facto de deste partido ter constituído governo na sequência das eleições de junho de 2011.

264. Tal como em relação às *fontes políticas nacionais*, também os **atores políticos** que surgem mais frequentemente são os *secretários-gerais e presidentes dos partidos* (sobretudo do *PSD*, principal partido da oposição parlamentar até junho de 2011) e os do *Governo* (*ministros e primeiro-ministro*). Registe-se também o aumento da representação dos *cabeças de lista / candidatos* em 2009 e em 2011, anos em que, como referido, os blocos informativos acompanharam os atos eleitorais. Já o *Presidente da República* viu diminuir a sua presença enquanto *fonte* de informação dominante em todos os blocos informativos entre 2010 e 2011 e entre 2008 e 2009.

ANÁLISE EVOLUTIVA DA DIVERSIDADE SOCIAL E CULTURAL NA INFORMAÇÃO DIÁRIA — RTP, RTP2, SIC E TVI EM 2008, 2009, 2010 E 2011

265. Em termos gerais, em 2011, nos quatro blocos informativos considerados, foram identificadas apenas 44 peças num conjunto de 4 731 com **presença/referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas**, representando 0,9 % do total das peças consideradas na amostra.

266. Na amostra apreciada, os operadores privados foram os que emitiram maior número de peças em cujo conteúdo foi possível identificar a *presença ou referência* a estes intervenientes: TVI, 16 peças; RTP1, 15 peças; SIC, 9 peças; RTP2, 4 peças.

267. No global as **temáticas** mais refletidas nessas peças são economia, finanças e negócios, ordem interna, sociedade, política nacional, política internacional e relações laborais. Entre elas, apenas a política nacional e a sociedade são comuns aos quatro serviços de programas. De salientar que, em 2011, as peças do *Jornal da Noite* com presença ou referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas não incluíram assuntos ligados ao tema ordem interna.

268. Os restantes temas — urbanismo, população, comunicação, sistema judicial, ambiente e cultura — são os menos retratados entre os conteúdos dos blocos informativos, e temas como políticas europeias, educação, saúde e ação social, grupos minoritários, crença e religião, entre outros, estão mesmo ausentes das agendas jornalísticas associadas aos imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas.

269. As **fontes dominantes** mais consultadas pelos operadores públicos e privados concentram-se nas áreas sociedade (sobretudo família), economia, finanças e negócios (consumidores), ordem interna (forças de segurança) e relações laborais (em particular os trabalhadores).

270. Em relação aos **atores principais** das peças com presença/referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas, os dados evidenciam o maior protagonismo das áreas ordem interna (destacando-se as vítimas), sociedade (nomeadamente adultos, familiares e moradores/habitantes), economia, finanças e negócios (pequenos e médios empresários e empresários em nome individual e consumidores), relações laborais (em particular, trabalhadores/desempregados) e população (representantes/membros de comunidades/associações de imigrantes e descendentes).

271. Ao contrário de 2010, em 2011, a cobertura da informação relacionada com os *imigrantes e seus descendentes e minorias étnicas* retrata-os, sobretudo, associados à condição de *vitimização*. Destaca-se a associação da *temática sociedade*, em particular os conteúdos

noticiosos que recolhem informação sobre as dificuldades vividas nos bairros sociais da Amadora na sequência do aumento do desemprego, bem como de relatos de imigrantes, em férias na Líbia, durante o conflito armado naquele país. Em algumas peças ainda surgem associados a situações de *criminalização*, em particular à detenção de indivíduos suspeitos de vários furtos, detenção de evadidos prisionais, intervenções do SEF sobre a imigração ilegal, uma manifestação de familiares de prisioneiros face às alterações introduzidas no regulamento das prisões (*ordem interna*) e ainda ao julgamento, em Porto Santo, de 3 arguidos acusados de homicídio (*sistema judicial*). Em 2011, foram ainda identificadas algumas peças cujo contexto remete os imigrantes para o papel de *testemunhas* de várias ocorrências em território nacional, mas também no seu país de origem. Surgem também conteúdos noticiosos que colocam os *imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas* em contexto laboral, tanto em situações de *sucesso*, como em *situações de precariedade laboral ou desemprego*.

272. Neste ano é sobretudo no Jornal Nacional / Jornal das 8 que este grupo de intervenientes surge retratado na perspetiva de *criminalização* e na RTP1 na de *vitimização*.

273. Para além dos conteúdos relativos à presença de *imigrantes e seus descendentes e minorias étnicas* em contexto nacional, julgou-se pertinente, decorrente da análise da cobertura informativa desse ano, passar a incluir na análise também o caso dos imigrantes em contexto internacional, mas também de emigrantes. Assim, neste universo de peças, prevalece a presença de *imigrantes em contexto nacional* (42,9%), mas também se destaca a informação sobre *imigrantes em contexto internacional* (26,4%), emigrantes (25,3%) e minorias étnicas (5,5%), que perfazem 91 peças, isto é, 1,9% do total da amostra de 2011.

274. As *temáticas* associadas à presença de *imigrantes em contexto nacional* seguem as variações reportadas acima na análise evolutiva, isto é, surgem associadas à área *economia, finanças e negócios*, a par da *sociedade, ordem interna e política nacional*. No caso dos *imigrantes em contexto internacional*, destacam-se as *temáticas* do âmbito da *política internacional* — em particular *conflitos armados, cooperação e ajuda humanitária e atentados e terrorismo* —, *ordem interna, sistema judicial e população*. Os *emigrantes* surgem contextualizados em peças sobre *ordem interna*, (nomeadamente na sequência dos conflitos vividos no Reino Unido e da morte da cantora britânica Amy Winehouse, a propósito dos quais são ouvidos testemunhos de portugueses emigrados naquele país), *política nacional* (enquadrada pela visita do Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, aos E.U.A.) e *sociedade* (em peças relacionadas com histórias de vida cujos *atores* ou *fontes* tiveram ou têm uma experiência migratória nos E.U.A. e Angola). As peças com *presença de minorias étnicas*, dizem respeito a conteúdos de *ordem interna, economia, finanças e negócios e comunicação*.

275. Considerando a *monitorização evolutiva* no período entre 2008 e 2011, a *presença/referência a imigrantes, seus descendentes e minorias étnicas* tem vindo a diminuir consideravelmente nos serviços de programas considerados, sobretudo em 2009 e 2010, em particular no operador público. Em 2011, o número de peças global parece contrariar esta tendência, em especial na RTP1 e na TVI.

276. A análise dos *temas* associados aos conteúdos informativos considerados evidencia alterações ao longo dos quatro anos em causa, destacando-se a redução progressiva do número de peças no âmbito da *ordem interna* e o aumento do número de peças sobre *política nacional* até 2010. Contudo, em 2011, os *subtemas* da *ordem interna* voltaram a estar entre os que têm maior número de presenças.

277. De salientar a ausência de temas como educação e cultura, e a reduzida presença de peças associadas a subtemas como políticas de imigração, habitação, minorias étnicas, emprego/desemprego, integração e inclusão social, saúde e ação social, entre outros.

278. Em termos globais aumentaram as *fontes dominantes* da ordem interna, economia, finanças e negócios, e relações laborais.

279. Em termos evolutivos genéricos, à semelhança das *fontes dominantes*, os atores principais das áreas ordem interna, economia, finanças e negócios, relações laborais e sociedade aumentaram em 2011. Saliente-se a reduzida presença de atores principais das áreas cultura, comunidade europeia, educação, grupos minoritários, defesa, ambiente, saúde e ação social, comunicação e urbanismo. De realçar ainda a diminuição do número de peças sem protagonistas ao longo do período monitorizado.

280. Da monitorização dos quatro anos é perceptível uma mudança no enquadramento dos imigrantes, isto é, a *condição* de *criminalização* e de *vitimização* tem vindo progressivamente a dar lugar a outras condições, destacando o papel das comunidades imigrantes tanto como *testemunhas* da sua realidade social e cultural, como também como parte integrante do tecido produtivo económico e laboral nacional.

281. No ano de referência, **2011**, o número de conteúdos com *presença/referência a crença e/ou religiosidade* é de 133 peças num conjunto de 4 731, representando 2,8% do total das peças consideradas na amostra.

282. Entre as diferentes religiões/crenças assinalam-se em maior número o *cristianismo católico* e o *islamismo* e, em menor número, o *judaísmo* e o *budismo*.

283. O *cristianismo católico* é a religião com o maior número de *presenças/referências* tanto na RTP1 como nos blocos informativos

dos operadores privados. O *islamismo* tem maior representação nos serviços noticiosos do operador público.

284. As peças com *presença/referência a crença/religiosidade* concentram-se na *temática dominante ordem interna*, sobretudo na subcategoria *manifestações / reivindicações / protestos não laborais*, relacionadas com a visita do Papa Bento XVI a Madrid, e com o seu apelo à paz no Egito, e ainda no *subtema crimes e violência*. O segundo tema com maior número de *presenças/referências a crença/religiosidade* é precisamente *crença e religião*, nomeadamente no âmbito do *cristianismo católico*, seguido pelos temas *política internacional*, em particular o *subtema atentados e terrorismo*. Os assuntos mais frequentados, na amostra de 2010, em peças com *presença/referência a crença/religiosidade* referem-se, uma vez mais, à agenda do Papa Bento XVI, nomeadamente a sua visita a Madrid, o apelo à paz no Egito e ainda aos contactos com os astronautas da NASA. Mas também respeitam à beatificação do Papa João Paulo II e da Madre Maria Clara, às Jornadas Mundiais da Juventude em Madrid, às celebrações do 13 de Maio em Fátima e à posição da igreja católica portuguesa sobre a crise económica em Portugal, entre outros. Destaque ainda para os conteúdos noticiosos no âmbito da Primavera Árabe, em particular as revoltas no Egito e na Líbia, e a tensão religiosa em França, associada a vários protestos de rua na sequência da aprovação da lei que proíbe o uso do véu integral em público.

285. A generalidade das *fontes dominantes* é oriunda da área *crença e religião*, onde se destacam as *instituições religiosas* e os *crentes*, ambas as categorias ligadas ao *cristianismo católico*. Seguem-se as *fontes* da área *sociedade* (maioritariamente *outros movimentos cívicos/humanitários* e *cidadãos comuns e adultos*) e *comunidade internacional* (designadamente *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*). As restantes áreas têm uma *presença* menos expressiva. Destaque para o facto de 9,8% das peças consideradas na amostra não terem *informação atribuída*.

286. Os *atores principais* das peças com *presença/referência a crença/religiosidade* concentram-se na área da *crença e religião*, distribuindo-se pelas subcategorias *instituições religiosas* e *crentes*, que, tal como no caso das *fontes*, se associam maioritariamente ao *cristianismo católico*. Neste âmbito são também de destacar os *atores* da área *sociedade e comunidade internacional*.

287. O número de peças com *presença/referência a crença/religiosidade* teve uma tendência crescente na generalidade dos blocos informativos, até 2010, em particular nos da RTP1 e da TVI. Em 2011, contudo, esta variação é contrariada, em todos os operadores, embora de forma menos acentuada na TVI. As peças com *presença/referência ao cristianismo católico*, cuja tendência tem sido crescente desde 2008, decrescem substancialmente no biénio 2010–2011. Ao contrário, a *presença/referência ao islamismo, judaísmo e budismo*

aumentou, em particular no primeiro caso, sobretudo no operador público. De assinalar a ausência de conteúdos relativos aos *budismo e judaísmo* nas peças dos operadores privados.

288. Os *temas principais* associados a peças com a *presença/referência a crença e religiosidade* diversificam-se anualmente. São poucos os *subtemas* que são comuns aos quatro anos, estando nestas condições apenas o *cristianismo católico*, *manifestações/reivindicações/protestos não laborais*, *crimes e violência*, *acidentes e catástrofes*, *conflitos armados* e *histórias de vida*. Nestes, com exceção do *cristianismo católico*, a variação no biénio 2010–2011 é positiva.

289. As *fontes dominantes* associadas às peças com *presença/referência a crença/religiosidade* concentram-se nas áreas *crença e religião*, *sociedade* e *comunidade internacional*, apresentando uma variação positiva no biénio 2010–2011, com exceção das *fontes* da área *crença e religião*. A presença das peças com *informação não atribuída* volta a subir ligeiramente em 2011, com exceção da SIC, contrariando a tendência decrescente verificada em 2010.

290. No quadriénio considerado, os atores principais dessas peças concentram-se nas áreas *crença e religião*, sobretudo líderes religiosos e membros de igrejas e confissões religiosas. De assinalar também a presença de atores da área *comunidade internacional*, em particular de representantes de Estado e de Governo estrangeiros. O número de peças com *presença/referência a crença/religiosidade* que não identificam nenhum protagonista tem vindo a diminuir em termos globais em todos os serviços noticiosos. Estas peças associam-se, sobretudo, ao islamismo e têm como temas mais representados aqueles ligados a política internacional, como conflitos armados e atentados e terrorismo.

291. Considerando os conteúdos que contemplam a *presença e/ou referência a comportamento/orientação sexual*, constata-se que, em 2011, o número de peças é de 11, num total de 4 731, representando 0,2% do conjunto de peças consideradas na amostra.

292. No ano considerado, no conjunto destas peças, os *comportamentos/orientações sexuais* mencionados são sobretudo a *homossexualidade*, mas também a *heterossexualidade* e *transsexualidade*. O Jornal 2 / Hoje não faz referências nos seus conteúdos informativos à *homossexualidade* e *heterossexualidade*.

293. As peças em que há uma maior incidência de *referências a comportamento/orientação sexual* abordam os *subtemas casos de justiça e crimes e violência*. Quando associados à *homossexualidade*, os assuntos que estas peças reportam referem-se ao homicídio de Carlos Castro; à investigação do homicídio de menores nos Países Baixos, alegadamente vítimas de abusos sexuais; ao caso do comandante

do porta-aviões norte-americano USS Enterprise, afastado das suas funções, por estar envolvido na produção de vídeos homofóbicos a bordo da embarcação; à suspensão, por parte do Ministério dos Negócios Estrangeiros, do casamento entre pessoas do mesmo sexo nas embaixadas portuguesas; e ainda à divulgação da orientação sexual do cantor Ricky Martin.

294. As peças da SIC com este tipo de conteúdos têm uma maior diversidade de temas, sendo também o serviço de programas com o maior número de peças com *presença/referência a comportamento/orientação sexual*.

295. As **fontes dominantes** mais representadas nas peças com *presença/referência a comportamento/orientação sexual* são as da *defesa e sociedade*. A SIC apresenta maior diversidade de fontes na sua informação diária de horário nobre, e a RTP2 menor.

296. São **atores principais** oficiais e representantes/membros de comunidades/associações de minorias sexuais. À semelhança das fontes, a SIC apresenta uma maior diversidade de atores principais, e a RTP2 uma menor variedade.

297. Considerando a monitorização evolutiva da *presença/referência a comportamento/orientação sexual* no período entre 2008 e 2010, constata-se que a totalidade de peças com este tipo de conteúdo apresenta o seu pico em 2009 (53), o que representa um significativo aumento em relação ao ano anterior (9), mas voltando a verificar-se um decréscimo em 2010 (39), que se confirma em 2011 (11).

298. A *presença/referência a comportamento/orientação sexual* tem passado progressivamente de uma menção a vários ou outros comportamentos para o maior destaque da homossexualidade e da transexualidade.

299. O **tema principal** mais representado em 2010 nas peças com *presença/referência a comportamento/orientação sexual* — *cristianismo católico* — não obteve, em 2011, nenhuma presença em qualquer dos serviços de programas. Os *subtemas* no âmbito da *política nacional* e de *grupos minoritários* também diminuem substancialmente em 2011. O *subtema casos de justiça* obteve particular relevo em 2008, particularmente na SIC e na RTP1, apesar de estar ausente na TVI, e decresceu em 2009 e 2010, mantendo-se apenas presente nos blocos informativos dos operadores privados, e voltando a assumir preponderância em 2011 no âmbito dos assuntos acima assinalados.

300. No biénio 2010–2011, as **fontes dominantes** relacionadas com *instituições religiosas, partidos políticos* e *Governo* deixam de estar presentes na amostra, e o número de peças em que as fontes são

advogados diminui consideravelmente. Neste período, as fontes da área *defesa* aumentam ligeiramente. As peças com *presença/referência a comportamento/orientação sexual* que não identificam fontes de informação têm decrescido de forma significativa, estando ausentes na amostra de 2011.

301. A multiplicidade de **atores principais** em peças com este tipo de conteúdo foi superior no ano de 2009, tendo vindo a decrescer. Com exceção dos *representantes/membros de comunidades/associações de minorias sexuais*, as quatro categorias de *atores principais* mais representadas em 2010 — *líderes religiosos, representantes/membros de comunidades/associações de minorias sexuais, membros de igrejas e confissões religiosas* e *deputados e líderes parlamentares* — deixam de estar presentes na amostra de 2011.

302. Considerando os conteúdos que contemplam a *presença e/ou referência a portadores de deficiência*, constata-se que o número de peças representa 0,4 % do total da amostra em 2011, isto é, 20 peças em 4 731.

303. A TVI regista maior número de peças (8), seguindo-se a SIC (6), a RTP1 (5) e, por último, a RTP2 (1).

304. Estas peças centram-se nos **subtemas crimes e violência e casos de justiça**. No primeiro caso trata-se de peças sobre a descoberta de um caso de abusos sexuais de duas filhas deficientes na Áustria e da investigação da morte de crianças nos Países Baixos, também alegadamente vítimas de abusos sexuais. No segundo caso, encontram-se a investigação do Ministério Público sobre o caso de negligência médica durante o processo de gestação de um bebé que nasceu com malformações e a condenação de Hospital de Braga por negligência médica durante um parto realizado há 16 anos.

305. No que respeita às **fontes dominantes** das peças com *presença/referência a portadores de deficiência*, regista-se o recurso a, sobretudo, *forças de segurança e família*. As restantes entidades identificadas como fontes de informação são de natureza diversificada, nomeadamente *Governo, órgãos jurisdicionais / STJ, associações estudantis, segurança social / instituições de apoio e solidariedade social, organismos científicos e de I&D, associações e clubes desportivos, crianças, jovens e outros movimentos cívicos/humanitários*.

306. Na amostra de 2011 não foram identificadas peças com *presença/referência a portadores de deficiência* que não identifiquem as fontes de informação.

307. Os **atores principais** que mais se destacam em peças com *presença/referência a portadores de deficiência* são suspeitos de crimes e atos ilícitos, e vítimas. A categoria *suspeitos de crimes e atos ilícitos* refere-se ao homem alegadamente envolvido em práticas

incestuosas com as duas filhas adolescentes na Áustria. As vítimas são identificadas como atores principais nas peças sobre a investigação do Ministério Público à possibilidade de negligência médica durante a gravidez da mãe de Luana, e sobre a investigação decorrida nos Países Baixos à morte de crianças alegadamente vítimas de abusos sexuais. Seguem-se cidadãos portadores de deficiência, crianças e familiares.

308. Considerando a monitorização evolutiva no período entre **2008 e 2011**, constata-se que as peças com *presença/referência a portadores de deficiência* tiveram maior expressão em 2008, decrescendo em 2009, mas voltando novamente a adquirir maior peso em 2010. Em 2011 volta a registar-se uma quebra, apesar de ligeira.

309. No ano de 2008, as peças com este tipo de conteúdo associam-se aos **subtemas restantes modalidades desportivas**, no âmbito dos Jogos Paralímpicos realizados em Pequim, e *políticas para a educação*, no âmbito de protocolos entre o Ministério da Educação e escolas ou instituições de ensino especial para inclusão de alunos com necessidades especiais. Em 2009, o *subtema crimes e violência*, envolvendo crianças com necessidades especiais, foi um dos mais presentes nas peças com este tipo de conteúdos. Em 2010, os *temas* mais salientes referem-se a *práticas médicas*, casos dos doentes oftalmológicos, e a *portadores de deficiência*, peças que reportam histórias de sucesso de atletas paralímpicos. Em 2011 retoma-se o *subtema crimes e violência* como um dos mais abordados, contrariando a descida observada entre 2009 e 2010. Em 2011 verifica-se também a ausência dos *subtemas* mais presentes na amostra de 2010, como *práticas médicas* e *portadores de deficiência*.

310. Longitudinalmente verifica-se que as duas categorias de *fontes* mais frequentadas em 2011 — *forças de segurança* e *família* — revelam uma variação positiva face a 2010, sendo o primeiro ano em que as *forças de segurança* surgem como *fonte* dominante nas peças com *presença/referência a portadores de deficiência*. Observa-se ainda que, em 2011, não existe qualquer peça com *presença/referência a portadores de deficiência* que não identifica *fontes* de informação, contrariando o aumento verificado entre 2009 e 2010.

311. De acordo com a evolução anual, o ano de 2011 regista uma maior *presença* de *atores principais* que são *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, categoria com uma *presença* diminuta em anos anteriores. Também as *vítimas*, embora registando uma ligeira quebra face a 2010, se mantêm como *atores principais* mais presentes nas peças com *presença/referência a portadores de deficiência*. Por outro lado, os *portadores de deficiência*, enquanto *atores principais* das peças, que estavam entre os mais presentes em 2008 e 2009, encontram-se menos representados nas amostras de 2010 e 2011. Em 2011 não se registam peças com este tipo de conteúdos sem *protagonistas* identificados, um dado observado também em 2009.

ANÁLISE AGREGADA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE — JANEIRO DE 2008 A DEZEMBRO DE 2011

312. A identificação de tendências consolidadas nos blocos informativos diários de horário nobre dos serviços de programas generalistas, públicos (RTP1 e RTP2) e privados (SIC e TVI), durante este quadriénio garante a robustez da amostra e reduz o seu erro máximo. Nestas condições, a monitorização concluiu que — de 2008 a 2011 — há uma identificação das **agendas** jornalísticas de três dos blocos informativos de horário nobre dos quatro serviços de programas analisados: no Telejornal, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8. Essa semelhança é constatada na seleção e hierarquização dos *temas, protagonistas e fontes da política nacional* que são dominantes. O Jornal 2 / Hoje acompanha algumas dessas tendências; nos *subtemas, fontes e atores da área política nacional*, mas diferencia-se de todos os serviços de programas pelo menor destaque aos assuntos, *fontes e atores do desporto* e pela maior visibilidade aos da *comunidade internacional e cultura*.

313. Os *temas* mais frequentes são comuns a três dos blocos informativos dos quatro serviços de programas: *política nacional, ordem interna e desporto*. Excetua-se a RTP2 em que o *desporto* é menos frequente e a *política internacional* é um dos *temas* mais frequentados. A *economia, finanças e negócios* tem um peso relevante nos quatro blocos noticiosos.

314. Ciência e tecnologia, urbanismo, crença e religião, comunicação, educação, defesa, população e grupos minoritários foram os menos mediatizados como temática dominante das peças no último quadriénio.

315. O **enquadramento geográfico** da informação diária transmitida em horário nobre enquadra predominantemente os acontecimentos e problemáticas reportadas a partir do território nacional, isto é, tem *enfoque nacional*. O **bloco informativo do horário nobre** da RTP2 distingue-se pelo perfil mais *internacional* e as que apostam mais na proximidade são a TVI e a SIC (*enfoque regional*).

316. O *continente europeu* é o mais frequente entre as *peças com enfoque internacional*, sendo que os acontecimentos decorrem num ou em vários países, nomeadamente países-membros da União Europeia. O *continente americano* está também entre os mais representados, através dos *E.U.A., do Brasil, do Haiti e do Chile*, os dois últimos mais evidenciados nas peças da amostra de 2010 devido à cobertura jornalística do sismo no Haiti e de um acidente de trabalho que soterrou um grupo de mineiros no Chile. O *continente africano* foi pouco referido nas peças, apesar do maior número de referências à *Líbia* em 2011. Os PALOP são pouco representados na amostra.

317. As *fontes* de informação da área *política nacional* são as mais frequentes. As *fontes* da *sociedade*, maioritariamente *adultos*, mas

também *outros movimentos cívicos e/ou humanitários e familiares*, surgem em segundo lugar entre as consultadas pelos blocos informativos de horário nobre. O Jornal 2 / Hoje é o que menos recorre a fontes desta área.

318. As fontes do *desporto*, entre as quais se destacam aquelas ligadas ao futebol, são particularmente presentes na TVI, RTP1 e SIC. As fontes da *economia, finanças e negócios e ordem interna* têm uma representação relevante na TVI, distribuindo-se de forma quase equitativa pelos restantes operadores, embora a RTP2 identifique menos entidades e pessoas da *ordem interna* como fontes dominantes das suas peças. As fontes da *comunidade internacional* assumem especial relevo na RTP2, em concreto os *representantes de Estado e de governos estrangeiros* (exceto os dos países-membros da União Europeia, integrados na respetiva categoria). As fontes principais pertencentes ao *urbanismo, crença e religião, educação, defesa, ambiente, população e grupos minoritários* são-no num número residual de peças.

319. A maioria das peças **identifica a origem da informação** reportada. O Jornal Nacional / Jornal das 8 é o bloco informativo com menos peças com *informação não atribuída* e o Jornal da Noite — pelo contrário — atinge a percentagem mais elevada. No Telejornal acentua-se a tendência para que as peças recorram a *mais do que uma fonte*, embora essa prática jornalística seja comum a todos os blocos informativos.

320. Os **protagonistas** são sobretudo provenientes da política nacional, em concreto os secretários-gerais e presidentes dos partidos, ministros e primeiro-ministro.

321. Os *secretários-gerais e presidentes dos partidos* com assento parlamentar que apareceram mais vezes como *protagonistas* foram, por ordem de representação, os do PSD, CDS-PP, PCP/CDU, BE, PS e, com valores residuais, do PEV, embora essa ordem se altere nos blocos informativos dos operadores privados. Os líderes dos partidos extraparlamentares foram *protagonistas* num número residual de peças de todos os operadores.

322. No Telejornal, Jornal da Noite e Jornal Nacional / Jornal das 8, os segundos e terceiros *atores* com maior protagonismo são os do *desporto* e os da *sociedade*. Nos blocos informativos do Jornal 2 / Hoje, predominam os *atores* das áreas *comunidade internacional e cultura*.

323. Os *atores* menos representados são das áreas *crença e religião, ciência e tecnologia, educação, urbanismo, comunicação, defesa, população, grupos minoritários e ambiente*.

324. Os *protagonistas* são maioritariamente do género masculino.

325. A **pertença político-partidária** dominante dos **protagonistas políticos nacionais** remete para o *Governo*, sobretudo na SIC e TVI,

e menos na RTP2 e RTP1. Entre os *protagonistas políticos nacionais com representação parlamentar*, os mais presentes são os do PSD, mais na SIC e TVI, e menos na RTP2 e na RTP1. Os *protagonistas* do PS representam a terceira categoria mais frequentada no conjunto dos blocos informativos de horário nobre de todos os operadores. Os do CDS-PP, a quarta categoria mais frequentada no total dos noticiários. Os do PCP/CDU, a quinta categoria mais presente nos blocos noticiosos. Os do BE surgem na sexta posição na RTP1, TVI e SIC, e na quarta, em simultâneo com a presença do CDS-PP, na RTP2. Os do PEV são os menos presentes na amostra acumulada e apenas no operador de serviço público. Os partidos **extraparlamentares** são *protagonistas* num número residual de peças.

326. A maioria das peças de horário nobre não suscita a necessidade de ouvir os interesses atendíveis pelo que o indicador relativo ao cumprimento do *princípio do contraditório não é aplicável*. Já as peças que *respeitam o contraditório* representam 16,3 %, enquanto as que não o fazem correspondem a 9,3 %.

327. Os blocos informativos de horário nobre do operador público — Telejornal e Jornal 2 / Hoje — atingem a maior proporção de peças com *contraditório*. A SIC emitiu a menor percentagem de peças em que esse *princípio é respeitado*. Este é também o operador que regista menos peças *sem contraditório*, o que pode ser explicado pela elevada proporção de peças em que o indicador *não se aplica*. A RTP2 é a que regista a maior percentagem em que *contraditório não é respeitado*, aproximando-se da percentagem do bloco informativo da TVI.

ANÁLISE AGREGADA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DE HORÁRIO NOBRE COM MEDIATIZAÇÃO DE MENORES EMITIDA ENTRE 2008 E 2011

328. O dever de respeito e proteção do público mais jovem e sensível é uma das obrigações presentes nos estatutos da ERC, que deve zelar pelo seu cumprimento junto dos meios de comunicação social. É no âmbito deste imperativo do Regulador que é realizada de forma sistemática a **monitorização de conteúdos da informação televisiva diária com representação de menores**, tendo por base as mesmas amostras de peças analisadas anualmente no relatório de regulação.

329. No total de peças monitorizadas em cada ano identificam-se aquelas em que os *menores* estão representados, quer como elementos centrais, secundários ou mesmo nos casos em que estão presentes sem qualquer relação aparente com a informação reportada. O objetivo é perceber de que forma é feita a representação dos *menores* — *crianças e jovens* com menos de 18 anos —, e verificar se é cumprido o respeito pela sua proteção, nomeadamente nos casos em que aparecem em *situações de perigo/vulnerabilidade*. Esta síntese apresenta as principais tendências identificadas no conjunto

de peças em que foi verificada a *presença/referência a menores* entre 2008 e 2011, ou seja, os conteúdos em que os *menores* foram representados na imagem, em texto ou de ambas as formas.

330. Note-se que relativamente a alguns indicadores são apresentados apenas resultados sobre a informação diária de 2009 a 2011, pois só nesses três anos foram analisados.

331. Considerando a informação televisiva diária entre 2008 e 2011 em que foram identificados *menores* observa-se que, ao longo desses quatro anos, os *menores* foram representados entre 8,5 % a 10,5 % do total de peças monitorizadas, sendo que é na amostra de 2008 que a sua representação é mais frequente e na de 2011, mais reduzida. Esses valores permitem concluir que os *menores* estão presentes e/ou são referidos num número reduzido de peças face ao total monitorizado.

Quando consideradas as diferenças entre os blocos informativos de horário nobre analisados, verifica-se que a variação da representação de *menores* se situa entre os 6 % e os 9 %. Isso acontece porque os blocos informativos da RTP2, comparativamente com os restantes, apresentam nos seus alinhamentos menos de um quarto do número de peças em que são identificadas *crianças e jovens*. No Telejornal, no Jornal da Noite e no Jornal Nacional / Jornal das 8, a percentagem de conteúdos com *menores* é semelhante, embora ligeiramente superior no serviço informativo da SIC e inferior no da TVI.

332. Relativamente aos dois grupos de *menores* considerados na análise — *crianças e jovens/adolescentes* —, verifica-se que as *crianças* são tendencialmente as mais representadas. Note-se que a maior presença de peças desse grupo é comum a todos os blocos informativos analisados, os quais apresentam uma representação semelhante, entre os 65 % e os 68 %.

Constata-se que a presença na amostra acumulada de casos de agenda envolvendo *crianças ou jovens* se tem circunscrito ao ano do acontecimento, exceto em situações por resolver cujos desenvolvimentos adquirem noticiabilidade e que acabam por ser transversais a vários anos das amostras. Refira-se como exemplo paradigmático dos últimos quatro anos o desaparecimento de Madeleine McCann. Em 2011, regressou também aos alinhamentos dos blocos noticiosos diários o caso Rui Pedro e ganhou relevo o tratamento noticioso da violência envolvendo *menores*, nomeadamente através da cobertura da agressão de uma adolescente em Benfica (Lisboa) e dos acontecimentos violentos em Londres e em outras cidades britânicas, protagonizados por *jovens*.

333. Ao nível da análise temática, é perceptível que os enfoques privilegiados pelos operadores nos conteúdos em que identificam *menores* são os relacionados com *ordem interna*. Essa é uma característica comum a todos os blocos informativos, que apresentam as *crianças* e os *jovens/adolescentes* sobretudo em coberturas informativas de *acidentes e catástrofes, crimes e violência e atividades policiais*.

A segunda temática mais abordada na informação diária com *presença/referência a menores* é *sistema judicial*, tendência comum a todos os blocos informativos, embora mais destacada nos privados. Essa temática está presente sobretudo na cobertura informativa de *casos de justiça* que envolvem *crianças e jovens*, de que se destaca o processo de guarda paternal da criança Esmeralda, o desaparecimento de Madeleine McCann, a par da cobertura de outros maus tratos e de homicídios de filhos pelos pais.

A *presença/referência a menores* em peças com temas da *sociedade* tem uma representação privilegiada sobretudo nos operadores privados e no Telejornal. Esses blocos informativos destacam *questões ligadas à infância, histórias de vida* (como insólitos e acontecimentos relacionados com filhos de celebridades), seguidas por temas ligados à *integração e inclusão social, pobreza e exclusão social, relações familiares e relações e comportamentos sociais*. A RTP2 continua a ser o serviço de programas que menos tempo concede a *temáticas de sociedade* com participação de *menores*.

A presença de *menores* em conteúdos sobre *política internacional e educação* equiparam-se, mas o primeiro conjunto de *temáticas* destaca-se no Jornal 2 / Hoje, seguido pelo Telejornal.

334. Tendencialmente, todos os blocos informativos identificam **fontes de informação** em cerca de 88 % a 95 % dos seus conteúdos com *presença/referência a menores*. O Jornal 2 / Hoje e o Jornal da Noite são aqueles onde há mais conteúdos com *informação não atribuída*, embora não ultrapasse os 11,4 %.

Além disso, observa-se que os blocos informativos apresentam características diferentes ao nível do tipo de *fontes* consultadas. Todos os blocos informativos do horário nobre privilegiam a consulta de *fontes* de três áreas: *sociedade, ordem interna e política nacional*. Relativamente à primeira área de *fontes* que é referida destacam-se *cidadãos adultos, a família dos menores, outros movimentos cívicos e humanitários* e, a par destes últimos, as próprias *crianças*. Na RTP2, as peças que identificam *menores* são ainda construídas com maior recurso a um quarto conjunto de *fontes: comunidade internacional*. Existe uma tendência nos serviços informativos dos três operadores para personalizar as peças com *menores*, isto é, cerca de 96 % identificam pelo menos um *ator*.

A este nível, há uma aproximação entre a RTP1, a SIC e a TVI, cujos serviços informativos apresentam os *atores* da área *sociedade* como os mais frequentes das peças com *menores*, sendo os segundos mais presentes na RTP2. No total dos quatro blocos noticiosos, entre os *atores* da área *sociedade* que protagonizam mais peças com *menores*, destacam-se *cidadãos comuns crianças, adultos e familiares dos menores*. Por sua vez, no Jornal 2 / Hoje, o maior protagonismo é assumido por *atores da ordem interna (vítimas e testemunhas)*.

335. Na caracterização da forma como os *menores* surgem nas peças, consideraram-se indicadores que remetem para a sua **identificação**, a sua **proteção** e a **condição** em que são apresentados.

Os resultados da monitorização com base nesses indicadores remetem apenas para as peças das amostras de 2009 a 2011.

336. No que diz respeito ao **modo de identificação dos menores** verifica-se uma tendência semelhante em todos os blocos informativos: em 70 % a 80 % das suas peças não se faz qualquer referência ao nome das *crianças e jovens* que representam. Nos restantes 20 % a 30 %, o modo de identificação mais utilizado no serviço público é o *verdadeiro primeiro nome do menor*, enquanto nos privados, se identifica mais o *primeiro nome e nome de família verdadeiros*.

337. Relativamente à **identificação dos menores a partir do local onde residem ou permanecem**, verifica-se que entre 62 % a 75 % das peças o omitem. Nos casos em que essa identificação é feita, o *concelho/distrito* é o mais referido por todos os serviços informativos, 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.

338. Outra característica comum a todos os blocos informativos é o facto de, na maior parte dos conteúdos em que aparecem *menores*, estes não prestarem declarações, isto é, aparecem representados, mas não através do seu próprio discurso. Os *menores* são consultados como *fontes* sobretudo quando os assuntos reportados os enquadraram em *situações de lazer*, na condição de *alunos*, em *contexto familiar* e quando são destacadas as suas capacidades em alguma atividade ou acontecimento.

339. Em cerca de 60 % das peças monitorizadas entre 2009 e 2011 verificou-se que os operadores não utilizam qualquer **técnica de ocultação** para protegerem a identidade das *crianças e jovens* nelas presentes. Em 26,5 % das peças analisadas nas amostras de blocos noticiosos do horário nobre dos três anos não foram identificadas imagens de menores, ou seja, a maior parte das peças analisadas (73,5 %) mostra esses menores.

Na minoria de peças em que às imagens dos *menores* são aplicadas *técnicas de ocultação*, verifica-se que a mais comum é *planos de detalhe*, recurso utilizado em conteúdos de todos os serviços informativos.

340. Na maioria das peças do Telejornal e dos operadores privados, as *crianças e jovens/adolescentes* identificados são apresentadas como *centrais* ao conteúdo das peças, com enfoque na ação desenvolvida pelos *menores* ou em torno dos mesmo. Já nos blocos informativos da RTP2, pelo contrário, a tendência predominante permitiu verificar que os *menores* surgem sobretudo com uma representação *secundária*. Menos comuns em todos os serviços informativos são as peças em que os *menores* são referidos / estão presentes de forma *figurativa, sem relação direta com o conteúdo* das peças.

341. Tendo em conta a **condição em que são representados**, verifica-se que, na maior parte das peças monitorizadas nos anos em análise, os *menores* aparecem fundamentalmente em *situações de lazer, em contexto escolar* e como *vítimas de crimes*. No Telejornal e nos blocos informativos dos serviços de programas privados, essas são as três *condições* em que os *menores* surgem com maior frequência, sendo que, nos blocos informativos da RTP2, a sua representação como *vítimas de guerras / catástrofes naturais* destaca-se, embora os *menores* inseridos em *contexto escolar* e *vítimas de crimes* também apresentem visibilidade frequente nas peças.

342. Das 1 614 peças em que, nos últimos quatro anos (2008–2011), foram representados — em imagem, texto, ou de ambas as formas — *menores*, mais de metade reportaram-nos em *situações de perigo e vulnerabilidade física ou psicológica*. Em termos relativos, verificou-se que a RTP2 (cujos blocos informativos foram analisados apenas a partir de 2009) é o serviço de programas que mais apresenta esse tipo de representação, sendo que quase 65 % das peças referiram *menores* nessas condições.

Comum a todos os blocos informativos é o facto de mais de 60 % dos *menores em perigo/vulnerabilidade* representados nas amostras dos últimos quatro anos serem *crianças*. Os da RTP2 são os que, em termos de número de peças, dão menor visibilidade a conteúdos que representam o grupo dos *adolescentes e jovens em perigo/vulnerabilidade*.

343. Nos blocos informativos privados, os *menores* surgem maioritariamente como *vítimas de crimes*, nomeadamente relacionados com violência sexual (pedofilia, violações). Na RTP2, destacam-se *menores vítimas de guerras e catástrofes naturais*, sendo as *vítimas de crimes* a segunda condição mais evidenciada no bloco noticioso do horário nobre. Na RTP1, embora as *vítimas de crimes* se salientem ligeiramente mais, os *menores vítimas de guerras e catástrofes naturais* apresentam uma representação que se aproxima daquela.

344. A representação de *menores vítimas de guerras e catástrofes naturais* na amostra acumulada foi fortemente influenciada pela cobertura jornalística realizada por todos os blocos informativos em 2010 (nomeadamente de um sismo no Haiti), embora — na RTP2 e na RTP1 — o impacto das peças de 2011 também tenha refletido um reforço na visibilidade dessa *condição* no acumulado dos anos. Deve referir-se que a saliência da representação enquanto *vítimas de crimes* no total de peças é influenciada sobretudo pelos conteúdos emitidos em 2008 e 2010, mas de forma mais acentuada na TVI. Na amostra acumulada do Jornal Nacional / Jornal das 8, verificou-se que as peças de 2011 justificaram um aumento da representação dos *menores* em perigo na *condição* de *agressores/ilícitos/detidos*, tendo acontecido o mesmo na informação da RTP1 e da SIC, mas de forma menos acentuada.

Um traço distintivo da amostra da SIC é o facto de registar uma representação acentuada de *menores envolvidos em casos de justiça*,

o que está diretamente relacionado com o acompanhamento mediático de processos judiciais como o que envolveu a paternidade das *menores* Esmeralda e Alexandra.

Em todos os blocos informativos, independentemente da *condição* em que aparecem, os *menores* representados em *perigo/vulnerabilidade* são sobretudo *crianças*. Excetuam-se o casos dos *agressores/ilícitos/detidos*, na sua maioria *adolescentes e jovens*.

345. Relativamente ao modo como os blocos informativos **identificaram/protegeram a identidade dos menores** representados foram verificados elementos explícitos nas peças: 1) *nome do menor*; 2) *local de residência e/ou permanência do menor*; 3) *imagem do menor* e técnicas de ocultação utilizadas para o proteger. Essa análise começou a ser feita em 2009, pelo que as conclusões resultantes da aplicação dessa variável remetem para a amostra acumulada de 702 peças entre esse anos e 2011.

346. Tendencialmente, em todos os blocos informativos, a maior parte das peças com *menores em perigo / situações de vulnerabilidade* optou por omitir a referência ao nome (próprio, de família ou ambos) dos *menores* representados. Excetua-se, no Telejornal e nos blocos informativos da SIC e da TVI, grande parte das peças em que os *menores* surgiram na *condição de envolvidos em casos de justiça*. Nesses casos, a referência ao nome, mais do que identificar os próprios *menores*, foi muitas vezes utilizada para designar toda a informação com eles relacionada (surtingo assim uma cobertura jornalística marcada pelo acompanhamento de casos que são desenvolvidos ao longo do tempo).

A utilização de técnicas como o *nome fictício* é praticamente residual, tendo sido identificada pontualmente em casos de *menores* agredidos sexualmente.

347. A maioria das peças analisadas nos diferentes blocos informativos também omitiu a **identificação do local de residência e/ou permanência dos menores em perigo**.

348. Quando a **forma de identificação dos menores é através da imagem**, verifica-se que se passa o inverso, ou seja, a maioria das peças da RTP1, RTP2, SIC e TVI tendeu a mostrar os *menores* em situações de perigo, na maior parte dos casos sem recorrer a qualquer técnica para ocultar a sua identidade, o que pode significar um aumento da exposição desses *menores* e uma diminuição da sua proteção. Sublinhe-se essa tendência mais acentuada na informação da RTP2, nomeadamente em peças que mostram ***menores vítimas de guerra e catástrofes naturais***, geralmente em acontecimentos noutros países.

Escassamente utilizadas nos conteúdos analisados, refira-se que as **técnicas de ocultação** predominantes correspondem à **distorção da imagem** e aos **planos de detalhe**.

349. Em termos de análise *temática*, verifica-se que mais de metade das peças com *menores* em perigo analisadas nos quatro serviços

de programas se centrou em assuntos relacionados com **ordem interna** e **sistema judicial**.

350. No que diz respeito à cobertura jornalística das peças com ***menores em situações de perigo/vulnerabilidade*** em termos geográficos, verificou-se que as peças monitorizadas no Telejornal, no Jornal da Noite e no Jornal Nacional / Jornal das 8, reportam sobretudo assuntos com **enfoque geográfico em Portugal**. Pelo contrário, os blocos informativos da RTP2 que representam *menores* nessas condições remetem sobretudo para um contexto internacional.

Tendência comum a todos os blocos informativos analisados, no caso das peças que reportam *menores* em perigo em contextos internacionais, é a maior representação do **continente europeu**.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

351. Ao longo de 2011, os serviços de programas generalistas regularmente analisados, RTP1, RTP2, SIC e TVI, registaram um total de 472 situações de alteração da programação, das quais 324 correspondem a desvios no horário da programação e 148 a alterações de programas.

352. No serviço de programas SIC registou-se o menor número de casos de alterações à programação (45) e na RTP1 verificou-se o maior número (212), sendo este essencialmente resultante das suas obrigações específicas de operador público de televisão.

353. Analisando a distribuição por mês dos casos identificados, verificou-se que o mês com maior incidência de ocorrências foi março (71) e o que registou o menor número foi fevereiro (21).

354. Quanto ao desempenho dos operadores, verifica-se que maio foi o mês em que se registaram mais alterações de horários (46), e, por sua vez, julho foi o que registou o menor número de ocorrências (15); o maior número de casos de alteração de programas registou-se em março (30) e em dezembro ocorreu o menor número de situações — apenas se identificaram 5 casos na RTP1, sendo que os restantes serviços, RTP2, SIC e TVI, não registaram quaisquer situações nesse mês.

355. Comparando os valores dos anos 2010 e 2011, verifica-se que ocorreram descidas no número total de casos de alteração da programação na RTP1 e SIC; a TVI, embora tenha registado um aumento do número de casos, ainda se mantém abaixo dos valores registados na RTP1 e RTP2.

356. No ano 2011 foi ainda analisado, por amostragem aleatória, um mês de programação dos serviços de programas RTP África,

do operador RTP, Hollywood e MOV, do operador DREAMIA e, ainda, o serviço MTV Portugal, do operador MTV Networks. Esta verificação deu origem a abertura de um procedimento contraordenacional relativamente ao serviço de programas RTP África, o qual, no final de 2011, corria ainda os seus termos.

357. Por sua vez, as 472 situações de alteração da programação registadas nos serviços de programas regularmente analisados, após verificação dos motivos que estiveram na sua base, foram tidas como justificadas por subsumíveis nas exceções do n.º 3 do art. 29.º da Lei da Televisão ou, em casos raros, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

358. Os operadores sob jurisdição nacional estão sujeitos a obrigações quanto à difusão de obras audiovisuais produzidas em língua portuguesa, devendo dedicar pelo menos 50 % das suas emissões a programas originariamente em língua portuguesa e 20 % a obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

359. Em 2011 foram apuradas as quotas de difusão de obras audiovisuais relativas a 39 serviços de programas televisivos, verificando-se que a maioria (27), atingiu a percentagem mínima exigida na lei. Emitiram uma percentagem inferior a 50 % de programas originariamente em língua portuguesa, os serviços de programas SIC Mulher, SIC Radical, SIC K (SIC), TV Cine 1, TV Cine 2, TV Cine 3, TV Cine 4 (ZON Conteúdos) MOV, Hollywood, Canal Panda Panda Biggs (DREAMIA), Hot TV (Filmes HOTGOLD).

360. A quota de 20 % de programas criativos de produção originária em língua portuguesa foi alcançada na maioria dos serviços de programas (24); no entanto, 15 serviços de programas situam-se ainda aquém do mínimo exigido — TV Cine 1, TV Cine 2, TV Cine 3, TV Cine 4 (ZON Conteúdos) MOV, Hollywood, Canal Panda, Panda Biggs (DREAMIA), Sport TV 1, Sport TV 2, Sport TV 3, Sport TV 4, Sport TV Golfe e Hot TV (Filmes HOTGOLD).

361. Continuam a atingir os valores mais elevados de programas originariamente em língua portuguesa os serviços de programas de cobertura de âmbito internacional, os serviços de programas de temática informativa, desportiva e, ainda, os serviços Económico TV, Porto Canal e Q,

362. Quanto à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, merecem destaque pelos elevados valores percentuais alcançados, os serviços de âmbito internacional e os serviços temáticos RTP Memória, MVM, Porto Canal e Q.

363. Verifica-se, por outro lado, que os serviços temáticos de cinema e séries e de temática infantojuvenil continuam com escassas percentagens de programas originariamente em língua portuguesa. De um total de quatro serviços detidos pelo operador ZON Conteúdos, apenas dois registaram progressividade, e nos serviços da responsabilidade do operador DREAMIA não se registaram subidas.

364. Confrontando os resultados obtidos em 2010, verifica-se que, no que respeita à percentagem de programas originariamente em língua portuguesa, 16 serviços de programas melhoraram os seus resultados e quanto aos programas criativos registaram-se subidas em 11 serviços.

365. A leitura comparativa dos resultados, ainda que possa refletir alguma progressividade dos resultados obtidos em 2011, nos diversos serviços de programas, na prática não provocou alterações no panorama do cumprimento da lei (excetuando o caso da TVI 24), dado que as subidas se situaram sobretudo nos serviços de programas que já tinham um bom desempenho.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

366. 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 arts. 45.º e 46.º da Lei da Televisão.

367. Em 2011, de entre os 39 serviços de programas analisados, verificou-se que 25 serviços incorporaram na sua programação uma percentagem maioritária de obras europeias, cumprindo o previsto no art. 45.º da Lei da Televisão.

368. Os restantes 14 serviços de programas, SIC Radical, SIC Mulher e SIC K (SIC), TV Cine 1, TV Cine 2, TV Cine 3 e TV Cine 4 (ZON Conteúdos), MOV, Canal Panda, Panda Biggs e Hollywood (DREAMIA), Sport TV Golfe (Sport TV) e Hot TV (Filmes HOTGOLD), não alcançaram a quota definida para a difusão de obras europeias, não dando cumprimento ao estipulado na lei.

369. Relativamente à transmissão de obras de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos, 30 serviços de programas reservaram mais de 10 % da respetiva programação a estas obras.

370. Os serviços de programas MOV, Canal Panda, Panda Biggs e Hollywood (DREAMIA), o canal Q (A Má da Foca), Hot TV (Filmes HOTGOLD), MTV Portugal (MTV Networks) e RTP Memória (RTP), num total de 8, não atingiram o valor mínimo exigido.

371. Na sequência da avaliação do desempenho dos operadores ZON Conteúdos e DREAMIA e dado o incumprimento das obrigações de difusão de obras de produção europeia, o Conselho Regulador da ERC deliberou instar, a 1 de junho de 2011, os operadores ZON Conteúdos (Deliberação n.º 10/OUT-TV/2011) e DREAMIA (Deliberação n.º 11/OUT-TV/2011) no sentido de darem progressivamente cumprimento ao disposto na lei.

372. No âmbito da avaliação do nível de progressividade destes serviços de programas, verificou-se que os serviços TV Cine 3 e TV Cine 4 cumpriram a exigência de crescimento de 10 % de obras europeias e que os serviços TV Cine 1 e TV Cine 2 não registaram a progressividade exigida.

373. Os serviços do operador DREAMIA, MOV e Hollywood, não atingiram, em 2011, o nível de progressividade exigido, quer de obras europeias, quer de produção independente.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

374. No cumprimento dos limites de tempo reservado a mensagens publicitárias, de acordo com o art. 40.º da Lei da Televisão, no ano de 2011 verificou-se uma diminuição dos casos de difusão de publicidade por hora, nos serviços de programas RTP1 e SIC; já a TVI viu aumentar as infrações em mais três casos relativamente aos registados em 2010.

375. Ainda no que se refere ao serviço público de televisão RTP1, verifica-se a tendência de descida quando observados no âmbito da cláusula 23.ª do CCSPT: os incumprimentos relativos aos seis minutos de publicidade comercial diminuíram em 2011.

376. 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 SIC, seguindo-se a TVI, a RTP1 e a RTP2, o que veio alterar ligeiramente o comportamento manifestado em anos anteriores, nos quais a TVI era, dos quatro, aquele cujos intervalos tinham maior impacto na emissão.

377. Quanto ao papel das autopromoções na duração dos intervalos, é a SIC que se destaca com o maior volume seguindo-se a TVI e a RTP1.

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

379. Efetuada 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, ao contrário do que aconteceu em 2010, em que os serviços de programas privados haviam revelado um comportamento similar no que respeita a blocos de televentas (superiores a quinze minutos) e ao volume de publicidade comercial emitidos, são de registar em 2011 algumas diferenças, nomeadamente no maior volume de blocos de televentas na SIC, que ocupam 35,2 % do intervalo, enquanto na TVI se situam nos 24,5 %. Ainda assim, é na RTP1 que os blocos de televentas assumem maior peso no intervalo, 43,9 %.

380. No que se refere à publicidade comercial salienta-se que a TVI é o serviço de programas com maior volume de publicidade comercial no cômputo total do intervalo, seguindo-se a SIC e a RTP1, cujas obrigações inerentes ao CCSPT limitam a difusão de publicidade comercial.

381. Quanto às obrigações decorrentes das regras de patrocínio e inserção da publicidade na televisão é de registar incumprimento do normativo em março de 2011, nos três serviços de programas analisados, tendo o acompanhamento do período subsequente resultado numa maior conformidade em relação ao disposto na Lei da Televisão.

382. De uma forma geral verifica-se uma descida acentuada do volume de publicidade comercial nos intervalos entre 2010 e 2011, sendo esta mais notória na SIC na ordem dos catorze pontos percentuais, seguida da TVI com menos seis pontos percentuais e da RTP1 com a descida de um ponto percentual. Este dado poderá indiciar um menor investimento publicitário em 2011 nos espaços tradicionais, intervalos, para a difusão de publicidade em televisão.

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

383. Ao abrigo do previsto no art. 18.º da Lei da Televisão, o qual estabelece que compete à ERC atribuir, renovar, alterar ou revogar as licenças e autorizações para a atividade de televisão, foram autorizados 6 novos serviços de programas durante o ano de 2011, todos classificados como temáticos e que pretendem abranger diversas áreas como a criativa/cultural, entretenimento, casa/imobiliário, séries e novelas — *Canal 180, ZAP Novelas, House TV, SIC Especial, Canal 10 e TV Séries*.

384. Os serviços de programas *Canal 180, ZAP Novelas, House TV, SIC Especial e Canal 10* são de acesso não condicionado com assinatura, pelo que são disponibilizados ao público mediante o pagamento de uma contrapartida pelo acesso à infraestrutura de distribuição ou pela sua utilização.

385. O serviço de programas TV Séries é o único serviço autorizado em 2011 de acesso condicionado, pelo que apenas está disponível

ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica; neste caso, para efeitos de “contrapartida específica” não se considera a contrapartida pelo acesso à infraestrutura de distribuição ou pela sua utilização, de acordo com o n.º 6 do art. 8.º da Lei da Televisão.

386. Relativamente aos níveis de cobertura destes serviços de programas, no ano em análise, a maioria de autorizações (5) concedidas foram para serviços de programas com âmbito de cobertura nacional por se proporem a abranger a generalidade do território nacional, incluindo as regiões autónomas. Apenas a *ZAP Novelas*, de âmbito internacional, se destina a abranger de forma predominante o território de outros países que não Portugal. De notar que este dado converge para a tendência verificada nos últimos 10 anos, dos quais só o ano de 2010 foi exceção, com mais autorizações para serviços de programas de âmbito internacional do que de âmbito nacional.

387. Resulta da análise efetuada que, embora o ano de 2011 não tenha sido tão fértil no aparecimento de serviços de programas televisivos em comparação com os dois anos imediatamente anteriores, os pedidos de autorização para o exercício da atividade de televisão através de novos serviços de programas continuam a ser regulares e continuam a ter um peso grande no panorama audiovisual nacional.

388. No que se refere às temáticas abrangidas, em 2011 assinala-se o predomínio dos serviços temáticos de desporto, cinema/séries e informação vária.

389. Na última década do audiovisual em Portugal, a evolução tem sido maioritariamente em sentido ascendente — o ano por excelência foi 2009 —, com o aparecimento de novos serviços de programas televisivos, com temáticas cada vez mais variadas, ao que se alia o aparecimento de novos operadores de televisão.

390. 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, bem como imprime um maior dinamismo ao mercado na área do audiovisual.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS 2011

391. Através da informação disponibilizada neste capítulo podemos traçar um perfil do mercado audiovisual nos serviços de programas de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI).

392. Assim, constata-se que a produção estrangeira continua a ter um impacto significativo no consumo do mercado nacional, nomeadamente os E.U.A. enquanto principal fornecedor de conteúdos para os serviços em causa, seguidos do Brasil e do Reino Unido.

393. Os conteúdos dos países lusófonos, cujos programas se distribuem por ficção, musicais e documentários, registam a larga preponderância do Brasil que representa 96 % do total da produção originária destes países exibida pelos quatro serviços de programas.

394. O serviço de programas RTP2 foi aquele que mais se evidenciou com o maior volume de horas na exibição de produção independente tanto de primeira exibição como de repetição.

395. O volume de horas dedicado à produção de origem nacional no conjunto dos quatro serviços em análise representou uma percentagem maioritária face ao total de programas.

396. A produção cuja função base é o entretenimento ocupa o maior número de horas no conjunto dos quatro serviços, com realce para a SIC.

397. Relativamente às obras cinematográficas e a exemplo da restante produção exibida pelos quatro serviços, a esmagadora maioria é proveniente dos E.U.A., sendo a de origem nacional bastante diminuta, à exceção da RTP2 em que estas ocupam 22 % do total de produções cinematográficas.

398. Tal como referido em anos anteriores, a hegemonia do mercado norte-americano é amplamente reconhecida pelo consumo interno, não se tendo registado avanços significativos na aproximação a novas empresas nacionais de produção independente. Verifica-se ainda que a aposta na produção nacional, quando surge, está condicionada pelas diretrizes do operador de televisão, não sendo resultado de um produto acabado que o operador obtém no mercado independente.

A ERC EM 2011

NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

SÃO OS SEGUINTE OS NÚMEROS MAIS RELEVANTES SOBRE A ATIVIDADE DA ERC EM 2011:

327 deliberações.

56 reuniões do Conselho Regulador.

2 audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar para a Ética, a Cidadania e a Comunicação.

3 reuniões do Conselho Consultivo.

E AINDA:

8 834 entradas.

66 recursos humanos.

29 900,25 euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).

9 250,00 euros atribuídos para apoio a seminários e congressos.

5 publicações:

Estudo Educação para os *Media* em Portugal.

Relatório de Regulação 2010.

Relatório de Atividades e Contas 2010.

Estudo sobre Publicidade do Estado.

Relatório do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público de Televisão em 2010.

OUTROS DADOS EM 2011:

6 impugnações judiciais de taxas de encargos administrativos da ERC.

938 467,77 euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.

120 163,94 euros investidos em sistemas de informação.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

1. DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

1.1. A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

Durante o exercício de 2011, a atividade deliberativa da Entidade Reguladora para a Comunicação Social saldou-se na produção de 327 deliberações, o que representa um decréscimo de 9,42 % face ao total de processos sobre os quais deliberara em período homólogo de 2010.

27,5 % das deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2011 tiveram origem em queixas de particulares, acautelando assim direitos, liberdades e garantias fundamentais e cumprindo uma função basilar num estado de direito democrático.

Nesta fase, as matérias referentes a conteúdos permaneceram na liderança dos temas alvo de pronúncia, com uma incidência de 26,30 %. Neste âmbito, merece destaque a aprovação das linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, entre 2006 e 2010.

Destacam-se ainda as deliberações em matéria de autorizações (15,60 %) para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio e tendo ainda em vista o exercício da atividade de televisão através de novos serviços de programas. Também em matéria de denegação do exercício do direito de resposta pelos meios (12,84 %) e as deliberações relativas a processos contraordenacionais (11,62 %), por exemplo, por violação do art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade, incumprimento do horário de programação e violação dos limites à liberdade de programação.

Em 2011, verificou-se também pronúncia sobre processos respeitantes a licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, à avaliação do pluralismo político-partidário nos meios, a sondagens, publicidade e direitos dos jornalistas por recusa de emissão de credenciais para cobertura jornalística e violação do direito de acesso às fontes de informação. Releva também para a emissão de pareceres referentes a nomeações para a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A. e Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

No período em análise o Conselho Regulador deliberou sobre 91 processos relativos a imprensa, um total idêntico ao número de processos referentes à televisão. Refira-se que em 2011, a Entidade recebeu 262 queixas referentes a programas de televisão, tendo a segunda edição do programa a “Casa dos Segredos” liderado no número de reclamações, 103.

Desde a entrada em funções da ERC, em fevereiro de 2006, o órgão regulador já aprovou um total de 1 787 deliberações. Em termos agregados, o exercício do ano 2009 foi o mais ativo no que respeita à atividade deliberativa, com um total de 465 decisões tomadas, em grande medida fruto da aprovação de 183 deliberações relativas a renovação de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

De seguida, reproduz-se uma síntese de todas as deliberações aprovadas em 2011, tendo sido adotado como critério de organização o meio em que se suporta o órgão de comunicação social a que se reportam, designadamente, Televisão, Imprensa, Rádio, *Internet* e

Fig. 1 – Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2011. Agregado do ano 2011.

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Outros	Total	%
Autorizações	0	42	9	0	0	51	15,60%
Conteúdos	35	4	41	4	2	86	26,30%
Decisões de processos contraordenacionais	0	0	0	0	38	38	11,62%
Direito de resposta	39	0	3	0	0	42	12,84%
Direito dos jornalistas	0	0	0	0	8	8	2,45%
Licenças	0	28	0	0	0	28	8,56%
Pareceres	2	0	6	0	2	10	3,06%
Pluralismo	6	3	5	0	3	17	5,20%
Publicidade	0	1	9	0	2	12	3,67%
Sondagens	7	0	2	1	6	16	4,89%
Outros	2	0	16	0	1	19	5,81%
Total	91	78	91	5	62	327	
%	27,83%	23,85%	27,83%	1,53%	18,96%	100,00%	100,00%

Fig. 2 – Percentagem das deliberações aprovadas por órgãos de comunicação social. Agregado do ano 2011.

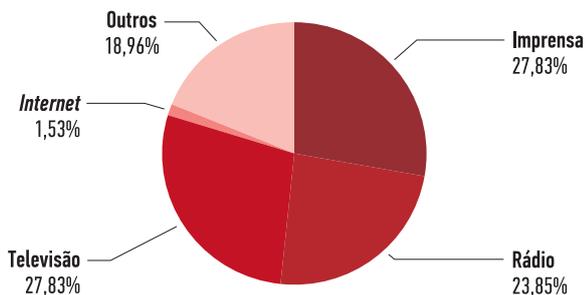


Fig. 3 – Quadro evolutivo do total de deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador. Dados entre 2006 e 2011.

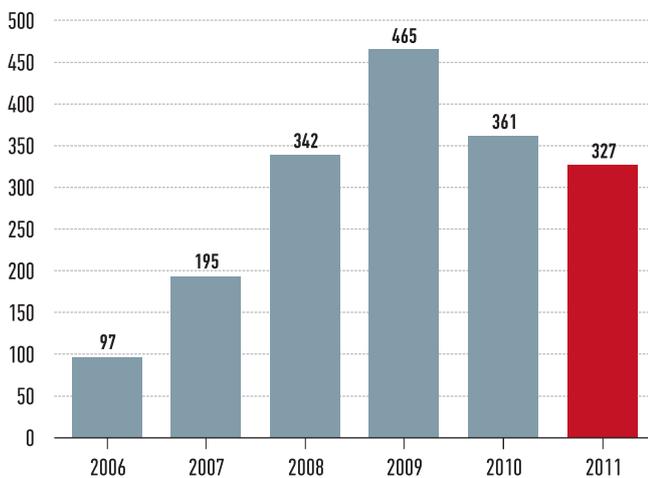
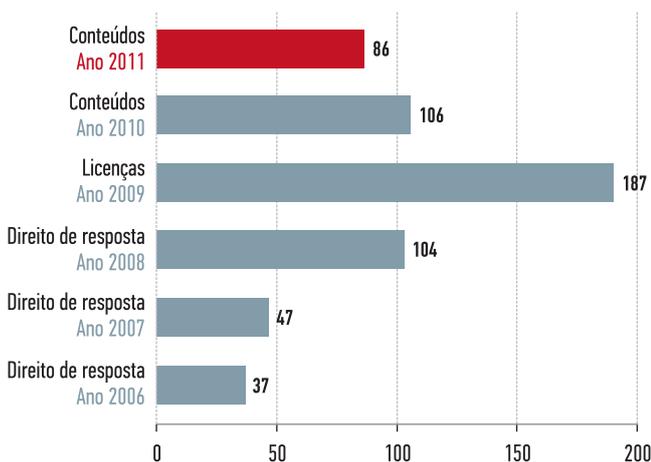


Fig. 4 – Categorias de deliberações com mais decisões adotadas em cada ano. Dados entre 2006 e 2011.



Diversos. Numa segunda estruturação, surgem as deliberações relativas a Sondagens, Direitos dos Jornalistas, Pareceres e Decisões de Processos Contraordenacionais.

Em cada deliberação surge referenciado o sentido de voto dos membros do Conselho Regulador. Recorde-se que as deliberações são aprovadas por unanimidade ou por maioria. Sempre que se verifique este último caso será feita a identificação dos votos a favor, das abstenções, dos votos contra e referenciada a existência de declarações de voto.

Uma vez que dez meses de exercício do ano 2011 estiveram sob a orientação do primeiro Conselho Regulador e dois meses sob o mandato do segundo Conselho Regulador, quando se trate de deliberações adotadas pelo primeiro, serão utilizadas as siglas: Prof. Doutor José Alberto Azeredo Lopes — AL; Dr. Elísio Oliveira — EO; Prof.ª Doutora Estrela Serrano — ES; e Dr. Rui Assis Ferreira — RAF. Para deliberações aprovadas pelo segundo: Dr. Carlos Magno Castanheira — CM; Professor Doutor Arons de Carvalho — AC; Dr.ª Luísa Roseira — LR; Dr.ª Raquel Alexandra Castro — RAC; e Dr. Rui Gomes — RG.

1.2. SÍNTESES DAS DELIBERAÇÕES

1.2.1. TELEVISÃO

1.2.1.1. Autorizações

- **Deliberação n.º 1/AUT-TV/2011**

Prorrogação do prazo para início das emissões do serviço de programas televisivo temático de desporto de cobertura internacional e acesso condicionado, SPORT TV ÁFRICA I, titulado pela SPORT TV PORTUGAL, S.A.

Enquadramento

Em requerimento enviado em 18 de janeiro de 2011, a SPORT TV PORTUGAL, S.A., solicitou à ERC a prorrogação do prazo determinado legalmente para início das emissões do serviço de programas SPORT TV ÁFRICA I, de que é titular, até final de setembro de 2011.

Decisão

Perante os fundamentos invocados pelo requerente, o Conselho Regulador deliberou autorizar, no dia 9 de fevereiro, a prorrogação do prazo legalmente estabelecido para o início das emissões desse serviço de programas televisivo temático de desporto de cobertura internacional e acesso condicionado.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Canal 180.

Enquadramento

A OSTV, Lda., requereu à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em 7 de dezembro de 2010, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de cobertura nacional e de acesso não condicionado com assinatura denominado Canal 180.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a atividade de televisão através do referido serviço de programas, nos termos em que fora requerido pela entidade OSTV, Lda. A presente autorização circunscreve-se,

de acordo com a legislação aplicável, ao projeto de emissão linear do serviço de programas televisivo *Canal 180*.

Procede-se oficiosamente ao registo do serviço de programas televisivo *Canal 180* junto da Unidade de Registos desta Entidade Reguladora.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado SIC Especial.

Enquadramento

A SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., requereu à ERC, em 29 de março de 2011, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de cobertura nacional e de acesso não condicionado com assinatura denominado SIC Especial.

Decisão

Analisado este processo, o Conselho Regulador deliberou autorizar a atividade de televisão através do referido serviço de programas e proceder oficiosamente ao seu registo junto da Unidade de Registos da Entidade.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e de acesso não condicionado com assinatura denominado HOUSE TV.

Enquadramento

A World Channels, S.A. requereu à ERC, em 23 de março de 2011, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático vocacionado para o sector imobiliário, de cobertura nacional e de acesso não condicionado com assinatura denominado HOUSE TV.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, de dia 11 de maio, foi deliberado autorizar a atividade de televisão através do referido serviço de programas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 5/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de séries e novelas de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura.

Enquadramento

A UPSTAR COMUNICAÇÕES, S.A. requereu à ERC, no dia 18 de fevereiro de 2011, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de séries e novelas, de cobertura internacional e de acesso não condicionado com assinatura, denominado ZAP Novelas.

A ZON Lusomundo TV, S.A., enquanto titular de autorização anterior para o exercício de televisão através do serviço de programas ZAP Novelas, concedida por deliberação da ERC em 20 de maio de 2010, informou que pretendia cessar o exercício da atividade, deixando o serviço de programas televisivo de emitir na data em que for concedida a autorização requerida pela UPSTAR COMUNICAÇÕES, S.A.

Decisão

Analisado este processo, o Conselho Regulador deliberou declarar extinta a autorização concedida à ZON Lusomundo TV, S.A. para o referido serviço de programas e autorizar a atividade de televisão requerida pela UPSTAR COMUNICAÇÕES, S.A.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e de acesso condicionado denominado TV Séries.

Enquadramento

A ZON LUSOMUNDO TV, LDA., requereu à ERC, em 2 de agosto de 2011, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de séries, de cobertura nacional e de acesso condicionado, denominado TV Séries.

Nos termos do n.º 1 do art. 17.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, a ERC solicitou ao ICP-ANACOM, Autoridade Nacional de Comunicações, a verificação das condições técnicas da candidatura, tendo recolhido parecer favorável, em 9 de agosto de 2011.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a atividade de televisão através do referido serviço de programas temático de cobertura nacional e acesso condicionado e proceder oficiosamente ao registo do serviço de programas televisivo TV SÉRIES junto da Unidade de Registos da Entidade. O órgão regulador disse que a ZON LUSOMUNDO TV, LDA. ficava notificada para efeitos de junção da versão definitiva do estatuto editorial.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/AUT-TV/2011**

Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Canal 10.

Enquadramento

A CTN – Conteúdos Transnacionais, S.A. requereu à ERC, em 11 de

julho de 2011, autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de cobertura nacional e de acesso não condicionado com assinatura denominado *Canal 10*.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou no exercício das suas atribuições e competências autorizar a atividade de televisão através do referido serviço de programas, nos termos requeridos e proceder oficiosamente ao seu registo junto da Unidade de Registos da Entidade.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 8/AUT-TV/2011**

Alargamento do horário de emissão do Canal 180.

Enquadramento

A OSTV, Lda. apresentou no dia 6 de setembro de 2011 um requerimento a solicitar autorização para o alargamento de horário de emissão do *Canal 180* de seis para dezoito horas diárias, com vista a emitir entre as 8h00 e as 2h00.

O operador referiu que este alargamento poderá contribuir para aumentar o número de pessoas que acompanham o canal, mantendo, porém, a atual estrutura da programação entre as 20h00 e as 2h00, o período horário de emissão previsto na deliberação de autorização do serviço de programas.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, foi deliberado autorizar o alargamento de horário deste serviço de programas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 9/AUT-TV/2011**

Prorrogação do prazo para início das emissões do serviço de programas televisivo temático de desporto de cobertura internacional e acesso condicionado, SPORT TV ÁFRICA II, titulado pela SPORT TV PORTUGAL, S.A.

Enquadramento

A SPORT-TV PORTUGAL, S.A. requereu à ERC autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de desporto de cobertura internacional e de acesso condicionado denominado *SPORT TV*, concedida nos termos da Deliberação n.º 1/AUT-TV/2010, de 20 de janeiro de 2010.

No dia 1 de junho de 2010, este operador requereu a alteração da denominação do serviço de programas *SPORT TV* para *SPORT TV ÁFRICA II*, a qual foi autorizada pela Deliberação n.º 12/AUT-TV/2010. Em 18 de janeiro de 2011, o operador solicitou a prorrogação do prazo determinado legalmente para início das emissões deste serviço de programas, até final de setembro de 2011, a qual foi concedida pela Deliberação n.º 1/AUT-TV/2011, de 9 de fevereiro de 2011.

Através de um novo requerimento, datado de 30 de setembro de 2011, o operador requereu nova prorrogação do prazo, até final de março de 2012, com fundamento no facto de se ter verificado atraso

no fornecimento de equipamentos técnicos provenientes do Japão, devido aos acontecimentos aí ocorridos, que impossibilitam que estejam reunidas as condições necessárias para se iniciarem as emissões dentro do prazo anteriormente estipulado.

Decisão

Em reunião de dia 19 de outubro de 2011, o Conselho Regulador deliberou autorizar a prorrogação do prazo legalmente estabelecido para o início das emissões do referido serviço de programas televisivo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.1.2. Conteúdos

• **Deliberação n.º 1/CONT-TV/2011**

Participação de Frederico Ferreira contra a exibição do programa “Histórias com gente dentro”.

Enquadramento

A ERC recebeu, no dia 25 de outubro de 2010, uma participação de Frederico Ferreira contra a emissão do programa “Histórias com gente dentro” de dia 22 de outubro de 2010. O Participante manifestava o seu descontentamento pela exibição de um relato de uma mulher num sofrimento psicológico atroz, chorando e quase com dificuldade em se exprimir, que conta pormenorizadamente os atos brutais de tortura física e psicológica a que foi sujeita.

Decisão

Após analisar o conteúdo do referido programa o Conselho Regulador considerou que o mesmo não era suscetível de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes. Face a isso, deliberou considerar improcedente a queixa apresentada.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 2/CONT-TV/2011**

Queixa do Município do Porto contra o operador televisivo SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

No dia 20 de maio de 2010, deu entrada na ERC uma queixa apresentada pelo Município do Porto contra o operador televisivo SIC e os jornalistas responsáveis pela edição, elaboração e difusão do programa “*Grande Reportagem*” intitulado “*Corrupção: Crime sem Castigo*”, transmitido em 21 de abril naquele serviço de programas. O queixoso invoca que ali foram cometidos “*graves e grosseiros*” atropelos a um conjunto de deveres ético-jurídicos aplicáveis à atividade jornalística, bem como violados direitos, liberdades e garantias do queixoso.

Na oposição deduzida à queixa apresentada, a SIC rejeitou expressamente a tese defendida pelo Queixoso no sentido de a reportagem ter sido feita com o intuito de denegrir a imagem da edilidade portuense, até porque dois dos três casos ilustrados na reportagem se referem a denúncias de corrupção urbanística em Lisboa. O operador rebateu também as acusações feitas pelo queixoso no sentido de este não ter sido auscultado.

Decisão

O Conselho Regulador considerou a queixa parcialmente procedente, na medida em que, em seu prejuízo, o operador SIC não respeitou devidamente o princípio do contraditório. O órgão regulador deliberou assim instar a SIC a, de futuro, acautelar devidamente os deveres ético-legais do jornalismo e, em particular, assegurar adequadamente o princípio do contraditório.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/CONT-TV/2011**

Queixa de Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira contra a SIC Notícias.

Enquadramento

No dia 21 de outubro de 2010 os serviços da ERC receberam uma queixa de Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira, acionista e presidente do Conselho de Administração do Grupo Controlinveste, contra a SIC Notícias, tendo por objeto a edição de 3 de outubro do programa *Tempo Extra* por ter sido reproduzido e objeto de comentário um conjunto de gravações resultantes de escutas telefónicas no âmbito do processo “Apito Dourado”, entre as quais se encontrava uma conversa mantida entre o Queixoso e o presidente do Futebol Clube do Porto e que argumentava em nada se relacionar com o ‘Apito Dourado’, ou com qualquer facto conexo.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que a SIC Notícias, ao divulgar uma escuta de uma conversa telefónica constante de um processo criminal, violou direitos de personalidade de Joaquim Oliveira, mormente o seu direito à privacidade e ao bom nome. Na argumentação que produziu, o órgão regulador esclareceu que apenas em situações excecionais de manifesto interesse público poderá um órgão de comunicação social divulgar escutas telefónicas constantes de processos criminais, mesmo que os mesmos já não se encontrem em segredo de justiça.

O Conselho Regulador instou assim a SIC Notícias a, no futuro, respeitar as regras ético-legais que presidem à atividade jornalística, como seja, a garantia dos direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada e à palavra dos cidadãos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Voto contra de RAF (com declaração de voto).

- **Deliberação n.º 4/CONT-TV/2011**

Exibição do filme “Selva Canibal” no serviço de programas MOV.

Enquadramento

Nos dias 24 e 26 de novembro de 2010, foi exibido no serviço de programas temático MOV, do operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., o filme “Selva Canibal”, pelas 23h20 e pelas 4h55, respetivamente. Em Portugal esta obra foi classificada para públicos maiores de 16 anos, pela Comissão de Classificação de Espetáculos (CCE). Os serviços da ERC verificaram que o conteúdo do filme incluía

imagens particularmente violentas e chocantes, e que a sua exibição, embora tenha ocorrido entre as 22h30 e as 6h00, não foi acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado.

Do visionamento efetuado pelos serviços da ERC, concluiu-se que o conteúdo do referido filme era suscetível de influir negativamente na formação da personalidade das crianças e adolescentes.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador deliberou-se instaurar procedimento contraordenacional contra a DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., por violação do art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 5/CONT-TV/2011**

Processo de averiguações para apuramento da presença de mensagens publicitárias em especial de informação sobre a imagem pessoal e os estereótipos de beleza exibido no Jornal da Noite da SIC.

Enquadramento

O Conselho Regulador desencadeou um processo de averiguações no sentido de apurar eventuais infrações às regras da publicidade e às normas ético-deontológicas do jornalismo na edição do Jornal da Noite de 28 de setembro, no qual se desenvolveu um especial de informação dedicado à temática da importância da imagem pessoal e os estereótipos de beleza na sociedade contemporânea.

A questão controversa prende-se com o facto de a SIC ter escolhido realizar aquele especial de informação em direto a partir de um ginásio, tendo mostrado por várias vezes a imagem identificativa da empresa (logótipo) no decurso da emissão.

Essa opção editorial da SIC foi objeto de crítica em diversos órgãos de comunicação social, que, no essencial, questionaram o facto de a referida emissão se configurar como uma ação promocional da empresa de ginásios em questão.

No contraditório remetido à ERC, a SIC sustentou não haver qualquer razão ou fundamento para haver dúvidas e muito menos suspeitas sobre comportamentos ético e moral de todos os profissionais envolvidos na produção da notícia em causa.

Decisão

Da apreciação conduzida pelos serviços da ERC concluiu-se pela presença recorrente da marca associada ao referido ginásio e as referências a produtos e serviços específicos por ele oferecidos ao longo do espaço informativo em análise.

Quando chamado a pronunciar-se o Conselho Regulador recordou que a confusão entre informação e publicidade de alguns conteúdos integrantes do especial de informação da SIC colidia com preceitos ético-deontológicos inerentes à atividade jornalística. Considerou assim que a SIC violou de forma manifesta os seus deveres de isenção e independência.

O órgão regulador deliberou assim remeter o presente processo à Direção-Geral do Consumidor para efeitos do exercício da competência que lhe assiste.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/CONT-TV/2011**

Participação contra a telenovela “Morangos com Açúcar” da TVI por exibição de cena de nus entre jovens.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 15 de dezembro de 2010, uma participação subscrita por Pedro Paixão contra a TVI por no dia 8 de dezembro ter exibido uma cena de nus entre jovens na telenovela “Morangos com Açúcar”, um conteúdo que considerava inapropriado num programa direcionado para os jovens, como a sua filha de 7 anos e atendendo ao horário de exibição.

Notificada para exercer contraditório, a TVI não remeteu à ERC qualquer pronunciamento sobre a participação em apreço.

Decisão

Tendo realizado o visionamento do referido episódio, os serviços da ERC verificaram que a encenação do envolvimento físico entre as personagens se pautava pela contenção e até por uma certa reserva, não sendo explorados de forma abusiva os atributos físicos de ambos os personagens, nem sendo exibidas imagens de atos sexuais.

Além disso no entendimento da ERC as cenas em causa caracterizam-se pela brevidade. Nos comentários feitos pelo Regulador sobre este caso, lembrou-se que “Morangos com Açúcar” é recomendado para públicos com mais de 10 anos, sendo aconselhável acompanhamento parental para idades inferiores. Cabendo de igual forma a pais ou educadores a responsabilidade de acompanharem e resolverem as questões que surjam do contacto com conteúdos televisivos que as crianças não conseguem descodificar por si.

O Conselho Regulador considerou assim que o episódio transmitido não continha cenas que pudessem afetar a formação da personalidade dos públicos mais vulneráveis, em especial, os menores e como tal deliberou arquivar, conseqüentemente, o processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/CONT-TV/2011**

Participação contra a exibição da edição de 15 de janeiro de 2011 do programa “E-Especial”, da SIC, por alegado sensacionalismo em torno das circunstâncias da morte de Carlos Castro.

Enquadramento

No dia 14 de janeiro de 2011, deu entrada na ERC uma participação de Miguel Couto contra o programa E-Especial da SIC, que veio a ser transmitido no dia 15 de janeiro de 2011, por alegado sensacionalismo em torno das circunstâncias da morte de Carlos Castro.

Tendo sido notificada para exercer o direito de oposição, a SIC não apresentou qualquer oposição à participação. Na apreciação deste caso, os serviços da ERC destacaram que não competia à Entidade sindicatar a qualidade, o bom gosto ou pertinência dos programas exibidos pelos operadores de televisão.

Na leitura do regulador a notícia da morte de Carlos Castro e o facto de o suspeito, Renato Seabra, ser um concorrente do programa da SIC À Procura do Sonho possuía indiscutível valor mediático, dada a atualidade, impacto, imprevisibilidade, desvio normativo e interesse humano do acontecimento e ainda devido à notoriedade e proximidade geográfica dos seus intervenientes, entendendo, por isso, que mesmo em programas de entretenimento, e não apenas de informação, a notícia da morte de Carlos Castro fosse objeto de atenção mediática.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou assim considerar que, face à liberdade de programação de que beneficiam os operadores de televisão, a decisão de dedicar parte do programa E-Especial a Renato Seabra, suspeito do crime, afigurava-se como uma opção legítima da SIC. O regulador considerou porém, que se verificou infração ao dever de respeitar a presunção da inocência, uma vez que Renato Seabra é apresentado como o assassino de Carlos Castro, tendo assim instado, em consequência, a SIC a, no futuro, respeitar a presunção de inocência de suspeitos e arguidos, até trânsito em julgado de decisão condenatória.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 8/CONT-TV/2011**

Participação de Duarte Molha contra a TVI pela exibição de uma sessão de strip no programa Você na TV!.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 5 de janeiro de 2011, uma participação subscrita por Duarte Molha contra a TVI pela exibição de uma sessão de strip com conteúdo extremamente sexualmente explícito, no dia 3 de janeiro, no programa Você na TV!, num horário que não considerava apropriado.

Decisão

Da análise a esta participação o Conselho Regulador verificou não existir qualquer exibição de conteúdos que configurasse violação da liberdade de programação. Face a esse entendimento, o órgão regulador deliberou arquivar a presente participação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 9/CONT-TV/2011**

Direito de antena do PPV, de 22 de outubro, transmitido pela RTP1.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 27 de outubro de 2010, uma participação de um cidadão relativa a um direito de antena do Portugal Pró Vida transmitido pela RTP1, no dia 22 de outubro, pelas 20h00, em que foram exibidas imagens de fetos mortos. Mais tarde, em 1 de fevereiro, o participante informou a ERC que desistia do procedimento, o que foi aceite, por força do art. 110.º do Código do Procedimento Administrativo. Porém, dado que “a desistência ou renúncia dos interessados não prejudica a continuação do procedimento, se a Administração entender que o interesse público assim o exige”, o Conselho Regulador entendeu prosseguir o processo.

Decisão

Tendo analisado o referido direito de antena o Conselho Regulador considerou que continha imagens chocantes e violentas, suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes, violando, por isso, o n.º 4 do art. 27.º da Lei da Televisão.

O Conselho Regulador verificou que o PPV não podia ser responsabilizado em sede de direito contraordenacional pelas imagens que transmitiu no seu direito de antena, uma vez que vigora para os titulares do direito de antena um regime legal claramente mais favorável do que o que se aplica aos operadores televisivos.

O órgão regulador considerou ainda que o PPV, ao apelar ao voto num candidato de um outro partido, de um outro país, utilizou o direito de antena de forma contrária ao seu fim social. O Conselho Regulador deliberou dar conhecimento da presente deliberação à 13.ª Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República, para os efeitos tidos por convenientes.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF. Abstenção de ES (com declaração de voto).

- **Deliberação n.º 10/CONT-TV/2011**

Participações de Alexandra Pereira e Dina Almeida contra a TVI na sequência de uma peça jornalística sobre swing.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, em 9 e em 11 de agosto de 2010, duas participações contra a TVI, tendo como objeto uma peça jornalística sobre *swing*, uma prática sexual que envolve a troca de parceiros, apresentada na edição de 8 de agosto do serviço noticioso Jornal Nacional. Notificada a pronunciar-se, querendo, sobre o teor das participações, a TVI apresentou oposição às mesmas. Defendeu a TVI que a peça jornalística em apreço, “*embora abordando um tema potencialmente polémico, tratou-o de forma natural, sem recorrer a preconceitos e, sobretudo, sem recorrer a descrições exageradas e sensacionalistas, quer verbais quer visuais.*”.

Da análise que os serviços da ERC empreenderam a esta peça concluíram que as imagens de contactos sexuais exibidas na reportagem, apesar de poderem ser entendidas como desadequadas face ao horário e programa de exibição por alguns públicos, não configuravam uma violação do art. 27.º da Lei da Televisão. O Regulador considerou que o tratamento jornalístico do tema em questão adotava uma perspetiva parcelar, ao apresentar apenas um ponto de vista sobre a realidade que retratava, que prejudicava diretamente o equilíbrio e a contextualização da informação produzida. Na visão do regulador, as imagens exibidas excediam, pela sua carga cenográfica, a função estritamente informativa expectável na reportagem em questão.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar por verificado que a TVI tenha violado o art. 27.º, n.ºs 4 e 8, da Lei da Televisão, pela exibição da peça jornalística sobre *swing*. O órgão regulador instou a TVI a observar

com mais rigor os princípios ético-jurídicos da atividade jornalística, designadamente no que respeita à obrigação de produzir uma informação equilibrada e contextualizada, diversificando as suas fontes de informação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 11/CONT-TV/2011**

Participações contra a exibição da edição do programa da TVI “Depois da Vida”, com Carlos Castro.

Enquadramento

No dia 14 de janeiro de 2011, deram entrada na ERC três participações subscritas por Ana Matos Pires, Telmo Figueiredo e Maria de Lourdes Rainho, relativas ao anúncio da exibição do primeiro episódio da nova série do programa Depois da Vida, transmitida na TVI, que contava com a participação de Carlos Castro, falecido na semana anterior. Os participantes solicitavam à ERC a suspensão deste episódio por alegado sensacionalismo, quebra do dever de preservar a dignidade das pessoas e violência gratuita.

Tendo sido notificada para exercer o direito de oposição às referidas participações, a TVI veio manifestar a sua discordância, salientando o facto “*de todas queixas trazidas ao conhecimento da TVI terem sido apresentadas e formuladas em momento anterior à exibição do programa que mencionam e apenas perante o seu anúncio. Por isso mesmo limitam-se a acusações genéricas de sensacionalismo e de violência, sem qualquer concretização e suporte fáctico.*”.

Decisão

Após analisar este episódio, o Conselho Regulador destacou que o operador TVI tomou a iniciativa de adiar a data da exibição do episódio “Depois da Vida” que teve como convidado Carlos Castro, de forma a permitir que decorresse mais uma semana entre a morte do mesmo e a emissão do programa. O Conselho Regulador entendeu que a transmissão, em 22 de janeiro, do programa que contou com a presença de Carlos Castro não colidiu com as normas que regem a atividade de comunicação social. Contudo, para o Regulador, as autopromoções ao programa “Depois da Vida”, exibidas enquanto decorriam as cerimónias fúnebres, não ponderaram a tranquilidade, o recato e o respeito que a morte de Carlos Castro merecia, em desrespeito da ética de antena a que o operador está vinculado, por força do art. 34.º, n.º 1, da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 12/CONT-TV/2011**

Queixa de Joaquim Lopes Rodrigues contra o programa “Tardes da Júlia”, da TVI, de dia 27 de setembro de 2010.

Enquadramento

No dia 5 de outubro de 2010, Joaquim Lopes Rodrigues apresentou uma queixa contra a TVI por ter transmitido, no programa “Tardes da Júlia”, de 27 de setembro de 2010, uma peça onde foram exibidas imagens

suas (com o rosto protegido) reconhecíveis por familiares e amigos. Referiu também que os factos sobre si divulgados não foram objeto de prévio contraditório.

Decisão

Após os serviços da ERC terem visionado o referido programa, o Conselho Regulador deliberou considerar procedente a queixa e instar a TVI a, no futuro, a desenvolver todos os esforços ao seu alcance para assegurar a defesa dos direitos fundamentais de terceiros por conteúdos exibidos em programas da sua responsabilidade, independentemente do formato ou natureza que estes assumam.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 13/CONT-TV/2011**

Procedimento de averiguações ao programa “Rui Sinel de Cordes — Especial de Natal”, transmitido pela SIC Radical, em 24 e 25 de dezembro de 2010.

Enquadramento

O Conselho Regulador deliberou, em 5 de janeiro de 2011, instaurar um procedimento de averiguações ao conteúdo do programa “Rui Sinel de Cordes — Especial de Natal”, por considerar existirem indícios de se justificar a necessidade de uma intervenção regulatória da ERC. O programa em apreço foi transmitido pela SIC Radical no dia 24 de dezembro de 2010, cerca das 15h26, e teve uma duração de aproximadamente 20 minutos. Foi repetido na madrugada de 25 de dezembro.

Decisão

Após apreciação do processo, o Conselho Regulador deliberou instar a SIC Radical ao respeito pelo princípio da dignidade da pessoa humana, em conformidade com o disposto no art. 34.º, n.º 1 da Lei da Televisão. Na ótica do regulador, o programa “Rui Sinel de Cordes — Especial de Natal” violou, de modo flagrante, os limites à liberdade de programação enunciados no art. 27.º da Lei da Televisão e, especificamente, no seu n.º 4. O Conselho Regulador determinou a abertura de um processo contraordenacional, por violação do disposto no art. 27.º, n.º 4 da LTV, nos termos dos arts. 75.º, n.º 1, alínea a), e 76.º, n.º 1, alínea a), do mesmo diploma.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 14/CONT-TV/2011**

Participação de Manuel Ferreira dos Santos contra a RTP por alegada falta de rigor informativo na cobertura noticiosa em direto do lançamento da construção da barragem do rio Tua.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 23 de fevereiro de 2011, uma participação apresentada por Manuel Ferreira dos Santos, por alegada falta de rigor informativo na cobertura noticiosa em direto do lançamento da construção da barragem do rio Tua, ocorrida no Jornal da Tarde da RTP1 de 18 de fevereiro e que teve por protagonista o primeiro-ministro, José Sócrates.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar seguimento a esta participação. Na análise da mesma o Regulador disse registar as características específicas das ligações em direto nos serviços noticiosos, as circunstâncias que levam à sua ocorrência, o seu propósito e a qualidade dos intervenientes no caso concreto, o detentor de um alto cargo público, bem como o facto de não ter detetado na peça que antecede a intervenção em direto, as declarações que o participante imputa ao primeiro-ministro.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 15/CONT-TV/2011**

Participações contra o programa Casa dos Segredos, da TVI pela transmissão de situações ofensivas, atentatórias da dignidade da pessoa humana e inadequadas para públicos sensíveis.

Enquadramento

Entre os dias 4 e 29 de novembro de 2010, a ERC recebeu sete participações contra a TVI, tendo por objeto a transmissão, na TVI generalista e na TVI Direct, de situações ocorridas durante o concurso Casa dos Segredos, as quais eram considerados pelos Participantes como ofensivas, atentatórias da dignidade da pessoa humana e inadequadas para públicos sensíveis. Os serviços da ERC efetuaram o visionamento das emissões em causa tendo verificado que continham linguagem imprópria e violenta e ofensas de teor racista e xenófobo, tendo a Denunciada sido incapaz, designadamente através do correto tratamento editorial das imagens transmitidas, de impedir cabal e eficazmente a sua difusão.

A ERC verificou igualmente que as referidas emissões continham imagens de violência física ocorridas no seguimento de uma festa promovida pela produção do programa, e tendo, novamente, a Denunciada sido incapaz de impedir cabal e eficazmente a sua difusão. Na leitura do Regulador, a transmissão dos referidos acontecimentos, quer na TVI generalista, quer na TVI Direct, extravasou manifestamente dos limites legalmente estabelecidos ao exercício da liberdade de programação que assiste a todos os operadores, violando, em particular, o disposto no art. 27.º, n.ºs 1 e 2 da Lei da Televisão. Na deliberação que adotou sobre este caso, o Regulador referiu também o facto de a Denunciada não ter observado o dever de colaboração com a ERC que impende sobre todas as entidades que prosseguem atividades de comunicação social por força do disposto no art. 53.º, n.º 5, dos Estatutos, ao não disponibilizar, nomeadamente, o regulamento do concurso em conformidade com os ofícios remetidos pela ERC.

Decisão

Face a essas constatações, o Conselho Regulador deliberou instar a TVI a exercer, de futuro, um maior controlo sobre as imagens transmitidas em programas do género Reality Show, de modo a evitar a exposição de elementos de violência física e verbal ou outros que possam ser considerados atentatórios da dignidade da pessoa humana e a salvaguardar a proteção devida aos públicos sensíveis,

designadamente crianças e jovens. O Conselho deliberou ainda determinar a abertura de processo contraordenacional contra a TVI por violação do disposto no art. 53.º, n.º 5, dos seus Estatutos, em conformidade com o disposto no art. 68.º do mesmo diploma legal.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 16/CONT-TV/2011**

Participações contra a TVI pela transmissão de imagens de um homicídio, em 22 de fevereiro de 2011.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, nos dias 23 e 25 de fevereiro, duas participações subscritas, respetivamente, por Ricardo Caetano e Rui Paulo Correia, contra a edição de 22 de fevereiro do Jornal Nacional da TVI, pela transmissão de imagens de um homicídio.

Notificada, nos termos legais, para apresentar contraditório, veio a TVI alegar não ser possível que as participações se referissem a peças transmitidas pela TVI. A TVI argumentou que a decisão de divulgar parte das imagens sobre o acontecimento em causa se fundou no seu “manifesto interesse jornalístico” e no facto de “ajudarem a esclarecer as posições contraditórias assumidas pelos familiares dos envolvidos, incluindo um titular de um órgão de soberania”.

O operador enfatizou ainda que a difusão da notícia foi antecedida de “forte e repetido aviso prévio sobre a eventualidade de as imagens poderem chocar os mais sensíveis e a também prévia descrição do seu conteúdo, que claramente se destinava a alertar os telespectadores”. Referiu também que as imagens foram igualmente acompanhadas de um *ticker* com a palavra ‘impressionante’, o que reforçava o aviso sobre o seu teor.

Decisão

Na leitura do Conselho Regulador, a TVI violou, de modo especialmente criticável, os limites à liberdade de programação enunciados no art. 27.º da Lei da Televisão e, especificamente, nos seus n.ºs 1 e 3 e determinou-lhe em consequência, a instauração de um processo contraordenacional.

Segundo o órgão regulador, as imagens do homicídio eram destituídas de relevância informativa intrínseca, tendo a sua utilização consubstanciado a exploração de um acontecimento dramático, violento e chocante, apenas com a finalidade de impressionar os espectadores e prender a sua atenção, sem séria ponderação das respetivas implicações no plano da violação da dignidade humana e da privacidade da vítima.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 17/CONT-TV/2011**

Participação de Pedro Miguel Picoto contra a TVI.

Enquadramento

Deu entrada na ERC no dia 29 de março de 2011, uma participação apresentada por Pedro Miguel Picoto contra a TVI, tendo como objeto

a exibição da série “Inspetor Max”, por considerar que a cena inicial do episódio de 12 de março, em que um taxista é agredido e um agente policial alvejado, era excessivamente explícita para o *target* e hora de exibição.

A ERC solicitou à TVI que se pronunciasse sobre o conteúdo da referida participação, não tendo obtido qualquer resposta.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que, não obstante a cena que era alvo da participação mostrar uma situação de violência física sobre duas personagens, as imagens em causa não eram suscetíveis de influir de modo negativo e permanente na formação da personalidade de crianças e adolescentes. Como tal, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à participação apresentada contra a TVI, procedendo ao seu arquivamento.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 18/CONT-TV/2011**

Queixas de Paulo Silva e outros contra a Benfica TV — emissão do dia 06 04 2011 do programa “Debate”.

Enquadramento

A ERC recebeu queixas de Paulo Silva e outros contra a Benfica TV relativamente à emissão do dia 6 de abril de 2011 do programa “Debate”. As queixas incidiam sobre as declarações do comentador Sérgio Bordalo no programa, as quais, alegadamente, podiam conter direitos fundamentais e/ou com normas aplicáveis à atividade de comunicação social.

Decisão

O Conselho Regulador da ERC deliberou reprovar a conduta da Benfica TV, por esta demonstrar não ter zelado devidamente pela conformidade dos conteúdos transmitidos com os princípios ético-legais transversalmente aplicáveis a toda a programação.

O órgão regulador reiterou as advertências já previamente efetuadas à Benfica TV, salientando que a responsabilidade social que recai sobre o operador obriga ao cuidado na escolha e tom de intervenção dos seus colaboradores e convidados, por modo a evitar situações suscetíveis de ser interpretadas como incitadoras à violência ou ao ódio clubístico.

Votação

Aprovada por AL, EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 19/CONT-TV/2011**

Linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010.

Enquadramento

No dia 5 de julho de 2011 o Conselho Regulador aprovou uma deliberação, bem como o relatório que a acompanha e dela é parte integrante, que consubstancia as linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010.

No texto dessa deliberação, o Conselho Regulador recordou que entre os objetivos de regulação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, se inserem a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como os menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicarem o seu desenvolvimento, e a tutela de direitos, liberdades e garantias fundamentais.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 20/CONT-TV/2011**

Revogação da deliberação de abertura de processo contraordenacional contra a TVI por violação do art. 53.º, n.º 5, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Enquadramento

No dia 19 de abril de 2011, através da Deliberação n.º 15/CONT-TV/2011, o Conselho Regulador deliberou, a propósito do programa “A Casa dos Segredos”, (i) instar a TVI a exercer um maior controlo sobre as imagens transmitidas em programas do género *reality show*; (ii) instaurar a abertura de processo contraordenacional por violação do art. 53.º, n.º 5, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro. Sucede, porém, que ao contrário do afirmado no ponto 12. daquela deliberação, a TVI respondeu, em 21 de abril, dentro do prazo concedido, ao terceiro ofício da ERC, esclarecendo que não poderia facultar o regulamento do programa “*uma vez que não dispõe, nem nunca dispôs, de cópia do mesmo. O programa em análise é uma produção externa para a TVI da Endemol Portugal Lda., que é detentora dos direitos do formato para Portugal e que efetivamente produziu, e é essa empresa que poderá satisfazer a pretensão de V. Ex.ª*”.

Efetivamente, e embora o operador não tenha enviado o regulamento, não se poderá ignorar, por um lado, que a decisão de abertura de processo contraordenacional teve como fundamento a ausência de resposta, o que não corresponde ao que de facto se passou, e, por outro lado, que o elemento pedido não foi facultado por a TVI não o possuir, embora tenha indicado quem o poderia disponibilizar.

Decisão

Reunido em 5 de julho, o Conselho Regulador deliberou revogar a Deliberação n.º 15/CONT-TV/2011 no ponto em que se deliberou “*determinar a abertura de processo contraordenacional contra a TVI por violação do disposto no art. 53.º, n.º 5, dos seus Estatutos, em conformidade com o disposto no art. 68.º do mesmo diploma legal*”.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 21/CONT-TV/2011**

Participação contra o programa “Bom Dia Portugal”, a RTP1, pela difusão de uma peça sobre a “Semana da Avaliação Auditiva”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 10 de março de 2011, uma participação subscrita por Fernando José Gomes Ferreira, contra a edição de 3 de março do programa “Bom Dia, Portugal”, pela difusão de uma repor-

tagem em direto sobre exames auditivos gratuitos, no âmbito da “Semana da Avaliação Auditiva”.

No contraditório que exerceu junto da ERC, a RTP refutou “em absoluto”, o teor da referida queixa e a insinuação de que terá recebido uma contrapartida publicitária pela elaboração da peça. Segundo a argumentação da RTP, a peça foi elaborada de uma forma objetiva, tentando respeitar os critérios de rigor jornalístico e informar com verdade sobre um tema de saúde pública que preocupava uma parte considerável da população.

Decisão

Tendo analisado a referida queixa, o Conselho Regulador salientou que vários elementos eram suscetíveis de perturbar uma clara demarcação entre discurso informativo e discurso promocional. O órgão regulador deliberou instar o serviço de programas RTP1 a observar os princípios ético-legais que regem a prática do jornalismo, designadamente as normas deontológicas que impõem uma separação clara entre informação e publicidade.

O Conselho Regulador deliberou ainda remeter a presente deliberação à Direção-Geral do Consumidor, para efeitos da competência instrutória prevista no art. 37.º do Código da Publicidade.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 22/CONT-TV/2011**

Participação de Alcides Santos contra a SIC, tendo como objeto as edições dos dias 5 e 11 de abril dos serviços noticiosos Jornal da Noite e Primeiro Jornal, respetivamente.

Enquadramento

No dia 12 de abril de 2011, a ERC recebeu uma participação de Alcides Santos contra a SIC, tendo como objeto as edições dos dias 5 e 11 de abril dos serviços noticiosos *Jornal da Noite* e *Primeiro Jornal*, respetivamente. O participante punha em causa o rigor da informação, pelo facto de, durante o *Jornal da Noite*, em duas peças jornalísticas relativas a uma possível ajuda externa, se ter “*usado o termo ‘os economistas’ (que significa ‘todos os economistas’)*”, bem como, no caso do *Primeiro Jornal*, ter sido usado “*o termo ‘todos os especialistas’*”. O participante considera que com aquelas expressões se afirmava algo que era falso, designadamente que existe unanimidade da parte de toda a classe de profissionais sobre um assunto técnico, quando na verdade tal não se verifica.

No contraditório remetido à ERC, a SIC concluiu que, “*excluindo a mera questão de precisão vocabular — irrelevante no contexto da notícia*” a participação carecia de fundamento.

Decisão

Após analisar as peças jornalísticas visadas na participação, o Conselho Regulador deliberou considerar procedente a participação e instar a SIC a, no futuro, prestar uma atenção mais cuidada à informação transmitida, de modo a não proceder a generalizações que possam afetar o seu rigor e equilíbrio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 23/CONT-TV/2011**

Participação contra a edição de 18 de fevereiro do programa “Gente da Minha Terra — Europa”, exibido pela SIC Radical.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 22 de fevereiro de 2011, uma participação subscrita por Alberto Miranda contra a edição de 18 de fevereiro de “Gente da Minha Terra — Europa”, dedicado a Espanha, transmitido pela SIC Radical. Referia que presenciara um constante mau gosto dos comentários do apresentador, bem como a necessidade de tentar fazer humor à força.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou considerar a queixa procedente, reprovando o facto de a SIC Radical ter difundido, ainda que num programa qualificado como humor, conteúdos que exploram a dor alheia, desconsiderando a natureza delicada que envolve as referências pretensamente humorísticas à morte de pessoa concreta e identificada.

No corpo da deliberação o órgão esclareceu que a liberdade de expressão e a liberdade de opinião não são absolutas, cedendo quando em conflito com outros valores de superior interesse, como a dignidade da pessoa humana.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 24/CONT-TV/2011**

Participações contra o programa “Peso Pesado”, da SIC.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, em 3 de maio de 2011, duas participações subscritas por Diamantino Moura e José Raul Rodrigues Janeiro contra a SIC, pela alegada violação da dignidade da pessoa humana na estreia do programa “Peso Pesado”.

Notificada para se pronunciar sobre o teor das participações, veio a SIC argumentar que “Peso Pesado” era um programa que exibia propostas pedagógicas e educacionais para o grande público e que tinha o enfoque em componentes promotoras da vida saudável, nomeadamente exercício físico e boa nutrição e que declinava a exploração gratuita do ser humano.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar por verificada a violação do art. 27.º da Lei da Televisão, pela exibição pela SIC do programa de estreia de “Peso Pesado”.

O órgão regulador considerou que no episódio do programa que foi objeto das participações, foram identificadas algumas cenas potencialmente conflitantes com a dignidade de alguns concorrentes, o que estaria em linha com a perceção manifestada pelos participantes. Mas que o programa globalmente analisado, assumia uma vertente pedagógica que incidia sobretudo sobre a necessidade de adoção de um estilo de vida mais saudável, não podendo, por isso, ser classificado como atentatório da dignidade da pessoa humana.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 25/CONT-TV/2011**

Participação de André Soares contra a SIC por alegada falta de imparcialidade jornalística numa entrevista ao líder do Partido Nacional Renovador.

Enquadramento

Foi submetida à ERC, em 20 de maio de 2011, por André Soares, uma participação contra a SIC, por alegada falta de imparcialidade jornalística ocorrida numa entrevista a José Pinto Coelho, líder do Partido Nacional Renovador (PNR), no âmbito da sua candidatura às eleições Legislativas de 2011. A entrevista decorreu na edição do Primeiro Jornal de 19 de maio.

Nas explicações remetidas à ERC, a SIC alegou que foi garantido “o natural espaço para o entrevistado expor as suas ideias — com perguntas assertivas sobre o programa eleitoral, mas também com lugar para o contraditório assente em factos e opiniões de reputados especialistas como o Professor Medina Carreira”.

Decisão

Após analisar esta participação o Conselho Regulador deliberou não lhe dar seguimento uma vez que considerou que não foram encontrados na entrevista da SIC ao líder do PNR quaisquer indícios de ausência de imparcialidade, falta de rigor informativo ou violação das regras que regem a atividade jornalística.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 26/CONT-TV/2011**

Participação contra a RTP1, tendo como objeto a edição de 22 de fevereiro de 2011 do programa Portugal no Coração.

Enquadramento

No dia 20 de maio de 2011, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI) remeteu à ERC uma participação contra a RTP1 que havia recebido e na qual se contestavam afirmações proferidas na edição de 22 de fevereiro do programa *Portugal no Coração*, alegadamente racistas e discriminatórias.

No contraditório remetido à ERC, a RTP alegou que não se verificou qualquer violação do princípio da não discriminação, conforme o estipulado na Lei da Televisão.

Decisão

Após analisar o programa em causa, o Conselho Regulador considerou que a atitude de imitação do português com sotaque imprópria-mente dito “africano”, seguida de risos, após a atuação e entrevista de uma cantora de nacionalidade angolana, era suscetível de acentuar estereótipos racistas e discriminatórios. O órgão regulador lembrou que ao operador público são exigidas cautelas acrescidas no tratamento de cidadãos e temáticas de culturas e etnias diferentes.

O Conselho Regulador deliberou instar a RTP a tratar nas suas antenas, com seriedade e respeito, pessoas e temáticas de diferentes culturas e etnias, de acordo com o disposto na Constituição e na Lei.

Votação

Aprovada por AL, EO, ES

• **Deliberação n.º 27/CONT-TV/2011**

Exposição de Filipe Sousa contra a SIC pela exibição do filme “Anaconda 3”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 5 de julho de 2011, uma participação apresentada por Filipe Sousa contra a SIC pela transmissão por volta das 16:30, do dia 3 de julho, do filme ‘Anaconda 3’, com um conteúdo extremamente violento e sem apresentar o sinal que costuma identificar este tipo de conteúdo, no canto superior direito da imagem. Do visionamento efetuado pelos serviços da ERC verificou-se que o filme ostentava conteúdos de cariz violento, desadequados face ao horário de exibição e às exigências do n.º 4 do art. 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

O regulador constatou que o operador optou por classificar o filme num escalão inferior ao atribuído pela Comissão de Classificação de Espetáculos, que aconselha o filme para maiores de 16 anos, em desrespeito do disposto no n.º 5 do mesmo artigo.

Decisão

Face ao apurado, o Conselho Regulador deliberou abrir um processo contraordenacional contra a SIC, por violação do art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 28/CONT-TV/2011**

Participação de Tiago Botelho contra a TVI.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 13 de junho de 2011, uma participação subscrita por Tiago Botelho contra a TVI, pela exibição, na edição de 12 de junho do Jornal das 8, de uma reportagem intitulada “O outro lado do Algarve”.

Decisão

Da análise conduzida pelos serviços da ERC à referida reportagem, concluiu-se que todas as empresas referidas na reportagem pertenciam ao mesmo grupo empresarial, sem que sobre isso fosse feita qualquer menção expressa, prejudicando a prossecução de rigor informativo na exposição dos factos.

O Conselho Regulador deliberou instar a TVI a observar de forma mais precisa os princípios e as normas ético-legais do jornalismo, nomeadamente no que respeita à salvaguarda do rigor informativo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 29/CONT-TV/2011**

Participações contra a RTP1, tendo como objeto o programa Último a Sair.

Enquadramento

Deram entrada na ERC três participações apresentadas por Bruno Filipe Batista Costa, Filipa Santos Morais e António Jorge contra o *Último a Sair*, uma série humorística do primeiro canal do serviço público de televisão. As queixas alertam sobretudo para o tipo de linguagem

utilizada pelos concorrentes, tendo um dos participantes também mencionado o facto de o programa fomentar a discriminação com base no aspeto físico de uma das concorrentes.

Decisão

Após efetuar o visionamento do referido programa de humor, o Conselho Regulador deliberou pela improcedência das participações, uma vez que considerou que não foram violados os limites à liberdade de programação televisiva e que as situações analisadas se enquadravam na esfera da liberdade de expressão e criação artística.

Na leitura do órgão regulador, as conversas e as quezílias exibidas entre os concorrentes, pautavam-se por vezes pelo uso de um vocabulário que podia distanciar-se do padrão corrente, mas que se incluía no contexto humorístico.

Na deliberação que adotou sobre esta matéria o órgão regulador fez notar ao operador que deve reconhecer a existência de públicos com diferentes suscetibilidades, pelo que a exibição de programas com recurso a uma linguagem potencialmente mais agressiva, ainda quando não obrigatoriamente sujeitos às restrições do art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão pode, preferencialmente, desejar-se verificada em horário mais tardio.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 30/CONT-TV/2011**

Queixa de Elisabete Costa contra a TVI relativa a uma reportagem emitida no programa “A Tarde é Sua”.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam uma queixa contra a TVI por alegado atentado ao seu bom nome e dos seus irmãos, à memória da sua mãe falecida e por desrespeito do direito à imagem do seu filho, no programa “A Tarde é Sua”, emitido em 30 de março de 2011, que teve como protagonista o seu pai, Maciel Costa.

Notificada a pronunciar-se sobre a queixa, a TVI veio defender que os motivos apresentados para a mesma pareciam desprovidos de qualquer fundamento e resultavam de uma visualização parcial e subjetiva do programa, condicionada pela vivência pessoal dos factos relatados e pela assunção de uma posição inflexível quanto aos mesmos.

Decisão

Da análise que os serviços da ERC conduziram a este caso, consideraram que o exercício do direito de resposta se afigurava ser o meio mais adequado de a queixosa, em nome próprio e enquanto herdeira de sua mãe, rebater as afirmações constantes do programa que, na sua perspetiva, podiam pôr causa o seu bom nome e reputação.

A ERC relembrou na sua apreciação que não lhe cabe sindicar a veracidade dos factos revelados pela TVI e contraditados, na queixa, pela queixosa e suas irmãs.

O órgão regulador considerou, todavia, que tendo sido proferidas afirmações controversas sobre uma pessoa falecida se compreendia que as mesmas tenham provocado nos seus filhos uma reação de desagradado.

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado sensibilizar a TVI a, no futuro, desenvolver todos os esforços ao seu alcance para acautelar situações suscetíveis de ferirem a sensibilidade de terceiros devido a conteúdos exibidos em programas da sua responsabilidade.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 31/CONT-TV/2011**

Participação de Paula Benesc contra o programa Querida Júlia da SIC.

Enquadramento

No dia 15 de julho de 2011, a ERC recebeu uma participação contra a SIC, assinada por Paula Benesc, a propósito do espaço de comentário de assuntos ligados à criminologia e à justiça, que integra o programa *Querida Júlia* e em que foi analisado um caso de homicídio por degolação. A participante criticava o facto de o homicídio da jovem de 20 anos de idade ter sido objeto de reportagem e de comentário poucos dias depois da sua ocorrência, salientando que a acontecer deveria de ser de um modo “cuidadoso”.

Decisão

Tendo visionado o referido espaço de comentário, o Conselho Regulador deliberou instar a SIC a tratar com a necessária cautela, ao nível do comentário, as matérias relacionadas com a prática de crimes violentos, abstendo-se, além disso, de transmitir conteúdos que, por qualquer forma, desrespeitem a dignidade das pessoas, nomeadamente através da exploração da sua vulnerabilidade emocional.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 32/CONT-TV/2011**

Participação de Teresa Toldy contra a RTPN, a propósito de uma peça jornalística sobre um assalto a uma ourivesaria.

Enquadramento

No dia 20 de maio, deu entrada na ERC uma participação contra a RTPN pela exibição de uma peça jornalística entendida pela queixosa como discriminatória da população estrangeira em Portugal.

A participação foi remetida por Teresa Toldy à associação SOS Racismo, em 30 de março, que, no dia seguinte, a reencaminhou para o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI), sendo depois conduzida para a ERC. Quando chamada a apresentar contraditório pela ERC, a RTP reiterou que na peça jornalística apresentada, foi mencionado “*um elemento de identificação dos assaltantes, que, repete-se, era facilmente verificável pelo registo captado pela câmara do estabelecimento assaltado e era essencial para o objetivo da notícia*”, não tendo sido violada qualquer norma da atividade jornalística.

Decisão

Após analisar esta participação, o Conselho Regulador deliberou sensibilizar a RTPN para os riscos da utilização, nos conteúdos transmitidos, de expressões que possam contribuir para o desenvolvimento de sentimentos de exclusão, ou até, xenófobos, em relação a determinadas comunidades ou grupos sociais.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF. Abstenção de ES (com declaração de voto).

- **Deliberação n.º 33/CONT-TV/2011**

Participações contra o programa “Perdidos na Tribo — Famosos”, da TVI.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, entre 10 de maio e 21 de junho de 2011, 83 participações contra o programa “Perdidos na Tribo — Famosos”, exibido pela TVI. As participações incidiam ora sobre o programa no seu todo ora sobre edições específicas.

De uma forma genérica, os participantes reclamavam contra a exibição, num programa de entretenimento, em horário nobre e sem advertência, de cenas que descrevem como sendo de tortura e maus-tratos a animais e qualificam como cruéis e chocantes. Nessa medida, alegavam que tais imagens eram suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade dos públicos mais novos.

Decisão

No seguimento da análise conduzida pelos serviços da ERC, o Conselho Regulador deliberou considerar procedentes as referidas queixas, por violação dos limites à liberdade de programação e determinar, em consequência, a instauração de um processo de contraordenação, por violação do disposto no art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão. TV.

Na leitura do regulador ficou demonstrado que os conteúdos exibidos, pelo seu carácter especialmente impressionante e chocante, foram suscetíveis de influenciar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes e que a sua transmissão ocorreu em horário não protegido e sem a respetiva sinalética adequada.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 34/CONT-TV/2011**

Participação de Paulo Jorge Coelho contra a TVI, a propósito da intervenção de Romilda Costa no programa A tarde é sua.

Enquadramento

No dia 25 de julho de 2011, deu entrada na ERC uma participação assinada por Paulo Jorge Coelho contra a TVI, a propósito da intervenção de Romilda Costa no programa A Tarde é Sua, de 25 de julho de 2011, a qual é considerada pelo Participante fraudulenta e contrária à prática clínica convencional.

Informada do teor da participação remetida à ERC, a TVI optou por não apresentar oposição aos factos denunciados por Paulo Jorge Coelho, limitando-se a enviar a gravação do programa que esteve na base da participação.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou considerar a participação improcedente e proceder ao arquivamento do respetivo processo.

Nessa pronúncia, a ERC disse não estar habilitada, nem deter as devidas competências, para avaliar e manifestar-se sobre as questões de ordem médica que podem resultar do referido programa.

Na ótica do regulador, ao divulgar a atividade de Romilda Costa no programa *A Tarde é Sua*, a atuação da TVI não ultrapassou os limites à liberdade de programação e não promove indevidamente os serviços prestados pela convidada, antes se enquadrando na liberdade de programação que assistia ao operador de televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 35/CONT-TV/2011**

Participações de Jorge Alexandre Teixeira e Bruno Gonçalves contra a TVI, tendo como objeto o espaço de comentário do criminologista José Barra da Costa integrado no programa Você na TV.

Enquadramento

A ERC recebeu duas participações contra a TVI, tendo ambas como objeto comentários do criminologista José Barra da Costa (doravante, Barra da Costa) no programa *Você na TV*, por alegados comentários racistas e xenófobos nas edições de 30 de março e 11 de maio de 2011. Na apreciação que o Conselho Regulador fez a este caso lembrou que os meios de comunicação social, pela importante função social que desempenham, encontram-se obrigados a prevenir a difusão de quaisquer mensagens passíveis de suscitar sentimentos discriminatórios em função da nacionalidade, raça ou etnia.

O órgão regulador referiu ainda que os programas de entretenimento, opinião ou de qualquer outra natureza não estão isentos de regulamentação, desde logo porque o respeito pelos direitos fundamentais, bem como o imperativo de observância de uma ética de antena são transversais a toda a programação.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instar a TVI no sentido de não transmitir conteúdos que, de alguma forma, desrespeitem a dignidade das pessoas e contribuam para a estigmatização de grupos sociais, em particular em função da sua etnia.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 36/CONT-TV/2011**

Participação de Gonçalo Figueira contra a SIC, relacionada com a exibição de uma autopromoção da telenovela Laços de Sangue.

Enquadramento

No dia 13 de setembro de 2011, Gonçalo Figueira dirigiu à ERC uma participação contra a SIC, tendo como objeto uma autopromoção da telenovela *Laços de Sangue*. O participante argumentou que, logo no início do *spot* [promocional], sem qualquer tipo de aviso, foi vista uma pessoa a ameaçar outra de morte, apontando-lhe agressivamente uma arma à cabeça. No seu entendimento, essa cena, apesar de ser ficção, era de grande violência psicológica, e como tal a autopromoção em causa não poderia ser transmitida num horário em que poderia haver crianças a ver televisão.

Decisão

Tendo analisado esse *spot* promocional o Conselho Regulador deli-

berou não dar provimento à participação apresentada e proceder ao seu arquivamento. Não obstante a autopromoção mostrar uma cena de grande tensão e emotividade entre duas personagens, em que uma era ameaçada com uma arma de fogo, o órgão regulador considerou que as imagens não eram suscetíveis de influir de modo negativo e permanente na formação e no desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 37/CONT-TV/2011**

Participações da Associação ComuniDária, de Ricardo e Cristina Hartmann, de Tela Leão e do Grupo de Articulação do Manifesto contra o preconceito às mulheres brasileiras em Portugal tendo por alvo a RTP, pela exibição da série de humor Café Central.

Enquadramento

No dia 12 de setembro deu entrada na ERC uma participação apresentada pela Associação ComuniDária contra a RTP2 e o programa “Café Central”.

Em 15 de setembro e em 7 de outubro, deram entrada duas novas participações contra aquele programa, apresentadas por Ricardo Hartmann e pelo Grupo de Articulação do Manifesto contra o preconceito às mulheres brasileiras em Portugal, respetivamente. Finalmente, em 11 de outubro, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural, I.P., reencaminhou para a ERC três participações recebidas contra o “Café Central”, as quais foram apresentadas por Ricardo Hartmann, Cristina Hartmann e Tela Leão.

Tendo analisado esta cinco participações na qual a composição da personagem denominada Gina suscitou dúvidas acerca do potencial contributo para a estigmatização e discriminação das mulheres brasileiras, o Conselho Regulador deliberou não lhes dar seguimento uma vez que não escrutinara no programa atentados contra a dignidade humana e a igualdade de género ou a promoção do racismo, da discriminação ou da xenofobia.

Na apreciação que fez, a ERC salientou que o Café Central é um programa humorístico de animação, vindo, por esse facto alargados os horizontes da liberdade de expressão e de criação artística. O órgão regulador disse ainda; ter tomado em consideração que todas as seis personagens do programa eram baseadas em tipos sociais destinados a facilitar as situações humorísticas a partir das suas características específicas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 38/CONT-TV/2011**

Participação de João Paulo Torres contra a TVI, tendo como objeto a exibição em direto de uma cirurgia às pálpebras no programa Você na TV.

Enquadramento

No dia 3 de maio de 2011 deu entrada na ERC uma participação contra a edição do dia anterior do programa *Você na TV*, transmitido

na TVI por ter exibido imagens, sem qualquer tipo de restrição visual, de uma operação plástica, envolvendo o corte e a remoção de tecidos. Da análise efetuada pelos serviços da ERC, reconheceu-se que as imagens da intervenção médica, ao mostrarem todas as etapas do procedimento cirúrgico sem qualquer edição de imagem que obstasse ao seu visionamento, se desviavam do registo habitual de um programa de entretenimento, colidindo com o princípio que estabelece que todos os elementos de programação capazes de influir de modo negativo no desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes devem ser exibidos em horário tardio de acesso mais limitado (entre as 22h30 e as 6h00).

Na leitura do regulador, a TVI divulgou repetidas vezes os contactos da clínica em que decorreu a cirurgia plástica, que foi transmitida em direto no referido programa.

Decisão

Face ao verificado, o Conselho Regulador deliberou instar a TVI a cumprir, doravante, os princípios e os limites estipulados em matéria de liberdade de programação, tal como estabelecidos no n.º 4 do art. 27.º da Lei da Televisão.

O Conselho Regulador declarou que a exibição repetida e prolongada dos contactos de uma clínica enquanto era filmada uma cirurgia aí realizada configurava um procedimento ilícito no âmbito da ajuda à produção, tendo sido violado, respetivamente, o n.º 5 do art. 41.º–A da Lei da Televisão, tendo assim deliberado instaurar-lhe um processo contraordenacional.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 39/CONT-TV/2011

Participações de António Correia e João Oliveira contra a TVI 24 pela exibição da edição de 17 de outubro de 2011 programa Prolongamento.

Enquadramento

Deram entrada nos dias 20 e 21 de outubro de 2011 duas participações de António Correia e João Oliveira, contra a TVI 24 face às palavras proferidas pelo comentador Manuel Serrão, no programa *Prolongamento*, no dia 17 de outubro de 2011.

Decisão

Na análise desta matéria o Conselho Regulador referiu que quaisquer eventuais responsabilidades devidas aos comentários proferidos pelo comentador deviam ser imputadas ao próprio, e não ao operador de televisão, e sindicados por via judicial.

O órgão regulador deliberou proceder ao arquivamento das participações por não se vislumbrar a violação do art. 27.º da Lei da Televisão ou de qualquer outro preceito conducente a uma intervenção regulatória da ERC.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 40/CONT-TV/2011

Participação de Luciana Couto contra o serviço de programas Panda Biggs.

Enquadramento

No dia 25 de outubro de 2011, a ERC recebeu uma participação apresentada por Luciana Couto contra o serviço de programas Panda Biggs, por exibição de conteúdos de teor sexual. Segundo esta, o referido serviço de programas que se destina a “*crianças a partir dos 8 anos*”, passava várias vezes por dia o vídeo dos Buraka Som Sistema — Hangover, que continha cenas implícitas de sexo e homossexualidade.

Decisão

Na apreciação que fez a este caso o órgão regulador considerou que era pouco razoável esperar que, no espaço mediático atual, crianças e adolescentes não tomassem contacto com algum aspeto da sexualidade, sobretudo se estes não ocorrerem de forma gratuita, ostensiva e desproporcionada.

Na leitura do regulador, as imagens que terão chocado a participante são muito breves e não retratam qualquer órgão genital ou prática sexual e que o erotismo que se pode encontrar no videoclipe surge associado ao estilo de dança/música, não sendo gratuito ou descontextualizado.

O Conselho Regulador deliberou assim não dar seguimento à queixa, por considerar que o Panda Biggs não ultrapassou, no caso analisado, os limites à liberdade de programação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 41/CONT-TV/2011

Exibição de filmes e séries para maiores de 16 anos, no serviço de programas MOV.

Enquadramento

No serviço de programas temático MOV, do operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., foram exibidos um conjunto de filmes e séries, entre os dias 1 e 30 de setembro, com classificação, atribuída pela Comissão de Classificação de Espetáculos (CCE), para públicos maiores de 16 anos. Integram os programas em análise os filmes: *Never Back Down*; *100 Feet*; *Cidade dos Homens*; *Driven to Kill*; *Zona, LA*; *Chrysalis*; *Dorothy Mills* e *Alpha Dog* e a série *Weeds*.

Decisão

Após ter analisado o conteúdo dos citados filmes e da série *Weeds*, exibidos no serviço de programas MOV, e considerado que eram suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade das crianças e adolescentes.

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra a DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., por violação do art. 27.º, n.º 4, primeira parte, da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.1.3. Direito de resposta

• Deliberação n.º 1/DR-TV/2011

Queixa e recurso da Associação Nacional de Estudantes de Medicina

contra o serviço de programas “TVI – Televisão Independente, S.A.” por alegada denegação do dever de lhes facultar o exercício do direito de resposta.

Enquadramento

No dia 4 de janeiro de 2011, deu entrada na ERC uma participação da Associação Nacional de Estudantes de Medicina (ANEM), contra o serviço de programas TVI, por alegada denegação do dever de lhes facultar o exercício do direito de resposta relativamente aos comentários proferidos por Pedro Santana Lopes nas edições do Jornal Nacional de 13 de novembro de 2010 e de 11 de dezembro de 2010.

No dia 27 de janeiro de 2011, a ERC notificou a Recorrida para exercer o contraditório e fornecer as gravações das emissões do Jornal Nacional referidas pela Recorrente. Na ausência de resposta por parte da Recorrida, esta foi novamente notificada, no dia 22 de fevereiro de 2011, para apresentar oposição ao recurso e entregar as referidas gravações. Contudo, a Recorrida não se pronunciou sobre o recurso nem enviou as gravações das emissões, desrespeitando o preceituado no n.º 2 do art. 43.º da Lei da Televisão, que impõe aos operadores de televisão a entrega das gravações solicitadas pela ERC.

Decisão

Após analisar esta participação o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade à Recorrente para o exercício do direito de resposta relativo aos comentários emitidos na edição de 11 de dezembro, para o que deverá, enviar à Recorrida um texto de réplica cujo número de palavras não poderá exceder o das considerações que lhe deram origem. O Conselho Regulador entendeu que a reivindicação da Recorrente relativa à emissão de 13 de novembro não satisfaz os requisitos mínimos para ser enquadrável no instituto de direito de resposta, não sendo, por isso, censurável o tratamento que a TVI lhe deu. O órgão regulador deliberou determinar ao serviço de programas “TVI” a transmissão do texto de resposta da Recorrente, corrigido de acordo com o atrás determinado, no prazo de vinte e quatro horas a contar da sua entrega, no programa “Jornal Nacional”, lido por um locutor da entidade emissora em moldes que assegurem a sua fácil perceção. O Conselho decidiu ainda iniciar um processo contraordenacional contra o operador televisivo TVI, por inobservância do n.º 2 do art. 43.º da Lei da Televisão, de acordo com o disposto na alínea a) do n.º 1 do art. 76.º do mesmo diploma legal.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 2/DR-TV/2011

Recurso de Oliveiras, S.A., contra a RTP1 e a RTPN.

Enquadramento

No dia 18 de janeiro de 2011, deu entrada na ERC um recurso apresentado por Oliveiras, S.A., contra a RTP1 e a RTPN, por uma alegada emissão deficiente do direito de resposta relativamente a uma notícia transmitida no dia 17 de dezembro de 2010, no “Bom Dia Portugal” da RTP1, e no dia seguinte, no “Notícias às 24” da RTPN.

Decisão

Após analisar as emissões em causa, o Conselho Regulador deliberou

dar provimento ao pedido de redifusão do texto de resposta, agora na íntegra, por reconhecer a existência de relação direta e útil entre a passagem eliminada pela RTP e a peça que envolveu a Recorrente. O órgão regulador deliberou ainda determinar que a transmissão do texto de resposta da Recorrente ocorresse no prazo de 24 horas, devendo ser acompanhada da menção de que era efetuada por decisão da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

• Deliberação n.º 3/DR-TV/2011

Recurso de CERCISA – Cooperativa de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados de Serva e Almada contra a SIC.

Enquadramento

No dia 23 de maio de 2011 deu entrada na ERC um recurso apresentado pela CERCISA – Cooperativa de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados de Serva e Almada contra a SIC, por denegação do exercício do direito de resposta, relativamente a uma reportagem transmitida no dia 21 de abril de 2011, no programa “Querida Júlia”.

Decisão

Após apreciar este recurso, o Conselho Regulador deliberou determinar a transmissão do texto de resposta da Recorrente e advertir a Recorrida de que fica sujeita ao pagamento de uma sanção pecuniária compulsória no valor de 500,00 euros a pagar por cada dia de atraso no cumprimento da presente deliberação, nos termos do art. 72.º dos Estatutos da ERC.

Votação

Aprovada por AL, EO, ES e RAF.

1.2.1.4. Outros

• Deliberação n.º 1/OUT-TV/2011

Auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao ano de 2009.

Enquadramento

No dia 3 de fevereiro de 2011, o Conselho Regulador determinou a remessa, para efeitos de pronúncia, do relatório de auditoria promovida pela Moore Stephens e Associados, S.R.O.C., S.A. à Rádio e Televisão de Portugal, S.A. para efeitos de apreciação do cumprimento das obrigações impostas pelo contrato de concessão, referente ao ano de 2009, acompanhado pelo Relatório de Regulação, também de 2009, elaborado pela ERC, na parte que respeita ao serviço público de televisão. A empresa concessionária do serviço público de televisão, querendo, dispunha do prazo de 10 dias úteis para se pronunciar.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 2/OUT-TV/2011

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas TVI, em dezembro de 2010.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, os serviços da ERC apuraram que na emissão do serviço de programas TVI, do mês de dezembro de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo-se registado desvios relativamente aos horários anunciados a esta Entidade.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional por violação do disposto no art. 29.º, n.º 2, nos termos do art. 75.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação no dia 16 de dezembro de 2010.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/OUT-TV/2011**

Auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao ano de 2008.

Enquadramento

O Conselho Regulador, nos termos do art. 24.º, n.º 3, alínea n), dos seus Estatutos, tem obrigação de “promover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão”. Em execução desta tarefa, foi adjudicada à KPMG & Associados – Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, S.A., a realização de tal auditoria, com o objetivo de proceder à verificação do cumprimento das obrigações impostas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, celebrado em 25 de março de 2008, bem como do previsto no Acordo Complementar referente ao quadriénio 2008–2011, de 25 de março de 2008, e, ainda, do cumprimento do Protocolo celebrado entre os três operadores de televisão hertziana terrestre, assinado em 21 de agosto de 2003.

O Conselho Regulador estabeleceu que a auditoria externa não compreenderia a análise de programação, entendida esta como análise e monitorização sistemática de conteúdos de programação, dado tratar-se de matéria objeto de verificação própria pela ERC e detalhadamente explanada no seu Relatório de Regulação referente ao ano de 2008. Face às conclusões da auditoria efetuada e do Relatório de Regulação, o Conselho Regulador sublinhou a necessidade de o operador de serviço público assegurar a diversidade de oferta de géneros programáticos a que está contratual e legalmente obrigado, nomeadamente programas especificamente dirigidos a grupos minoritários, programas infantojuvenis, culturais / de conhecimento e educativos, bem como o escrupuloso cumprimento dos horários de programação anunciados.

O Conselho Regulador alertou ainda, para as recomendações formuladas pela entidade auditada, no sentido do ajustamento da indemnização compensatória no 1.º ano subsequente ao quadriénio que termina em 2011, da imputação como custo para a RTP das comissões

da contribuição para o audiovisual e da criação de procedimentos de controlo e cobrança da contribuição para o audiovisual. Apesar disso, e em jeito de síntese conclusiva, o Conselho Regulador disse verificar que no tocante à adequação dos fluxos financeiros associados à execução do CCSPTV, respeito pelas melhores práticas de mercado na aquisição de fatores de produção e na formação dos proveitos comerciais, e cumprimento das obrigações de serviço público definidas pelo CCSPTV, não foram identificados, pelos auditores, elementos que revelassem desrespeito, em 2008, das obrigações mínimas impostas à Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em todos os aspetos materialmente relevantes.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas RTP1 em março de 2011.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, os serviços da ERC apuraram que na emissão do serviço de programas RTP1, no mês de março de 2011, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo-se registado desvios relativamente aos horários anunciados a esta Entidade, bem como alteração da programação.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 3 de maio de 2011, foi deliberado instaurar procedimento contraordenacional, contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 14, 21 e 23 de março de 2011.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 5/OUT-TV/2011**

Especificação de serviços televisivos e de serviços complementares sujeitos a obrigações de transporte e de entrega em redes de comunicações eletrónicas.

Enquadramento

Constitui incumbência do Conselho Regulador da ERC proceder à especificação dos serviços televisivos (e de serviços destes complementares) que deverão constituir objeto de obrigações de transporte em redes de comunicações eletrónicas, para efeitos da sua distribuição obrigatória.

Em reunião de Conselho Regulador de dia 11 de maio, o Conselho Regulador deliberou, entre outros aspetos, que no caso da plataforma TDT, e por réplica das obrigações de reserva de capacidade já legal e regulamentarmente fixadas ao operador PT Comunicações (PTC), as obrigações de transporte incluem a) a obrigação de reserva de capacidade para a transmissão dos ‘canais’ RTP1, RTP2, SIC e TVI em todo

o território nacional, bem como dos ‘canais’ RTP Açores e RTP Madeira nas respetivas Regiões Autónomas; b) a obrigação de reserva de capacidade para a transmissão de um novo ‘canal’ a licenciar ao abrigo do disposto na Lei da Televisão; e c) a obrigação de reserva de capacidade para a transmissão, até ao termo das emissões analógicas, em Alta Definição, de elementos de programação dos ‘canais’ RTP1, RTP2, SIC, TVI, bem como do supracitado ‘5.º canal’.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou que, não se mostrava necessário, no presente exercício, proceder à especificação de quaisquer serviços televisivos adicionais na plataforma do “cabo”, para efeitos de obrigações de transporte.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/OUT-TV/2011**

Auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao ano de 2009.

Enquadramento

O Conselho Regulador da ERC tem obrigação de “promover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão”.

Em execução desta tarefa, foi adjudicada à Moore Stephens & Associados, S.R.O.C., S.A., a realização de tal auditoria, com o objetivo de proceder à verificação do cumprimento das obrigações impostas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, celebrado em 25 de março de 2008 (doravante CCSPTv), bem como do previsto no Acordo Complementar referente ao quadriénio 2008–2011, de 25 de março de 2008, e, ainda, do cumprimento do Protocolo celebrado entre os três operadores de televisão hertziana terrestre, assinado em 21 de agosto de 2003. Compreendendo, em concreto, elementos que permitam aferir do cumprimento das obrigações de serviço público impostas à Concessionária, bem como a transparência e proporcionalidade dos fluxos com elas relacionadas, atendendo, nomeadamente, ao previsto nas cláusulas 24.ª, 25.ª e 29.ª do CCSPTv. Ficou estabelecido que a auditoria não compreenderia a análise de programação, entendida esta como análise e monitorização sistemática de conteúdos de programação, dado tratar-se de matéria objeto de verificação própria pela ERC e detalhadamente explanada no seu Relatório de Regulação referente ao ano de 2009.

Face às conclusões da auditoria efetuada e do Relatório de Regulação, o Conselho Regulador sublinhou a necessidade de o operador de serviço público assegurar a diversidade de oferta de géneros programáticos a que está contratual e legalmente obrigado, nomeadamente programas infantojuvenis e culturais / de conhecimento. Alertou, ainda, para as recomendações formuladas pela entidade auditora, no sentido: a. do ajustamento da indemnização compensatória relativa a 2009, em 1 874 mil euros, no 1.º ano subsequente ao quadriénio que termina em 2011; b. de escrupuloso cumprimento dos limi-

tes de tempo reservados à publicidade, nos termos do previsto na cláusula 23.ª do CCSPTv; e c. da criação de procedimentos de controlo e cobrança da contribuição para o audiovisual.

Em síntese conclusiva, o Conselho Regulador disse não deixar de verificar que, no tocante à adequação dos fluxos financeiros associados à execução do CCSPTv, respeito pelas melhores práticas de mercado na aquisição de fatores de produção e na formação dos proveitos comerciais, e cumprimento das obrigações de serviço público definidas pelo CCSPTv, não foram identificados, pelos auditores, elementos que revelem desrespeito, em 2009, das obrigações mínimas impostas à Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em todos os aspetos materialmente relevantes.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 7/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas RTP1, do operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao mês de abril de 2011.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, atualmente alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril os serviços da ERC apuraram que, na emissão do serviço de programas RTP1, no mês de abril de 2011, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo sido registados desvios relativamente aos horários previamente comunicados a esta Entidade, bem como alterações da programação.

Confrontados os elementos remetidos pelo operador com a emissão, verificou-se a ocorrência de 21 situações no período em análise, 12 referentes a desvios superiores a 3 minutos relativamente ao horário previsto, 2 situações relativas a programas previstos e não emitidos e 7 situações relativas a programas emitidos e não previstos.

Decisão

Face ao verificado, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional, contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 3 e 4 de abril de 2011.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 8/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas à difusão de obras audiovisuais, no serviço de programas SIC Mulher, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., no ano de 2010.

Enquadramento

No âmbito da avaliação do disposto nos arts. 44.º a 46.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho efetuada pela ERC verificou-se que, na emissão do serviço de programas SIC Mulher, no ano de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações de difusão de obras audiovisuais.

O n.º 2 do art. 44.º da Lei da Televisão estipula que “[o]s serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa”. Em resultado do apuramento efetuado, verificou-se que o serviço de programas SIC Mulher dedicou, no ano 2010, uma percentagem de 37,5 % a programas originariamente em língua portuguesa pelo que não deu cumprimento ao previsto no citado normativo.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., com fundamento no incumprimento das percentagens estabelecidas nos arts. 44.º e 45.º do citado diploma, dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras de produção europeia relativamente à emissão, no ano de 2010, do serviço de programas SIC Mulher.

Votação

Aprovada por AL, EO, ES.

- **Deliberação n.º 9/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas à difusão de obras audiovisuais, no serviço de programas SIC Radical, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., no ano de 2010.

Enquadramento

No âmbito da avaliação do disposto nos arts. 44.º a 46.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho efetuada pelos serviços da ERC verificou-se que, na emissão do serviço de programas SIC Radical, no ano de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações estipuladas.

O n.º 2 do art. 44.º estipula que “[o]s serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa”. Em resultado do apuramento efetuado, verificou-se que o serviço de programas SIC Radical dedicou, em 2010, a programas originariamente em língua portuguesa, o valor mais baixo dos últimos cinco anos, 36,7 %, valor inferior ao preconizado no normativo, pelo que não deu cumprimento ao previsto no n.º 2 do art. 44.º da Lei da Televisão.

Deliberação

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A. com fundamento no incumprimento das percentagens estabelecidas nos arts. 44.º e 45.º do citado diploma, dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras de produção europeia, relativamente à emissão, no ano de 2010, do serviço de programas SIC Radical.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 10/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas à difusão de obras audiovisuais, nos serviços de programas TV Cine 1, TV Cine 2, TV Cine 3 e TV Cine, do operador ZON Conteúdos – Atividade de Televisão e Produção de Conteúdos, S.A., no ano de 2010.

Enquadramento

No âmbito da avaliação do disposto nos arts. 44.º a 46.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho efetuada pelos serviços da ERC verificou-se que, na emissão dos serviços de programas TV Cine 1, TV Cine 2, TV Cine 3 e TV Cine, no ano de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações ali estipuladas.

O n.º 2 do art. 44.º do citado diploma estipula que “[o]s serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa”.

Em resultado do apuramento efetuado, verificou-se que os serviços de programas do operador ZON Conteúdos dedicaram, em 2010, entre 0,4 %, no serviço TV Cine, e 1,9 %, no TV Cine 1, a programas originariamente em língua portuguesa e a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, valores esses bastante inferiores ao preconizado no citado normativo, pelo que nenhum dos serviços deu cumprimento ao previsto nos n.ºs 2 e 3 do art. 44.º da Lei da Televisão.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instar o operador ZON Conteúdos – Atividade de televisão e produção de conteúdos, S.A., a que os seus serviços de programas deem progressivamente cumprimento ao disposto nos arts. 44.º, 45.º e 46.º da Lei da Televisão, providenciando no sentido de incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa e de produção europeia, tendo por base o valor mais elevado já atingido nos diferentes anos, pelos diversos serviços.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 11/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas à difusão de obras audiovisuais, nos serviços de programas MOV e Hollywood, do operador DREAMIA – Serviços de televisão, S.A., no ano de 2010.

Enquadramento

Os serviços da ERC verificaram que, na emissão dos serviços de programas MOV e Hollywood, no ano de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações estipuladas.

Designadamente, que os serviços de programas do operador DREAMIA dedicaram, em 2010, 0,4 %, no serviço MOV, e 0,1 %, no Hollywood, a programas originariamente em língua portuguesa e a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, valores bastante inferiores ao legalmente preconizado, pelo que nenhum dos serviços deu cumprimento ao previsto nos n.ºs 2 e 3 do art. 44.º da Lei da Televisão.

Deliberação

Face ao apurado, o Conselho Regulador deliberou instar o operador DREAMIA – Serviços de televisão, S.A., a que os seus serviços de programas deem progressivamente cumprimento ao disposto nos arts. 44.º, 45.º e 46.º da Lei da Televisão, providenciando no sentido de incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 12/OUT-TV/2011**

Concurso Público para seleção de entidade especializada para auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão (2010)

Enquadramento

No dia 1 de junho, o Conselho Regulador deliberou homologar o relatório final apresentado pelo júri nomeado para abertura e análise das propostas, determinando adjudicar a prestação de serviços de auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, referente ao ano de 2010, a favor do concorrente Moore Stephens e Associados, S.R.O.C., S.A., porquanto, dos sete concorrentes admitidos, a sua proposta foi a que melhor teve em conta as finalidades pretendidas.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 13/OUT-TV/2011**

Concurso Público para seleção de entidade especializada para auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão (2011).

Enquadramento

O Conselho Regulador, reunido no dia 1 de junho de 2011, deliberou homologar o relatório final apresentado pelo júri nomeado para abertura e análise das propostas para seleção de entidade especializada para auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão (2011) determinando adjudicar a prestação de serviços de auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, referente ao ano de 2011, a favor do Concorrente Gaspar Castro, Romeu Silva & Associados, S.R.O.C., Lda., porquanto, dos cinco concorrentes admitidos, a sua proposta foi a que melhor teve em conta as finalidades pretendidas.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 14/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas TVI, referente ao período de abril de 2011.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, os serviços da ERC Social apuraram que na emissão do serviço de programas TVI, no mês de abril de 2011, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo-se registado alterações da programação anunciada a esta Entidade.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado instaurar procedimento contraordenacional, contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., com fundamento no incumprimento do anúncio da programação no dia 5 de abril de 2011.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 15/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas RTP1, referente ao período de outubro de 2010.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, os serviços da ERC apuraram que na emissão do serviço de programas RTP1, no mês de outubro de 2010, ocorreram irregularidades no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo-se registado desvios relativamente aos horários anunciados a esta Entidade. Confrontadas as informações apresentadas pelo operador, com a emissão, foram identificados 22 casos de alterações da programação, 17 relacionados com desvios dos horários e 5 de alterações de programas.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional, contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 12, 22, 27, 28, 29 e 30 de outubro de 2010.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 16/OUT-TV/2011**

Infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas RTP África, do operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao período de 3 de maio a 2 de junho de 2011.

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento da verificação do cumprimento do art. 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, os serviços da ERC apuraram que na emissão do serviço de programas RTP África, no período de 3 de maio a 2 de junho de 2011, ocorreram irregularidades

no cumprimento das obrigações previstas no referido normativo, tendo-se registado desvios relativamente aos horários anunciados a esta Entidade, bem como alterações da programação.

Confrontados os elementos remetidos pelo operador, em cumprimento da obrigação prevista no art. 29.º da Lei da Televisão, com a emissão, verificou-se a ocorrência de 429 situações de desvios superiores a três minutos relativamente ao horário previsto (quadro 1) e 138 situações de alteração de programas — 91 casos de programas previstos e não emitidos (quadro 2) e 47 casos de programas emitidos e não anunciados.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional, com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias identificados nos quadros 1, 2 e 3, do ponto 3. da presente deliberação.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

1.2.1.5. Pluralismo

- **Deliberação n.º 1/PLU-TV/2011**

Participação da Comissão Regional da Madeira do Partido Social Democrata contra a RTP Madeira por alegada falta de pluralismo nas edições do Telejornal da Madeira do dia 7 de maio e do programa Parlamento do dia 11 de maio. **Enquadramento**

Deu entrada na ERC, no dia 18 de maio de 2010, uma participação da Comissão Regional da Madeira do Partido Social Democrata contra a RTP Madeira por alegada falta de pluralismo nas edições do Telejornal da Madeira do dia 7 de maio e do programa Parlamento do dia 11 de maio.

Tendo efetuado o visionamento das referidas edições, os serviços da ERC verificaram que não ocorreu qualquer privilégio da oposição, em detrimento do PSD Madeira ou do Governo Regional no Telejornal Madeira. Relativamente ao programa Parlamento, apuraram que a ausência do representante do PSD foi uma situação pontual, devidamente explicada e justificada em antena.

Decisão

Face a este entendimento, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento a esta participação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 2/PLU-TV/2011**

Petição pelo pluralismo de opinião no debate político-económico.

Enquadramento

No dia 30 de outubro de 2010, foi enviada à ERC a “Petição pelo pluralismo de opinião no debate político-económico”, subscrita por cidadãos e onde se manifesta a preocupação “com os termos em que tem sido realizada a discussão mediática das opções económicas do país”, na sequência do debate sobre o designado “PEC III”, apresentado pelo Governo em finais de setembro de 2010.

Tendo por base as questões suscitadas pelo dito documento, os serviços da ERC produziram um relatório e informação. Nestes, procedeu-se ao recenseamento dos espaços de opinião existentes nos programas informativos, de debate e de opinião dos diversos operadores televisivos, quer os serviços de programas de acesso não condicionado livre — RTP1, RTP2, SIC e TVI —, quer os serviços de programas temáticos informativos — RTPN, SICN e TVI 24. Efetuou-se também a recolha dos espaços de análise e de opinião que abordaram temas da área da Economia, nos serviços noticiosos, assim como nos magazines de informação e foram também considerados os programas especificamente votados aos assuntos daquela área.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/PLU-TV/2011**

Queixa subscrita por Luís Filipe Botelho Ribeiro, contra a RTP, a SIC e a TVI, por pretensão tratamento informativo discriminatório das candidaturas às eleições para a Presidência da República e, em particular, aos debates a dois entre alguns candidatos a essa eleição, transmitidos por aquelas estações no período de pré-campanha eleitoral.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 4 de fevereiro de 2011, uma queixa subscrita por Luís Filipe Botelho Ribeiro, contra a RTP, a SIC e a TVI, relativa a um pretensão tratamento informativo discriminatório das candidaturas às eleições para a Presidência da República e, em particular, aos debates a dois entre alguns candidatos a essa eleição, transmitidos por aquelas estações no período de pré-campanha eleitoral.

Decisão

Após apreciar esta queixa o Conselho Regulador deliberou não lhe dar provimento, determinando o respetivo arquivamento. No entendimento do órgão regulador não assistia razão ao queixoso, uma vez que é aos candidatos (e às candidaturas) — não aos meros pré-candidatos, como o Queixoso nunca deixou de ser — que, expressamente, se refere a letra da Lei n.º 26/99 e a letra do Decreto-Lei n.º 319–A/76, cujos arts. 1.º e 2.º e 46.º, respetivamente, sem razão invocava haverem sido violados.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/PLU-TV/2011**

Exposição do Grupo Parlamentar do PS Madeira sobre o tratamento noticioso dado pela RTP-Madeira aos acontecimentos relacionados com declarações do Presidente do Clube Desportivo Nacional.

Enquadramento

No dia 9 de dezembro de 2010, a ERC recebeu uma exposição subscrita pelo Presidente do Grupo Parlamentar do PS Madeira sobre o tratamento noticioso dado pela RTP-Madeira em duas peças emitidas em 24 e 25 de novembro de 2010 aos acontecimentos relacionados com declarações do Presidente do Clube Desportivo Nacional (dora-

vante CD Nacional), por ocasião do jantar-convívio “Os Alvi-negros”, alegando violação do princípio do equilíbrio entre as partes.

No contraditório remetido à ERC, o operador argumentou que o PS Madeira não tinha razão na sua queixa, uma vez que, não obstante os condicionalismos referidos, divulgou os acontecimentos de forma adequada, isenta e dando voz a todas as partes envolvidas, tendo em vista o cabal esclarecimento do público.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à referida exposição, uma vez que apurou a observância do princípio do contraditório, com equiparação da atenção dispensada aos dois eventos noticiados, ainda que com o intervalo de um dia.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

• Deliberação n.º 5/PLU-TV/2011

Queixa do Partido Ecologista “Os Verdes” contra a RTP.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, a 17 de março de 2011, uma queixa do Partido Ecologista “Os Verdes” contra a RTP, por alegada violação dos princípios do pluralismo e isenção no cumprimento do serviço público de televisão. O queixoso alegava que constatou a ausência de referências “à reunião do Conselho Nacional do Partido, ocorrida a 12 de março, em Santarém, nos serviços noticiosos da RTP1, RTP2 e RTPN, na qual foi analisada a ‘situação política nacional e internacional, assim como a definição de iniciativas a desenvolver pelo partido a médio prazo”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou dar seguimento à Queixa, considerando que a RTP não cumpriu, neste caso concreto, o dever de respeitar o princípio do pluralismo político-partidário e instar, em sequência, a RTP a respeitar as obrigações a que está sujeita em matéria de pluralismo político-partidário, à luz do estabelecido na Lei da Televisão e no Contrato de Concessão de Serviço Público.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

1.2.1.6. Publicidade

• Deliberação n.º 1/PUB-TV/2011

Inserção de publicidade na televisão — Serviço de Programas SIC K | outubro 2010 (período de 18 a 24).

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade e ao previsto na Lei da Televisão, os serviços da ERC procederam à análise da emissão do serviço de programas de acesso não condicionado com assinatura SIC K do operador SIC – Sociedade Independente de Co-

municação. A amostra selecionada incidiu sobre a emissão da semana de 18 a 24 de outubro de 2010.

Decisão

Face aos elementos apurados, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC K, por infração do disposto no art. 42.º da Lei da Televisão, prevista e punida nos termos da alínea a) do n.º 1 do art. 75.º do mesmo diploma.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 2/PUB-TV/2011

Tempo reservado à publicidade no serviço de programas Panda — Art. 40.º da Lei da Televisão.

Enquadramento

No âmbito do processo de acompanhamento dos limites de tempo reservado à publicidade pelos serviços de programas televisivos nacionais, nos termos do art. 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, foi analisado o período de tempo de emissão de publicidade no serviço de programas Panda, referente ao mês de dezembro de 2010.

Decisão

Em virtude dos elementos apurados, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador Dreamia, Serviços de Televisão, S.A., ao abrigo do disposto nos arts. 40.º, n.º 1, e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no desrespeito dos mesmos, nos casos ocorridos em 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 e 13 de dezembro de 2010.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 3/PUB-TV/2011

Inserção de publicidade na televisão pelo serviço de programas TVI, em setembro 2010 (período de 20 a 26).

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, designadamente nos arts. 24.º (Patrocínio) e 25.º (Inserção da publicidade na televisão), procedeu-se à análise da emissão do serviço de programas de acesso não condicionado livre TVI, disponibilizado pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A. A amostra selecionada incidiu sobre a emissão da semana de 20 a 26 de setembro de 2010.

Decisão

Face ao observado, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., por infração do disposto no art. 25.º do Código da Publicidade, prevista e punida nos termos alínea a) do n.º 1 do art. 34.º do referido diploma.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 4/PUB-TV/2011**

Inserção de publicidade na televisão — Serviço de Programas RTP1 | setembro 2010 (período de 20 a 26).

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, designadamente nos arts. 24.º (Patrocínio) e 25.º (Inserção da publicidade na televisão), procedeu-se à análise da emissão da semana de 20 a 26 de setembro de 2010 do serviço de programas de acesso não condicionado livre RTP1, disponibilizado pelo operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal.

Decisão

Face aos elementos verificados, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão Portuguesa, S.A., por infração do disposto no art. 25.º, n.ºs 1 e 6, do Código da Publicidade, prevista e punida nos termos alínea a) do n.º 1 do art. 34.º do referido diploma.

Votação

Aprovada por AL, EO e, ES.

- **Deliberação n.º 5/PUB-TV/2011**

Participação da TVI, S.A. contra o Turismo de Portugal, I.P.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam no dia 23 de julho de 2010, uma participação da TVI, S.A., contra o Turismo de Portugal, I.P., por alegada violação dos princípios da imparcialidade e da isenção nas campanhas publicitárias do Estado. A participação tem por objeto o concurso público internacional lançado pelo Participado com vista à aquisição de espaço publicitário para a campanha publicitária projetada para os anos de 2010 e 2011, cujo caderno de encargos excluiu o serviço de programas TVI.

Decisão

Após apreciar esta participação, o Conselho Regulador deliberou que a escolha para elaborar o caderno de encargos de uma entidade com interesses no mercado da publicidade e integrante de uma relação de grupo com um dos concorrentes não garantiu plenamente o respeito pelo princípio da transparência que deve presidir aos concursos públicos. O órgão regulador declarou também que o plano de meios fornecido ao Instituto de Turismo de Portugal, IP, pela entidade por este contratada para o efeito, no âmbito do “Concurso público para aquisição de serviços de produção, planeamento, execução, acompanhamento e compra de espaço para a campanha nacional de publicidade do Turismo de Portugal, IP”, não salvaguardou os princípios da imparcialidade e da isenção que regem a contratação pública, ao afastar a TVI do plano de meios a apresentar pelos concorrentes ao dito concurso.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 6/PUB-TV/2011**

Arquivamento do procedimento contraordenacional instaurado pela Deliberação n.º 4/PUB-TV/2011, de 1 de junho de 2011.

Enquadramento

No âmbito da verificação do cumprimento das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, designadamente nos arts. 8.º (Princípio da identificabilidade), 24.º (Patrocínio) e 25.º (Inserção da publicidade na televisão), a ERC analisou a emissão do serviço de programas de acesso não condicionado livre RTP1, disponibilizado pelo operador RTP – Rádio e Televisão Portuguesa, S.A. No decorrer desta verificação foram identificadas situações irregulares, no mês de setembro de 2010, associadas às interrupções do programa Bom Dia Portugal, o qual é emitido de segunda-feira a sexta-feira, pela RTP1, entre as 6h30 e as 10h00.

Nos termos da Deliberação n.º 4/PUB-TV/2011, de 1 de junho de 2011, o Conselho Regulador deliberou instaurar um procedimento contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão Portuguesa, S.A. por infração do disposto no art. 25.º, n.ºs 1 e 6, do Código da Publicidade.

O regime atualmente em vigor para a inserção de publicidade na televisão consta dos arts. 40.º-A e 40.º-B da Lei da Televisão, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 8/2011, não tendo sido replicada na nova lei a exigência anteriormente estatuída no n.º 6 do art. 25.º do Código da Publicidade, no que concerne às interrupções sucessivas do mesmo programa.

Dos dispositivos ora em vigor não resulta, aliás, qualquer barreira temporal para as interrupções sucessivas, devendo concluir-se que a intervenção legislativa veio, agora, legitimar comportamentos punidos antes da sua entrada em vigor.

Decisão

Dado ainda não ter sido proferida decisão definitiva no presente processo e não sendo o comportamento em questão censurável perante a atual Lei da Televisão, o Conselho Regulador da ERC determinou o arquivamento do procedimento contraordenacional, ao abrigo do disposto no art. 3.º, n.º 2, do referido diploma.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/PUB-TV/2011**

Inserção de publicidade na televisão — Serviço de Programas RTP1 / março 2011 (período de 14 a 20 de março de 2011).

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, designadamente nos arts. 24.º (Patrocínio) e 25.º (Inserção da publicidade na televisão), procedeu-se à análise da emissão do serviço de programas de acesso não condicionado

livre RTP1, disponibilizado pelo operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., na semana de 14 a 20 de março de 2011.

Decisão

Face aos elementos detetados, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão Portuguesa, S.A., por infração do disposto no art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade, prevista e punida nos termos do art. 34.º, n.º 1, alínea a), do referido diploma.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 8/PUB-TV/2011**

Participação de Ana Margarida Rodrigues contra a SIC.

Enquadramento

No dia 24 de junho de 2011 deu entrada na ERC uma participação apresentada por Ana Margarida Rodrigues contra a SIC por alegada publicidade enganosa à autopromoção do filme “Carros 2”. Segundo a própria, a Denunciada publicitou para o feriado, uma programação especial “onde, supostamente, depois do jornal da noite, iria passar o filme do CARS II, o que não aconteceu, pois 5 minutos de filme não se coadunam com o expectado pelas crianças, nem tão pouco com o publicitado”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instar o operador à observância de uma ética de antena rigorosa, distinguindo claramente estreias de filmes e *sneakpeaks*, enquadrando-os de forma a não induzir os telespectadores em erro quanto aos programas a emitir.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 9/PUB-TV/2011**

Inserção de publicidade na televisão — Serviço de Programas TVI | março 2011 [período de 14 a 20].

Enquadramento

No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, procedeu-se à análise da emissão da semana de 14 a 20 de março de 2011 do serviço de programas de acesso não condicionado livre denominado TVI, disponibilizado pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., por infração do disposto nos arts. 24.º, n.ºs 5 e 6, e 25.º, n.ºs 1 e 2, do Código da Publicidade, prevista e punida nos termos alínea a) do n.º 1 do art. 34.º do referido diploma.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

1.2.2. IMPRENSA

1.2.2.1. Conteúdos

• **Deliberação n.º 1/CONT-I/2011**

Participação da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género contra a Revista Focus pela ilustração da capa da edição semanal de 11 a 17 de agosto de 2010.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 30 de agosto de 2010, uma participação da CIG – Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género contra a Revista Focus pela ilustração da capa da edição semanal n.º 565, de 11 a 17 de agosto de 2010, com uma representação alegadamente sexualizada e estereotipada da mulher brasileira. Notificada no sentido de apresentar oposição à participação em apreço, a revista argumentou que qualquer tipo de acusação ao teor do trabalho no seu interior e à capa com o título ‘Os segredos da mulher brasileira’ não fazia sentido.

Decisão

Tendo apreciado esta participação, o Conselho Regulador notou que a capa da edição em apreço contribuía para uma ideia estereotipada da mulher brasileira, representando-a de forma essencialmente sexualizada. O Conselho Regulador deliberou assim considerar procedente a Queixa, uma vez que a capa da revista em análise transmitia uma ideia redutora da mulher brasileira, confinando-a a um estereótipo sexual, também discriminatório, ao arrepio até da matéria informativa publicada no interior da própria revista.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 2/CONT-I/2011**

Queixa do diretor do jornal O Progresso de Paredes contra a Câmara Municipal de Paredes por discriminação nas inserções de publicidade e no acesso à informação.

Enquadramento

No dia 24 de junho de 2010 a ERC recebeu uma queixa de Manuel Ferreira Coelho, diretor do jornal O Progresso de Paredes, contra a Câmara Municipal de Paredes por conduta discriminatória no corte total na aquisição de espaço impresso para divulgação de atos de publicação obrigatória e publicidade e por violação do direito de acesso a fontes oficiais de informação.

Na análise que conduziu a este caso o Conselho Regulador verificou que a Denunciada deixou de publicar de forma abrupta as referidas matérias nas páginas d’O Progresso de Paredes, recorrendo a critérios como a propriedade e a linha editorial, alegando a filiação partidária do jornal e a sua falta de independência relativamente a poderes político-partidários. O órgão regulador considerou que a prática confessadamente seguida pelo executivo camarário, ao condicionar o investimento publicitário e a publicação de anúncios obrigatórios a um prévio escrutínio da orientação editorial das publicações, não

poderia ter lugar, à luz dos princípios constitucionais e legais que velam pela liberdade de imprensa e que visam assegurar a independência dos meios de comunicação social perante o poder político e económico.

Na pronúncia sobre este caso, o Conselho Regulador assinalou que os órgãos da Administração Pública, central, regional ou local, não detêm legitimidade legal para procederem à valoração dos conteúdos informativos difundidos e que a lesão de qualquer interesse legítimo dos órgãos da Administração Pública que seja perpetrada através da comunicação social é suscetível de reparação através dos meios legais disponíveis e junto das entidades competentes, como sejam a ERC e os tribunais. Na interpretação do Conselho Regulador as autarquias encontram-se vinculadas a um conjunto de princípios, obrigações e procedimentos no que toca à aquisição de bens e serviços, as quais visam garantir condições de equidade e transparência no exercício da atividade autárquica e não passavam, no caso particular desta análise, pela identificação da orientação editorial das publicações.

Decisão

Tendo presente que o respeito pelo disposto no art. 91.º da Lei das Autarquias Locais deve ser tido em conta na distribuição da publicidade dos concursos e outros atos sujeitos a prazos, não é, porém, aceitável que a esses critérios de natureza estritamente técnica acresçam razões que derivam da orientação editorial da publicação, considerou o Regulador. Em reunião de dia 11 de janeiro, o Conselho Regulador deliberou instar a autarquia a abster-se de considerar válidos argumentos como a propriedade e a alteração de linha editorial enquanto critérios capazes de condicionar a aquisição de espaço impresso para publicação de atos obrigatórios e publicidade num órgão de comunicação social. O Conselho decidiu não dar provimento à queixa de violação do direito de acesso a fontes oficiais de informação por parte desta autarquia.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 3/CONT-I/2011**

Queixa de Loomis Portugal, S.A., contra o jornal Correio da Manhã a propósito da peça “PSP trava assalto armado a carrinha de valores”.

Enquadramento

No dia 6 de outubro de 2010, a Loomis apresentou uma queixa contra o Correio da Manhã, relativa à peça “PSP trava assalto armado a carrinha de valores”, publicada a 13 de setembro de 2010. Nessa queixa solicitava que fosse apurada a potencial violação de regras do Código Deontológico dos Jornalistas e da Lei de Imprensa.

Notificado pela ERC para se pronunciar, o Correio da Manhã argumentou, entre outros aspetos, que a ERC não era competente para apreciar a matéria. Em concreto porque as matérias referentes aos comportamentos dos jornalistas devem ser decididas pela Comissão de Carteira Profissional e também porque a apreciação da alegada utilização abusiva de imagens não se encontrava prevista nas competências estatutárias da referida entidade. Alegou ainda, que não existiu uma utilização abusiva da marca ou imagem da Loomis, até

porque a referida imagem foi recolhida quando o veículo se encontrava na via pública.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou considerar procedente a Queixa, uma vez que a peça jornalística em apreço era suscetível de induzir em erro o leitor, apresentando uma grave falha de rigor informativo, suscetível de lesar, em consequência, o bom nome e a imagem da Queixosa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/CONT-I/2011**

Queixa da Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, contra o jornal “Record”.

Enquadramento

A Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD apresentou uma queixa contra o jornal Record, tendo por objeto a notícia que ocupava a manchete da edição do dia 2/10/2010 daquele jornal, intitulada “Conheça as novas regras de Costinha para o Sporting — Ministro impõe as suas leis”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou considerar parcialmente procedente a queixa, designadamente no que respeita à violação do dever de rigor informativo, por total omissão de referências às fontes de informação e preterição da audição das partes com interesses atendíveis, como seria manifestamente o caso da Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, o que decorre do disposto no art. 3.º da Lei de Imprensa e das alíneas a) e e) do n.º 1 do art. 14.º do Estatuto do Jornalista. O órgão regulador deliberou instar o jornal Record a, no futuro, cumprir de forma rigorosa as normas ético-legais que impõem o respeito daquele dever.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 5/CONT-I/2011**

Queixa de Elsa Cristina Lourenço, em representação dos pais do menor Henrique Rodrigues, contra a revista Coisas de Criança — O Guia para Pais e Educadores por alegada ausência de consentimento na publicação de imagem do menor.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, a 25 de outubro de 2010, uma queixa apresentada pelos pais do menor Henrique Rodrigues, representados por advogada com procuração no processo, contra a revista “Coisas de Criança — Guia para Pais e Educadores”, por alegada ausência de consentimento na publicação de imagem do menor.

Decisão

Os serviços da ERC, tendo analisado a referida queixa, consideraram que a fotografia em causa foi efetivamente publicada sem que para tanto tivesse sido dada autorização pelos pais, violando-se assim direitos de personalidade do menor. O Conselho Regulador deliberou

assim instar a revista “Coisas de Criança — O Guia para Pais e Educadores” à adoção de uma conduta respeitadora do direito à imagem e à reserva da privacidade dos cidadãos, abstendo-se de publicar fotografias sem que para tal tenha obtido autorização da pessoa retratada.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/CONT-I/2011**

Participações contra o Jornal i e ionline pela publicação de uma peça jornalística com alegada falta de rigor informativo.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, nos dias 5 e 8 de novembro, duas participações subscritas, respetivamente, por Tiago Dias Ferreira e Luis Almeida, contra o jornal *i* e *ionline*, por alegada falta de rigor informativo numa peça jornalística intitulada “FMI. Plano de redução do défice português é bom, mas a falência do país é ‘quase certa’”, publicada a 5 de novembro de 2010.

Decisão

Após analisar este caso o Conselho Regulador deliberou instar o Jornal *i* a, no futuro, respeitar escrupulosamente os deveres ético-legais do jornalismo, informando com rigor e equilíbrio. Na leitura do órgão regulador o jornal revelou falta de rigor informativo na forma como enquadrou e destacou o tema, forçando um sentido de leitura não coincidente com o da fonte de informação que está na base da peça jornalística.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/CONT-I/2011**

Participação contra notícia publicada no Diário de Notícias intitulada “Ana Paula Vitorino pressionada a recuar”.

Enquadramento

Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no dia 4 de novembro de 2010, uma participação de Carlos Eduardo Tavares da Silva Marques contra o “Diário de Notícias”, relativa a uma peça jornalística intitulada “Ana Paula Vitorino pressionada a recuar”, publicada na edição eletrónica de 3 de novembro de 2010, na qual é noticiado que a “*Ex-secretária de Estado e atual deputada escreveu a deputados do PS dizendo que declarações suas sobre o papel de Mário Lino foram ‘truncadas’.*”.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador considerou que a titulação não refletia o sentido da notícia a que reporta, enfermando de falta de rigor jornalístico, em violação do disposto na alínea a) do n.º 1 do art. 14.º do Estatuto do Jornalista, bem como no ponto 1.º do Código Deontológico. O Regulador deliberou instar o jornal “Diário de Notícias” a, no futuro, cumprir de forma rigorosa as normas legais e deontológicas que impõem o respeito daquele dever.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 8/CONT-I/2011**

Queixa de Edite Estrela contra o Correio da Manhã e Diário de Notícias por terem publicado peças jornalísticas que faziam referências a alegadas escutas de conversas telefónicas que tiveram a Queixosa como interveniente.

Enquadramento

No dia 7 de dezembro de 2010, a ERC recebeu uma queixa de Edite de Fátima dos Santos Marreiros Estrela, deputada do Parlamento Europeu, contra o Correio da Manhã e o Diário de Notícias, por terem publicado peças jornalísticas que faziam referências a alegadas escutas de conversas telefónicas que tiveram a Queixosa como interveniente.

Na apreciação deste caso, o Conselho Regulador referiu que apenas em situações excecionais de manifesto interesse público poderá um órgão de comunicação social divulgar escutas telefónicas constantes de processos criminais, mesmo que os mesmos já não se encontrem em segredo de justiça, não se vislumbrando, neste caso, o interesse público na divulgação da escuta da conversa telefónica que tem como interlocutor Edite Estrela.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reprová-la conduta do Correio da Manhã que, ao divulgar uma escuta de uma conversa telefónica constante de um processo criminal, violou direitos de personalidade de Edite Estrela, mormente o seu direito à privacidade. O órgão regulador reprovou a conduta do Diário de Notícias que, ao reproduzir o teor da conversa telefónica primeiramente divulgada pelo Correio da Manhã, violou, de igual modo, direitos de personalidade de Edite Estrela. O Conselho Regulador instou o Correio da Manhã e o Diário de Notícias a, no futuro, respeitar as regras ético-legais que presidem à atividade jornalística, como seja, o respeito pela reserva da intimidade da vida privada e o direito à palavra dos cidadãos.

Votação

Aprovada por EO, AL [com declaração de voto] e ES [com declaração de voto]. Voto contra de RAF com declaração de voto.

- **Deliberação n.º 9/CONT-I/2011**

Procedimento oficioso relativo a imagens publicadas no dia 22 de fevereiro de 2011 na edição impressa e no website do jornal Correio da Manhã.

Enquadramento

O Conselho Regulador da ERC, na sua reunião de 22 de fevereiro de 2011, deliberou instaurar um procedimento oficioso de averiguações contra o “Correio da Manhã”, por ter divulgado, na sua edição em papel e no respetivo *site*, imagens, com carácter profundamente chocante, do homicídio de um homem, testemunhado pela sua filha, uma criança de 4 anos. O Conselho Regulador fundamentou ainda a abertura do procedimento com o facto de aquelas imagens poderem contender com direitos fundamentais. No decurso procedimento, foram analisados os serviços noticiosos e as edições de diferentes órgãos de comunicação social, de forma a aferir se tinham realizado, e em que moldes, a cobertura jornalística do referido homicídio.

Decisão

O Conselho Regulador entendeu que a exibição do vídeo na edição eletrónica do jornal e a publicação das imagens na edição impressa não eram justificadas por interesse público noticioso, tendo antes consistido na exploração de um acontecimento dramático, violento e chocante, com a finalidade de impressionar os leitores/espectadores. Na verdade, o momento da morte constitui uma das mais privadas da experiência humana, fazendo parte da sua intimidade mais funda. Por esse motivo, os órgãos de comunicação social devem preservar do olhar público o ato de morrer — ou o ato de ser morto —, salvo se houver um imperativo que imponha o conhecimento de tais imagens, o que não era o caso. Seria possível narrar o acontecimento sem exibir o vídeo. Além disso, trata-se de uma exibição gratuita de violência, revelada não só pela desumanidade do acontecimento, que é chocante e perturbador, mas também por a sua exibição não ser necessária à compreensão do acontecimento, contribuindo para a banalização da violência.

Na leitura do Regulador, a decisão do Correio da Manhã de divulgar, na sua edição em papel e no respetivo *site*, imagens do homicídio de um homem configurava um desrespeito da ética jornalística e uma violação do art. 3.º da Lei de Imprensa, ao lesar gravemente a esfera da intimidade e da dignidade humana. O Conselho Regulador reprovou veementemente a atuação do Correio da Manhã e recomendou-lhe o escrupuloso cumprimento das normas ético-legais da prática jornalística, que impõem, desde logo, o dever de respeitar a dignidade humana e a intimidade dos cidadãos, nomeadamente das vítimas de crimes, bem como o dever de rejeitar o sensacionalismo.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 10/CONT-I/2011**

Queixa de Roberto Narciso Andrade Fernandes contra o jornal Diário de Notícias da Madeira.

Enquadramento

Roberto Andrade Fernandes apresentou na ERC uma queixa contra o jornal Diário de Notícias da Madeira, por eventual violação de um conjunto de normas ético-legais que presidem ao exercício da atividade jornalística, pelo facto da publicação, pelo referido periódico, de um conjunto de peças jornalísticas, em 5 de novembro de 2010, 7 de novembro de 2010 e 17 de fevereiro de 2011.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer como procedente a queixa formulada, na parte em que o Queixoso imputa ao Denunciado, no caso vertente, o desrespeito por regras ético-jurídicas exigíveis em sede de rigor informativo e, especificamente, as que se prendem com o rigor e a objetividade devidos à informação e com o dever de audição prévia das partes com interesses atendíveis [art. 3.º da Lei de Imprensa; art. 14.º, n.º 1, alínea a), do Estatuto dos Jornalistas; ponto 1. do Código Deontológico dos Jornalistas].

O regulador reconheceu também que a abordagem narrativa trilhada

em certas passagens das peças controvertidas de 5 de novembro de 2010 e de 17 de fevereiro de 2011 era suscetível de fazer perigar a salvaguarda da presunção de inocência do arguido, e, por acréscimo, o bom-nome deste [art. 14.º, n.º 2, alínea c), 2.ª parte, do Estatuto dos Jornalistas; ponto 7. do Código Deontológico dos Jornalistas; art. 3.º da Lei de Imprensa].

Face ao verificado, o Conselho Regulador considerou reprovável a atuação adotada por esta publicação denunciada, instando-a a assegurar doravante, no exercício da sua atividade editorial, a estrita observância das exigências aplicáveis em sede de rigor informativo, em especial as que se prendem com o dever de audição de todas as partes com interesses atendíveis.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 11/CONT-I/2011**

Procedimento pela publicação, na edição do Correio da Manhã de 11 de fevereiro, de um artigo intitulado “Oficial gay quer ir para secretaria”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 11 de fevereiro de 2011, uma participação subscrita por António José Barros Baía contra o Correio da Manhã, pela publicação, naquela data, de um artigo intitulado “Oficial *gay* quer ir para secretaria”. O participante questionava a opção do diário de noticiar “o facto de uma capitã da GNR, que assumiu a sua opção de homossexual”, querer mudar o seu posto de trabalho.

Decisão

Na leitura do regulador, a novidade da prática do casamento entre pessoas do mesmo sexo justificará a valorização noticiosa que o Correio da Manhã conferiu à primeira união deste género na história da GNR, dadas as particulares características desta força de segurança. Em reunião de dia 5 de julho, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a legitimidade da cobertura informativa dada pelo Correio da Manhã ao primeiro casamento entre pessoas do mesmo género da GNR. Ainda assim, o regulador alertou a publicação para uma maior atenção a práticas jornalísticas, como a hipervalorização do tema e recurso a títulos assentes na orientação sexual dos protagonistas, que poderão redundar em tratamento discriminatório em função da orientação sexual.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 12/CONT-I/2011**

Participação contra a Motorpress Lisboa, pela publicação nas revistas Autohoje e Guia do Automóvel da peça jornalística com o título “O azoto: valerá a pena?”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 11 de fevereiro de 2011, uma participação apresentada por Telmo Salgado contra a Motorpress Lisboa, pela publicação nas revistas Autohoje e Guia do Automóvel da peça jornalística intitulada “O azoto: valerá a pena?”. Entendeu o Participante

que a peça jornalística publicada no Guia do Automóvel apresentava-se como uma explicação técnica, quando na realidade teria sido redigida no intuito meramente comercial, referindo a colaboração de uma entidade particular, com óbvio interesse.

Decisão

Após analisar este caso, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à referida participação, mandando proceder ao seu arquivamento. Na apreciação deste caso, o órgão regulador disse ter presente as especiais cautelas de que se deve rodear a referência, em peças jornalísticas, a produtos ou serviços que dela possam beneficiar, para efeitos da sua atividade comercial. O órgão regulador referiu que neste caso não foram identificados indícios da interferência de interesses económicos ou comerciais na publicação da peça jornalística em causa, que pudessem afetar a sua isenção ou rigor informativo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 13/CONT-I/2011**

Requerimento referente à Deliberação n.º 8/CONT-I/2011, que apreciou queixa de Edite Estrela contra Correio da Manhã e Diário de Notícias.

Enquadramento

Por requerimento entrado na ERC no dia 30 de maio de 2011, o Correio da Manhã apresentou recurso hierárquico da Deliberação n.º 8/CONT-I/2011. O jornal alegou, entre outros aspetos, que a referida deliberação não espelhava mais do que o entendimento subjetivo do Conselho Regulador e não refletia uma posição imparcial como deveria.

Decisão

Após analisar este requerimento o Conselho Regulador considerou que a citada deliberação não enfermava dos vícios invocados pelo jornal e nesse sentido deliberou a 20 de julho confirmar o teor dessa deliberação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Voto contra de RAF.

• **Deliberação n.º 14/CONT-I/2011**

Queixa de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal “Notícias de Santo Tirso”.

Enquadramento

No dia 11 de abril de 2011 deu entrada na ERC uma participação de Henrique da Cruz Pinheiro Machado, diretor do jornal “Eco de Negrelos”, contra o jornal “Notícias de Santo Tirso”, tendo por objeto uma alegada violação dos princípios ético-legais a que o Denunciado está obrigado, designadamente o dever de observar o rigor informativo e o dever de auscultar as partes com interesses atendíveis no caso.

Decisão

Após analisar esta queixa, o Conselho Regulador deliberou considerá-la procedente e instar o jornal “Notícias de Santo Tirso” a respeitar a integral observância das normas ético-legais em matéria de rigor informativo.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

• **Deliberação n.º 15/CONT-I/2011**

Queixa de Susana Barroso contra o Jornal de Notícias e Diário de Notícias.

Enquadramento

Deu entrada na ERC uma queixa de Susana Barroso contra o Jornal de Notícias e o Diário de Notícias, sustentada no facto de, em ambas as publicações, ter sido divulgado um artigo que a visava e aos seus filhos menores, sem que lhe tivesse sido dado o direito de exercer o contraditório.

Na análise desta matéria o Conselho Regulador disse ter considerado a ponderação dos direitos fundamentais em confronto e que as notícias em causa foram divulgadas no exercício legítimo do direito de informar das publicações em causa. Considerou igualmente o facto de a notícia incidir sobre factos imputados à queixosa e que esta não foi ouvida, não tendo sido respeitado o princípio do contraditório.

Decisão

O órgão regulador deliberou considerar improcedente a queixa, na parte relativa à violação do direito ao bom nome da Queixosa, relativamente à peça publicada pelo “Diário de Notícias”. O Conselho considerou procedente a queixa na parte relativa ao não cumprimento, por parte dos denunciados, dos deveres ético-legais da atividade jornalística, nomeadamente o respeito do direito ao contraditório e, também, no caso do “Diário de Notícias”, da observância do rigor informativo.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

• **Deliberação n.º 16/CONT-I/2011**

Queixa de Rui Manuel Ramalho Ortigão Neves contra a revista “Visão”.

Enquadramento

No dia 25 de maio, os serviços da ERC receberam uma participação de Rui Manuel Ramalho Ortigão Neves, contra a revista “Visão”, por alegada violação dos princípios ético-legais a que a denunciada estava obrigada, designadamente o dever de observar o rigor informativo.

Decisão

Tendo apreciado uma participação de Rui Manuel Ramalho Ortigão Neves contra a revista “Visão”, por alegada violação do dever de rigor informativo relativamente a um artigo publicado na edição de 14 a 20 de abril de 2011 da referida revista, com o título “Rivalidades Fatais”, o Conselho Regulador delibera, ao abrigo do disposto nos arts. 7.º, alínea d), 24.º, n.º 3, alínea a), e 55.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, proceder ao arquivamento da queixa.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

• **Deliberação n.º 17/CONT-I/2011**

Queixa de José Silva contra o “Jornal das Caldas”.

Enquadramento

No dia 19 de junho de 2011, os serviços da ERC receberam uma participação de José Silva contra o “Jornal das Caldas”, tendo por objeto a publicação, na edição eletrónica, de comentários que alegadamente apelavam à violência e à intolerância.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à queixa apresentada. Na leitura do regulador, embora tivesse sido desejável que o jornal não tivesse publicado os referidos comentários, a sua conduta não era merecedora de um verdadeiro juízo de censura.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 18/CONT-I/2011**

Participação de Alexandre Calapez contra o jornal Público.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 29 de junho de 2011, uma participação subscrita por Alexandre Calapez contra o Público pela publicação da notícia com o título “Quase um terço dos bolseiros apoiados pelo Estado não provou que fez o doutoramento”. Alegava o participante que o artigo, não sendo de opinião, relatava de uma forma que dizia pretender ser sensacionalista, factos errados suportados em pretensas informações da Inspeção-Geral de Finanças sem terem sido confrontadas as outras partes visadas ou, na impossibilidade, confirmada a realidade dos factos.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instar o Público a cumprir as normas e os princípios ético-legais da atividade jornalística, designadamente no que respeita à observância do princípio do rigor jornalístico e à necessidade de diligenciar no sentido de obter uma pronta e clara retificação de eventuais falhas de rigor.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 19/CONT-I/2011**

Participação de Hugo Vieira contra o Diário Económico

Enquadramento

Foi submetida à ERC no dia 15 de julho uma participação de Hugo Vieira contra a edição *on-line* do Diário Económico por falta de rigor informativo no título de uma notícia ali publicada a 13 de julho.

Decisão

Analisada esta participação o Conselho Regulador verificou que a citada falta de rigor efetivamente existiu e foi reconhecida pelo Diário Económico que também procedeu à sua correção. O órgão regulador deliberou assim não dar seguimento à participação e alertar o Diário Económico para a necessidade de primar pelo rigor na apresentação jornalística de declarações de protagonistas, evitando subjugar este princípio a outras práticas do jornalismo, designadamente na tentativa de construir títulos mais apelativos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 20/CONT-I/2011**

Queixa apresentada pela REN – Redes Energéticas Nacionais, SGPS, S.A. – Sociedade Aberta, e pela REN – Rede Elétrica Nacional, S.A., contra o jornal Correio da Manhã.

Enquadramento

A REN apresentou uma queixa contra o jornal Correio da Manhã, a propósito da publicação, pelo referido periódico, de duas peças jornalísticas, nas suas edições de 6 e 7 de novembro de 2010, e em que se invocava a alegada inobservância de um conjunto de deveres ético-jurídicos aplicáveis à atividade jornalística, bem como a violação de direitos, liberdades e garantias do queixoso.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer como procedente a queixa formulada, na parte em que a queixosa imputava à denunciada, no caso vertente, o desrespeito por regras ético-jurídicas exigíveis em sede de rigor informativo e, especificamente, as que se prendem com o rigor e a objetividade devidos à informação e com os deveres de audição prévia das partes com interesses atendíveis e o de promover a pronta retificação de incorreções ou imprecisões que sejam imputáveis à denunciada [art. 3.º da Lei de Imprensa; art. 14.º, n.º 1, alíneas a) e b), do Estatuto dos Jornalistas; pontos 1. e 5. do Código Deontológico dos Jornalistas].

O órgão regulador deliberou reconhecer que certos direitos fundamentais da queixosa, designadamente o seu bom-nome, reputação e imagem, eram de igual modo, suscetíveis de terem sido colocados em causa através da publicação das peças jornalísticas identificadas e considerou reprovável a atuação adotada pela publicação instando-a a assegurar doravante, no exercício da sua atividade editorial, a estrita observância das exigências aplicáveis em sede de rigor informativo. Na apreciação que fez, o Conselho Regulador sublinhou também que pertence em exclusivo ao foro judicial o apuramento de eventuais ilícitos de natureza criminal ou cível que possam vir a extrair-se dos factos apreciados no presente caso.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 21/CONT-I/2011**

Participação de Mário Guilherme contra o Jornal de Notícias.

Enquadramento

A ERC recebeu uma participação de Mário Guilherme contra o Jornal de Notícias por publicação de informação chocante e sensacionalista na primeira página da edição de 30 de junho de 2011, relativa à morte do artista Angélico Vieira.

Decisão

Tendo analisado esta participação, o Conselho Regulador deliberou instar o Jornal de Notícias a cumprir as normas ético-legais inerentes à prática do jornalismo, designadamente no que respeita à recusa do sensacionalismo, acautelando o respeito pela dor de familiares e próximos de pessoas falecidas.

No entendimento do órgão regulador, o Jornal de Notícias publicou na

primeira página informação que evidenciava sobretudo uma exploração de uma dimensão emocional do acontecimento e não acautelou o respeito pela dor de familiares, amigos e seguidores do artista.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 22/CONT-I/2011**

Participação de Rui Pedro de Sousa Barreiro contra o jornal “O Mirante”.

Enquadramento

No dia 19 de agosto de 2011 deu entrada na ERC uma participação de Rui Pedro de Sousa Barreiro contra o jornal “O Mirante”, os seus proprietários, Joaquim António Antunes Emídio e Maria de Fátima Franco Salgado Emídio, e os seus diretores, o referido Joaquim António Antunes Emídio e Alberto Fernando de Carvalho Bastos. A queixa tinha por objeto a publicação de um artigo que alegadamente ofendia o bom-nome e reputação do queixoso.

Quando foi notificado para exercer o contraditório, o jornal argumentou, entre outros pontos, que o participante confundiu intencionalmente o que era um artigo jornalístico e o que era um texto de opinião.

Decisão

Em reunião de dia 4 de outubro, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à presente queixa. O regulador considerou que o texto surgia num espaço de opinião que devia ser enquadrado à luz do exercício das liberdades de opinião e de expressão, e que incumbia aos tribunais, e não à ERC, a apreciação da ilicitude, civil ou penal, no exercício desses direitos. O órgão regulador disse também ter verificado que o jornal acautelava devidamente a distinção entre os géneros de opinião e de informação, de acordo com o previsto no Estatuto do Jornalista e no quadro da deontologia que rege a atividade jornalística.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 23/CONT-I/2011**

Queixa de José Armando de Oliveira Domingos contra o jornal “O Mirante”.

Enquadramento

No dia 27 de junho de 2011, deu entrada na ERC uma queixa de José Armando de Oliveira Domingos contra o jornal “O Mirante”, devido à publicação de um artigo com o título “O habilidoso do Oliveira Domingos”, publicado na edição de 22 de junho de 2011.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador, reunido a 19 de outubro, deliberou não dar seguimento à queixa por considerar que o artigo objeto da mesma era um texto de opinião e surgia claramente enquadrado como tal, pelo que devia ser escrutinado através dos tribunais. No corpo da deliberação o regulador salientou que, salvo em situações de manifesta gravidade, as funções desempenhadas pela ERC têm que ser enquadradas sobretudo no exercício da liberdade de informação, e não no contexto da liberdade de expressão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 24/CONT-I/2011**

Participação de Pedro Ferreira contra o “Jornal de Notícias”, pela publicação da notícia com o título “Vitor Gaspar despede 68 mil funcionários públicos”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 25 de junho de 2011, uma participação subscrita por Pedro Ferreira contra a edição desse dia do “Jornal de Notícias”, por alegada falta de rigor informativo na notícia com o título “Governo despede 68 mil funcionários públicos”. Argumenta o Participante que o título apresentado é falso e desmentido pelo corpo da própria notícia, em que se referia que o Governo só admitiria 17 mil novos funcionários apesar de saírem para a reforma 85 mil. Daí os 68 mil despedidos.

Notificado para o exercício de contraditório, veio o “Jornal de Notícias” reconhecer que se verificou “um erro” na perceção do corpo da notícia publicada. Garantiu que não se tratou de um facto intencional — visando colocar em cheque o Governo ou polemizar — mas que aquele terá ocorrido, porventura, em razão da voracidade do tempo, da voracidade noticiosa, até do facto de estarem a falar de números de diversa grandeza. O jornal defendeu que o procedimento devia ser arquivado pela ERC.

Decisão

O Conselho Regulador considerou a queixa procedente, dada a manifesta desconformidade entre aquele título da 1.ª página e o tratamento noticioso da matéria no interior da publicação e instou o jornal ao cumprimento escrupuloso dos deveres ético-legais do jornalismo, designadamente, a salvaguardar o princípio do rigor informativo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 25/CONT-I/2011**

Queixa de Paulo Ferreira contra o “Diário Económico”, remetida pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários, junto da qual foi inicialmente apresentada, por alegada desatualização da página de informação financeira, com valores de 1997 e 2003.

Enquadramento

Remetida pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), onde inicialmente foi apresentada, deu entrada na ERC, em 27 de julho de 2011, uma queixa subscrita por Paulo Ferreira, contra o jornal *Diário Económico*, por alegada desatualização da página de informação financeira, com valores de 1997 e 2003.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou declarar que a publicação de informação financeira sobre a cotação de obrigações em Bolsa, desatualizada em oito anos e mais, violava o dever de rigor Jornalístico. Disse reconhecer, no entanto, que a divulgação da referida informação pelo jornal derivou de um simples lapso a que não

terá presidido qualquer intenção de induzir em erro os leitores ou condicionar a base de conhecimento da tomada das respetivas decisões financeiras. Uma vez que o erro foi corrigido e nada mais reclamando o queixoso, o regulador declarou extinto o presente procedimento, por inutilidade superveniente do mesmo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 26/CONT-I/2011**

Informação económica desatualizada publicada na edição de 6 de agosto de 2011 no jornal “Correio da Manhã”.

Enquadramento

Remetida pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), onde inicialmente foi apresentada, deu entrada na ERC, em 27 de julho de 2011, uma queixa subscrita por Paulo Ferreira, contra o jornal *Diário Económico*, por alegada desatualização da página de informação financeira, com valores de 1997 e 2003.

Decisão

Na análise deste caso, o Conselho Regulador declarou que a publicação de informação financeira sobre a cotação de obrigações em Bolsa, desatualizada em oito anos e mais, violava o dever de rigor jornalístico. O regulador disse reconhecer, no entanto, que a divulgação da referida informação derivou de um simples lapso a que não terá presidido qualquer intenção de induzir em erro os leitores ou condicionar a base de conhecimento da tomada das respetivas decisões financeiras. Tendo o erro sido corrigido e nada mais reclamando o Queixoso, o Conselho Regulador deliberou declarar extinto o presente procedimento, por inutilidade superveniente do mesmo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 27/CONT-I/2011**

Participação do PSD Lagos relativa aos procedimentos da Câmara Municipal de Lagos no relacionamento com órgãos de comunicação social de âmbito regional.

Enquadramento

Foi submetida à ERC, a 1 de julho de 2008, uma participação da Secção Concelhia de Lagos do PSD contra a Autarquia local, questionando os critérios da edibilidade na seleção dos órgãos de comunicação social escolhidos para veicular a sua publicidade, assim como para a distribuição do boletim municipal.

Deliberação

Tendo analisado esta participação, o Conselho Regulador deliberou não dar por demonstrado que a distribuição do investimento da CM Lagos em vários órgãos da imprensa local e regional tivesse obedecido a critérios norteados por influência político-partidária.

O regulador entendeu, no entanto, ser criticável, do ponto de vista regulatório: a) O recurso à figura do ajuste direto para a impressão/distribuição do boletim autárquico, sem que estejam reunidas garantias de um acesso mais alargado dos jornais da região ao procedimento

de adjudicação; b) A aquisição e distribuição de edições da imprensa regional, designadamente como aconteceu com o Postal do Algarve, em moldes que possam comprometer a livre concorrência no sector da imprensa regional e influenciar os seus conteúdos editoriais.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 28/CONT-I/2011**

Procedimento de averiguações contra o “Correio da Manhã”, pela publicação, na edição de 6 de abril, da notícia com o título “Pedófilo à solta abusa de oito crianças”.

Enquadramento

O Conselho Regulador da ERC deliberou, a 6 de abril de 2011, iniciar um procedimento oficioso de averiguações contra o “Correio da Manhã”, pela divulgação, naquela data, de uma notícia com o título “Pedófilo à solta abusa de oito crianças”. No entendimento do Conselho, a referida peça jornalística poderia contender com direitos fundamentais que compete à ERC acautelar

No contraditório remetido à ERC, o Correio da Manhã alegou que não sendo o suspeito de pedofilia identificável nas imagens, considerava que não foi posto em causa qualquer direito fundamental. O jornal argumentou também que a referida imagem foi recolhida na via pública, pelo que inexistiu qualquer eventual violação de reserva da intimidade na vida privada da pessoa fotografada e que as imagens não revelavam a prática de qualquer ato íntimo ou de cariz privado.

Decisão

Em reunião de dia 25 de outubro, o Conselho Regulador deliberou reprovar veementemente a conduta do Correio da Manhã no tratamento jornalístico, na edição de 6 de abril de 2011, da investigação de denúncias de abusos sexuais de menores na zona de Torres Vedras. E instou o jornal a cumprir escrupulosamente os deveres legais e deontológicos do jornalismo e a respeitar os direitos fundamentais dos visados nas notícias, designadamente o seu direito ao bom nome e à imagem e à presunção da inocência, bem como o dever de não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual.

Votação

Aprovada por unanimidade, com declaração de voto de AL.

- **Deliberação n.º 29/CONT-I/2011**

Procedimento de averiguações contra o “Diário de Notícias”, pela publicação, na edição de 7 de abril, da notícia com o título “Avô de menina abusada quer justiça”.

Enquadramento

O Conselho Regulador deliberou, a 7 de abril de 2011, iniciar um procedimento de averiguações contra o “Diário de Notícias”, pela divulgação, naquela data, de uma notícia com o título “Avô de menina abusada quer justiça”, ilustrada por uma fotografia com a legenda “Dionísio é o avô indignado da menina de oito anos que foi a primeira a queixar-se de abusos”. No entendimento do Conselho, a referida

peça jornalística poderia contender com direitos fundamentais que competia à ERC acautelarem.

Notificado para o exercício de contraditório, o “Diário de Notícias” alegou que não foi violado qualquer normativo legal com a publicação da história em questão, mormente o previsto no art. 14.º, n.º 2, alínea g) do Estatuto do Jornalista e que nenhum aspeto na notícia/imagem publicadas lhe parecia suscetível de ferir quaisquer suscetibilidades ou direitos. No entendimento do jornal era lícita a divulgação das informações que foram divulgadas e a reprodução da imagem nos termos em que o foram.

Decisão

Após apreciar a cobertura jornalística realizada pelo Diário de Notícias de alegados abusos sexuais de menores cometidos por um motorista, o Conselho Regulador deliberou considerar que este jornal não respeitou cabalmente os deveres ético-legais do jornalismo, em particular a alínea g) do n.º 2 do art. 14.º do Estatuto do Jornalista. O regulador deliberou assim instar o Diário de Notícias a, de futuro, respeitar escrupulosamente o dever de não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, até à audiência de julgamento, e para além dela, se o ofendido for menor de 16 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 30/CONT-I/2011

Participações relativas ao artigo de opinião “Dois Maridos”, de José António Saraiva, publicado no jornal “Sol”.

Enquadramento

Entre os dias 24 e 26 de agosto de 2011, deram entrada na ERC, por via eletrónica 46 participações relativas a um artigo de opinião intitulado “Dois maridos”, da autoria de José António Saraiva, e publicado na edição n.º 259 do suplemento “Tabu” da edição de 19 de agosto do jornal *Sol*, e, também, na edição *on-line* deste mesmo periódico. Na peça jornalística em questão, José António Saraiva começa por aludir a uma notícia publicada pelo jornal *Diário de Notícias* (DN) em 9 de agosto de 2011, na qual se relatava um episódio de violência doméstica que alegadamente teria ocorrido dias antes entre dois cônjuges e culminado com a apresentação de uma queixa, por parte deles, numa esquadra policial. A notícia em questão teria obtido particular amplificação pela circunstância de envolver no seu enredo uma figura pública — concretamente, um ex-deputado do PSD — e, bem ainda, por a desavença relatada respeitar a um casal homossexual.

Decisão

Tendo apreciado as múltiplas participações endereçadas à ERC, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento às mesmas. Na leitura do regulador, a publicação da dita crónica inseria-se no âmbito do discurso opinativo e enquadrava-se, consequentemente, no exercício regular — e legítimo — da liberdade de expressão (cf. art. 37.º, n.º 1, parte I, da Constituição Portuguesa), não estando pois adstrita ao elenco de deveres ético-jurídicos tipicamente aplicáveis a conteúdos jornalísticos de pendor informativo.

O regulador reiterou também que era seu entendimento que as questões diretamente decorrentes do exercício da liberdade de expressão e os seus limites se afastam do leque de responsabilidades regulatórias centrais que impendem sobre a ERC, as quais se enquadram, por regra, no âmbito do exercício da liberdade de informação. O regulador assinalou assim que que pertencia ao foro judicial a tarefa de apurar as consequências cíveis e penais que eventualmente resultem do caso vertente.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 31/CONT-I/2011

Participação da Andreia Carina Machado da Silva Neto contra o jornal “Ecos de Negrelos”.

Enquadramento

No dia 8 de setembro de 2011 deu entrada na ERC uma participação de Andreia Carina Machado da Silva Neto, na qualidade de presidente da Comissão Política do PSD de Santo Tirso, contra o jornal “Ecos de Negrelos” pela publicação de um artigo que alegadamente ofendia o bom-nome e reputação da Queixosa e violava o dever de rigor informativo. Chamado a pronunciar-se, o jornal alegou que a queixa de Andreia Neto consubstanciava um atentado às garantias da liberdade de imprensa, ao tentar impedi-la ou limitá-la com uma forma encapotada de censura.

Decisão

Tendo analisado o referido artigo, o Conselho Regulador considerou que surgia num espaço de opinião que devia ser enquadrado à luz do exercício das liberdades de opinião e de expressão, e que incumbia aos tribunais, e não à ERC, a apreciação da ilicitude, civil ou penal, no exercício desses direitos. O regulador disse verificar ainda, que o jornal acautelava devidamente a distinção entre os géneros de opinião e de informação, de acordo com o previsto no Estatuto do Jornalista e no quadro da deontologia que rege a atividade jornalística. Face a esse entendimento, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à presente queixa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 32/CONT-I/2011

Participação da Andreia Carina Machado da Silva Neto contra o jornal “Ecos de Negrelos”.

Enquadramento

No dia 12 de setembro de 2011 deu entrada na ERC uma participação de Andreia Carina Machado da Silva Neto, na qualidade de presidente da Comissão Política do PSD de Santo Tirso contra o jornal “Ecos de Negrelos”, devido à publicação de um artigo com o título “Tem-te não caias” na edição de maio/junho de 2011, que alegadamente ofendia o seu bom-nome e reputação e violava o dever de rigor informativo.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à presente queixa por considerar que o texto surgia num espaço de opinião que devia ser enquadrado à luz do exercício das liberdades de opinião e de

expressão, e que incumbia aos tribunais, e não à ERC, a apreciação da ilicitude, civil ou penal, no exercício desses direitos.

O regulador disse verificar também que o jornal acautelava devidamente a distinção entre os géneros de opinião e de informação, de acordo com o previsto no Estatuto do Jornalista e no quadro da deontologia que rege a atividade jornalística.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 33/CONT-I/2011**

Participação de Carla Rodrigues Veiros contra o Jornal de Notícias, por alegada publicação de imagens suscetíveis de violar a dignidade humana e os princípios éticos que regem o jornalismo.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 6 de outubro de 2011, uma participação subscrita por Carla Rodrigues Veiros contra o Jornal de Notícias, por alegada publicação de imagens suscetíveis de violar a dignidade humana e os princípios éticos que regem o jornalismo.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instar o Jornal de Notícias a observar os princípios ético-legais que regem a prática do jornalismo, abstendo-se, nomeadamente, de exibir imagens de pessoas em situação de inferioridade física, que violem a proteção da imagem e intimidade das vítimas e que se afigurem, deste modo, suscetíveis de agravar a dor de familiares e amigos.

O Conselho Regulador precisou que a exibição da imagem de um cidadão português vítima de atropelamento, retratado em condições de inferioridade física e sem terem sido contemplados quaisquer mecanismos de proteção da identidade, resultou em prejuízo para o decoro da pessoa retratada e contribuiu para o agudizar da dor dos seus familiares e de outras pessoas próximas.

Decisão

Entendeu também que a exibição de imagens identificadoras da vítima de um atropelamento era sintomática da valorização da componente sensacional no tratamento noticioso do acidente, através da exploração da dor.

Votação

Aprovada por AC, LR, RG e RAC (com declaração de voto). Abstenção de CM.

- **Deliberação n.º 34/CONT-I/2011**

Queixa da Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, contra o jornal Correio da Manhã.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam uma queixa apresentada pela Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, contra o Correio da Manhã, tendo por objeto a notícia “O Sporting já perdeu a alma”, publicada na edição de 3/10/2010, com chamada de primeira página.

Decisão

Após apreciar esta queixa o Conselho Regulador considerou parcial-

mente procedente a queixa, designadamente no que respeita à violação do dever de rigor informativo, por total omissão de referências às fontes de informação e preterição da audição das partes com interesses atendíveis, como seria manifestamente o caso da Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, o que decorre do disposto no art. 3.º da Lei de Imprensa e das alíneas a) e e) do n.º 1 do art. 14.º do Estatuto do Jornalista. O órgão regulador deliberou instar o jornal Correio da Manhã a, no futuro, cumprir de forma rigorosa as normas ético-legais que impõem o respeito daquele dever.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 35/CONT-I/2011**

Queixa de Agostinho Matos, da Casa da Sé, contra o Jornal da Beira, a propósito da publicação de um texto intitulado “Legalização da Casa da Sé / Processo coloca pontos nos iis”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 2 de setembro de 2011, uma queixa de Agostinho Matos contra o Jornal da Beira, pela publicação, no dia 25 de agosto de 2011, de uma peça jornalística com o título “Legalização da Casa da Sé / Processo coloca pontos nos iis”. O Queixoso entendia que apenas um terço do conteúdo dizia respeito ao assunto que lhe dá título e que a peça, pelo modo como se encontrava estruturada, não observava o rigor e a objetividade devidos à informação.

Decisão

Na análise a esta queixa o Conselho Regulador apurou que o jornal Notícias de Viseu tinha publicado uma peça similar. Nessa medida, deliberou instar o Jornal da Beira e o jornal Notícias de Viseu a assegurarem, doravante, um maior rigor no cumprimento dos princípios ético-legais exigíveis no tratamento noticioso dos factos, designadamente no que respeita à contextualização dos acontecimentos relatados e à diversificação das suas fontes de informação, respeitando o princípio do rigor informativo, em cumprimento do art. 3.º da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.2.2. Direito de resposta

- **Deliberação n.º 1/DR-I/2011**

Recurso da Câmara Municipal do Porto contra o Jornal I por não cumprimento integral do direito de resposta e de retificação motivado por notícia publicada na edição de 13 de setembro de 2010.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 23 de setembro de 2010, um recurso subscrito por João Faria, advogado que assina em nome e sub-representação da Câmara Municipal do Porto representada esta, por sua vez, pelo seu Presidente, Dr. Rui Rio, contra o jornal i, por alegado não cumprimento integral por parte deste órgão de comunicação social do direito de resposta e de retificação motivado pela manchete “Empresas municipais de Lisboa e Porto aumentam prejuízo”, desen-

volvida em notícia com grande destaque e relevo visual nas páginas 16 a 19, da edição de 13 de setembro de 2010.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade à Recorrente para o exercício do direito de resposta e declarar que o texto publicado na página 3, da edição de 16 de setembro de 2010, do periódico Recorrido, sob o título “Direito de Resposta: ‘Empresas Municipais — Lisboa e Porto Injetam 32 Milhões de Euros’”, não cumpriu os requisitos legais para a publicação do direito de resposta e de retificação estatuidos no art. 26.º, n.os 3 e 4, da Lei de Imprensa.

O Conselho Regulador deliberou determinar ao jornal a republicação integral do texto de resposta da Recorrente e da fotografia que o acompanha, no prazo de dois dias a contar da receção da presente deliberação. O órgão regulador deliberou também advertir o jornal de que ficava sujeito, por cada dia de atraso na publicação do texto de resposta, à sanção pecuniária compulsória prevista no art. 72.º dos Estatutos da ERC.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 2/DR-I/2011**

Recurso do gerente executivo da Empresa do Diário de Notícias, Lda. contra o Jornal da Madeira por denegação do direito de resposta referente à publicação de um cartune.

Enquadramento

José Bettencourt da Câmara, gerente executivo da Empresa do Diário de Notícias, Lda., apresentou um recurso contra o Jornal da Madeira por denegação do direito de resposta relativo à publicação de um cartune intitulado “Boca pequena”, na edição do dia 19 de outubro de 2010.

Notificado para se pronunciar quanto ao teor deste recurso, o diretor do jornal alegou, entre outros aspetos, que o cartune não afetava a reputação e boa fama do Recorrente pelo que o mesmo não tinha legitimidade para vir exercer o direito de resposta. Concluída a análise deste caso o Conselho Regulador deliberou dar provimento ao recurso e ordenar a publicação do texto de resposta, acompanhado da menção de que tal publicação decorria de determinação da ERC, ficando o Jornal de Madeira sujeito ao pagamento de uma quantia pecuniária no valor de 500,00 euros por cada dia de atraso no cumprimento da obrigação de publicação.

Decisão

O órgão regulador reforçou junto do Jornal da Madeira a obrigação de adotar uma conduta, no tocante ao direito de resposta, mais consentânea com as suas responsabilidades como órgão de comunicação social e determinou a abertura de processo contraordenacional contra a empresa proprietária deste órgão de informação por denegação do direito de resposta, nos termos da alínea d) do n.º 1 do art. 35.º da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF. Abstenção de ES.

• **Deliberação n.º 3/DR-I/2011**

Recurso de Áureo Amorim de Sousa contra o jornal O Coura por alegada denegação do dever de facultar o exercício do direito de resposta.

Enquadramento

No dia 17 de dezembro de 2010 os serviços da ERC receberam um recurso apresentado por José Pereira da Cunha, na qualidade de procurador de Áureo Amorim de Sousa, contra o jornal O Coura, por alegada denegação do dever de facultar o exercício do direito de resposta relativamente ao artigo “Os cães ladraram mas a caravana não passou!...”, publicado na edição de 30 de setembro de 2010.

Decisão

Após analisar esta matéria, o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade ao Recorrente para o exercício do direito de resposta, para o que deveria, querendo, enviá-lo ao jornal, expurgado das expressões desproporcionalmente desprimorosas. O Conselho Regulador deliberou também determinar ao jornal a publicação do texto de resposta do Recorrente, corrigido de acordo com o atrás determinado, no primeiro número impresso após o sétimo dia posterior à sua receção, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, de uma só vez, sem interpolações nem interrupções, devendo o texto ser precedido da indicação de que se trata de direito de resposta e acompanhado da menção de que a publicação é efetuada por efeito de deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 4/DR-I/2011**

Recurso da Empresa do Diário de Notícias, Lda. e da Blandy SGPS, S.A. contra o Jornal da Madeira por alegada denegação ilícita do exercício do direito de resposta.

Enquadramento

A Empresa do Diário de Notícias, Lda. e a Blandy SGPS, S.A. interpu- seram um recurso contra o Jornal da Madeira por alegada denegação ilícita do exercício do direito de resposta relativamente a um artigo, publicado na edição de 22 de dezembro de 2010, intitulado “PS, CDS, Grupo Blandy’s, “Comissão de Ética”, todos no mesmo saco”.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a titularidade do direito de resposta às Recorrentes, que devem, no entanto, expurgar do seu texto as passagens do texto que não apresentam relação direta e útil com o escrito respondido e reduzir o texto de resposta por forma a observar o limite de número de palavras previsto no n.º 4 do art. 25.º da Lei de Imprensa ou comunicar ao Recorrido a sua intenção de exercer o direito previsto no n.º 1 do art. 26.º do referido diploma legal.

Na deliberação que adotou sobre este caso o órgão regulador deliberou ainda determinar ao Recorrido que desse cumprimento ao direito de resposta das Recorrentes, após adoção por estas últimas dos comportamentos impostos no ponto precedente. Nesse texto, o Conselho

recordou ainda ao Recorrido que a publicação do texto de resposta deve obedecer ao disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa, salientando que a publicação, após receção do texto reformulado, deverá ser efetuada na primeira edição ultimada após a notificação da presente deliberação, nos termos do art. 60.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, sob pena de sujeição ao pagamento da quantia diária de 500,00 euros, a título de sanção pecuniária compulsória, por cada dia de atraso no cumprimento, contado da data referida acima, nos termos do disposto no art. 72.º dos referidos Estatutos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 5/DR-I/2011**

Recurso de José Pereira da Cunha contra o jornal O Coura por alegada denegação do direito de resposta.

Enquadramento

José Pereira da Cunha apresentou um recurso contra o jornal O Coura, por alegada denegação do direito de resposta relativo a um artigo, publicado na edição de 30 de novembro de 2010 do jornal, intitulado “A CNE absolveu-nos. Cúmulo dos cúmulos em evidência”.

Decisão

Da análise que fez a este caso, o Conselho Regulador reconheceu a titularidade do direito de resposta ao Recorrente, que deveria, no entanto expurgar do seu texto as passagens que não apresentam relação direta ou útil com o texto respondido e as expressões desproporcionadamente desprimorosas por serem desconformes com o disposto no n.º 4 do art. 25.º da Lei de Imprensa. O Regulador determinou ainda que o Recorrido desse cumprimento ao direito de resposta do Recorrente, após adoção por este último dos comportamentos impostos no ponto precedente, em conformidade com o disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 6/DR-I/2011**

Recurso de Ricardo Miguel Fernandes Oliveira e Ana Luísa Vieira Correia contra o Jornal da Madeira, por denegação do direito de resposta e de retificação motivado pelo texto jornalístico intitulado “SESARAM responde ao ‘diário’”, publicado na edição de 29 de setembro de 2010 daquele periódico.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, em 22 de novembro de 2010, um recurso subscrito por Ricardo Miguel Fernandes Oliveira e por Ana Luísa Vieira Correia contra o “Jornal da Madeira”, por alegada violação, por parte deste jornal, do direito de resposta relativamente a um artigo publicado na edição de 29 de setembro de 2010 do referido periódico, com o título “SESARAM responde ao Diário”.

Decisão

Após analisar este recurso, o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade aos Recorrentes para o exercício do direito de resposta

e determinar ao referido jornal a publicação do texto de resposta dos Recorrentes, no prazo de dois dias a contar da receção da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, devendo tais textos ser precedidos da indicação de que se trata de direito de resposta e acompanhados da menção de que a publicação é efetuada por efeito de deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 7/DR-I/2011**

Recurso de Áureo Amorim de Sousa contra o jornal O Coura (II) por alegada denegação ilícita do exercício do direito de retificação.

Enquadramento

Áureo Amorim de Sousa, representado por José Pereira da Cunha, apresentou um recurso contra o jornal O Coura, por alegada denegação ilícita do exercício do direito de retificação relativo a um artigo, publicado na edição de 30 de novembro de 2010 sob o título “Já começou o bota abaixo da casa de Bico cujo projeto e utilização foram anulados pela Câmara”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer a titularidade do direito de retificação ao Recorrente, que deveria, no entanto expurgar do seu texto as passagens que não apresentassem relação direta ou útil com o texto respondido, bem como as expressões desproporcionadamente desprimorosas por serem desconformes com o disposto no n.º 4 do art. 25.º da Lei de Imprensa. O órgão regulador deliberou ainda determinar ao Recorrido que desse cumprimento ao direito de retificação do Recorrente, após adoção por este último dos comportamentos impostos no ponto precedente, em conformidade com o disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 8/DR-I/2011**

Recursos de Márcio Nuno Veríssimo Berenguer, jornalista do Diário de Notícias – Madeira, e de “Empresa do Diário de Notícias, Lda.” e Ricardo Miguel Fernandes Oliveira contra o Jornal da Madeira por denegação do direito de resposta e de retificação.

Enquadramento

Deram entrada na ERC, em 22 de novembro de 2010, dois recursos — um de Márcio Nuno Veríssimo Berenguer, jornalista do “Diário de Notícias – Madeira”, e o outro da “Empresa do Diário de Notícias, Lda.” e de Ricardo Miguel Fernandes Oliveira, nas qualidades de empresa proprietária daquele jornal e de seu diretor, respetivamente — contra o “Jornal da Madeira” por denegação do direito de resposta e de retificação motivado pelo texto jornalístico intitulado “Palhaçada’ do DN sobre o SESARAM”, publicado na página 3 da edição de 28 de setembro de 2010.

Após apreciar estes recursos, o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade aos Recorrentes para o exercício do direito de

resposta. O órgão regulador não considerou, no entanto, pertinente, nos termos do ponto 2.3. da Diretiva n.º 2/2008, do Conselho Regulador da ERC, de 12 de novembro de 2008, a exigência de publicação cumulativa dos dois textos de resposta por eles apresentados, elaborados em comum e de teor em tudo idêntico, sem qualquer distinção essencial na versão da realidade que sustentam.

Decisão

O Conselho Regulador determinou aos Recorrentes que, querendo, reformulassem as respetivas respostas, unificando-as num texto único a submeter ao Recorrido e ao “Jornal da Madeira” que, cumprido o ponto anterior, publicasse o novo texto de resposta, no prazo de dois dias a contar da sua receção, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, devendo tal texto ser precedido da indicação de que se trata de um direito de resposta. O Regulador referiu que o Jornal da Madeira não se encontra sujeito à menção prevista no art. 27.º, n.º 4, da Lei de Imprensa, uma vez que a recusa de resposta não fora, até à data, infundada.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 9/DR-I/2011**

Recurso de Vítor Hugo Borrageiro contra o Jornal da Madeira por denegação do direito de resposta motivado pelo texto jornalístico “Secretaria contesta notícia do DN”.

Enquadramento

No dia 10 de março de 2011, a ERC recebeu um recurso apresentado por subscrito por Vítor Hugo Borrageiro contra o “Jornal da Madeira”, por alegada violação do direito de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 6 de janeiro de 2011, com o título “Secretaria contesta notícia do DN” e com chamada de primeira página.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade ao Recorrente para o exercício do direito de resposta e determinar ao jornal a publicação do texto de resposta do Recorrente, no prazo de dois dias a contar da receção da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido. O órgão regulador advertiu o jornal de que ficava sujeito, por cada dia de atraso na publicação do texto de resposta, à sanção pecuniária compulsória prevista no art. 72.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 10DR-I/2011**

Recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal Entremargens por denegação do direito de resposta relativamente à entrevista “O CDS-PP de Santo Tirso ‘foi esvaziado”.

Enquadramento

No dia 11 de abril de 2011, deu entrada na ERC um recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado, contra o jornal Entremargens, por

denegação do direito de resposta relativamente a uma entrevista publicada na edição de 10 de março de 2011 do referido jornal, com o título “O CDS-PP de Santo Tirso ‘foi esvaziado”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade para o exercício do direito de resposta ao Recorrente que, deveria, no entanto, enviar ao jornal uma nova versão do texto de resposta, cuja extensão não excedesse o número de palavras da peça respondida, ou comunicar ao Recorrido a sua intenção de exercer o direito previsto no n.º 1 do art. 26.º da Lei de Imprensa. O órgão regulador deliberou determinar ao jornal, caso o Recorrente seguisse o procedimento atrás referido que procedesse à publicação da réplica.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 11/DR-I/2011**

Recurso da Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária contra a revista AutoMotor por alegada denegação do direito de resposta.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 18 de abril de 2011, um recurso subscrito pela Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária contra a revista AutoMotor, por alegada denegação do direito de resposta. Após analisar este recurso o Conselho Regulador verificou que o texto com que a Recorrente tentara exercer esse direito incluía expressões desproporcionadamente desprimorosas.

Decisão

O órgão regulador deliberou assim reconhecer a titularidade do direito de resposta da Recorrente e determinar, em consequência, e se a recorrente assim o entendesse, a reformulação do texto de resposta em estrita conformidade com os reparos assinalados na presente deliberação. O texto então reformulado deverá ser remetido à revista AutoMotor para publicação, no estrito cumprimento dos princípios da integridade, equivalência, igualdade e eficácia, através de procedimento que comprove devidamente a sua receção, bem como a autoria de quem o subscrive.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 12/DR-I/2011**

Recurso apresentado pela Associação do Comércio Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portugal contra o Jornal Diário Económico.

Enquadramento

A ACAPOR – Associação do Comércio Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portugal apresentou um recurso contra o jornal Diário Económico, por alegada denegação do direito de resposta. Tendo sido notificado para se pronunciar, o Recorrido argumentou, entre outros aspetos, que o texto de resposta lançava sobre o jornal e a jornalista inúmeras afirmações desprimorosas e que nada tinham a ver com o conteúdo da notícia.

Decisão

Após analisar esta matéria, o Conselho Regulador deliberou dar provimento parcial ao Recurso, convidando a Recorrente para efetivação do seu direito, a reformular o correspondente texto de acordo com as exigências constantes do art. 24.º, n.º 4, da Lei de Imprensa, devendo, de seguida o jornal proceder à publicação desse texto de resposta.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 13/DR-I/2011**

Recurso do secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros contra o Diário de Notícias por cumprimento defeituoso do direito de resposta e de retificação.

Enquadramento

No dia 19 de abril, a ERC recebeu um recurso subscrito por João Tiago Silveira, na qualidade de secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros contra o Diário de Notícias, por alegado não cumprimento integral por parte deste jornal, do direito de resposta e de retificação motivado pelo texto jornalístico intitulado “Governo nomeia e promove 156 depois da demissão”, com destaque na primeira página da edição daquele periódico, de 3 de abril de 2011, e desenvolvimento na página 2 da mesma edição.

Decisão

Tendo apreciado este recurso, o Conselho Regulador deliberou determinar ao Diário de Notícias a republicação gratuita do texto de resposta, uma vez que a anterior publicação não tinha sido conforme às exigências formais do art. 26.º, n.ºs 3 e 4, da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF. Abstenção com declaração de voto de EO.

- **Deliberação n.º 14/DR-I/2011**

Recurso da Empresa Jornal da Madeira, Lda. contra o jornal “Diário de Notícias da Madeira”.

Enquadramento

No dia 18 de abril de 2011, deu entrada na ERC um recurso da Empresa Jornal da Madeira, Lda. contra o jornal “Diário de Notícias da Madeira”, por alegada recusa da publicação de um texto de resposta relativamente a uma nota de direção publicada na edição deste de 5 de abril de 2011, em comentário a um texto de resposta motivado por uma notícia publicada em 30 de março de 2011, sob o título “Comissão deita ao lixo monte de documentos.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou determinar a republicação do texto de resposta inicial, o qual deverá ser acompanhado da menção de que aquela é efetuada por decisão da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em conformidade com o art. 27.º, n.º 4, da Lei de Imprensa, e dentro do prazo previsto no art. 26.º, n.º 2, do mesmo diploma legal. O órgão regulador deliberou também determinar, ao abrigo do art. 26.º, n.º 6, da Lei de Imprensa, a publicação do

segundo texto, em que o Recorrente responde à “Nota de Direção” de 5 de abril, com menção idêntica à prevista no número anterior.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 15/DR-I/2011**

Recurso de Magno Vieira Rodrigues contra o jornal “Diário de Notícias - Madeira” por denegação do direito de resposta motivado por notícia intitulada “Treinador da ‘casa’ estraga tudo”, publicada na página 38, da edição de 23 de janeiro de 2011, daquele periódico.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, a 14 de março de 2011, um recurso subscrito por Magno Vieira Rodrigues contra o “Diário de Notícias - Madeira” por alegada violação, por parte deste jornal, do direito de resposta.

Decisão

Após analisar esta matéria, o Conselho Regulador deliberou declarar legítima a recusa da publicação da resposta por parte do Recorrido, na estrita medida em que a mesma excedia os limites de extensão estabelecidos no art. 25.º, n.º 4, da Lei de Imprensa, facto oportuna e tempestivamente comunicado ao Recorrido, nos termos do art. 26.º, n.º 7, do mesmo diploma. O órgão regulador convidou o Recorrente a, querendo, restringir a extensão da sua resposta a 300 palavras, de acordo com o disposto no citado art. 25.º, n.º 4, da Lei de Imprensa ou, em alternativa, ao abrigo do art. 26.º, n.º 1, da mesma lei, pagar o valor do excesso do seu texto, apurado por aplicação da tabela de publicidade em vigor no “Diário de Notícias – Madeira”. E determinou ao “Diário de Notícias - Madeira” que, cumprido o ponto anterior, publique o texto de resposta, no prazo de dois dias a contar da sua receção, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, devendo tal texto ser precedido da indicação de que se trata de um direito de resposta.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 16/DR-I/2011**

Recurso e queixa de Rita Pereira contra a revista “TV Guia”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC um recurso e uma queixa de Rita Pereira contra a revista “TV Guia” inicial recusa de publicação do texto de resposta relativamente a uma notícia inserida na edição de 4 e 10 de maio de 2011, sob o título “Rita Pereira a braços com a justiça”, e, posteriormente, publicação deficiente do mesmo texto.

Decisão

Tendo apreciado os elementos que compunham este caso o Conselho Regulador considerou procedente a queixa, por se ter verificado a violação, por parte da TV Guia, do art. 26.º, n.ºs 3 e 4, da Lei de Imprensa e instou a referida revista ao cumprimento das disposições legais que regulam a figura do direito de resposta. O órgão regulador determinou ainda a abertura do processo contraordenacional decorrente do desrespeito das já referidas normas da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 17/DR-I/2011**

Recurso da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas contra o jornal Público.

Enquadramento

No dia 16 de maio de 2011 deu entrada na ERC um recurso da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas contra o jornal Público, por alegada recusa da publicação de um texto de resposta relativamente a uma notícia publicada no dia 27 de abril de 2011, sob o título “Trinta adjucações por ajuste direto a empresas que não existiam”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou determinar a publicação do referido texto de resposta, nos termos do art. 26.º da Lei de Imprensa, devendo este ser acompanhado da menção de que a sua publicação é efetuada por decisão do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em conformidade com o art. 27.º, n.º 4, do mesmo diploma. O órgão regulador advertiu também o Público que ficava sujeito ao pagamento de uma sanção pecuniária compulsória no valor de 500,00 euros a pagar por cada dia de atraso no cumprimento da presente deliberação, nos termos do art. 72.º dos Estatutos da ERC.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 18/DR-I/2011**

Recurso da Autoridade da Concorrência contra o Automóvel Clube de Portugal por denegação do direito de resposta motivado por notícia intitulada “Autoridade de quê?”, publicada na página 8 da edição de março de 2011 daquela revista.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 2 de junho de 2011, um recurso da Autoridade da Concorrência contra o Automóvel Clube de Portugal, por alegada violação, por parte desta revista, do direito de resposta relativamente a uma peça jornalística que foi publicada na página 8 da edição de março da revista do ACP e intitula-se “Autoridade de quê?”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer à Autoridade da Concorrência a titularidade do direito de resposta, em conformidade com o disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa e determinar à revista do “ACP” a inserção do texto de resposta, acompanhado da menção de que tal publicação ocorria por efeito de deliberação do Conselho Regulador da ERC.

Na deliberação em que se pronuncia sobre esta matéria o Regulador advertiu ainda a revista do ACP de que a publicação deverá ser efetuada na primeira edição ultimada após a notificação da presente deliberação, nos termos do art. 60.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, sob pena de, por cada dia de atraso no cumprimento da publicação do texto de resposta, ficar sujeita à sanção pecuniária compulsória prevista no art. 72.º dos Estatutos da ERC.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 19/DR-I/2011**

Recursos do Grupo Pestana, SGPS, S.A. e da S.D.M. – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A., contra o jornal “Público”.

Enquadramento

A ERC recebeu um recurso interposto pela SDM – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A., e um outro recurso interposto pelo Grupo Pestana, SGPS, S.A., contra o jornal “Público”, baseados na alegada recusa ilegítima de publicação, por parte desse mesmo periódico, de dois textos de resposta relativos a duas peças jornalísticas publicadas no dia 30 de maio de 2011, com os títulos “PPP na rodovia custam 3 500 milhões de euros à Madeira” e “A palavra do Tribunal de Contas — Governo Regional acusado de lesionar o interesse público nas concessões”.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador disse verificar que as peças respondidas eram aptas a pôr em causa o bom nome dos respondentes. O órgão regulador convidou as recorrentes a apresentar um único texto de resposta conjunto que deveria ser expurgado das referências identificadas na presente deliberação como desproporcionadamente desprimorosas.

O Conselho Regulador referiu também que o texto de resposta que venha a ser recebido pelo “Público” deverá ser publicado pelo jornal no estrito cumprimento dos princípios da integridade, equivalência, igualdade e eficácia.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

• **Deliberação n.º 20/DR-I/2011**

Recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal “Entremargens”.

Enquadramento

No dia 14 de junho de 2011 deu entrada na ERC um recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal “Entremargens” pelo cumprimento defeituoso do seu direito de resposta motivado pela entrevista com o título “O CDS-PP de Santo Tirso ‘foi esvaziado’”, publicada na edição de 10 de março de 2011.

Recorde-se que no dia 18 de maio de 2011, o Conselho Regulador da ERC tinha proferido a Deliberação n.º 10/DRI/2011, na qual ordenou ao jornal “Entremargens” a publicação do texto de resposta de Henrique Machado à referida entrevista.

Notificado para exercer o contraditório, o jornal disse não compreender a razão de ser desta queixa, uma vez que respeitou na íntegra a Deliberação n.º 10/DR-I/2011 do Conselho Regulador da ERC.

Decisão

Tendo analisado o modo como se processou a publicação do citado texto de resposta, o Conselho Regulador considerou que essa publicação não esteve conforme às exigências formais do art. 26.º, n.º 4,

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. Face a essa leitura, determinou ao jornal “Entremargens” a republicação do texto de resposta do Recorrente, respeitando as exigências formais do art. 26.º, n.ºs 3 e 4, da Lei de Imprensa, designadamente com inserção na primeira página de nota de chamada, com a devida saliência, anunciando a publicação de resposta e o seu autor, bem como a respetiva página, no primeiro número distribuído após o sétimo dia posterior à receção da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, acompanhado da menção de que a publicação era efetuada por efeito de deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 21/DR-I/2011**

Recurso do Sindicato Nacional do Pessoal de Voo da Aviação Civil contra o “Jornal de Notícias”.

Enquadramento

No dia 15 de julho de 2011 deu entrada na ERC um recurso do Sindicato Nacional do Pessoal de Voo da Aviação Civil contra o “Jornal de Notícias”, por alegada denegação do dever de lhe facultar o exercício do direito de resposta relativamente a uma notícia publicada na edição de 11 de junho de 2011 do referido jornal, com o título “TAP compra greve com viagens”.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador reconheceu legitimidade ao Sindicato Nacional do Pessoal de Voo da Aviação Civil para o exercício do direito de resposta e determinou ao “Jornal de Notícias” que procedesse à publicação da réplica produzida pelo Sindicato dentro do prazo de dois dias a contar da notificação da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido — incluindo a chamada de primeira página —, de uma só vez, sem interpolações nem interrupções.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 22/DR-I/2011**

Recurso de Eduardo Welsh contra o “Jornal Madeira” por denegação do direito de resposta motivado por notícia com chamada de primeira página intitulada “Segurança alvo de agressão assistido no hospital”, publicada na página 12 da edição de 26 de maio de 2011, daquele periódico.

Enquadramento

A ERC recebeu um recurso de Eduardo Welsh contra o “Jornal Madeira” por denegação do direito de resposta e de retificação motivado por notícia com chamada de primeira página intitulada “Segurança alvo de agressão assistido no hospital”, publicada na página 12, da edição de 26 de maio de 2011, daquele periódico.

Decisão

Tendo analisado este recurso, o Conselho Regulador reconheceu legi-

timidade a Eduardo Welsh para o exercício do direito de resposta. Determinou no entanto, que o texto respondido fosse reformulado, de sendo retiradas as considerações sem conexão direta e útil com o texto respondido, especificamente, os seus parágrafos 4 (2.º período) e 5. O regulador determinou ainda que o “*Jornal da Madeira*” procedesse à publicação desse texto

Reformulado, após a sua receção, no prazo de dois dias, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, designadamente, levando em linha de conta o disposto no art. 26.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 23/DR-I/2011**

Reclamação do diretor da “Revista ACP” do ACP – Automóvel Clube de Portugal (ACP)” contra a Deliberação n.º 18/DR-I/2011, de 13 de julho de 2011.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 22 de julho de 2011, uma reclamação contra a Deliberação n.º 18/DR-I/2011, de 13 de julho que tinha resultado de um recurso da Autoridade da Concorrência que teve por objeto a denegação do exercício do direito de resposta relativamente ao artigo intitulado “Autoridade de quê?”, publicado na edição de 8 de março de 2011.

Entendeu o Conselho Regulador dar provimento ao referido recurso, uma vez que o mesmo não foi extemporâneo. Considerou também que o texto de resposta tinha relação direta e útil com o texto visado e que não continha expressões desproporcionalmente desprimorosas. Neste sentido deliberou o Conselho Regulador reconhecer titularidade do direito de resposta ao Recorrente, em conformidade com o disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa bem como determinar à revista do ACP a inserção do texto de resposta.

Na reclamação em análise, o Reclamante sustentou, entre outros aspetos, que o Conselho Regulador da ERC não tinha poderes para apreciar a queixa e, conseqüentemente, para aprovar a deliberação em causa.

Decisão

Após analisar esta reclamação, o Conselho Regulador considerou-a improcedente e assim confirmar, na íntegra, o seu teor.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 24/DR-I/2011**

Recurso de Walter Cudell contra o jornal “Público” por alegada violação dos limites da liberdade imprensa na notícia publicada na página 15 da edição de 1 de junho de 2011 daquele periódico, intitulada “Polícias sem detenções nos dez assaltos ‘à bomba’ a multibancos”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, a 27 de junho de 2011, uma queixa subscrita por Walter Cudell, contra o jornal Público por alegada violação por parte deste periódico dos limites da liberdade imprensa na sua no-

tícia, publicada na página 15 da edição de 1 de junho de 2011, sob o título: “Polícias sem detenções nos dez assaltos ‘à bomba’ a multi-bancos”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar provimento à queixa apresentada e ordenar o respetivo arquivamento, uma vez que a peça em apreço não violava quaisquer normas jurídicas aplicáveis aos órgãos de comunicação social.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 25/DR-I/2011**

Recurso do Partido da Nova Democracia, representado por Eduardo Welsh, contra o “Jornal da Madeira”, por denegação do exercício do direito de resposta motivado pelo texto de opinião “Em outubro, o povo madeirense está perante”, publicado na edição de 4 de julho de 2011, daquele periódico.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 14 de julho de 2011, um recurso subscrito por Eduardo Welsh, em representação do Partido da Nova Democracia contra o “Jornal da Madeira” por alegada denegação ilegítima do texto de resposta, com respeito a um artigo de opinião publicado na edição de dia 14 de julho de 2011 do referido diário intitulado “Em outubro, o povo madeirense está perante”.

Decisão

Em reunião de dia 15 de setembro, o Conselho Regulador deliberou reconhecer titularidade do direito de resposta a Eduardo Welsh que deverá, no entanto, expurgar do seu texto as partes sem relação direta e útil com o texto respondido e devidamente assinaladas na deliberação adotada pelo regulador.

Após se verificar esta correção o regulador determina que o Jornal da Madeira dê cumprimento ao referido direito de resposta.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 26/DR-I/2011**

Recurso de António Pedro Pinto Martins Brás Marques contra o “Jornal de Vila do Conde” por denegação do direito de resposta motivado por notícia de primeira página intitulada “PSD absteve-se!”, publicada na capa da edição n.º 1 571, de 14 de julho de 2011, daquele periódico.

Enquadramento

No dia 8 de agosto de 2011, a ERC registou a entrada de um recurso subscrito por António Pedro Pinto Martins Brás contra o “Jornal de Vila do Conde” por denegação do direito de resposta motivado por notícia de primeira página intitulada “PSD absteve-se!”, publicada na capa da edição n.º 1 571, de 14 de julho de 2011, daquele periódico.

Decisão

Após analisar este recurso o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade ao Recorrente para o exercício do direito de resposta

e determinar ao “Jornal de Vila do Conde” a publicação do texto de resposta do Recorrente, no prazo de dois dias a contar da receção da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, designadamente, levando em linha de conta o disposto no art. 26.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 27/DR-I/2011**

Recurso apresentado por Marco Paulo Abreu de Freitas contra o jornal “Tribuna da Madeira”.

Enquadramento

Marco Paulo Abreu de Freitas interpôs na ERC um recurso contra o “Tribuna da Madeira”, por alegada denegação ilegítima do texto de resposta, com respeito a uma nota de redação publicada na edição de dia 9 de julho de 2011 do referido jornal.

No contraditório remetido à ERC o Tribuna da Madeira alegou que o direito de resposta foi exercido e cumprido com o maior respeito, não sendo razoável a utilização de mais do que um direito de resposta por cada matéria publicada.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador reconheceu titularidade do direito de resposta ao Recorrente e determinou ao semanário que desse cumprimento a esse direito de resposta. Na deliberação que adotou sobre este caso, o órgão regulador lembrou que a publicação do texto de resposta deverá obedecer ao disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa e que deverá efetuar-se na primeira edição ultimada após a notificação da presente deliberação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 28/DR-I/2011**

Recurso apresentado por “Itouch Movilista Portugal, Lda.” contra o Jornal Expresso.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 29 de agosto de 2011, um recurso apresentado pela Itouch Movilista Portugal, Lda. contra o Expresso por alegada denegação do exercício do direito de resposta, referente a um artigo publicado a 9 de julho de 2011.

Notificado para se pronunciar, ao abrigo do direito de contraditório, o jornal veio replicar os argumentos que já havia comunicado ao Recorrente na sua carta de recusa, designadamente que a recusa de publicação do texto de resposta foi legítima, pois o signatário do texto de resposta não fez prova da sua capacidade para o exercício do correspondente direito.

Decisão

Em reunião de dia 21 de setembro de 2011, o Conselho Regulador deliberou considerar improcedente este recurso por falta de legitimidade do signatário do texto de resposta enviado em nome da Recorrente, uma vez que este assina sem menção da sua qualidade de

procurador da sociedade. Ao que acresce a falta de comprovação perante o Recorrido da posse de elementos suficientes para exercer o direito de resposta em nome da “Itouch Movilista Portugal, Lda.”.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 29/DR-I/2011**

Recurso da EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.E.M., contra o jornal I.

Enquadramento

No dia 30 de agosto de 2010 deu entrada na ERC um recurso apresentado pela EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.E.M., contra o jornal I, por denegação do exercício do direito de resposta, relativamente a uma notícia publicada no dia 23 de agosto de 2011, com o título “Buraco Cultural da Câmara. EGEAC com prejuízo de mais de 9 milhões de euros”, a qual teve chamada de primeira página.

Decisão

Após analisar este recurso o Conselho Regulador deliberou determinar a publicação deste texto de resposta, o qual deverá ser acompanhado da menção de que a sua publicação se efetua por decisão da ERC, em conformidade com o art. 27.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.

O órgão regulador advertiu ainda o Jornal I de que fica sujeito ao pagamento de uma sanção pecuniária compulsória no valor de 500,00 euros a pagar por cada dia de atraso no cumprimento da presente deliberação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 30/DR-I/2011**

Recurso de Teresa Maria Amorim Fernandes contra o “Jornal Caminhense” por denegação do exercício do direito de resposta motivado pela notícia “Retificação de Notícia”, publicada na edição de 1 de julho daquele jornal.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 9 de agosto de 2011, um recurso apresentado por Teresa Maria Amorim Fernandes contra o “Jornal Caminhense”, por alegada denegação do exercício do direito de resposta referente a uma retificação de notícia publicada na edição de dia 1 de julho.

Decisão

Tendo analisado a matéria que compunha este caso, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a titularidade do direito de resposta a Teresa Fernandes e recordar ao Jornal Caminhense que a publicação do texto de resposta deverá obedecer ao disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa.

Na deliberação em que se pronuncia sobre este recurso, o Regulador salienta que a publicação do direito de resposta deverá ser efetuada na primeira edição ultimada após a notificação da presente deliberação, sob pena de sujeição do pagamento da quantia diária de 500,00

euros a título de sanção pecuniária compulsória, por cada dia de atraso no cumprimento.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 31/DR-I/2011**

Recurso da SDM – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A., contra o jornal “Público”.

Enquadramento

No dia 17 de junho de 2010 deu entrada na ERC um recurso apresentado pelo Grupo de Pestana, SGPS contra o jornal “Público” por denegação do direito de resposta. No dia 28 desse mês, a ERC registou a submissão de um outro recurso contra aquele jornal, mas desta vez apresentado pela SDM – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A.

O Conselho Regulador decidiu apensar os dois recursos uma vez que o direito de resposta exercido pelos dois respondentes respeitava às mesmas peças jornalísticas publicadas no “Público” e por outro lado, por a SDM pertencer à holding Grupo Pestana.

No dia 10 de agosto de 2010, e após apreciação dos factos trazidos ao processo, o Conselho Regulador determinou que o Público deveria proceder à publicação do texto de resposta dos Recorrentes, convidando-os a apresentar um único texto de resposta. Na sequência desta decisão, o jornal publicou, em 30 de agosto, o texto recebido.

No dia 15 de setembro de 2011 deu entrada na ERC um novo recurso, apresentado pela SDM e subscrito pela ITI – Sociedade de Investimentos Turísticos na Ilha da Madeira, S.A., (sociedade dominada pelo Grupo Pestana e que fora objeto de referências no artigo inicialmente publicado pelo “Público”), por alegada publicação deficiente do texto de resposta.

Notificado para exercer o contraditório o Público alegou que a pretensão da recorrente não deveria proceder sendo absolutamente desproporcionada e injustificada uma nova publicação do texto em causa que nada acrescenta à anterior publicação.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, a ERC deliberou não dar provimento ao recurso, porquanto a publicação da resposta preservou os aspetos essenciais desta. Sem prejuízo, o regulador instou o jornal a respeitar o estilo dos textos remetidos, não devendo eliminar a numeração do texto original.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 32/DR-I/2011**

Recurso de Eduardo Welsh contra o “Jornal Madeira” por denegação do direito de resposta e de retificação motivado por texto de opinião, da autoria de Alberto João Jardim, publicado na página 17, da edição de 19 de julho de 2011, daquele periódico.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 1 de agosto de 2011, um recurso subscrito por Eduardo Welsh, contra o “Jornal da Madeira” por alegada violação

por parte deste jornal, do direito de resposta e de retificação motivado por texto de opinião, da autoria de Alberto João Jardim, publicado na página 17, da edição de 19 de julho de 2011, daquele periódico.

Decisão

Após analisar este recurso o Conselho Regulador deliberou reconhecer legitimidade a Eduardo Welsh para o exercício do direito de resposta. O Regulador não considerou ilícita a recusa de publicação da resposta por parte do Jornal da Madeira, porquanto só com o presente recurso apresentou o Recorrente documentos legalmente exigíveis, nos termos do art. 26.º, n.º 7, da Lei de Imprensa tidos pelo Recorrido como bastantes para comprovar a legitimidade daquele.

O Conselho Regulador deliberou determinar ao “*Jornal da Madeira*” a publicação do texto de resposta do Recorrente, no prazo de dois dias a contar da receção da presente deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 33/DR-I/2011**

Recurso de Ricardo Andrade Quaresma Bernardo contra a revista “TV Guia”.

Enquadramento

A 17 de outubro de 2011 deu entrada na ERC um recurso de Ricardo Andrade Quaresma Bernardo contra a revista “TV Guia”, por denegação do direito de resposta relativamente a uma peça publicada na edição de 26 de setembro a 2 de outubro de 2011 da referida revista, com o título “Os amores impossíveis”. Alegou que o conteúdo da notícia era suscetível de afetar a sua reputação e fama e objetivamente não correspondia à verdade.

No contraditório remetido à ERC, a revista considerou justificada a recusa da publicação do texto do recorrente ao abrigo do direito de resposta.

Decisão

O Conselho Regulador reconheceu legitimidade a Ricardo Quaresma para o exercício do direito de resposta e de retificação e deliberou determinar à “TV Guia” que procedesse à publicação da réplica no primeiro número impresso após o segundo dia posterior à receção da deliberação, com o mesmo relevo e apresentação do escrito respondido, de uma só vez, sem interpolações nem interrupções.

Votação

Aprovada por CM, AC, RAC e RG.

• **Deliberação n.º 34/DR-I/2011**

Recurso de S.D.M. – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A. contra o Jornal de Negócios.

Enquadramento

Foi apresentado na ERC um recurso da S.D.M. – Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A., contra o Jornal de Negócios, por alegada recusa de publicação do texto de retificação, relativamente a uma

afirmação publicada na rubrica “Frases [Des]feitas”, nas edições de 6 e 7 de setembro de 2011.

O jornal sustentou que não existia qualquer fundamento para o exercício do direito de resposta.

Decisão

Tendo analisado esta matéria o Conselho Regulador concluiu que a S.D.M. não só era parte legítima, como o texto remetido para o exercício do direito de resposta tinha relação direta e útil com o artigo que o motivou pelo que, ao contrário do pretendido pelo jornal, não se aplicava o disposto no art. 26.º, n.º 7, da Lei de Imprensa, nem se estava perante qualquer situação de abuso de direito. Face a essa leitura, o Conselho Regulador deliberou determinar a publicação do texto de retificação, o qual deverá ser acompanhado da menção de que a sua publicação é efetuada por decisão da ERC.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 35/DR-I/2011**

Recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal “Entremargens”.

Enquadramento

Henrique da Cruz Pinheiro Machado apresentou um recurso contra o jornal “Entremargens”, pelo cumprimento defeituoso do direito de resposta motivado pela entrevista com o título “O CDS-PP de Santo Tirso ‘foi esvaziado’”, publicada na edição de 10 de março de 2011 do referido jornal.

Face ao exposto, o Recorrido respeitou na íntegra a Deliberação n.º 20/DR-I/2011 da ERC, pelo que não cometeu qualquer crime de desobediência qualificada.

Decisão

Tendo analisado este caso, o Conselho Regulador declarou a publicação do texto de resposta apresentado por Henrique Machado para exercício do correspondente direito reconhecido pelo Recorrido, na página 11, da edição de 8 de setembro, do jornal “Entremargens”, conforme às exigências formais do art. 26.º, n.ºs 3 e 4, da Lei de Imprensa.

O órgão regulador deliberou instar o jornal “Entremargens” a observar o disposto no n.º 6 do art. 26.º da Lei de Imprensa, abstendo-se de publicar conteúdos que possam desqualificar o texto de resposta ou o seu autor na mesma edição em que se verifica a publicação da réplica.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 36/DR-I/2011**

Recurso apresentado por Paulo Edson Cunha contra o “Jornal do Seixal”.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 16 de setembro, um recurso apresentado por Paulo Edson Cunha contra o Jornal do Seixal por alegada denegação do exercício do direito de resposta referente a um editorial publicado a 10 de setembro de 2011. O referido texto está assinado

pelo diretor do jornal, Jorge Henriques Santos e intitula-se “Vândalos e Sitiados”.

No contraditório remetido à ERC, o jornal argumentou que respeita o instituto do direito de resposta e, sempre que se verifiquem razões para direito de resposta, este será acolhido nas suas páginas. Todavia, no caso concreto, o texto não era publicável por se tratar de uma resposta a um editorial que versava sobre um texto do Recorrente e, de igual modo, por se tratar de uma resposta atravancada de expressões desprimorosas.

Decisão

O Conselho Regulador reconheceu legitimidade a Paulo Cunha para o exercício do direito de resposta e deu provimento parcial ao recurso apresentado, informando o Recorrente de que, para efetivação do seu direito, deveria reformular o correspondente texto de acordo com as exigências constantes da Lei de Imprensa, optando entre a sua redução ou a satisfação do pagamento correspondente ao espaço ocupado pelo excesso de palavras. Caso isso se verifique, o jornal deverá então proceder à publicação do texto de resposta.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 37/DR-I/2011**

Queixa da Comissão Política do PSD de Santo Tirso contra o Jornal de Santo Thyrsó.

Enquadramento

Deu entrada na ERC a 21 de setembro de 2011, uma queixa subscrita pela Comissão Política do PSD de Santo Tirso contra o Jornal de Santo Thyrsó pela publicação da peça “Esclarecimento — Obras no Cineteatro — O porquê do atraso”, no dia 9 de setembro, onde eram produzidas referências ao PSD de Santo Tirso, referências que punham em causa a dignidade dos dirigentes do PSD e a sua imagem.

Tendo apreciado o texto alvo de queixa, o Conselho Regulador verificou que o mesmo era da responsabilidade da Divisão de Comunicação da Câmara Municipal, não sendo entendido como um trabalho jornalístico e não estando, por isso, sujeito às regras que presidem à atividade jornalística.

Decisão

Na leitura do Regulador, a averiguação da eventual lesão de direitos da personalidade da queixosa suscitada por esse texto pertence em exclusivo ao foro judicial, e não ao regulador. Na deliberação em que se pronuncia sobre este caso, o Regulador realça que o direito de resposta teria sido, eventualmente, o meio mais adequado de a queixosa reagir à publicação do texto da Divisão de Comunicação da Câmara Municipal. Face a esse entendimento, deliberou não dar seguimento a esta queixa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 38/DR-I/2011**

Queixa de Bruno José Silva Morais contra o jornal “Bancada Central”.

Enquadramento

No dia 6 de outubro de 2011 deu entrada na ERC uma queixa de Bruno José Silva Morais, contra o jornal “Bancada Central”, pelo cumprimento defeituoso do exercício do direito de resposta motivado pela “Nota do Diretor”, publicada na edição de 6 de setembro de 2011. Notificado, nos termos legais, para exercer o contraditório, o jornal argumentou que em momento algum o nome de Bruno José Silva Morais era referido, nem tão-pouco constava nos pedidos de direito de resposta.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou arquivar a presente queixa, uma vez que o participante não era titular do direito de resposta, não tendo, por isso, legitimidade para recorrer da publicação deficiente do texto de resposta. Sem prejuízo do ponto anterior, o Conselho Regulador deliberou advertir o diretor do jornal “Bancada Central” para o seu dever de cumprir o disposto no n.º 6 do art. 26.º da Lei de Imprensa, que estabelece que, no mesmo número em que for publicada a resposta ou a retificação, só é permitido à direção do periódico fazer inserir uma breve anotação à mesma, da sua autoria, com o estrito fim de apontar qualquer inexatidão ou erro de facto contidos na resposta ou na retificação, o que o impede de publicar anotações muito extensas, com factos novos e referências desprimorosas para o titular do texto de resposta, como ocorreu no caso em apreço.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 39/DR-I/2011**

Recurso de Guilherme José da Costa Guedes da Silva contra o jornal “Correio da Manhã”.

Enquadramento

Guilherme José da Costa Guedes da Silva apresentou um recurso contra o jornal “Correio da Manhã”, tendo por objeto o alegado incumprimento do direito de resposta relativamente a um texto de opinião publicado na edição de 13 de outubro de 2011, intitulado “Confiança Abalada”.

Decisão

Tendo apreciado este recurso, o Conselho Regulador deliberou reconhecer titularidade do direito de resposta a Guilherme da Silva e determinar ao jornal que dê cumprimento ao direito de resposta.

Na deliberação em que se pronuncia sobre este caso, o órgão regulador relembra que a publicação do texto de resposta deve obedecer ao disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa, devendo efetuar-se na primeira edição ultimada após a notificação da presente deliberação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.2.3. Outros

- **Deliberação n.º 1/OUT-I/2011**

Participação do SIM – Sindicato Independente dos Médicos contra o Jornal da Madeira.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 8 de novembro de 2010, uma participação do SIM – Sindicato Independente dos Médicos contra a Empresa Jornal da Madeira, Lda., proprietária do *Jornal da Madeira*, tendo por objeto a recusa deste em publicar um comunicado do Participante, a título de publicidade paga. Considerou o Participante que a recusa de publicação do comunicado por parte do Participado, configurava um grosseiro atentado à liberdade sindical e uma limitação grave à liberdade de imprensa.

Notificado, nos termos do disposto no art. 56.º dos Estatutos da ERC, anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro (“Estatutos”), para se pronunciar sobre a participação, o Participado não produziu quaisquer alegações.

Decisão

Tendo analisado este caso, o Conselho Regulador disse verificar que o comunicado do Participante em nada contrariava o estatuto editorial do *Jornal da Madeira*, afigurando-se insuficiente a justificação prestada pelo Participado para a recusa de publicação, tanto mais que não se vislumbravam quais podiam ser as passagens marcadamente desprimorosas referidas.

Nessa medida, o Conselho Regulador considerou que o comportamento do *Jornal da Madeira* configurou uma restrição ilícita da liberdade de expressão do Participante. O Conselho Regulador deliberou chamar a atenção da Empresa *Jornal da Madeira* para a necessidade de observar de futuro os princípios constitucionais da liberdade de expressão e da não discriminação, no que toca à comercialização de espaços do jornal.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 2/OUT-I/2011**

Queixa de José Diogo de Carvalho Quintela contra o jornal “A Bola” e o seu diretor.

Enquadramento

José Diogo de Carvalho Quintela apresentou na ERC uma queixa contra o jornal “A Bola” e o seu diretor, Vítor Serpa, relativa ao facto de o texto da crónica que habitualmente publicava nesse jornal, destinado a ser inserido na edição de 7 de novembro de 2010 daquela publicação diária, ter sido parcialmente cortado, sem conhecimento e autorização do autor.

Decisão

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador considerou-a procedente e reprovou o facto de terem sido violados os limites aos poderes conferidos pela Lei de Imprensa aos diretores de publicações periódicas, responsabilizando o diretor do jornal “A Bola” pela facto de a crónica de José Diogo Quintela ter sido objeto de um corte parcial, sem conhecimento e autorização da parte deste.

O regulador instou ainda o jornal “A Bola” para, no futuro, observar de forma rigorosa os limites legais aos poderes do diretor, especialmente no que respeita a casos análogos que envolvam artigos de opinião.

O Conselho Regulador disse ter constatado que não se verificava a existência de causa que legitimasse, da parte do diretor desse jornal o tipo de intervenção que teve, cortando parte do texto da crónica sem o conhecimento e autorização do queixoso. O Conselho assinou que o diretor poderia, no uso dos seus legítimos poderes, recorrer a formas diferentes de dirimir o caso, no pressuposto de estarem em causa razões de natureza ético-legal que pudessem colidir com a orientação que propugna para o jornal.

Na leitura do regulador, o diretor desta publicação ao publicar o texto do queixoso cortando parte do seu conteúdo, representou uma distorção inaceitável da opinião do autor e traduziu igualmente um comportamento que ofendia a boa-fé e as expectativas dos leitores, os quais não foram alertados para o tratamento de “edição” de que a crónica foi objeto.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.2.4. Pluralismo

- **Deliberação n.º 1/PLU-I/2011**

Exposição de Jorge Sarabando, Deputado Municipal da Coligação Democrática Unitária PCP-PEV, relativa ao boletim GAIA — Informação Municipal.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 14 de setembro de 2010, uma exposição subscrita por Jorge Sarabando, Deputado Municipal da Coligação Democrática Unitária PCP-PEV relativa ao Boletim Municipal de Vila Nova de Gaia, publicado sob o título “GAIA — Informação Municipal”, por alegada violação do princípio do pluralismo político-partidário. Na análise que empreendeu, o Conselho Regulador referiu que a publicação em apreço possuía um carácter estritamente institucional, na medida em que privilegiava a divulgação de notícias do executivo camarário.

O órgão regulador assinalou também que em todas as edições analisadas existia um espaço de opinião preenchido por textos da autoria do vice-presidente da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, mas apenas uma das edições possuía espaço próprio para artigos de opinião de outras forças políticas, ainda assim discriminando-se a CDU.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou considerar que os princípios consagrados na Diretiva 1/2008, com especial ênfase no que respeita à defesa do princípio do pluralismo, consignada no seu ponto 8., e à obrigação de veicular a expressão das diferentes forças e sensibilidades políticas que integram os órgãos autárquicos, e quanto à inserção de artigos de opinião e à participação dos munícipes, das associações e de outras instituições locais, não se encontravam a ser observados no boletim “GAIA — Informação Municipal”.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/PLU-I/2011**

Exposição dos vereadores do PS Paredes contra a Câmara Municipal de Paredes relativa aos conteúdos da publicação periódica autárquica entre Paredes.

Enquadramento

No dia 7 de outubro de 2010, a ERC recebeu uma exposição subscrita pelos vereadores da Câmara Municipal de Paredes eleitos pelo PS, relativa à linha editorial seguida pelo jornal municipal periódico 'entre Paredes', publicado pela autarquia. Os expoentes referiam que se verificava uma clara inobservância da Diretiva 1/2008 em matéria de obrigatoriedade de publicação da expressão das diferentes forças e sensibilidades políticas que integram os órgãos autárquicos.

Na análise a esta participação, cingida aos dois números do jornal publicados à data da exposição, o Conselho Regulador disse considerar o cariz institucional da publicação, que veiculava sobretudo informação relacionada com a atividade da autarquia, cujos vereadores com pelouro pertencem exclusivamente a uma única força política.

Decisão

O órgão regulador disse ainda notar a ausência quase total de referências à oposição na Câmara de Paredes nas duas edições analisadas, com exceção da peça que se refere à tomada de posse dos órgãos autárquicos. Nesta análise, o Conselho referiu também ter verificado que não existem outros espaços de opinião além do editorial e que, portanto, não eram emitidas posições de qualquer área político-partidária. O Conselho Regulador deliberou não dar provimento à imputação de que a referida publicação autárquica era utilizada como veículo de propaganda do executivo camarário.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/PLU-I/2011**

Queixa de Armando Herculano Lopes Ferreira contra o Boletim da Câmara Municipal de Vila do Conde devido à não publicação de uma intervenção sua na Assembleia Municipal.

Enquadramento

No dia 23 de novembro de 2010, os serviços da ERC receberam uma queixa de Armando Herculano Lopes Ferreira contra o Boletim da Câmara Municipal de Vila do Conde pela não publicação de uma intervenção sua na Assembleia Municipal de Vila de Conde a propósito do relatório de avaliação do cumprimento do Estatuto do Direito de Oposição.

Decisão

Tendo analisado este caso, o Conselho Regulador deliberou não ser exigível a publicação da intervenção do queixoso no Boletim Municipal, nos termos sustentados pelo próprio. Na leitura do Regulador, o texto da intervenção não configura, dado o contexto institucional da sua enunciação, um artigo de opinião, e encontra-se já inserto em ata publicada no sítio eletrónico da autarquia. O Conselho disse ainda verificar que o Boletim Municipal não possui, com exceção do edito-

rial, qualquer espaço dedicado à opinião das várias forças políticas com assento municipal, o que seria desejável à luz da Diretiva 1/2008. O Conselho Regulador deliberou instar o Boletim da Câmara Municipal de Vila do Conde no sentido de proporcionar, na sua composição editorial, uma maior abertura a todas as orientações político-partidárias que participam da vida pública da autarquia.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 4/PLU-I/2011**

Participação de Samuel Cruz, vereador da Câmara Municipal do Seixal, sobre alegada ausência de pluralismo no Boletim Municipal do Seixal.

Enquadramento

No dia 19 de abril de 2011, deu entrada na ERC uma participação subscrita por Samuel Cruz, vereador da Câmara Municipal do Seixal, contra o Boletim Municipal do Seixal, por alegado incumprimento das obrigações de pluralismo político.

Notificado no sentido de apresentar oposição à presente participação, o Boletim Municipal requereu junto da ERC o indeferimento do pedido em apreço.

Decisão

Após analisar esta participação, o Conselho Regulador deliberou não ser exigível a publicação no Boletim Municipal do texto reclamado pelo Participante, nos termos por este sustentados. O regulador deliberou instar a Câmara Municipal de Santiago do Seixal a pugnar por uma maior abertura às diferentes forças políticas que intervêm na vida pública da autarquia, promovendo o pluralismo através da participação daquelas sensibilidades políticas nos meios de comunicação autárquicos, designadamente no Boletim Municipal.

Na análise que conduziu, o Conselho Regulador disse ter verificado que o Boletim Municipal do Seixal não previa a existência de qualquer espaço dedicado à opinião ou intervenção das demais forças políticas da autarquia, ao contrário do que seria desejável à luz da Diretiva 1/2008, respeitando assim o princípio do pluralismo e do equilíbrio de tratamento, ainda que adotando a forma e recorrendo aos meios que os seus responsáveis considerem mais adequados à realização dessas finalidades.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 5/PLU-I/2011**

Queixa do PCP contra o jornal Público, relativa à cobertura noticiosa da Festa do Avante!.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 8 de setembro de 2011, uma queixa do Partido Comunista Português contra o Público, por alegada ausência de cobertura noticiosa da 35.ª edição da Festa do Avante!.

Na apreciação desta queixa o Conselho Regulador disse compreender, dada a importância política, histórica e cultural da Festa do Avante!,

a expectativa do queixoso no sentido de assistir a uma maior cobertura jornalística do evento. Mas notou também que cabia ao jornal Público, no exercício da sua autonomia editorial, determinar os critérios jornalísticos e noticiosos que definem a intensidade da cobertura e a dimensão dos trabalhos jornalísticos relativos à Festa do Avante!. O Conselho Regulador entendeu que neste caso, deverá prevalecer a liberdade editorial que assiste ao jornal, não tendo assim sido apurados factos que deem como provada uma intencionalidade por parte do jornal de prejudicar deliberadamente o PCP.

Decisão

Assim em reunião de dia 22 de novembro, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a liberdade editorial que assistia ao jornal Público, não dando, em sequência, seguimento à queixa apresentada pelo PCP.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/PLU-I/2011**

Exposição do PSD-M contra o Diário de Notícias da Madeira.

Enquadramento

O PSD-M submeteu à ERC, no dia 22 de julho de 2011, uma queixa contra o Diário de Notícias da Madeira por alegada secundarização das notícias do partido e do Governo Regional relativamente a outras forças políticas, por alegada falta de pluralismo político-partidário em espaços de opinião e ainda por publicação de mensagens de propaganda política sob a forma de publicidade.

O queixoso solicitou a intervenção da ERC de forma a assegurar que a publicação passe a dar um tratamento jornalístico não discriminatório em relação às diferentes forças políticas, assegurando que a informação se passe a pautar por critérios de exigência e de rigor jornalístico.

O Diário de Notícias da Madeira veio apresentar oposição a esta queixa reafirmando-se como um jornal sério e independente que não está ao serviço de qualquer partido político ou ideologia. Argumentou também que o Governo Regional da Madeira, sustentado pelo PSD-M, mantinha um comportamento abusivo e ilegal ao deter um órgão de comunicação social e tentava transmitir às diversas instâncias nacionais que o Diário de Notícias da Madeira não era pluralista nem independente para justificar a manutenção do Jornal da Madeira.

Decisão

O Conselho Regulador, deliberou não dar como provada a violação, por parte do jornal de qualquer preceito legal imperativo, de natureza constitucional ou outra, negando, por consequência, provimento à queixa apresentada e determinando o seu arquivamento.

O órgão regulador recordou que a hierarquização da informação é uma das competências do exercício do jornalismo, cujo desempenho é salvaguardado pela liberdade editorial dos órgãos de comunicação social, cujos únicos limites são os que decorrem da Constituição e da lei, nos termos estabelecidos no art. 3.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro e que, no caso presente não foram ultrapassados.

Na deliberação em que se pronunciou sobre essa matéria o Conselho Regulador salientou também que a escolha dos colonistas do Diário de Notícias da Madeira se encontra naturalmente condicionada pela vontade dos próprios em colaborar com a publicação, sendo que a recusa por parte de alguma força política não pode coartar a liberdade editorial do órgão de comunicação social e limitar a participação das restantes forças políticas.

Realçou também que as condições de acesso ao espaço publicitário por parte dos vários partidos políticos só poderiam ser avaliadas existindo elementos de facto que permitissem aferir, por comparação, o tratamento positiva ou negativamente discriminatório a favor ou contra alguma força política.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.3. RÁDIO

1.2.3.1. Autorizações

- **Deliberação n.º 1/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa RSF – Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 8 de novembro foi solicitada à ERC autorização para alteração do controlo da empresa RSF – Radiodifusão, Lda. que é titular de duas licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora nos concelhos de Viseu e Almeida, frequências 106,4 MHz e 89,8 MHz, respetivamente. O capital social da Requerente é de 5 000,00 euros, detido por Sojormédia, SGPS, S.A., a qual pretende ceder 90 % da respetiva quota a Bruno André Gomes Marinho e 10 % a Vítor Manuel Magalhães Cardoso.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 11 de janeiro foi deliberado autorizar-se a alteração do controlo desta empresa, nos termos solicitados.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 2/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A. e alteração do projeto do seu serviço de programas “Rádio Europa Lisboa”.

Enquadramento

No dia 23 de julho de 2010, os serviços da ERC receberam uma solicitação com vista à autorização para transmissão das ações representativas da totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A. Este operador é titular da licença para o exercício da atividade de rádio no concelho de Lisboa desde 6 de março de 1989, frequência 90,4 MHz, disponibilizando um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Rádio Europa Lisboa”.

Decisão

Após analisar este processo o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo da referida empresa bem como a modificação do projeto do seu serviço de programas de temático musical para temático informativo, conforme requerido.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/AUT-R/2011**

Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e modificação do projeto aprovado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Moviface – Meios Publicitários, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito por Moviface – Meios Publicitários, Lda., foi solicitada à ERC a conversão do serviço de programas disponibilizado por esse operador, com a denominação “Sete FM”, de temático musical para generalista, e correspondente alteração da denominação para “Rádio 5 FM”.

Decisão

Analisado este pedido de alteração da classificação, e respetivo projeto licenciado, o Conselho Regulador deliberou dar-lhe deferimento e alterar a denominação do serviço de programas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/AUT-R/2011**

Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e modificação do projeto licenciado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A.

Enquadramento

A Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A. solicitou a alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação, bem como a modificação do projeto licenciado do serviço de programas por si disponibilizado, no concelho de Maia, com a denominação “Rádio Lidador”, de generalista para temático musical.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 19 de janeiro, deliberou autorizar as referidas alterações.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Voto contra de RAF.

- **Deliberação n.º 5/AUT-R/2011**

Alteração de classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pelo operador Rádio Voz de Setúbal, Lda.

Enquadramento

A Rádio Voz de Setúbal, Lda., entregou nos serviços da ERC, no dia 21 de dezembro de 2010, um requerimento a solicitar a alteração de classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Rádio Amália de Setúbal”, de generalista para temático musical.

Nos termos da alínea b) do n.º 2 do art. 26.º da Lei da Rádio, a modificação do projeto licenciado só pode ocorrer dois anos após a atribuição da licença ou da cessão do respetivo serviço de programas, ou após a aprovação da última modificação. De acordo com os elementos disponíveis na ERC, a última modificação do projeto, a requerimento da ora Requerente, teve lugar em 16 de junho de 2010.

Decisão

Como tal, em reunião de dia 9 de fevereiro, o Conselho Regulador deliberou não autorizar esta alteração de classificação por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante dessa alínea.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL.

Enquadramento

O operador Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL solicitou à ERC, no dia 20 de julho de 2010, autorização para alteração do seu controlo. Este operador é titular da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora no concelho de Bragança, frequência 97,7 MHz e disponibiliza um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Rádio Brigantia”. O seu capital social é atualmente de 70 680,00 euros, distribuídos por 14 136 títulos nominativos, detidos por Paulo Jorge Rodrigues Afonso, Maria da Conceição Gomes Abreu, Cristina Maria Rodrigues Afonso, José Manuel Faiões de Sá e Lina Maria Rodrigues Freire. Com o pedido dirigido à ERC, o operador pretende autorização para cessão da totalidade dos títulos a favor de Pressnordeste, Lda., um total de 13 005 títulos; de João Filipe Batista Jorge de Oliveira Campos, 707 títulos; de António Eduardo Fernandes Malhão, 212 títulos; e Nuno José dos Santos Teixeira da Costa Gomes, 212 títulos.

Decisão

Em reunião de dia 2 de março, o Conselho Regulador da ERC deliberou autorizar a alteração do controlo da empresa Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL, nos termos solicitados.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 7/AUT-R/2011**

Alteração do projeto dos serviços de programas “Rádio Capital” do operador Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda. e “Rádio Clube de Gondomar” do operador Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda. e de alteração de denominação para “Rádio SWTMN”.

Enquadramento

No dia 1 de fevereiro de 2011 deu entrada na ERC um pedido de alteração de denominação e de projeto aprovado dos serviços de programas Rádio Capital, do operador Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda., e Rádio Clube de Gondomar, do operador Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.

Decisão

Analisado o pedido de alteração do projeto e da denominação dos referidos serviços de programas para “SWTMN”, o Conselho Regulador deliberou dar deferimento aos mesmos com algumas condições. A saber: a) A venda do espaço publicitário à TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, S.A., não pode exceder os 50 % do total de tempo de emissão reservado à publicidade; b) O logótipo do serviço de programas não pode ser confundível com o da marca TMN, devendo, designadamente, assumir um grafismo distinto do utilizado por aquela empresa.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Voto contra de RAF.

- **Deliberação n.º 8/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa RSF – Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 8 de novembro de 2010 foi solicitada à ERC autorização para alteração do controlo da empresa RSF – Radiodifusão, Lda. que é titular de duas licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora nos concelhos de Viseu e Almeida, frequências 106,4 MHz e 89,8 MHz, respetivamente.

Decisão

Tendo analisado este pedido, o Conselho Regulador deliberou autorizar a cessão da totalidade do capital social deste operador, atualmente detido pela Sojormédia, SGPS, S.A., a favor de Acácio Martins Marinho, na percentagem de 90 %, e de Vítor Manuel Magalhães Cardoso, dos restantes 10 %.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 9/AUT-R/2011**

Cessão do serviço de programas de âmbito local “Rádio NFM Algarve” e respetiva licença, do operador Suledita, Lda.

Enquadramento

O operador RNL – Rádio Nova Loures, Lda. solicitou à ERC, no dia 28 de fevereiro, autorização para transmissão da totalidade do capital social.

Decisão

Após analisar este pedido, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo desta empresa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 10/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador RNL – Rádio Nova Loures, Lda.

Enquadramento

O operador RNL – Rádio Nova Loures, Lda. solicitou à ERC, no dia 28 de fevereiro, autorização para transmissão da totalidade do capital social.

Decisão

Após analisar este pedido, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo desta empresa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 11/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado à RNL – Rádio Nova Loures, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Amália FM”.

Enquadramento

No dia 28 de fevereiro de 2011, o operador RNL – Rádio Nova Loures, Lda. solicitou à ERC autorização para modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Rádio Amália FM”, de generalista para temático musical. Este operador detém a licença para o exercício da atividade de rádio no concelho de Loures desde 30 de março de 1989 na frequência 92 MHz.

Decisão

O Conselho Regulador, em reunião de dia 30 de março, deliberou autorizar a modificação do projeto deste operador, nos termos requeridos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Abstenção de RAF.

- **Deliberação n.º 12/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda.

Enquadramento

A Rádio Regional de Lisboa, S.A. apresentou um requerimento a solicitar autorização para alteração do domínio do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda., tendo em conta que é pretensão da Requerente adquirir a totalidade do capital social do referido operador.

A Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda. é uma empresa licenciada para o exercício da atividade de radiodifusão sonora no concelho da Maia, frequência 94,3 MHz, disponibilizando um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Rádio Lidador”. Encontra-se ainda licenciada para o exercício da atividade de radiodifusão sonora no concelho de Matosinhos, frequência 89,5 MHz, disponibilizando um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Best Rock FM Matosinhos”.

Decisão

Tendo analisado este pedido, o Conselho Regulador deliberou não autorizar a alteração de domínio do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda., por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante do n.º 6 do art. 4.º da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 13/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

A Rádio Regional de Lisboa, S.A. solicitou à ERC autorização para alteração do domínio do operador Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda., uma vez que é pretensão da Requerente adquirir a totalidade do capital social do referido operador.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 12 de abril de 2011, deliberou não autorizar a alteração de domínio solicitada por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante do art. 4.º, n.º 6 da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 14/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Publiárea, Publicações e Comunicação, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pelo operador Publiárea, Publicações e Comunicação, Lda., foi solicitada à ERC autorização no sentido da pretensão da Requerente de transmitir a propriedade das quotas dos atuais sócios, a favor da empresa NFM Global, Lda.

Decisão

Tendo os serviços da ERC consultado os elementos disponíveis na Entidade relativos ao operador em causa, verificaram que a última modificação do projeto inerente ao serviço de programas “Rádio NFM Oeste”, a requerimento do operador, Publicações e Comunicação, Lda., teve lugar em 28 de julho de 2010, de 28 de julho), o que substanciava um impedimento à alteração de domínio requerida e prejudicava a análise dos restantes elementos constantes do processo. Face a esta situação, o Conselho Regulador deliberou não autorizar a alteração de domínio requerida.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 15/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pela Rádio Regional de Lisboa, S.A., foi solicitada autorização para alteração do domínio do operador Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda., tendo em conta que é pretensão da Requerente adquirir a totalidade do capital social do referido operador.

Decisão

Tendo analisado este pedido, o Conselho Regulador deliberou não autorizar a alteração de domínio deste operador por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante do n.º 6 do art. 4.º, da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 16/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pela Rádio Regional de Lisboa, S.A., foi solicitada autorização à ERC para alteração do domínio do operador Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda., tendo em conta que é pretensão da Requerente adquirir a totalidade do capital social do referido operador.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não autorizar a alteração de domínio do operador Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda., por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante do n.º 6 do art. 4.º da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 17/AUT-R/2011**

Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação disponibilizado pelo operador Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pela Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda., foi solicitada à ERC a alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado por este operador, no concelho de Gondomar, frequência 90,6 MHz, com a denominação “Mega FM - Porto”, de generalista para temático.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado autorizar-se esta alteração.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 18/AUT-R/2011**

Revogação da Deliberação n.º 2/AUT-R/2011 referente à alteração de domínio e de projeto do serviço de programas disponibilizado pelo operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pelo administrador da Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A., foi solicitada a revogação da Deliberação n.º 2/AUT-R/2011, que autorizou a alteração de domínio e do projeto do serviço de programas disponibilizado por aquele operador, no concelho de Lisboa, frequência 90,4 MHz. Com a pretendida revogação, é intenção do operador manter a classificação anteriormente atribuída ao serviço de programas, de temática musical, de acordo com o projeto anteriormente assumido em sede de renovação da licença, enquanto “Rádio Europa Lisboa” e que tem vindo a ser prosseguido pelo operador.

Decisão

Considerando o alegado pelo operador e a alteração superveniente das circunstâncias que impediram a concretização da alteração de

domínio e prossecução de um projeto distinto do atualmente disponibilizado, o Conselho Regulador considerou que nada obstava ao deferimento da pretensão de revogação do ato administrativo aprovado em reunião do Conselho Regulador e desse modo deliberou revogar, ao abrigo do disposto nos arts. 140.º, n.º 2, e 142.º, n.º 1, do Código do Procedimento Administrativo, a sua Deliberação n.º 2/AUT-R/2011.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 19/AUT-R/2011**

Revogação da Deliberação n.º 3/AUT-R/2011 relativa à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e modificação do projeto aprovado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Moviface – Meios Publicitários, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pelo administrador da Moviface – Meios Publicitários, Lda., foi solicitada a revogação da Deliberação n.º 3/AUT-R/2011, que autorizou a alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e modificação do projeto aprovado do serviço de programas disponibilizado por aquele operador, no concelho da Maia, frequência 100,8 MHz, de temático musical para generalista, com alteração da denominação “Sete FM” para “Rádio 5 FM”.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, de dia 3 de maio, a ERC deliberou revogar, ao abrigo do previsto nos arts. 140.º, n.º 2, e 142.º, n.º 1, do Código do Procedimento Administrativo, a Deliberação n.º 3/AUT-R/2011, de 19 de janeiro.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 20/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, S.A.

Enquadramento

No dia 30 de março de 2011, foi solicitada à ERC autorização para a Rádio Comercial, S.A. adquirir o controlo da Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, S.A., presentemente detido pela Pilkington Corporated Limited.

Decisão

Em reunião de dia 11 de maio, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração de controlo desta empresa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 21/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 31 de janeiro de 2011, a Rádio Regional de Lisboa, S.A. solicitou

à ERC autorização para adquirir o controlo da Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, Lda, cujo capital social é de 5 000,00 euros, detido na totalidade pela Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, S.A.

Decisão

Em reunião de dia 11 de maio, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração de controlo da referida empresa, nos termos solicitados.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 22/AUT-R/2011**

Alteração do controlo da empresa V.D.R.F – Eletrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.

Enquadramento

No dia 11 de maio de 2011 foi solicitada à ERC autorização para alteração do controlo da empresa V.D.R.F – Eletrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda. que se encontra licenciada para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, no concelho do Espinho, frequência 88,4 MHz, e que disponibiliza um serviço de programas generalista, de âmbito local.

O capital social da Requerente é de 5 000,00 euros, atualmente dividido por duas quotas detidas, respetivamente, por Alberto Augusto Pereira Quintas, no valor de 4 000,00 euros, e Maria Augusta Alves Rodrigues, no montante de 1 000,00 euros.

Com a solicitação dirigida à ERC, a Requerente pretende autorização para alteração do controlo da totalidade do capital social, a favor de Acácio Martins Marinho, no montante de 4 000,00 euros, e de Maria Antonieta Pereira Gomes Marinho, no tocante aos restantes 1 000,00 euros.

Decisão

No dia 24 de maio, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração de controlo desta empresa, nos termos solicitados.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 23/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A.

Enquadramento

No dia 7 de abril de 2011 a ERC recebeu um pedido de autorização para a transmissão da totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A. que é titular de uma licença para emitir na frequência 100,1 MHz, no concelho de Paredes, desde 9 de maio de 1989 e no concelho de Vila Nova de Gaia na frequência 101,3 MHz, desde 30 de março de 1989.

A alteração requerida implica a cessão da totalidade do capital, passando a adquirente, Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Sociedade Unipessoal, Lda., a exercer o controlo total sobre a atividade da empresa.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 1 de junho, foi deliberado autorizar-se esta alteração de controlo.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 24/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado à Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Nova Era”.

Enquadramento

No dia 16 de maio de 2011, foi solicitada à ERC autorização para modificação do projeto licenciado ao operador Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A. no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Rádio Nova Era” de generalista para temático musical.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 1 de junho de 2011, deliberou autorizar a modificação do projeto deste operador, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa, nos termos requeridos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 25/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado à Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Nova Era Terra Verde 100.1”.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam no dia 7 de abril de 2011 um pedido de autorização para modificação do projeto licenciado ao operador Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A. no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Rádio Nova Era Terra Verde 100.1”, de generalista para temático musical.

Decisão

No exercício das competências prevista nas alíneas e) e aa) do n.º 3 do art. 24.º dos Estatutos da ERC, adotados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugadas com o disposto no n.º 4 do art. 8.º, art. 26.º e art. 45.º, todos da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, bem como arts. 3.º a 5.º do Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro, o Conselho Regulador da ERC delibera autorizar a modificação do projeto licenciado à Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Rádio Nova Era Terra Verde 100.1”, de generalista para temático musical, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa, nos termos requeridos. A Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A. fica,

desde já, notificada para efeitos de junção da versão definitiva do estatuto editorial adotado pelo serviço de programas “Rádio Nova Era Terra Verde 100.1”, nos termos dos n.ºs 1 a 3 do art. 34.º da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 26/AUT-R/2011**

Cessão dos serviços de programas de âmbito local “Rádio Regional Vimioso” e “Rádio Regional Sabrosa” e respetivas licenças, do operador NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pela NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda., foi solicitada à ERC no dia 6 de janeiro de 2011 autorização para cessão dos serviços de programas de âmbito local denominados “Rádio Regional Vimioso” e “Rádio Regional Sabrosa”, e respetivas licenças, a favor da RCChaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 15 de junho, o órgão regulador deliberou autorizar a referida cessão dos serviços de programas e transmissão das respetivas licenças, conforme requerido.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 27/AUT-R/2011**

Alteração de controlo do operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.

Enquadramento

No dia 16 de maio de 2011, os serviços da ERC receberam um pedido de autorização para a transmissão das ações representativas da totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A., que emite no concelho de Lisboa, desde 6 de março de 1989, na frequência 90,4 MHz e disponibiliza um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Rádio Europa Lisboa”.

No requerimento apresentado, a Rádio France Internationale, a Groupama Seguros de Vida, S.A., a Companhia de Seguros Allianz Portugal, S.A., a Alliance Française de Lisboa e Liliana Maria dos Santos Cruz Vidal de Saldanha e Daun, na qualidade de titulares das ações representativas da totalidade do capital social da Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A., solicitam autorização para a transmissão das respetivas ações, a favor da empresa Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Sociedade Unipessoal, Lda.

Decisão

O Conselho Regulador da ERC deliberou autorizar a alteração do controlo da empresa Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A., nos termos solicitados.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 28/AUT-R/2011**

Alteração do projeto e de denominação do serviço de programas “Mix FM” do operador Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, S.A.

Enquadramento

No dia 1 de junho de 2011, o operador Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, S.A. apresentou um pedido de alteração da denominação e do projeto aprovado do serviço de programas “Mix FM”. O operador justificou esta solicitação com o facto de o formato Mix FM constituir um produto rádio que se apresenta esgotado e que não apresenta condições de se viabilizar comercialmente, a par de as empresas de radiodifusão serem forçadas a posicionar-se nos espaços de mercado mais interessantes e indisputados.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar estas alterações, mantendo o serviço de programas disponibilizado por este operador, a tipologia de serviço temático musical, agora com a denominação “Smooth FM”, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa, nos termos requeridos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 29/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado à Rádio Litoral Centro, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Romântica FM”.

Enquadramento

No dia 1 de junho de 2011 foi solicitada à ERC autorização para modificação do projeto licenciado ao operador Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas “Romântica FM”, de generalista para temático musical, e respetiva denominação, para “Smooth Fm”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a modificação do projeto licenciado a este operador isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 30/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A. e alteração de denominação para “Rádio Nostalgia”.

Enquadramento

Foi solicitada à ERC, no dia 2 de junho, a modificação do projeto licenciado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A. que é titular da licença para o exercício da atividade de radiodifusão no concelho de Lisboa, desde 6 de março de 1989, na frequência 90,4 MHz e que disponibilizando um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a

denominação “Rádio Europa Lisboa”. Segundo o operador a modificação pretendida visa satisfazer a procura do mercado, adaptando a Rádio aos interesses atuais da audiência potencial, mantendo-se a tipologia de temática musical.

Decisão

O Conselho Regulador da ERC deliberou autorizar no dia 28 de junho a modificação do projeto licenciado, nos termos requeridos, bem como a alteração de denominação do respetivo serviço de programas para “Rádio Nostalgia”, mantendo-se a tipologia de serviço temático musical.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 31/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Radiodifusão – Publicidade e Espectáculos, Lda.

Enquadramento

No dia 2 de junho de 2011, João Rocha Oliveira e Silva e Maria de Fátima Marques Gomes da Silva Oliveira e Silva, solicitaram à ERC autorização para transmissão de uma quota representativa de 93,60 % do capital social da sociedade comercial Radiodifusão – Publicidade e Espectáculos, Lda, que é titular da licença para o exercício da atividade de rádio, no concelho de Matosinhos, desde 30 de março de 1989, a favor de Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Sociedade Unipessoal, Lda.

Decisão

Em reunião de dia 4 de agosto, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo desta empresa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 32/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

A 29 de julho de 2011 foi solicitada à ERC autorização para alteração do controlo da empresa Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda. Recorde-se que este operador é titular da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora no concelho de Aveiro, na frequência 96,5 MHz, disponibilizando um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Rádio Regional de Aveiro”, tendo a licença sido renovada nos termos da Deliberação n.º 60/LIC-R/2008, de 23 de dezembro de 2008.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo desta empresa empresa, com aquisição da totalidade do capital social por Acácio Martins Marinho e Maria Antonieta Pereira Gomes Marinho, a qual deverá efetivar-se nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 33/AUT-R/2011**

Modificação do projeto licenciado à Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Clube de Matosinhos” e alteração da denominação para “Rádio Nostalgia”.

Enquadramento

No dia 2 de junho de 2011 foi solicitada à ERC autorização para modificação do projeto licenciado ao operador Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda., no que se refere à alteração da classificação, quanto ao conteúdo da programação, do serviço de programas “Rádio Clube de Matosinhos”, de generalista para temático musical, e alteração da denominação para “Rádio Nostalgia”. Recorde-se que este operador é titular da licença para o exercício da atividade de rádio no concelho de Matosinhos desde 30 de março de 1989 e que disponibiliza um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Rádio Clube de Matosinhos”.

Decisão

Analisado este pedido, o Conselho Regulador deliberou autorizar a modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas de generalista para temático musical, e alteração de denominação para “Rádio Nostalgia”, nos termos requeridos.

O órgão regulador referiu ainda que operador está obrigado ao cumprimento das quotas de música portuguesa previstas no art. 41.º e seguintes da Lei da Rádio e na Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 34/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador DRUMS – Comunicações Sonoras, S.A.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam no dia 9 de junho de 2011, uma solicitação de autorização para adquirir a totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora DRUMS – Comunicações Sonoras, S.A. apresentada pela R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A.

O operador DRUMS – Comunicações Sonoras, S.A., é titular da licença para o exercício da atividade de rádio, no concelho de Vila Nova de Gaia e disponibiliza um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Rádio Satélite”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo da citada empresa, a qual deverá efetivar-se nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação, acompanhada dos necessários averbamentos no registo do operador.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 35/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Rádio Voz de Alcanena (R.V.A.), Lda.

Enquadramento

No dia 9 de junho de 2011, foi solicitada à ERC pela R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A., autorização para adquirir a totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora Rádio Voz de Alcanena (R.V.A.), Lda. que é titular da licença para o exercício da atividade de rádio, no concelho de Alcanena, desde 6 de março de 1989, na frequência 99,3 MHz, disponibilizando um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Cidade FM Ribatejo”. O capital social do operador é de 5 000,00 euros, atualmente dividido por duas quotas no valor de, respetivamente, 3 999,99 euros e 1 000,01 euros, ambas detidas pela sociedade Rádio Mania – Emissões de Radiodifusão, S.A.

Decisão

Em reunião de dia 14 de setembro de 2011, o Conselho Regulador deliberou autorizar a aquisição da totalidade do capital social da referida empresa pela R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A., a qual deverá efetivar-se nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação, acompanhada dos necessários averbamentos no registo do operador.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 36/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Moviface – Meios Publicitários, Lda.

Enquadramento

No dia 23 de agosto de 2011, a Moviface – Meios Publicitários, Lda. solicitou à ERC, autorização para ceder a totalidade do seu capital social (200 000,00 euros) a favor da Rádio Renascença, Lda. Recorde-se que o operador Moviface – Meios Publicitários, Lda., é titular da licença para o exercício da atividade de rádio, no concelho da Maia, desde 17 de dezembro de 2008, na frequência 100,8 MHz e disponibiliza um serviço de programas temático musical, de âmbito local, com a denominação “Romântica FM”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo da referida empresa a favor da Rádio Renascença, Lda., pela aquisição da totalidade do capital social. O órgão regulador referiu que esta alteração se deverá efetivar nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação, acompanhada dos necessários averbamentos no registo do operador.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 37/AUT-R/2011**

Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pelo operador RO – Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.

Enquadramento

Por requerimento subscrito pela RO – Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda., foi solicitada à ERC a alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas dis-

ponibilizado por este operador, no concelho de Sintra, frequência 88,0 MHz, com a denominação “MEGA FM - Sintra”, de generalista para temático. A presente alteração está sujeita ao regime estabelecido no art. 26.º da Lei da Rádio, assim como aos arts. 8.º, n.º 3, 12.º, 32.º e seguintes, do mesmo diploma legal.

Decisão

Em reunião de dia 21 de setembro de 2011, o Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do referido serviço de programas de generalista para temático dirigido ao segmento de público jovem entre os 15 e 24 anos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 38/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Flor do Éter – Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 9 de junho de 2011, a Rádio Cidade – Produções Audiovisuais, S.A. solicitou autorização para adquirir a totalidade do capital social do operador de radiodifusão sonora Flor do Éter – Radiodifusão, Lda. que disponibiliza um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Cidade FM Centro”. O capital social da Flor do Éter – Radiodifusão, Lda., é de 5 000,00 euros, detidos pelo sócio único Polimédia – Publicidade e Publicações, Lda.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar a alteração do controlo da empresa Flor do Éter – Radiodifusão, Lda. a qual deverá efetivar-se nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação, acompanhada dos necessários averbamentos no registo do operador.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 39/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador BRUM Pacheco & Filhos, Unipessoal, Lda.

Enquadramento

Por requerimento de 25 de agosto de 2011 foi solicitada autorização para alteração do domínio do operador BRUM Pacheco & Filhos, Unipessoal, Lda., com a aquisição da totalidade do capital social por Carlos Alberto Pacheco Medeiros. A BRUM Pacheco & Filhos, Unipessoal, Lda., encontra-se licenciada para o exercício da atividade de radiodifusão sonora no concelho de Nordeste (Ilha de S. Miguel, Açores) desde 22 de junho de 2001, na frequência 106,0 MHz, disponibilizando um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Rádio Nordeste”.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não autorizar a alteração de domínio do referido operador por não se encontrar preenchido o requisito prévio constante do n.º 6 do art. 4.º da Lei da Rádio.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 40/AUT-R/2011**

Cessão do serviço de programas de âmbito local denominado Rádio Noar e respetiva licença, do operador RSF – Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

A RSF – Radiodifusão, Lda. solicitou no dia 25 de julho de 2011, autorização para cessão do serviço de programas de âmbito local “Rádio Noar” e respetiva licença a favor da Rádio Renascença, Lda.

Decisão

Em reunião de dia 15 de novembro de 2011, o Conselho Regulador deliberou autorizar as modificações requeridas. O órgão regulador declarou ainda que as mesmas deveriam ser concretizadas pela realização do respetivo negócio jurídico, no prazo de 15 dias úteis, após a notificação da presente deliberação aos interessados.

Votação

Aprovada por CM, AC, RA e RG.

• **Deliberação n.º 41/AUT-R/2011**

Alteração de domínio do operador Foz do Mondego – Meios de Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 27 de setembro de 2011, a Foz do Mondego, Meios de Radiodifusão, Lda., solicitou à ERC autorização de alteração de domínio inerente a um processo de aumento de capital. Este operador é titular da licença para o exercício da atividade de rádio, no concelho de Figueira da Foz, renovada em 23 de junho de 2009, na frequência 99,1 MHz, disponibilizando um serviço de programas generalista, de âmbito local, com a denominação “Foz do Mondego”. O capital social da Foz do Mondego – Meios de Radiodifusão, Lda., é de 5 000,00 euros, detidos pelos sócios R.C.FM – Rádio Clube Foz do Mondego, Cooperativa Cultural, C.R.L, com uma quota de 4 500,00 euros, e Fernando Lopes Cardoso, com uma quota de 500,00 euros.

Pretende esta empresa proceder a um aumento de capital de 80 000,00 euros, passando o sócio Fernando Lopes Cardoso a deter o controlo do capital com uma quota no montante de 54 500,00 euros, a R.C.FM – Rádio Clube Foz do Mondego, Cooperativa Cultural, C.R.L manterá a quota de 4 500,00 euros, ingressando quatro novos sócios, Ilídio Almeida Figueiredo, José Manuel Caneira Iglésias, Sebastião Gondisalvo Pascoal Estrócio, Ricardo Manuel Mendes Rodrigues, cada um com uma quota de 6 500,00 euros, totalizando, por conseguinte, o capital social do operador após o aumento, o montante de 85 000,00 euros.

No decurso da apreciação do presente processo e após confrontação de documentos no que respeita à Certidão do Registo Comercial da empresa Foz do Mondego – Meios de Radiodifusão, Lda., verificou-se que, em 3 de outubro de 2011, foram efetuadas as alterações requeridas em 27 de setembro de 2011, tendo sido concretizada a alteração de controlo do capital social, sem pronúncia prévia da ERC, desrespeitando e violando a norma ínsita na Lei da Rádio, a que obedecem as alterações de domínio de operadores de radiodifusão.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou instaurar processo contraordenacional

a este operador por inobservância dos requisitos formais estabelecidos no art. 4.º, n.º 6, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, nomeadamente por proceder à alteração do domínio sem pronúncia da ERC.

Votação

Aprovada por CM, AC, RA e RG.

- **Deliberação n.º 42/AUT-R/2011**

Alteração do projeto e de denominação do serviço de programas “Best Rock FM Matosinhos” do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A.

Enquadramento

No dia 25 de novembro de 2011 deu entrada na ERC um pedido de alteração de denominação e de projeto aprovado do serviço de programas “Best Rock FM Matosinhos”, do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A. que emite no concelho de Matosinhos, frequência 89,5 MHz.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou autorizar as modificações solicitadas mantendo a tipologia de serviço temático musical, agora com a denominação “Smooth FM”, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.3.2. Conteúdos

- **Deliberação n.º 1/CONT-R/2011**

Participação de José Pedro Fernandes contra a RFM por alegada violação da dignidade da pessoa humana e falha de rigor informativo.

Enquadramento

A 11 de agosto de 2010 deu entrada na ERC uma participação de José Pedro Fernandes contra a RFM por alegada violação da dignidade da pessoa humana e falha de rigor informativo numa peça emitida no serviço noticioso das 17h00 de 9 de agosto. Após proceder à análise da referida notícia o Conselho Regulador considerou que não foram encontrados indícios de violação de qualquer disposição legal. O órgão regulador entendeu também que a reprodução das declarações de um responsável da Proteção Civil local, no contexto em que a notícia em apreço foi produzida, não podia ser encarada como falta de rigor informativo, uma vez que relatava um momento concreto do combate ao incêndio de grandes dimensões que lavrava em S. Pedro do Sul.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não dar seguimento a esta participação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/CONT-R/2011**

Participação de Hugo Miguel Serra Riço contra o serviço de programas “Cidade FM”, pertencente ao operador Côco – Companhia de Comunicação Social, S.A.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 8 de setembro de 2010, uma participação assinada por Hugo Miguel Serra Riço contra a página oficial do serviço de programas “Cidade FM” no *Facebook*, e também contra o próprio serviço de programas em si, por os comentários proferidos, em ambas as plataformas, a propósito do julgamento da Casa Pia, serem alegadamente ofensivos da dignidade de vítimas e arguidos do processo.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou não se pronunciar sobre os comentários inseridos no *Facebook*, uma vez que as redes sociais não se encontram sujeitas a regulação por parte da ERC. O órgão regulador considerou que o comentário proferido no serviço de programas “Cidade FM” se inscreve na esfera da liberdade de expressão, não estando, por isso, sujeito ao limites ético-jurídicos que cumpriria observar no contexto do direito à informação e do exercício do jornalismo. Como tal, deliberou arquivar consequentemente o processo.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 3/CONT-R/2011**

Participação de João Paulo Marques Maximiano contra a M80 pela difusão, nos dias 4 e 7 de fevereiro, de um anúncio publicitário da revista Lux.

Enquadramento

No dia 8 de fevereiro 2011, os serviços da ERC receberam uma participação apresentada por João Paulo Marques Maximiano envolvendo o serviço de programas de rádio M80 pela difusão, nos dias 4 e 7 de fevereiro, de um anúncio publicitário da revista Lux. O anúncio em causa visava publicitar um exclusivo da revista relacionado com o homicídio do jornalista Carlos Castro, no qual Renato Seabra era mencionado como o “assassino de Carlos Castro”.

Tendo analisado o conteúdo do referido *spot* publicitário, o Conselho Regulador considerou que este anúncio, ainda que não fosse produzido pelo operador, deveria ter sido por este analisado, a fim de verificar se estava em conformidade com os normativos legais aplicáveis. Na leitura do Regulador não foi respeitado o princípio da presunção de inocência, uma vez que Renato Seabra foi apresentado como o assassino de Carlos Castro, quando ainda não há sentença com trânsito em julgado que permita retirar tal conclusão.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou assim sensibilizar o operador para, no futuro, respeitar a presunção de inocência de suspeitos e arguidos, até trânsito em julgado de decisão condenatória, relativamente a todos os elementos de programação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/CONT-R/2011**

Queixa contra o programa “Tubo de Ensaio” (TSF) de 3 de novembro de 2011 — crónica humorística com símbolos religiosos.

Enquadramento

Deram entrada na ERC duas queixas contra o programa “Tubo de Ensaio” que tem lugar diariamente na antena da TSF. Em causa está a edição de 3 de novembro que aborda o tema religião, em especial a crença dos fiéis na oração. Consideram os queixosos que Bruno Nogueira, responsável pela locução do programa e autor dos textos nele proferidos *abordou os temas e símbolos da religião católica ofendendo os sentimentos de quem deles faz os seus princípios e conceitos de vida*. As queixas recebidas são subscritas por dois cidadãos que se identificam pelo seu nome e número de bilhete de identidade. Todavia, e não obstante a autonomia formal entre as duas participações cumpre salientar que o texto constante das respetivas exposições é absolutamente idêntico.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que a análise do programa objeto de Queixa não permitiu comprovar a violação de qualquer limite à liberdade de programação. Como tal, deliberou considerar as mesmas improcedentes.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.3.3. Licenças

- **Deliberação n.º 1/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular 97.5FM – Rádio Portel, Unipessoal, Lda.

Enquadramento

No dia 23 de setembro de 2010 os serviços da ERC receberam um pedido de renovação de licença para o exercício de radiodifusão sonora apresentado pela 97.5FM – Rádio Portel, Unipessoal, Lda. que é titular do alvará para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a denominação “Rádio Sim – Alentejo”, no concelho de Portel.

Decisão

Após analisar o processo relativo ao pedido de renovação de licença em causa e encontrando-se satisfeitas as normas legais atinentes, o Conselho Regulador deliberou renovar, pelo prazo de quinze anos, a referida licença.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular RUC – Rádio Universidade de Coimbra, Associação Académica de Coimbra.

Enquadramento

No dia 7 de novembro de 2008 os serviços da ERC receberam um pedido de renovação de licença para o exercício de radiodifusão sonora apresentado pela RUC – Rádio Universidade de Coimbra, Associação Académica de Coimbra que emite na frequência 107,9 MHz, no concelho de Coimbra.

Decisão

Tendo considerado que este operador cumpria as necessárias normas legais, o Conselho Regulador deliberou renovar, pelo prazo de 15 anos, a licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que o mesmo é titular.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular E.D.R. – Empresa de Difusão de Rádio, S.A.

Enquadramento

No dia 29 de setembro de 2010, a ERC recebeu um pedido de renovação de licença para o exercício de radiodifusão sonora apresentado pela empresa E.D.R. – Empresa de Difusão de Rádio, S.A. que se encontra a emitir com a denominação “94 Oeste”, frequência 94,2 MHz, no concelho de Cadaval.

Decisão

Da análise que fez a esta matéria o Conselho Regulador considerou que as normas legais atinentes se encontravam cumpridas por este operador e nessa medida, deliberou renovar, pelo prazo de 15 anos, a sua licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 4/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Corval, CRL.

Enquadramento

No dia 7 de janeiro de 2011, a ERC recebeu o pedido de renovação de licença para o exercício de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Corval, CRL., o qual foi posteriormente reformulado em 8 de fevereiro de 2011. A referida rádio é titular do alvará para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, encontrando-se a emitir com a denominação “Rádio Alentejo”, frequência 96,2 MHz, no concelho de Mourão.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que este operador cumpria as normas legais atinentes e nessa medida deliberou renovar-lhe pelo prazo de quinze anos, a licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 5/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Ourique, Lda.

Enquadramento

No dia 31 de agosto de 2010, deu entrada na ERC um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão

sonora apresentado pela Rádio Ourique, Lda. Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 22 de maio de 2000, estando a emitir com a designação de “Rádio Ourique”, na frequência 94,2 MHz, no concelho de Ourique.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que o operador cumpria todas as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador decidiu renovar-lhe a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 6/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Clube das Lajes do Pico – A Voz da Montanha, CRL.

Enquadramento

No dia 11 de fevereiro de 2011, deu entrada na ERC um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Clube das Lajes do Pico – A Voz da Montanha, CRL. Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir na frequência 104,7 MHz, no concelho de Lajes do Pico.

Decisão

Após analisar todo o processo e verificar que o operador satisfazia todas as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador, reunido a 12 de abril, decidiu renovar-lhe a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/LIC-R/2011**

Caducidade de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora da “Rádio Voz de Resende”.

Enquadramento

A Emissora Regional de Resende, Lda. é titular, desde 23 de dezembro de 1989, da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora para o concelho de Resende, na frequência 104,9 MHz, emitindo um serviço de programas generalista com a designação de “Rádio Voz de Resende”. Considerando que a licença para o exercício da atividade do referido operador foi emitida em 23 de dezembro de 1989, com a validade de 10 anos, deveria este ter requerido a sua renovação até seis meses antes do termo da sua validade, ou seja até 23 de junho de 2009, contudo o operador não dirigiu à ERC qualquer requerimento nesse sentido.

Decisão

Tendo o Conselho Regulador considerado tratar-se do único serviço de programas de radiodifusão sonora do concelho de Resende e se estar perante uma situação absolutamente excepcional, em que os titulares do direito de renovação da licença de radiodifusão se encontravam

totalmente impedidos de exercer esse direito, deliberou reconhecer não ter ocorrido a caducidade da licença de radiodifusão desta rádio, ficando assim sem efeito a constatação da caducidade verificada em 12 de maio de 2010, a qual assentou em erro manifesto na verificação dos respetivos pressupostos, de facto e de direito, conforme resulta designadamente das informações e certidões judiciais juntas a este processo.

O órgão regulador deliberou conceder ao operador o prazo de 3 meses para requerer e completar a instrução do respetivo processo de renovação da licença e dar conhecimento da presente deliberação ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social e à ANACOM.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 8/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Penalva do Castelo – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

No dia 30 de agosto de 2010, a ERC recebeu um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Penalva do Castelo – Radiodifusão e Publicidade, Lda. Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a designação de “M80 Penalva do Castelo”, frequência 95,6 MHz, no concelho de Penalva do Castelo.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que o operador cumpria com todas as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador, reunido a 27 de abril, deliberou renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 9/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Betamar – Rádio Ilha Dourada, Lda.

Enquadramento

No dia 23 de fevereiro de 2011, a ERC recebeu, por parte da Betamar – Rádio Ilha Dourada, Lda., um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora. Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 21 de agosto de 2001, estando a emitir com a designação de “Rádio Praia”, na frequência 91,6 MHz no concelho de Porto Santo.

Decisão

Após analisar este processo, o Conselho Regulador, reunido a 3 de maio, decidiu renovar a respetiva licença pelo prazo de 10 anos, por entender que o operador cumpria todas as normas legais aplicáveis.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 10/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Cais, CRL.

Enquadramento

No dia 4 de março de 2011, a ERC recebeu por parte da Rádio Cais, CRL um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a designação de “Rádio cais”, de tipologia generalista, nas frequências 106,1 MHz e 90,8 MHz, no concelho de S. Roque do Pico.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que todas as normas legais aplicáveis estavam a ser cumpridas pelo citado operador e assim decidiu proceder à renovação da respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Deliberação n.º 11/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Pacheco & Freitas, Lda.

Enquadramento

No dia 25 de janeiro de 2011, deu entrada na ERC um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Pacheco & Freitas, Lda.

Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 26 de setembro de 2001, de tipologia generalista, estando a emitir com a designação “Rádio Vila Franca” na frequência 105 MHz, no concelho de Vila Franca do Campo.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que o operador cumpre com as normas legais aplicáveis, o conselho Regulado, reunido a 8 de junho, decidiu renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

• **Deliberação n.º 12/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.

Enquadramento

No dia 8 de fevereiro de 2011, a ERC recebeu o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.

Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a denominação “Rádio Regional Vimioso”, na frequência 91,5 MHz, no concelho de Vimioso.

Anteriormente, foi solicitada pela NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.,

autorização para ceder os serviços de programas de que é titular, a saber “Rádio Regional Vimioso” e “Rádio Regional de Sabrosa”, e respetivas licenças, à RCCChaves – Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda., autorização esta que veio a ser atribuída pela Deliberação n.º 26/AUT-R/2011.

O operador cessionário juntou ao processo de renovação iniciado pela cedente NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda., declaração de ratificação de todo o processado, declarando sub-rogar-se na posição desta, assumindo todos os direitos, deveres e obrigações inerentes à renovação da licença do serviço de programas “Rádio Regional Vimioso”.

Decisão

Após analisar esta matéria o Conselho Regulador decidiu renovar a licença deste operador pelo prazo de 15 anos, por considerar que cumpria todas as normas legais aplicáveis.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 13/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Mértola, Lda.

Enquadramento

No dia 1 de abril de 2011, a ERC recebeu um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Mértola, Lda.

Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde setembro de 2001, de tipologia generalista, estando a emitir com a designação de “Rádio Mértola”, na frequência 95,2 MHz, no concelho de Mértola.

Decisão

Após analisar os elementos constantes neste processo, o Conselho Regulador deliberou renovar a licença deste operador, pelo prazo de 15 anos, por verificar o cumprimento de todas as normas legais aplicáveis.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Deliberação n.º 14/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular a Associação dos Bombeiros Voluntários de São Vicente e Porto Moniz.

Enquadramento

No dia 21 de fevereiro de 2011, os serviços da ERC receberam um pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Associação dos Bombeiros Voluntários de São Vicente e Porto Moniz.

O operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 12 de julho de 2000, estando a emitir com a designação de “Rádio São Vicente”, nas frequências 89,2 MHz e 99,2 MHz, no concelho de São Vicente.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que o operador cumpria com as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador, reunido a 27 de julho, decidiu renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 15/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.

Enquadramento

No dia 8 de fevereiro de 2011, deu entrada na ERC um pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda.

Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 21 de agosto de 2001, estando a emitir com a denominação “Rádio Regional Sabrosa”, na frequência 94,5 MHz, no concelho de Sabrosa.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que o operador cumpria com as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador, reunido a 20 de julho, deliberou renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 16/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Horizontes Planos – Informação e Comunicação, Lda.

Enquadramento

No dia 20 de janeiro de 2011, a ERC recebeu, por parte da empresa Horizontes Planos – Informação e Comunicação, Lda. um pedido de renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

O operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, de tipologia generalista, estando a emitir com a denominação “Antena Sul – Rádio Jornal”, na frequência 95,5 MHz, no concelho de Viana do Alentejo. O operador requerente é, ainda, titular da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora para o concelho de Almodôvar, disponibilizando um serviço de programas generalista, na frequência 90,4 MHz, a emitir com a denominação “Antena Sul – Almodôvar”.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 4 de agosto, considerou que este operador estava a cumprir o conjunto de normas legais aplicáveis e desse modo decidiu renovar-lhe a licença pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 17/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Paços – Comunicação Regional, Lda.

Enquadramento

No dia 3 de março de 2009, deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Paços – Comunicação Regional, Lda.

Este operador é titular da licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local emitida em 30 de março de 1989, estando a emitir com a denominação “Rádio Clube Paços de Ferreira”, frequência 101,8 MHz, no concelho de Paços de Ferreira.

No dia 6 de agosto de 2010, o Conselho Regulador deliberou a não renovação da licença, porquanto, tendo procedido à audição de dois dias de emissão, constatara que não existia uma conformação entre a grelha de programação remetida e a emissão efetivamente transmitida, não sendo emitidos determinados programas, para além de o operador não disponibilizar um modelo de programação universal, com diversidade de conteúdos, nem uma programação dirigida especificamente à população do concelho licenciado.

Decisão

Após uma nova análise deste processo, o Conselho Regulador, reunido a 24 de agosto, deliberou renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos por ter verificado que o operador cumpria com as normas legais aplicáveis.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 18/LIC-R/2011**

Prazo de validade do título habilitador — Exploração de atividade radiofónica fora do quadro legal definido pela nova Lei da Rádio [Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro].

Enquadramento

Em reunião de Conselho Regulador, de dia 7 de setembro de 2011, foi tornado público que o título habilitador de operadores que, independentemente do seu âmbito geográfico, utilizem frequências atribuídas por ato administrativo expresse (ou por ato legislativo) e sem concurso público por força da aplicação analógica da regra constante nos arts. 86.º, n.ºs 1 e 2, deve considerar-se com a validade de 15 anos a contar da entrada em vigor da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, de onde o seu termo ocorrerá em 24 de dezembro de 2025. De acordo com o n.º 2 do art. 27.º da Lei da Rádio, a respetiva renovação deverá ser requerida pelo operador entre 240 e 180 dias antes dessa data.

O órgão regulador sustentou que a deliberação em causa visou dar a conhecer aos agentes do sector o entendimento do Conselho Regulador sobre uma matéria que se considera da maior importância, sem prejuízo de cada operador, querendo, conservar a liberdade de requerer a esta Entidade que se pronuncie sobre o seu caso concreto.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 19/LIC-R/2011**

Prazo de validade do título habilitador para o exercício da atividade de radiodifusão do operador da rádio “Rádio Comercial”, S.A.

Enquadramento

No dia 20 de abril de 2011, a ERC recebeu, por parte da Rádio Comercial S.A., um pedido de esclarecimento relativo ao prazo de validade do seu título habilitador para o exercício da atividade de radiodifusão.

Decisão

Após analisar este caso, o Conselho Regulador deliberou informar a Rádio Comercial, S.A., tendo em conta a fundamentação que foi exposta na análise do processo, de que o seu título habilitador deve considerar-se com a validade de 15 anos a contar da entrada em vigor de uma lei que termina no dia 24 de dezembro de 2025.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 20/LIC-R/2011**

Prazo de validade do título habilitador para o exercício da atividade de radiodifusão do operador da rádio “Rádio Renascença”.

Enquadramento

No dia 28 de julho de 2011, a ERC recebeu, por parte da Rádio Renascença um pedido de esclarecimento relativo ao prazo de validade do seu título habilitador para o exercício da atividade de radiodifusão de âmbito nacional.

Decisão

Após analisar o caso, o Conselho Regulador deliberou informar a Rádio Renascença de que o seu título habilitador deve ser válido por 15 anos a contar da entrada em vigor de uma lei que termina no dia 24 de dezembro de 2025.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 21/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

No dia 18 de fevereiro de 2011, deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda. Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 21 de agosto de 2001, de tipologia generalista, estando a emitir com a denominação “STAR FM Sabugal”, na frequência 96,8 MHz, no concelho de Sabugal.

Decisão

Após analisar todo este processo, o Conselho Regulador, reunido a 21 de setembro, deliberou renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos, por ter concluído que as normas legais aplicáveis eram cumpridas.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 22/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

Enquadramento

No dia 18 de fevereiro de 2011 (posteriormente retificado), deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.

O operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 21 de agosto de 2001, de tipologia generalista, estando a emitir com a denominação “STAR FM Manteigas”, na frequência 104,4 MHz, no concelho de Manteigas.

Decisão

Após analisar este processo e verificar que as normas legais se encontravam a ser cumpridas, o Conselho Regulador decidiu renovar a licença deste operador pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 23/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Rádio Clube da Mêda, Lda.

Enquadramento

No dia 25 de fevereiro de 2011, deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Rádio Clube da Mêda, Lda.

Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a denominação “Mêda FM”, na frequência 96,6 MHz, no concelho de Mêda.

Decisão

Após ter analisado este processo e verificado que o operador cumpria com as normas legais aplicáveis, o Conselho Regulador, reunido a 28 de setembro, deliberou renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos. Simultaneamente, e concluindo-se pela violação do art. 4.º, n.º 6, da Lei da Rádio, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o respetivo operador.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 24/LIC-R/2011**

Reclamação da Deliberação n.º 168/LIC-R/2009, de 27 de outubro.

Enquadramento

No dia 27 de outubro de 2009, o Conselho Regulador da ERC deliberou não renovar a licença do operador Defesa da Beira – Sociedade de Notícias, Lda., no entanto concluíra, através de duas ações de fiscalização diferentes, que o operador não apresentava um modelo de programação universal, como deveria, e que a programação que emitia não era dirigida especificamente à população da área geográfica do seu licenciamento, isto é, a Santa Comba Dão.

Através do ofício n.º 8785/ERC/2009, de 28 de outubro, foi o operador notificado da deliberação em causa.

Em 5 de novembro de 2009, deu entrada na ERC uma exposição do

apresentada por Defesa da Beira – Sociedade de Notícias, Lda., dizendo que embora não esteja a emitir em cumprimento da Lei da Rádio, tal ficou a dever-se um problema de saúde da funcionária que assegurava o serviço, sendo certo que, ainda assim, emite os noticiários obrigatórios por lei, bem como a quota de música portuguesa.

Face aos argumentos posteriormente apresentados pelo operador, entendeu-se reapreciar a situação, tendo aquele remetido, para o efeito, gravações dos dias 20, 24 e 25 de novembro, e nova grelha de programação.

Procedendo-se à audição das gravações em causa concluiu-se que a emissão continuava a apresentar pouca interatividade com os ouvintes, não existindo indicação de a mesma estar a decorrer em direto, dado que até o programa “Discos Pedidos” consistia numa leitura de pedidos anteriormente efetuados pelos ouvintes. Por outro lado, a gravação apresentava cortes, alterações no volume e mesmo sobreposições de músicas, chegando a emitir-se a Rádio Comercial. Face ao exposto, através do ofício n.º 1008/ERC/2010, de 19 de fevereiro, foi o operador notificado para se pronunciar acerca dos factos em causa.

No dia 8 de março de 2010, o operador sustentou não entender o significado da existência de “cortes”, visto ter uma programação contínua, sendo que quanto às alterações de volume e sobreposições musicais tinha já contactado um técnico para corrigir a situação.

Por argumentação do operador diferir das conclusões alcançadas, entendeu a ERC solicitar à ANACOM o envio de dois novos dias de emissão contínua da “Rádio Total FM”, a fim de se determinar se a mesma estaria ou não a emitir em conformidade com as normas legais aplicáveis.

Procedendo-se à sua audição concluiu-se, mais uma vez, a existência de desconformidade entre a grelha e linhas de programação e a emissão efetivamente emitida, bem como a falta de um modelo de programação universal, com diversas espécies de conteúdos radiofónicos.

Decisão

Concluindo-se que o operador continua a emitir em desrespeito pela Lei da Rádio, não tendo sido feita prova da existência de um motivo de força maior que o impedisse de assegurar o normal funcionamento das emissões, o Conselho Regulador delibera confirmar a Deliberação n.º 168/LICR/2009, de 27 de outubro, de não renovação da licença do operador Defesa da Beira – Sociedade de Notícias, Lda., serviço de programas “Rádio Total FM”.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 25/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Emissora Regional de Resende, Lda.

Enquadramento

Nos termos da Deliberação n.º 7/LIC-R/2011, de 12 de abril, o Conselho Regulador concedeu ao operador Emissora Regional de Resende,

Lda., o prazo de três meses para requerer e completar a instrução do respetivo processo de renovação da licença, tendo sido iniciadas as diligências instrutórias do mesmo a 11 de julho de 2011.

O operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local, desde 23 de dezembro de 1989, de tipologia generalista, estando a emitir com a denominação “Emissora Regional de Resende”, na frequência 104,9 MHz, no concelho de Resende.

Decisão

Após a analisar todo o processo referente ao pedido de renovação da licença em causa, o Conselho Regulador, reunido a 27 de outubro de 2011, decidiu renovar a respetiva licença pelo prazo de 15 anos pelo facto de as normas legais atinentes estarem a ser respeitadas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 26/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular RSF – Radiodifusão, Lda.

Enquadramento

No dia 2 de fevereiro de 2011, deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela RSF – Radiodifusão, Lda.

Recorde-se que o operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 1 de março de 2001, estando a emitir com a denominação “Rádio Fronteira”, atualmente na frequência 106,9 MHz, no concelho de Almeida.

Decisão

Tendo verificado que as normas legais estabelecidas eram devidamente cumpridas, o Conselho Regulador, reunido a 25 de outubro, deliberou renovar a licença deste operador pelo prazo de 15 anos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 27/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Associação Recreativa e Cultural Fórum Boticas.

Enquadramento

Por deliberação do Conselho Regulador de 1 de junho de 2011, foi concedido ao operador Associação Recreativa e Cultural Fórum Boticas o prazo de dois meses para reapreciação do processo de renovação, tendo sido iniciadas as diligências instrutórias do mesmo a 21 de junho de 2011.

O operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 23 de dezembro de 1989, de tipologia generalista, estando a emitir com a designação de “Rádio Fórum Boticas” na frequência 103,9 MHz, no concelho de Boticas.

Notificado do projeto de deliberação no sentido da não renovação da licença, o operador, em sede de audiência de interessados, esclareceu que as deficiências registadas na audição da emissão eram resultado do período de inatividade do serviço de programas, por força

das circunstâncias que conduziram à deliberação do Conselho Regulador de 1 de junho de 2011.

Tal período inviabilizou qualquer encaixe financeiro, nem tendo por isso sido possível “manter o vínculo contratual com os [...] antigos colaboradores, jornalistas e radialistas com anos de experiência nesta área, pois não conseguíamos cumprir o pagamento dos seus salários, bem como as respetivas contribuições para a Segurança Social e demais despesas inerentes ao funcionamento normal da estação de rádio”. Acrescentou, ainda, que o incumprimento das exigências legais era transitório, pontual e resultante de todo o contexto atrás aludido”, comprometendo-se a “cumprir doravante, todas as obrigações legais”.

Decisão

Após analisar este processo, o Conselho Regulador, reunido a 27 de outubro, deliberou renovar a licença do citado operador pelo prazo de 15 anos, retroagindo a produção dos efeitos da presente renovação à data de 22 de junho de 2011.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES. Abstenção de RAF.

- **Deliberação n.º 28/LIC-R/2011**

Renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Brum, Pacheco e Filhos, Unipessoal, Lda.

Enquadramento

No dia 6 de junho de 2011, deu entrada na ERC o pedido de renovação de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora apresentado pela Brum, Pacheco e Filhos, Unipessoal, Lda.

Este operador possui a licença para o exercício da atividade de radiodifusão para cobertura local desde 22 de junho de 2001, estando a emitir com a designação de “Rádio Nordeste”, na frequência 106 MHz, no concelho de Nordeste (Açores).

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 15 de novembro, deliberou renovar a licença deste operador pelo prazo de 15 anos, em virtude de verificar que as normas legais aplicáveis estavam a ser cumpridas.

Votação

Aprovada por CM, AC, RA e RG.

1.2.3.4. Pluralismo

- **Deliberação n.º 1/PLU-R/2011**

Queixa de Tiago Abreu contra a Sociedade Elvense de Radiodifusão, Lda. – Rádio Elvas.

Enquadramento

A ERC recebeu nos dias 24 de novembro, 15 e 23 de dezembro de 2010 e 14 de fevereiro de 2011, quatro queixas submetidas por Tiago Abreu e que tinham por objeto a alegada falta de pluralismo na informação da Rádio Elvas.

Decisão

Da análise que conduziu a esta matéria, o Conselho Regulador entendeu não se terem verificado indícios de uma conduta contrária à

prossecação do princípio do pluralismo por parte da Denunciada. O Conselho Regulador deliberou assim não dar seguimento às queixas apresentadas.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 2/PLU-R/2011**

Participações relativas à edição do Fórum TSF de 28 de abril de 2011, que teve como convidado José Sócrates enquanto candidato às Eleições Legislativas de 5 de junho de 2011.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam participações de João Cortez, Nelson de Jesus Silva e Paulo Santos contra a TSF, por alegada ausência de imparcialidade na seleção dos intervenientes do Fórum TSF de 28 de abril, que teve como convidado o então primeiro-ministro e candidato às Eleições Legislativas de 5 de junho de 2011.

A TSF alegou junto da ERC que a referida edição do Fórum tinha decorrido normalmente e rejeitou a ideia de que lhe pudesse ser imputada responsabilidade de ter havido uma maioria de ouvintes que vieram à antena da TSF elogiar e fazer perguntas ‘fáceis’ ao convidado.

Decisão

Após analisar estas participações, o Conselho Regulador deliberou não lhes dar seguimento e determinar o respetivo arquivamento, por não haver indícios de desrespeito pelos deveres de garantia de uma programação e informação independentes do poder político ou económico, nem pelos deveres de pluralismo, rigor e isenção da informação, não se registando, assim, qualquer violação por parte da denunciada dos seus deveres enquanto operador de rádio, designadamente os previstos no art. 32.º, n.º 2, alíneas b) e c), da Lei da Rádio, aprovada pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 3/PLU-R/2011**

Exposição do PS Estarreja contra a Rádio Voz da Ria.

Enquadramento

No dia 26 de novembro de 2010, deu entrada na ERC uma queixa do Partido Socialista - secção de Estarreja contra a Rádio Voz da Ria (RVR) por alegado incumprimento dos deveres de pluralismo, reforçando os argumentos anteriormente apresentados numa Queixa submetida a esta entidade que resultou na aprovação da Deliberação n.º 1/PLU-R/2010.

Decisão

Na análise que conduziu a esta matéria, o Conselho Regulador reiterou que os órgãos de comunicação social, por desempenharem um papel insubstituível na formação da opinião, devem garantir a expressão da pluralidade de correntes de opinião e de pensamento e promover o equilíbrio na informação entre as partes com interesses atendíveis nos assuntos noticiados. O órgão regulador sublinhou ainda que o contrato de aquisição de serviços de radiodifusão celebrado entre a câmara de Estarreja e a RVR incluía cláusulas suscetíveis de

perturbarem o dever de independência a que a RVR se encontra vinculada enquanto órgão de comunicação social, designadamente no que diz respeito à sua atividade informativa.

O Conselho Regulador deliberou instar a Rádio Voz da Ria a garantir a distinção clara entre conteúdos informativos e conteúdos promocionais/publicitários, em cumprimento das normas legais, éticas e deontológicas que enformam o exercício da atividade jornalística, bem como a pugnar pelo alargamento e diversificação das suas fontes de informação, nomeadamente no que diz respeito à informação sobre política autárquica, de modo a procurar dar a conhecer não só as decisões ou propostas da autarquia, mas também as posições dos representantes da oposição ou de outros atores sociais com interesses atendíveis nos assuntos abordados. O órgão regulador deliberou instar a referida rádio a renegociar o contrato celebrado com a Câmara Municipal de Estarreja, de modo a expurgá-lo de obrigações que possam contender com a sua autonomia editorial, atendo à extensão de proteção que a Lei da Rádio lhe confere e em conformidade com os reparos apontados na presente deliberação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.3.5. Publicidade

- **Deliberação n.º 1/PUB-R/2011**

Infração das regras relativas ao patrocínio, no serviço de programas Antena 1, do operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., referente ao no espaço noticioso Repórter Antena1.

Enquadramento

No âmbito da verificação do cumprimento dos limites impostos à transmissão de publicidade, contidos na cláusula 10.ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de 30 de junho de 1999, conjugado com o disposto no n.º 2 do art. 44.º da Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, os serviços da ERC procederam à análise das referências publicitárias incluídas na reportagem *Repórter Antena 1* transmitida pelo operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., no dia 8 setembro de 2010 e que retrata, de forma necessariamente breve, a situação dramática vivida por milhares de pessoas num campo de refugiados localizado em Kakuma, no Quênia.

No final da emissão, é feita referência à circunstância do jornalista da Antena 1 ter viajado para Kakuma a convite da EDP, a empresa portuguesa que levou a este campo de refugiados energias renováveis e soluções ambientalmente sustentáveis.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de 11 de outubro foi deliberado reprovar-se a conduta do operador pela inobservância do disposto no art. 44.º, n.ºs 2 e 3, da Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, alertando o concessionário do serviço público para a necessidade da escrupulosa observância dos normativos em causa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.4. INTERNET

1.2.4.1. Conteúdos

- **Deliberação n.º 1/CONT-NET/2011**

Queixa de Amílcar Correia contra a Câmara Municipal do Porto pela publicação de dois textos, no sítio eletrónico da autarquia, que disse terem falta de rigor e colocarem em causa o seu bom nome e honra profissional.

Enquadramento

Deu entrada na ERC a 26 de janeiro de 2011 uma queixa subscrita por Amílcar Correia contra a Câmara Municipal do Porto tendo por objeto dois textos disponibilizados no sítio eletrónico da autarquia, que considerou conterem insinuações caluniosas que punham em causa o seu bom nome e honra profissional, enfermando igualmente de falta de rigor.

Decisão

Após apreciar esta queixa o Conselho Regulador deliberou dar-lhe provimento parcial e instar a denunciada a criar uma ligação de hipertexto que assegure aos leitores dos conteúdos respondidos o conhecimento da resposta e o fácil acesso ao conteúdo desta, bem como a retirar a sobreposição do logótipo do Bloco de Esquerda à da fotografia do Queixoso, de forma a evitar uma indevida associação do Queixoso àquele partido político. O Conselho Regulador deliberou considerar que, em sentido amplo, o exercício do direito de resposta, que o Denunciado exerceu foi medida adequada para tutelar os seus direitos.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF. Abstenção de ES com declaração de voto.

- **Deliberação n.º 2/CONT-NET/2011**

Participações contra as edições eletrónicas do Diário de Notícias, Jornal de Notícias, I e Público, pelo teor dos comentários dos leitores às notícias sobre a morte de Carlos Castro.

Enquadramento

No dia 4 de fevereiro de 2011, os serviços da ERC receberam duas participações, subscritas por Daniel Silva e Jorge Marques, relativas aos comentários dos leitores às notícias sobre as circunstâncias da morte de Carlos Castro, nas edições eletrónicas do Diário de Notícias, Jornal de Notícias, I e Público. Os participantes acusam estes periódicos de permitirem a publicação de comentários ofensivos, difamatórios e homofóbicos e solicitam a intervenção da ERC, no sentido de clarificar regras de conduta a aplicar aos comentários dos utilizadores de edições eletrónicas dos meios de comunicação social.

Decisão

Após analisar estas participações o Conselho Regulador deliberou considerar que as edições eletrónicas dos referidos jornais publicaram comentários difamatórios, com linguagem insultuosa e ofensiva, com incitação à violência e ao ódio e à discriminação baseada na orientação sexual.

No seguimento desse entendimento, o órgão regulador deliberou condenar estes jornais por terem ultrapassado limites que devem ser respeitados pelos órgãos de comunicação social em todos os conteúdos que transmitem, sejam ou não da sua autoria imediata, limites esses previstos, nomeadamente, no art. 3.º da Lei de Imprensa. O Conselho Regulador registou positivamente o facto de o jornal Público ter alterado, de livre iniciativa, as suas regras de publicação de comentários, optando por passar a validar todos os conteúdos gerados por utilizadores antes de os divulgar no seu sítio eletrónico. O regulador deliberou ainda instar o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias, o I e o Público a, de futuro, não validarem os comentários *on-line* que tenham as características supra referidas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/CONT-NET/2011**

Queixa de Tiago Martins contra o jornal Sol (artigo publicado em <http://sol.sapo.pt>, a 11 de agosto de 2011).

Enquadramento

O cidadão Tiago Martins apresentou uma queixa contra o jornal Sol, a propósito de um artigo publicado no dia 11 de agosto de 2011, na edição eletrónica deste jornal, com o título “*Câmara de Almada oferece presentes de luxo*”. A peça incidia sobre os gastos da Câmara Municipal de Almada em eventos comemorativos e de condecoração aos seus funcionários.

Decisão

Após analisar este caso, o Conselho Regulador deliberou não dar provimento à participação recebida, uma vez que o artigo em apreciação não merecia reparo em matéria de rigor informativo e de isenção, não se concluindo que o jornal Sol tivesse desrespeitado os deveres inerentes à atividade de comunicação social.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 4/CONT-NET/2011**

Participações de Luís Filipe Oliveira Marques e Daniel Nuno Barbosa contra o Correio da Manhã, pela divulgação de imagens de um acidente mortal ocorrido na Via de Cintura Interna (VCI), no Porto.

Enquadramento

Deram entrada na ERC duas participações contra o Correio da Manhã, na sequência da divulgação de um vídeo com imagens de um acidente ocorrido em 16 de agosto, na Via de Cintura Interna (VCI), no Porto, do qual resultou uma vítima mortal.

Tendo visionado essas imagens, o Conselho Regulador constatou que o vídeo procedia a uma exposição injustificada de uma pessoa fragilizada na sua condição de vítima, durante o processo de reanimação e estabilização dos sinais vitais a que foi sujeita após o acidente de viação noticiado, e que, simultaneamente, era exposta a reação de sofrimento e de desespero do seu namorado, também envolvido no acidente, perante o desenrolar dos acontecimentos.

O órgão regulador considerou que, embora o acidente contribuisse para as estatísticas da sinistralidade rodoviária, o cenário revelado no trabalho jornalístico do Correio da Manhã, pelo contexto de inquirição e de vulnerabilidade em que se encontravam todos aqueles que eram retratados, não se revestia de interesse público, nem era essencial ao facto noticioso, tendo sido violados alguns dos princípios que regem a atividade jornalística.

Decisão

Face aos elementos apurados, o Conselho Regulador deliberou instar o Correio da Manhã a cumprir, de futuro, os deveres ético-deontológicos e legais que regulam a atividade jornalística, no que se refere, designadamente, ao respeito pela dignidade da pessoa humana e pelas condições de serenidade e de vulnerabilidade psicológica, física e emocional das pessoas envolvidas nos casos noticiados.

Votação

Aprovada por A.C, R.A, RG e LR (com declaração de voto). Abstenção de C.M.

1.2.5. DIVERSOS

1.2.5.1. Conteúdos

- **Deliberação n.º 1/CONT/2011**

Processo de averiguações sobre a cobertura jornalística de operações desencadeadas pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras por ocasião do seu 34.º aniversário.

Enquadramento

A mediatização de operações de fiscalização do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) no âmbito das comemorações do seu 34.º aniversário, levadas a cabo entre as 0h00 e as 24h00 do dia 23 de junho de 2010, motivou a abertura de um procedimento de averiguações por parte da ERC, cujo objetivo consistiu em aferir da eventual violação de direitos fundamentais dos cidadãos, em particular do direito à não discriminação por pertença a etnia ou nacionalidade, na cobertura jornalística realizada.

Os serviços da ERC analisaram as peças jornalísticas realizadas pelo Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Antena 1 e SIC sobre as referidas operações de fiscalização. Face ao verificado, o Conselho Regulador deliberou sensibilizar a Antena 1 e o Diário de Notícias no sentido de evitar a associação de forma generalizada de uma determinada comunidade ou nacionalidade à ocorrência de determinadas práticas ilícitas.

Decisão

O órgão regulador deliberou instar a SIC a observar os princípios ético-jurídicos que regem a atividade jornalística, abstendo-se de identificar e utilizar declarações de indivíduos em situações onde não se encontram reunidas condições para terem uma participação livre e esclarecida no trabalho jornalístico. O Conselho Regulador lembrou também os órgãos de comunicação social que a divulgação mediática de operações policiais de fiscalização não deve constituir um elemento

que amplie e agrave a vulnerabilidade daqueles que são visados por tais operações, tendo alertado ainda estes órgãos para a necessidade de analisarem criticamente e com independência as propostas de cobertura jornalística que lhes são apresentadas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/CONT/2011**

Procedimento de averiguações contra o “Sol” e a RTP1, pela divulgação de uma fotografia do cadáver de Rosalina Ribeiro, alegada vítima de homicídio.

Enquadramento

No dia 23 de setembro, o Conselho Regulador deliberou iniciar um procedimento de averiguações contra o jornal “Sol” e a RTP1, pela difusão, naquela data, de uma imagem a retratar o cadáver de Rosalina Ribeiro, alegada vítima de homicídio. Nessa data deu também entrada na ERC uma participação de Jorge Rosa contra o “Sol”, pela publicação, na 1.ª página do citado jornal, da referida imagem.

No entendimento do Conselho Regulador, a publicação daquela fotografia de Rosalina Ribeiro, vítima de um crime violento, alegadamente no local onde o seu corpo foi encontrado revelava um caráter potencialmente chocante e pouco consentâneo com o respeito pela dignidade da pessoa humana.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 27 de outubro, foi deliberado reprovar a conduta dos meios de comunicação social referidos, por considerar que aqueles desrespeitaram os limites à liberdade editorial, colidindo com direitos fundamentais de personalidade e, mais, com o dever de respeito pela dignidade da pessoa humana. O órgão regulador deliberou instar o Jornal “Sol” e a RTP a absterem-se de publicar imagens suscetíveis de atentar contra a dignidade da pessoa humana, remetendo a exibição de imagens de cadáveres para situações de manifesto interesse jornalístico.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.5.2. Outros

- **Deliberação n.º 1/OUT/2011**

Retificação da Deliberação n.º 3/OUT/2010, que aprova o Regulamento sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão.

Enquadramento

O Conselho Regulador da ERC aprovou, a 2 de dezembro de 2010, o Regulamento sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão, nos termos da Deliberação n.º 3/OUT/2010. Na sequência dessa publicitação, os serviços da ERC receberam uma comunicação da Sonaecom – Serviços de Comunicação, S.A., a informar que havia remetido a sua pronúncia quanto ao projeto de Regulamento, dentro do prazo para tal estabelecido, es-

tranhando a omissão ao teor da mesma no relatório da consulta pública, anexo à identificada deliberação.

Decisão

Tendo analisado esta situação, a ERC constatou que, por motivos de ordem técnica, não havia sido recebida a resposta da Sonaecom, oportunamente enviada a 10 de maio de 2010, tendo sido promovida, de imediato, a sua recuperação. O Conselho Regulador, reunido a 5 de janeiro de 2011, deliberou proceder à retificação do relatório da consulta pública, incluindo a referida contribuição.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.5.3. Pluralismo

- **Deliberação n.º 1/PLU/2011**

Relatório da cobertura jornalística das eleições presidenciais 2011, na televisão e na imprensa.

Enquadramento e Decisão

No dia 9 de fevereiro, o Conselho Regulador deliberou adotar o relatório da cobertura jornalística das eleições presidenciais 2011, na televisão e na imprensa e dar conhecimento do mesmo à Comissão Nacional de Eleições, para os efeitos tidos por convenientes.

Na deliberação em causa, o órgão regulador lembrou que a ERC tem, por força da Constituição da República Portuguesa e dos seus Estatutos, competências relacionadas com a garantia do pluralismo e que no uso dos poderes específicos de escrutínio e regulação que lhe assistem, cabe-lhe analisar as tendências e padrões da cobertura jornalística de atos eleitorais, proporcionando, deste modo, ao público em geral, mas sobretudo aos regulados, uma ferramenta de reflexão e diagnóstico que permita o aperfeiçoamento futuro da cobertura de um importante ato da democracia, como são as eleições.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/PLU/2011**

Queixa do CDS-PP Açores contra a Lusa – Agência de Notícias de Portugal S.A.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 2 de junho de 2011, uma participação subscrita pelo CDS-PP Açores contra a Lusa – Agência de Notícias de Portugal S.A. por alegada quebra dos deveres de pluralismo. O queixoso alegou que no dia 1 de junho de 2011, em período de campanha eleitoral e sem qualquer justificação, a agência Lusa não deu cobertura a uma ação de campanha do cabeça de lista do CDS-PP pelo círculo eleitoral dos Açores.

Decisão

Após analisar esta matéria, o Conselho Regulador deliberou não dar provimento à participação recebida, por não se terem recolhido indícios suficientes no sentido de comprovar a violação do princípio do pluralismo político-partidário. O órgão regulador deliberou também

dar conhecimento da presente deliberação à Comissão Nacional de Eleições.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 3/PLU/2011**

Exposição de Arnaldo Frade sobre alegada ausência de pluralismo nos meios de comunicação propriedade da Câmara Municipal de Santiago do Cacém.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 30 de março de 2011, uma exposição subscrita por Arnaldo Frade relativa a alegada ausência de pluralismo nos meios de comunicação propriedade da Câmara Municipal de Santiago do Cacém, designadamente no Boletim Municipal de Santiago do Cacém, no sítio eletrónico da Câmara Municipal de Santiago do Cacém e no programa municipal “De Porta Aberta”, difundido pela Rádio Antena Miróbriga.

Decisão

Na análise conduzida a esta matéria, os serviços da ERC verificaram uma presença relativamente profusa de elementos do executivo municipal — Presidente da Câmara e/ou vereadores com pelouro — nas peças informativas constantes do boletim municipal, do sítio eletrónico da autarquia e do programa “De Porta Aberta”. A Entidade verificou também que nenhum dos espaços comunicacionais em apreço previa a existência de qualquer área de informação ou opinião reservado às demais forças políticas. No entendimento da Entidade o clausulado do contrato de aquisição de serviços de radiodifusão entre a autarquia e a Rádio Antena Miróbriga denotava alguma ambiguidade quanto à responsabilidade editorial pelo programa “De Porta Aberta”, suscitando implicações sérias no que respeita à proteção da autonomia editorial do operador radiofónico e à garantia de independência dos jornalistas. Em reunião de Conselho Regulador deliberou-se instar a Câmara Municipal de Santiago do Cacém a pugnar por uma maior abertura às diferentes forças políticas que intervêm na vida pública da autarquia, promovendo o pluralismo através da participação daquelas sensibilidades políticas nos meios de comunicação autárquicos, designadamente no “Santiago do Cacém — Informação Municipal”, no sítio eletrónico oficial da autarquia de Santiago do Cacém e no programa radiofónico “De Porta Aberta”. O órgão regulador deliberou também instar a Câmara Municipal de Santiago do Cacém e a Rádio Antena Miróbriga a renegociarem o contrato entre elas celebrado, de modo a expurgá-lo de obrigações que possam ferir a autonomia editorial deste operador e a garantia de independência dos jornalistas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.5.4. Publicidade

- **Deliberação n.º 1/PUB/2011**

Aprovação do Estudo sobre a Publicidade do Estado.

Enquadramento

No dia 25 de novembro de 2009 o Conselho Regulador deliberou iniciar um procedimento tendo como objeto a publicidade do Estado. Recorde-se que compete à ERC, no domínio da comunicação social, “*zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico*” e “*fiscalizar a conformidade das campanhas de publicidade do Estado, das Regiões Autónomas e das autarquias locais com os princípios constitucionais da imparcialidade e da isenção da Administração Pública*”.

No âmbito da IV Conferência Anual da ERC, em 20 outubro de 2010, foi apresentada uma versão preliminar de um estudo realizado pelos serviços da ERC sobre publicidade do Estado, tendo sido produzidos pertinentes comentários pelos convidados, que entretanto se refletiram na versão final do trabalho realizado, aprovada a 5 de janeiro de 2011, pelo Conselho Regulador, em anexo à presente deliberação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/PUB/2011**

Participação da Associação de Consumidores de Portugal (ACOP) contra a Antena 3 e a RTP1, a propósito do anúncio publicitário televisivo da Antena 3 intitulado “Hei, Inês”.

Enquadramento

No dia 19 de agosto de 2011, deu entrada na ERC uma participação remetida pela Associação de Consumidores de Portugal (ACOP) contra o anúncio publicitário “Hei, Inês”, da Antena 3, exibido no primeiro canal do serviço público de televisão alegadamente lesivo da dignidade da pessoa humana e que apelaria à violência; No contraditório enviado à ERC, a RTP1 e a Antena 3 argumentaram que era manifesto o registo humorístico e as situações divertidas em que eram colocados os respetivos intervenientes, não havendo naturalmente, qualquer estímulo ou apelo à violência. Pelo contrário, tratar-se-ia de um registo comunicacional descontraído, irreverente e humorístico, criado a partir de situações nitidamente encenadas.

Decisão

Tendo visionado o citado anúncio, o Conselho Regulador considerou tratar-se de um objeto ficcionado que encenava, humoristicamente, uma situação entre colegas de trabalho, enquanto metáfora da linha editorial da estação de rádio e, especialmente, do programa que é publicitado, o “*The Diogo Beja Show*”.

Na leitura do regulador não atentava contra a dignidade da pessoa humana, assim como, por si só, o conteúdo veiculado não estimulava nem fazia qualquer apelo à violência junto dos espectadores mais jovens.

Em reunião de dia 26 de outubro, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento à participação apresentada, uma vez que o anúncio transmitido não ultrapassou os limites à liberdade de expressão e de criação. Consequentemente arquivou este processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.6. SONDAGENS

• Deliberação n.º 1/SOND-I/2011

Divulgação de alegada sondagem na edição de 21 de janeiro de 2011 do jornal Metro.

Enquadramento

O jornal Metro publicou, no dia 21 de janeiro de 2011, nas páginas 1 e 3 da sua edição impressa, resultados de uma alegada sondagem sobre as eleições Presidenciais 2011. Dada a proximidade do ato eleitoral, o Conselho Regulador da ERC emitiu um comunicado público no sentido de alertar que o Metro não se encontrava credenciado pela ERC para a realização de sondagens de opinião, nem tão-pouco tinha incluído, na divulgação realizada, as informações técnicas obrigatórias necessárias para a compreensão dos limites dos resultados apresentados.

Decisão

Em reunião de dia 2 de março, o Conselho Regulador deliberou dar por verificada a violação dos n.ºs 1 e 2 do art. 8.º, da Lei das Sondagens, instar o Metro a observar o regime legal de divulgação de inquéritos de opinião, com especial enfoque para as obrigações constantes do art. 8.º da Lei das Sondagens e determinar a abertura de processo contraordenacional.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• Deliberação n.º 2/SOND-I/2011

Referência a sondagens na edição de 21 de janeiro do semanário SOL.

Enquadramento

O semanário SOL publicou, no dia 21 de janeiro de 2011, nas páginas 1 e 5 da sua edição impressa, textos jornalísticos com referência a várias sondagens de opinião relativas às eleições Presidenciais de 2011. Dada a proximidade do ato eleitoral, o Conselho Regulador da ERC emitiu um comunicado público no sentido de alertar para o facto de a manchete publicada na edição do SOL desse dia não corresponder à divulgação de uma sondagem. Ainda no referido comunicado, o Conselho Regulador da ERC deu conhecimento da abertura de um processo de averiguações.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador de dia 10 de março de 2011, foi deliberado dar por verificada a violação dos n.ºs 1 e 4 do art. 7.º da Lei das Sondagens, determinando a abertura do correlativo processo contraordenacional. O órgão regulador deliberou instar o SOL a observar o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes do art. 7.º da Lei das Sondagens.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• Deliberação n.º 3/SOND-I/2011

Divulgação de sondagens pelo Público.

Enquadramento

O Público divulgou, na sua edição impressa (dias 7 e 10 de maio de 2011) e no seu sítio eletrónico (dias 6 e 9 de maio de 2011), resultados de duas sondagens, cujo depósito, no cumprimento dos n.ºs 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho foi realizado pela Intercampus. As difusões versaram, entre outros temas, sobre as intenções de voto legislativo, correspondendo as mesmas aos dois primeiros momentos de publicação de uma série de oito sondagens consecutivas (“*tracking poll*”), de periodicidade bissemanal. Da análise efetuada pelos serviços da ERC, constataram-se elementos que indiciam um eventual desrespeito ao n.º 2 do art. 7.º da LS, por omissão dos elementos obrigatórios previstos nas suas alíneas e), distribuição geográfica dos inquiridos, e h), hipóteses de redistribuição dos indecisos. Em missiva recebida pela ERC, no dia 18 de maio de 2011, o Público reconheceu as falhas apontadas pelo Regulador, informando que tratou de refazer as fichas técnicas que acompanham as sondagens, de forma a incluírem os dados anteriormente omissos.

Decisão

O Conselho Regulador da ERC deliberou instar o Público ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, atendendo às obrigações constantes do art. 7.º e, em especial, à menção dos dados previstos nas alíneas e) e h) do seu n.º 2 — distribuição geográfica dos inquiridos e método de redistribuição dos indecisos, respetivamente.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

• Deliberação n.º 4/SOND-I/2011

Difusão de Sondagem pelo Correio da Manhã e Jornal “Setubalense”.

Enquadramento

O jornal Correio da Manhã publicou, no dia 4 de janeiro de 2009, na página 60 da sua edição impressa, uma peça noticiosa onde faz referência a resultados de uma sondagem política no Concelho de Setúbal supostamente encomendada pelo PSD. A peça intitulava-se “Sondagem em Setúbal” e tinha o seguinte corpo de texto: “O PSD encomendou uma sondagem para Setúbal que dá vitória a Fernando Negrão contra a CDU e PS. Por isso, foi feito um convite ao vereador de Lisboa para se candidatar”.

Os serviços da ERC verificaram que a referência à sondagem não era acompanhada pelos elementos de divulgação obrigatória previstos no n.º 2 do art. 7.º, da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho. Da pesquisa realizada na base de dados ERC/Sondagens não foi possível identificar o depósito da sondagem em questão, o que evidenciava um eventual incumprimento às normas contidas no n.º 1 do art. 5.º da Lei das Sondagens. Os serviços da ERC verificaram posteriormente, que também o jornal “Setubalense” procedeu à publicitação de uma notícia com resultados da referida sondagem.

No dia 13 de fevereiro de 2009, e uma vez que nenhum dos órgãos de comunicação social contactados pela ERC conseguiu identificar a empresa responsável pela realização da sondagem, a Entidade oficiou o PSD de Setúbal para que se pronunciasse sobre a identidade da

empresa à qual foi encomendado o estudo, pedido que foi reiterado em 20 de março. Em resposta, a citada estrutura partidária informou a ERC, em 7 de abril de 2009, de que tinha conhecimento de um estudo efetuado para percepção das tendências de voto no Concelho de Setúbal. Porém, remeteu qualquer esclarecimento para a estrutura nacional, alegando que foi esta entidade que encomendou o referido estudo. No dia 15 de abril de 2009, a estrutura nacional do PSD confirmou à ERC a existência da sondagem, referindo que a mesma fora encomendada ao Instituto de Pesquisa e Opinião de Mercado, “IPOM”.

A ERC notificou então a referida empresa, requerendo o envio da sondagem identificada para depósito, o que sucedeu a 23 de abril.

Decisão

Tendo o Conselho Regulador verificado o depósito tardio face ao disposto no art. 5.º da Lei das Sondagens da referida sondagem publicada em dois órgãos de comunicação social, deliberou instar o IPOM ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade de esta empresa credenciada assegurar a observância do disposto no art. 5.º da citada lei, devendo procurar uma melhor articulação com o seu cliente no referente à divulgação pública dos estudos que efetua, reforçando a advertência de que é devida a efetivação de depósito em momento prévio à divulgação da sondagem.

O órgão regulador deliberou também instar o Jornal Setubalense e o Correio da Manhã ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade destes órgãos de comunicação social observarem devidamente o disposto no n.º 2 do art. 7.º da referida lei.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• Deliberação n.º 5/SOND-I/2011

Sondagem realizada pela Eurequipa e divulgada pelo Diário de Leiria, Jornal de Leiria e Região de Leiria.

Enquadramento

Os jornais Diário de Leiria, Jornal de Leiria e Região de Leiria, divulgaram, nos dias 20, 22 e 23 de janeiro de 2009, respetivamente, resultados de uma sondagem realizada pela Eurequipa para o Dr. José António Silva, Presidente da concelhia do PSD de Leiria. O conteúdo das divulgações versava, entre outras matérias, sobre o posicionamento e notoriedade de potenciais candidatos à Câmara Municipal de Leiria.

A Entidade considerou que o modo como a referida sondagem foi divulgada suscitava algumas dúvidas quanto à sua conformidade com as disposições da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, estando em causa o eventual desrespeito dos arts. 5.º, 6.º [alínea q] do n.º 1] e 7.º [n.ºs 1 e 2]

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, foi deliberado instar-se a Eurequipa ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade de esta empresa credenciada assegurar a observância do disposto no art. 5.º da citada Lei, devendo procurar

uma melhor articulação com o seu cliente no referente à divulgação pública dos estudos que efetua, reforçando a advertência de que é devida a efetivação de depósito em momento prévio à divulgação da sondagem.

O órgão regulador entendeu também instar o Diário de Leiria, o Jornal de Leiria e o Região de Leiria ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade destes órgãos de comunicação social observarem devidamente o disposto no n.º 2 do art. 7.º. O Conselho Regulador deliberou ainda participar ao Ministério Público os factos que podem indiciar a prática do crime de falsificação de documentos, previsto e punido nos termos do art. 256.º do Código Penal.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• Deliberação n.º 6/SOND-I/2011

Divulgação de resultados de Sondagem não depositada na ERC, pelo jornal O Comércio da Póvoa de Varzim com omissão de elementos de divulgação obrigatória.

Enquadramento

O jornal O Comércio da Póvoa de Varzim publicou, no dia 29 de janeiro de 2009, na página 4 da sua edição impressa, uma peça noticiosa onde faz referência a resultados de um estudo de opinião política no Concelho da Póvoa do Varzim supostamente encomendado pelo Partido Socialista. Da leitura efetuada pelos serviços da ERC, constataram-se elementos que podiam indiciar um eventual desrespeito ao n.º 2 do art. 7.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, bem como indícios de um eventual incumprimento das normas contidas no n.º 1 do art. 5.º da mesma Lei, já que a pesquisa realizada no registo interno da ERC não permitiu identificar o depósito da sondagem em questão. Assim, foi a estrutura Concelhia do PS de Póvoa de Varzim convidada, por ofício remetido a 2 de março, a informar, ao abrigo de dever de colaboração, qual a empresa responsável pela realização do estudo. Decorridas duas semanas os serviços da ERC registaram a devolução do referido ofício, uma vez que o mesmo não foi reclamado pelo destinatário. Após contacto telefónico, a ERC remeteu novo ofício à estrutura Concelhia do PS da Póvoa de Varzim, com invocação expressa do dever de colaboração para com a ERC a que todas as entidades públicas ou privadas estão adstritas, nos termos do disposto no art. 10.º dos Estatutos da ERC.

Os referidos ofícios não mereceram, até à data, qualquer resposta escrita. Não obstante, a Concelhia do PS de Póvoa de Varzim, quando contactada por telefone, confirmou a existência da sondagem e forneceu informações que possibilitaram identificar a empresa que a realizou.

Nesse pressuposto, foi a Eurosondagem oficiada, em 23 de março de 2009, no sentido de informar se a realização da sondagem, com as características indicadas, teria sido da sua responsabilidade. Em caso afirmativo, deveria a empresa proceder, de imediato, ao depósito da sondagem, o que se verificou no dia 25 de março de 2009.

Decisão

Decorrido este processo, o Conselho Regulador deliberou arquivar o procedimento contra a Eurosondagem, por se concluir que a empresa atuou com o grau de diligência a que estava obrigada. Relativamente ao jornal “O Comércio da Póvoa de Varzim”, o Conselho Regulador deliberou instar o jornal “O Comércio da Póvoa de Varzim” ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, atendendo às obrigações constantes do art. 7.º, em especial do seu n.º 2.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/SOND-I/2011**

Divulgação de sondagem pelo jornal Reconquista.

Enquadramento

O jornal Reconquista divulgou, na página 4 (com chamada de primeira página) da sua edição impressa do dia 22 de setembro de 2011, excertos de uma sondagem, cujo depósito, no cumprimento do disposto nos arts. 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho foi realizado pela Eurosondagem. O objeto da sondagem, encomendada pela Federação Distrital de Castelo Branco do Partido Socialista, versava sobre a atuação do Presidente da Câmara de Castelo Branco.

Da análise que os serviços da ERC conduziram à referida divulgação, constataram-se elementos que indiciavam um eventual desrespeito do n.º 2 do art. 7.º da Lei das Sondagens, por omissão dos elementos obrigatórios previstos nas suas alíneas b) — identificação do cliente — e d) — universo alvo da sondagem de opinião.

Face aos indícios verificados, o Regulador oficiou, no dia 28 de setembro de 2011, o jornal Reconquista para apresentar o contraditório. Na argumentação que remeteu à ERC, o jornal reconheceu as falhas apontadas pelo regulador e disse que publicaria voluntariamente uma notícia retificativa da divulgação, realizada na sua edição impressa de dia 22 de setembro, com inclusão das informações obrigatórias anteriormente em falta.

Decisão

Analisada esta matéria, o Conselho Regulador deliberou instar o Reconquista ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, atendendo às obrigações constantes do art. 7.º, em especial no que diz respeito à menção dos elementos previstos nas alíneas b) e d) do seu n.º 2 — identificação do cliente e indicação do universo alvo da sondagem de opinião, respetivamente.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 1/SOND-TV/2011**

Divulgação de sondagem pela TVI.

Enquadramento

A TVI difundiu, nos seus serviços de programas TVI e TVI 24 e no seu sítio eletrónico, nos dias 27 e 28 de março de 2011, resultados de uma sondagem, cujo depósito, no cumprimento dos n.ºs 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, foi realizado pela Intercampus.

As difusões versaram, entre outros temas, sobre as intenções de voto legislativo.

Os serviços da ERC analisaram as referidas difusões, tendo constatado elementos que indiciavam um eventual desrespeito à alínea g) do n.º 2 do art. 7.º da Lei das Sondagens, já que os resultados sobre a intenção de voto legislativo foram difundidos sem o acompanhamento da informação obrigatória relativa à “percentagem de pessoas que declararam que se iri[am] abster”. Em carta recebida pela ERC, no dia 8 de abril de 2011, a TVI reconheceu as falhas apontadas pelo Regulador, alegando que se tratou de “um erro humano que condicionou a sua difusão e que se traduziu numa deficiente transposição dos dados da sondagem para a ficha técnica a difundir”.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 3 de maio, deliberou instar a TVI ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, atendendo às obrigações constantes do art. 7.º, em especial, a menção dos dados previstos na alínea g) do seu n.º 2 — percentagem de inquiridos cuja resposta foi “não sabe / não responde” ou que se iriam abster.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/SOND-TV/2011**

Referência a resultados de sondagem relativa às intenções de voto nas eleições regionais da Madeira na véspera do escrutínio pela RTP.

Enquadramento

A RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. emitiu, no dia 8 de outubro de 2011, no magazine informativo *Bom dia Portugal Fim de Semana*, referências a resultados de uma sondagem sobre a intenção de voto nas eleições Regionais da Madeira 2011, cujo depósito, no cumprimento do disposto nos arts. 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, foi realizado pelo CESOP/UCP.

O referido magazine foi transmitido nos serviços de programas RTP1 (8h00–11h00), RTP Internacional (8h00–9h00), RTP Informação (8h00–10h00), e RTP Madeira (8h00–11h00). 3. As referências à sondagem foram realizadas através de inserções em oráculo, repetidas sensivelmente de cinco em cinco minutos, com o seguinte texto: “Sondagem RTP: Jardim pode perder maioria absoluta; Pela primeira vez o PS a ser ultrapassado pelo CDS”.

A ERC notificou a RTP para se pronunciar sobre as situações detetadas, tendo este operador alegado que se tratava inequivocamente de um lapso que assumiam por inteiro. Como justificação para a ocorrência verificada alegaram que o “ticker era “alimentado” de véspera sendo que, no início da manhã, é objeto de revisão e atualização tendo em vista a respetiva inserção na emissão. [...] Nessa madrugada, a operação de atualização falhou não tendo sido eliminada, lamentavelmente e como era suposto, a referência ao resultado da sondagem”. Na argumentação remetida à ERC, a RTP solicitou que a Entidade tivesse em atenção na sua tomada de decisão o facto deste operador ter cumprido, ao longo dos anos, as regras jurídicas que regulam esta matéria.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado recordar a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., dos deveres em matéria de divulgação de sondagens relativas a sufrágios constantes do art. 10.º da Lei das Sondagens, em especial, no período compreendido entre o final da campanha relativa à realização do ato eleitoral ou referendário até ao encerramento das urnas em todo o País. O órgão regulador deliberou também dar por verificada a violação do n.º 1 do art. 10.º da Lei das Sondagens, instaurando contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., o competente procedimento contraordenacional.

Votação

Aprovada por CM, AC, RA e RG.

- **Deliberação n.º 1/SOND-NET/2011**

Queixa de Pedro Quelhas contra o sítio eletrónico <http://economico.sapo.pt/> por referência a resultados de sondagem relativa às intenções de voto presidenciais 2011 no dia da eleição.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 1 de fevereiro de 2011, uma queixa de Pedro Quelhas contra o sítio eletrónico <http://economico.sapo.pt/>, por publicação de dados referentes aos resultados de uma sondagem relativa às eleições presidenciais de 2011, no dia em que decorreu o respetivo escrutínio e antes do encerramento das urnas, em alegada violação do regime legal aplicável.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou dar por verificada a violação do n.º 1 do art. 10.º, da Lei das Sondagens e determinou, em consequência, a abertura de procedimento contraordenacional, nos termos do disposto na alínea e) do n.º 1 do art. 17.º, da Lei das Sondagens.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 1/SOND-CR/2011**

Renovação da credenciação da empresa G.TRIPLO, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda., para a realização de sondagens de opinião.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 4 de março de 2011, um requerimento com pedido de renovação da credenciação da empresa G.TRIPLO, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda. para a realização de sondagens de opinião. Os serviços da ERC analisaram este pedido e inferiram a manutenção das condições e capacidades técnicas para a realização de sondagens e inquéritos de opinião, nos termos do regime legal vigente, não vislumbrando assim obstáculos à pronúncia favorável da Entidade e concretização da respetiva renovação.

Decisão

Face a isso, o Conselho Regulador deliberou deferir o pedido de renovação da credenciação da G.TRIPLO, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/SOND-CR/2011**

Renovação da credenciação da empresa Consulmark2, Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda., para a realização de sondagens de opinião.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 30 de novembro de 2011, um requerimento com pedido de renovação da credenciação da empresa Consulmark2, Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda., para a realização de sondagens de opinião. Recorde-se que esta empresa foi constituída por escritura pública, em 29 de janeiro de 2004, estando matriculada na Conservatória do Registo Predial/Comercial de Lisboa, detendo o NIPC n.º 506 842 045 e que se encontra credenciada para a realização de sondagens de opinião desde 17 de dezembro de 2008.

Decisão

Tendo analisado o relatório da atividade desenvolvida, em sondagens e estudos de opinião, entre 2008 e 2011 que acompanhava este requerimento, os serviços da ERC inferiram pela manutenção das condições e capacidades técnicas para a realização de sondagens e inquéritos de opinião, nos termos do regime legal vigente, não vislumbrando obstáculos à pronúncia favorável da Entidade e concretização da respetiva renovação. Como tal, em reunião de Conselho Regulador de dia 20 de dezembro deliberou-se deferir o pedido de renovação da credenciação da Consulmark2, Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 1/SOND/2011**

Participação de Maria Aragonéz alegando falta de fiabilidade do barómetro político de janeiro da Marktest.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 2 de fevereiro de 2011, uma participação de Maria José Morais Isidro Aragonéz, por alegada falta de fiabilidade de uma sondagem da Marktest, relativa às intenções de voto nas presidenciais 2011, com recolha de campo entre 14 e 16 de janeiro de 2011, e cuja divulgação foi realizada pelo Diário Económico e TSF.

Decisão

Tendo apreciado esta participação e considerado que a realização da sondagem e respetiva interpretação técnica foram realizadas de acordo com as regras previstas pela Lei das Sondagens, o Conselho Regulador deliberou considerar improcedente a participação apresentada e proceder ao respetivo arquivamento.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 2/SOND/2011**

Divulgação de sondagem pelo Diário Económico e Económico TV.

Enquadramento

A Marktest, no cumprimento do disposto nos n.ºs 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho depositou, no dia 11 de maio de 2011, na ERC uma sondagem cujo objeto versava, entre outras matérias,

sobre as intenções de voto legislativo. No dia 12 de maio, o Diário Económico e o Económico TV divulgaram e difundiram resultados dessa sondagem. O modo como a sondagem foi publicada suscitou aos serviços da ERC algumas dúvidas quanto à sua conformidade com o disposto na Lei das Sondagens.

Decisão

Os serviços da ERC verificaram o desrespeito do n.º 1 do art. 7.º da Lei das Sondagens, bem como violação da alínea g) do n.º 2 do mesmo preceito legal. O Conselho Regulador deliberou instar o Diário Económico e o Económico TV a observar o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes no art. 7.º da referida Lei.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 3/SOND/2011**

Ausência de depósito de uma sondagem realizada pelo IPOM.

Enquadramento

Foram observadas, em vários órgãos de comunicação social, na primeira quinzena de fevereiro de 2009, algumas peças jornalísticas com referências a uma sondagem divulgada no dia 2 de fevereiro de 2009, em conferência de imprensa na sede do PSD Algarve, pelo deputado Mendes Bota. O conteúdo da divulgação versou, entre outras matérias, sobre cenários de voto autárquico no concelho de Olhão e sobre a notoriedade e imagem de Gonçalo Amaral.

De acordo com as informações prestadas na divulgação da sondagem, a mesma teria sido encomendada pelo PSD/Algarve ao Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda. (IPOM), tendo o trabalho de campo decorrido nos dias 22 e 23 de janeiro de 2009.

A análise realizada às sondagens depositadas pelo IPOM junto da ERC não permitiu identificar o depósito da sondagem correspondente a essa divulgação, pelo que os serviços da Entidade consideraram resultarem indícios de um eventual incumprimento do disposto no art. 5.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

Oficiado, em 19 de fevereiro de 2009, para informar se teria realizado a sondagem cuja responsabilidade lhe era atribuída, o IPOM efetuou o seu depósito em 26 de fevereiro de 2009.

Decisão

O Conselho Regulador reunido a 28 de setembro de 2011 deliberou arquivar este processo, uma vez que não estava preenchido o ilícito típico previsto e punido nos termos do art. 17.º, n.º 1, alínea d) da Lei das Sondagens.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 4/SOND/2011**

Divulgação de sondagem pela RTP, RDP e Jornal de Notícias.

Enquadramento

A Universidade Católica/CESOP, no cumprimento do disposto nos n.ºs 5.º e 6.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho depositou, no dia 17

de dezembro de 2008, na ERC uma sondagem realizada para o Jornal de Notícias, a RTP e a RDP, tendo como objeto, entre outros, a intenção de voto legislativo e a avaliação das relações entre o Presidente da República e o Governo. O modo como esta sondagem foi divulgada suscitou nos serviços da ERC dúvidas quanto à sua conformidade com o disposto no n.º 2 do art. 7.º da Lei das Sondagens.

Decisão

A Entidade verificou que o Jornal de Notícias procedeu à divulgação dessa sondagem em desrespeito pelo disposto na alínea e) do n.º 2 do art. 7.º da Lei das Sondagens, por omissão da repartição geográfica dos inquiridos. A violação dessa norma derivou da errada interpretação da exigência legal e não de uma atitude descuidada ou indiferente para com o regime legal aplicável.

Tendo presente que o papel de acompanhamento desempenhado pela atividade de regulação deve também traduzir-se numa atitude pedagógica junto dos regulados, no intuito de que estes revelem o desejo de corrigir as suas infrações e, assim, conformar o seu comportamento com as disposições legais aplicáveis, o Conselho Regulador deliberou instar esta publicação ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade de este órgão de comunicação social observar o disposto na alínea e) do n.º 2 do art. 7.º, conformando a sua conduta com os reparos efetuados na presente deliberação e determinar a abertura de processo contraordenacional contra a Global Notícias, Publicações, S.A.

Relativamente à RTP e RDP, o Conselho Regulador deliberou instá-los ao cumprimento do disposto na Lei das Sondagens, salientando em particular a necessidade de estes órgãos de comunicação social observarem devidamente o disposto no n.º 2 do art. 7.º, conforme os reparos que às suas condutas foram efetuados na presente deliberação e determinar a instauração de processo de contraordenação contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.7. DIREITOS DOS JORNALISTAS

- **Deliberação n.º 1/DJ/2011**

Queixa de Carlos Manuel Marques Cipriano contra a REFER, EPE, por violação por parte desta empresa do direito de acesso às fontes de informação assegurado aos jornalistas.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 19 de abril de 2011, uma queixa subscrita por Carlos Manuel Marques Cipriano contra a REFER, EPE por alegada violação, por parte desta entidade, do direito de acesso às fontes de informação assegurado aos jornalistas.

Decisão

Após apreciar esta queixa, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a procedência da queixa apresentada, uma vez que a REFER, EPE, deu cumprimento deficiente ao dever de informação a que estava vinculada,

não facultando ao Queixoso o direito de acesso à informação que este solicitou e que lhe é conferido pelo art. 8.º do Estatuto do Jornalista. O órgão regulador deliberou ainda instar a REFER, EPE, a, no futuro, respeitar de modo tempestivo e integral o direito de acesso às fontes de informação legalmente assegurado aos jornalistas.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

• Deliberação n.º 2/DJ/2011

Requerimento do jornalista António Palmeiro relativo a um despacho judicial de indeferimento da consulta de um processo cível.

Enquadramento

No dia 14 de junho, deu entrada da ERC um ofício subscrito pelo jornalista António Palmeiro, remetendo cópias de um despacho de indeferimento da consulta de um processo cível envolvendo uma empresa construtora e um município. Não concordando com o indeferimento, o jornalista veio dar conhecimento do mesmo à ERC, para os efeitos tidos por convenientes.

No dia 20 de junho de 2011, a ERC recebeu um novo ofício apresentando por este jornalista no qual remeteu novo despacho que indeferiu a sua segunda tentativa de consulta do processo. Na sua opinião, tal recusa “limitava o exercício da profissão de jornalista, a liberdade de expressão e a divulgação de factos relativos a uma entidade pública”, não havendo “razões legais ou objetivas para tal recusa.”

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador, foi deliberado este órgão dever abster-se de apreciar as concretas questões suscitadas no requerimento apresentado pelo citado jornalista, expressando embora a preocupação que lhe merecia a importância da matéria. No corpo desta deliberação o órgão regulador lembrou que não pode uma entidade administrativa servir de instância de recurso de decisões de um juiz.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• Deliberação n.º 3/DJ/2011

Participação do Sindicato dos Jornalistas contra o diretor da Escola Secundária de Paredes.

Enquadramento

No dia 29 de março de 2011, os serviços da ERC receberam uma participação do Sindicato dos Jornalistas relativa a uma alegada violação do direito de acesso à informação do jornalista José Vinha, por o diretor da Escola Secundária de Paredes lhe ter recusado prestar declarações, a propósito da queda de um elemento do teto falso do refeitório da escola, que causou ferimentos a três estudantes.

Decisão

Em reunião de dia 10 de agosto de 2011, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a procedência da participação apresentada, uma vez que o diretor da Escola Secundária de Paredes incumpriu o dever de informação a que estava vinculado, enquanto principal representante do estabelecimento de ensino, não facultando ao jornalista José

Vinha o direito de acesso à informação que este solicitou e que lhe é reconhecido pelo art. 8.º do Estatuto do Jornalista. O órgão regulador deliberou instar o diretor da Escola Secundária de Paredes a, no futuro, respeitar o direito de acesso às fontes de informação legalmente assegurado aos jornalistas.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

• Deliberação n.º 4/DJ/2011

Queixa do diretor do “Diário de Notícias – Madeira” e da Empresa do Diário de Notícias, Lda. por alegada recusa da emissão de credencial para a realização da cobertura jornalística de jogo de futebol no Estádio dos Barreiros.

Enquadramento

Os serviços da ERC receberam uma queixa de Ricardo Miguel Fernandes de Oliveira, diretor do “Diário de Notícias – Madeira”, e a Empresa do Diário de Notícias, Lda. contra o Marítimo da Madeira Futebol, SAD, e o Presidente do seu Conselho de Administração, por alegada recusa de emissão de credencial para a realização da cobertura jornalística do jogo de futebol entre o Marítimo e o Naval 1.º de Maio, que teve lugar no Estádio dos Barreiros no dia 24 de outubro de 2010.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado não dar seguimento à queixa que lhe foi submetida, uma vez que o colaborador do Diário de Notícias da Madeira não detinha título profissional ou equiparado que o habilitasse a exercer a atividade de jornalista, não reunindo os requisitos que lhe permitissem exercer o direito de acesso reservado a jornalistas, nos termos dos arts. 9.º e 10.º da Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro. O órgão regulador deliberou instar a Marítimo da Madeira Futebol, SAD, a rever os seus procedimentos quanto à creditação de jornalistas, acautelando o direito de acesso destes a eventos de natureza idêntica ou a outros em que prevaleça o mesmo direito, bem como dar conhecimento da presente deliberação à Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, para os efeitos previstos nas alíneas b) e c) do n.º 1 e no n.º 5 do art. 20.º do Estatuto do Jornalista.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

• Deliberação n.º 5/DJ/2011

Queixa de Carlos Manuel Marques Cipriano contra o “Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território” (hoje, “Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território”) por violação do direito de acesso às fontes de informação assegurado aos jornalistas.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 12 de abril de 2011, uma queixa subscrita por Carlos Manuel Marques Cipriano contra o Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território por alegada violação, por parte desta Entidade, do direito de acesso às fontes de informação assegurado aos jornalistas.

Tendo analisado esta matéria, o Conselho Regulador deliberou reconhecer a procedência da queixa apresentada, declarando não ter o referido Ministério dado cumprimento ao dever de informação a que estava vinculada, não facultando ao queixoso o direito de acesso à informação que este solicitou e que lhe é conferido pelo art. 8.º, do Estatuto do Jornalista.

O órgão regulador sublinhou ainda a importância de que se reveste numa sociedade democrática o acesso à informação enquanto elemento indispensável para a formação de uma opinião pública livre e esclarecida e instou o Ministério a, no futuro, respeitar de modo pontual e integral o direito de acesso às fontes de informação legalmente assegurado aos jornalistas.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Deliberação n.º 6/DJ/2011**

Queixa do diretor do “Diário de Notícias – Madeira” e da Empresa do Diário de Notícias, Lda. por alegada recusa de emissão de credenciais para a cobertura jornalística de jogo de futebol no Estádio dos Barreiros.

Enquadramento

A ERC recebeu uma queixa de Ricardo Miguel Fernandes de Oliveira, diretor do “Diário de Notícias – Madeira”, e da Empresa do Diário de Notícias, Lda., contra o Marítimo da Madeira Futebol, SAD, e o Presidente do seu Conselho de Administração, por alegada recusa de emissão de credenciais para a realização da cobertura jornalística do jogo de futebol entre o Marítimo e a União de Leiria, que teve lugar no Estádio dos Barreiros no dia 7 de novembro de 2010, violando assim o direito de acesso dos jornalistas às fontes de informação.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou reconhecer como procedente a queixa formulada, na parte em que os Queixosos imputam aos Denunciados a violação do direito de acesso dos jornalistas, previsto nos arts. 9.º e 10.º do Estatuto do Jornalista, por não terem procedido à emissão da credencial solicitada pelo “Diário de Notícias – Madeira” para o jornalista Marco Freitas, para efeitos da cobertura jornalística do referido jogo de futebol. O órgão regulador deliberou instar a Marítimo da Madeira Futebol, SAD, a rever os seus procedimentos quanto à creditação de jornalistas, acautelando o direito de acesso destes a eventos de natureza idêntica ou a outros em que prevaleça o mesmo direito.

O Conselho Regulador deliberou participar os factos ao Ministério Público, para efeito do apuramento da responsabilidade penal dos agentes envolvidos, nos termos e para os efeitos do disposto no n.º 1 do art. 19.º do Estatuto do Jornalista.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 7/DJ/2011**

Participação apresentada pelo Diário de Notícias da Madeira e pela jornalista Marta Caires contra o Presidente do Governo Regional da Região Autónoma Madeira.

Enquadramento

Deu entrada na ERC, no dia 17 de agosto de 2011, uma participação apresentada pelo Diário de Notícias da Madeira e pela jornalista Marta Caires contra o Presidente do Governo Regional da Região Autónoma Madeira por alegada violação do direito de acesso dos jornalistas à informação.

Decisão

Após analisar esta matéria, o Conselho Regulador deliberou considerar a queixa improcedente, uma vez que não se apuraram elementos que consubstanciassem violação do direito de acesso à informação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 8/DJ/2011**

Queixa do Diário de Notícias – Madeira contra o PSD – Madeira, relativa à distribuição de cartões de livre-trânsito à “Grande Festa Popular”.

Enquadramento

O Diário de Notícias – Madeira submeteu uma queixa contra o PSD – Madeira, por não lhe ter sido concedido o cartão de livre-trânsito relativo ao evento “Grande Festa Popular”, promovido na “Herdade Chão Lagoa”, propriedade da Fundação Social Democrata da Madeira. Na apreciação desta matéria, o Conselho Regulador lembrou que a liberdade de imprensa implicava, entre outras faculdades e prerrogativas, o direito dos jornalistas ao acesso às fontes de informação e que o Estatuto do Jornalista reconhece o direito de acesso dos jornalistas a locais abertos ao público desde que para fins de cobertura informativa. O órgão regulador verificou que, no presente processo, não esteve em causa o exercício do direito de acesso dos jornalistas do “Diário de Notícias – Madeira” ao local onde decorreu a “Grande Festa Popular”, uma vez que não havia qualquer impedimento à entrada de jornalistas ou de qualquer cidadão.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou dar provimento a esta queixa, por entender que a decisão do PSD-Madeira de não atribuir o cartão de livre-trânsito ao “Diário de Notícias – Madeira” não foi tomada com base em critérios objetivos, sendo uma decisão que discrimina, injustificadamente e sem fundamentação, o jornal em relação a outros órgãos de comunicação social. O órgão regulador deliberou instar o PSD-Madeira a, no futuro, não discriminar órgãos de comunicação social ou jornalistas de forma desnecessária, não fundamentada e desrespeitadora do princípio da igualdade.

Votação

Aprovada por C, LR, RA e RG. Abstenção de CM.

1.2.8. PARECERES

- **Deliberação n.º 1/PAR-I/2011**

Parecer sobre a nomeação de Fernando Paula Brito para o cargo de diretor de informação da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

Enquadramento

Por carta de 15 de julho de 2011, a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a projetada nomeação de Fernando Paula Brito para o cargo de diretor de informação da referida agência noticiosa. A pretendida nomeação resulta da necessidade de preencher a vaga deixada pelo anterior responsável pelo cargo diretivo em questão, e suporta-se amplamente em parecer do Conselho de Redação da Lusa, o qual, por unanimidade, se mostra favorável à escolha de Fernando Paula Brito para o efeito. Os serviços da ERC analisaram o *curriculum vitae* de Fernando Paula Brito e a experiência profissional que o mesmo exibia com passagens por áreas e funções diversas do sector da comunicação social — imprensa, televisão e rádio e atestaram que o indigitado diretor possuía os requisitos que se afiguravam necessários ao exercício do cargo.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou assim dar parecer favorável à nomeação deste profissional para o cargo de diretor de informação da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/PAR-I/2011**

Parecer sobre a nomeação de Nuno Alexandre Cordeiro da Silva Lopes Simas e de Ricardo Jorge de Castro Neves Ferreira Pinto para os cargos de diretores da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

Enquadramento

Por carta de 27 de julho de 2011, a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a projetada nomeação dos jornalistas Nuno Alexandre Cordeiro da Silva Lopes Simas e Ricardo Jorge de Castro Neves Ferreira Pinto para diretores-adjuntos de informação da referida agência noticiosa.

As pretendidas nomeações radicavam em escolhas assumidas pelo atual responsável pela Direção de Informação desta agência noticiosa, as quais, dissipadas certas reservas iniciais, obtiveram parecer favorável do Conselho de Redação daquela entidade.

Decisão

O Conselho Regulador, reunido a 2 de agosto de 2011, deliberou dar parecer favorável à nomeação destes jornalistas para os citados cargos, uma vez que os seus *curricula* atestavam qualificações e experiências profissionais significativas na área da comunicação social, particularmente no campo da imprensa, que permitiam indiciar com razoável grau de segurança que possuíam os requisitos que se afiguram necessários ao exercício desses cargos.

Votação

Aprovada por AL, EO e RAF.

- **Deliberação n.º 1/PAR-TV/2011**

Parecer sobre a nomeação de Nuno Miguel Duarte dos Santos para o cargo de diretor de informação de televisão dos serviços de programas da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

No dia 10 de março de 2011, a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a nomeação de Nuno Miguel Duarte dos Santos para o cargo de diretor de informação de televisão, com efeitos a 1 de abril de 2011, na sequência do pedido de demissão do cargo apresentado pelo anterior responsável.

Decisão

Tendo analisado o perfil profissional do nome proposto para o referido cargo, o Conselho Regulador considerou que o mesmo satisfazia os requisitos necessários ao exercício da função de diretor de informação de televisão, nos canais de serviço público, quer pelo seu conhecimento transversal do meio em que atua, quer pela sua afirmada identificação com os objetivos do serviço público de televisão. Face a essa conclusão, o Conselho Regulador deliberou dar parecer favorável à sua nomeação para o referido cargo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 2/PAR-TV/2011**

Parecer sobre a nomeação de Vítor Manuel Gonçalves Loureiro para o cargo de diretor adjunto de informação de televisão dos serviços de programas da RTP.

Enquadramento

Por carta de 24 de março de 2011, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a nomeação de Vítor Manuel Gonçalves Loureiro para o cargo de diretor adjunto de informação de televisão.

Decisão

Da análise que conduziu à experiência profissional do nome proposto, o Conselho Regulador considerou que preenchia os requisitos necessários ao exercício do cargo.

Além de que a sua já longa vinculação à RTP constituía garantia de identificação com os objetivos do serviço público de televisão. O Conselho Regulador deliberou assim dar parecer favorável à sua nomeação para o cargo de diretor adjunto de informação de televisão da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 3/PAR-TV/2011**

Parecer sobre a nomeação de Jaime Octávio Pires Fernandes para o cargo de diretor de canais internacionais dos serviços de programas de televisão da RTP.

Enquadramento

No dia 30 de março de 2011, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a nomeação de Jaime Octávio Pires Fernandes para o cargo de diretor de canais internacionais dos serviços de programas de televisão da RTP, concretamente a RTP Internacional e RTP África.

Segundo a informação veiculada pela RTP, esta nomeação resulta

da reestruturação em curso que visa dotar a empresa de uma maior eficácia no cumprimento das respetivas missões de serviço público, designadamente através da racionalização das suas estruturas orgânicas.

Decisão

Atendendo à vasta experiência profissional do nome proposto, o Conselho Regulador deliberou dar parecer favorável à sua nomeação para o referido cargo e à cessação das funções de José Manuel Fragoso Mendes como diretor dos serviços de programas RTP Internacional e RTP África, até agora exercidas em acumulação com o cargo de diretor de programas da RTP 1.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Deliberação n.º 4/PAR-TV/2011**

Parecer sobre a nomeação de Nuno Miguel Duarte dos Santos para o cargo de diretor do serviço de programas RTP N.

Enquadramento

No dia 4 de abril de 2011, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a nomeação de Nuno Miguel Duarte dos Santos para o cargo de diretor da RTP N, com a inerente destituição, por exoneração, das funções de José Alberto Figueiredo Lemos Ribeiro, diretor de programas da RTP N, Dinis Carlos de Azevedo Santiago Sottomayor, diretor-adjunto de programas da RTP N, e Carlos Daniel Bessa Ferreira Alves, diretor-adjunto da RTP N. De acordo com as explicações do operador, esta nomeação insere-se no processo de reestruturação e organização interna na empresa, em particular na Direção de Informação de Televisão.

Decisão

Em reunião de dia 20 de abril de 2011, o Conselho Regulador deliberou dar parecer favorável à nomeação deste profissional para o cargo indicado, e consequentemente, à cessação das funções de José Ribeiro, Dinis Sottomayor e Carlos Alves.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 5/PAR-TV/2011**

Parecer sobre a nomeação de Hugo Di Giovine Freire de Andrade Domingues para o cargo de diretor de programas de televisão da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

Por carta de 20 de junho de 2011, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a nomeação de Hugo Di Giovine Freire de Andrade Domingues para o cargo de diretor de programas de televisão da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., após o pedido de demissão apresentado por José Manuel Fragoso dos Santos.

Na solicitação remetida pela RTP, refere-se que a concretizar-se a nomeação de Hugo Di Giovine Freire de Andrade Domingues para o referido cargo, esta não prejudicará a manutenção do exercício, por

parte do mesmo quadro da RTP, das funções e direção do serviço de programas RTP Memória.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou dar parecer favorável à nomeação deste profissional para o cargo de diretor de programas da RTP, por considerar que este possuía os requisitos que se apresentavam como necessários ao exercício do cargo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 6/PAR-TV/2011**

Parecer sobre as alterações propostas para a direção do serviço RTP Mobile.

Enquadramento

Por carta de 16 de setembro de 2011, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., solicitou à ERC a emissão de parecer relativo à destituição de funções, por exoneração, de Carlos Alberto Vargas de Sousa Rodrigues, atual responsável pelo serviço RTP Mobile, propondo-se a sua substituição por Hugo di Giovine Freire de Andrade Domingues, em acumulação com outras funções que já vem exercendo no âmbito da concessionária de serviço público.

A explicação avançada pelo operador RTP para a alteração projetada radica no processo de reestruturação e reorganização interna em curso na empresa, processo esse que, sem sacrificar a qualidade da prestação do serviço público, tem em vista uma série de objetivos cuja conjugação ficará plenamente garantida, e até reforçada, se a responsabilidade pelo serviço RTP Mobile for assegurada de forma integrada.

Decisão

Em reunião de Conselho Regulador foi deliberado dar parecer favorável à nomeação de Hugo di Giovine Freire de Andrade Domingues para o referido cargo, o qual na leitura do regulador não se mostrará incompatível com a manutenção, por este mesmo quadro da RTP, das funções de direção do serviço de programas RTP Memória e de direção de programas de televisão da RTP.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Deliberação n.º 1/PAR-ER/2011**

Parecer sobre o projeto de decisão de revogação da licença para o fornecimento de uma rede de radiodifusão sonora digital terrestre [T-DAB].

Enquadramento

No dia 7 de março de 2011, a ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações deu conhecimento à ERC de um projeto de decisão relativo à revogação da licença para o fornecimento de uma rede de radiodifusão sonora digital terrestre [T-DAB] apresentado pela Rádio e Televisão de Portugal, S.A., tendo solicitado à ERC que se pronunciasse nos termos e para os efeitos do disposto no art. 8.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro.

Após analisar o referido projeto o Conselho Regulador considerou que a decisão de revogar a licença afigurava-se justificada no presente quadro de impasse do processo de implementação da rádio digital terrestre em Portugal e de rigorosa contenção orçamental, salvaguardando o interesse geral da eficiente alocação de dinheiros públicos. O órgão regulador declarou ainda que havendo concordância de todos os interessados e não estando em causa direitos indisponíveis, a revogação da presente Licença não suscitava obstáculos legais em face do disposto no art. 140.º, n.º 2, alínea b), do Código do Procedimento Administrativo. Segundo o regulador, a RTP deverá comunicar eficazmente ao público a sua decisão de solicitar a revogação da licença, nos termos em que se propôs fazê-lo na exposição feita à ANACOM. A ERC declarou também ser essencial que o projeto da radiodifusão digital terrestre fosse prosseguido no futuro, devendo ser iniciada uma discussão alargada sobre o tema e redefinidos os parâmetros do projeto, em consonância com as melhores experiências internacionais. Para o efeito, entende a ERC que a faixa de frequências 224,880 MHz – 226,416 MHz deverá permanecer reservada à concretização do projeto da rádio digital terrestre em Portugal.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

• **Deliberação n.º 2/PAR-ER/2011**

Parecer sobre a operação de concentração relativa à aquisição da Holdimédia SGPS, S.A. pela Metro News Publicações, S.A.

Enquadramento

A Autoridade da Concorrência solicitou à ERC a emissão de parecer sobre a operação de concentração que a Metro News e a Holdimédia concretizaram, nos termos da qual a Metro News adquiriu as ações que perfaziam a totalidade do capital social da Holdimédia.

Na análise que conduziu a esta matéria, o Conselho Regulador salientou que o sector da imprensa gratuita seria aquele no qual a concretização da operação poderia resultar em riscos mais significativos para a salvaguarda da diversidade e do pluralismo.

Decisão

Tendo o Conselho Regulador analisado as especificidades do sector da imprensa gratuita e das características próprias dos jornais gratuitos e concluído que, embora a operação de concentração em causa revelasse aspetos dignos de ponderação, mais quanto ao perigo aparente de diminuição do pluralismo e da diversidade do que à sua efetiva realização, a mesma se operava num quadro que não preenchia requisitos de gravidade que justificassem da parte da Entidade Reguladora a emissão de parecer negativo.

Em reunião de dia 27 de julho de 2011, o Conselho Regulador deliberou assim não se opor à operação de concentração notificada, uma vez que não se conclui que esteja comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião no sector dos jornais gratuitos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

1.2.9. DECISÕES DE PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS

• **Decisão n.º 1/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Rádio Escola Triângulo e Profissional, Lda.

Enquadramento

A Rádio Escola Triângulo e Profissional, Lda. violou o disposto no n.º 5 do art. 53.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, o que determinou a prática de uma contraordenação, prevista e punida pelo art. 68.º do referido diploma, com uma coima de 50 000,00 euros a 250 000,00 euros. Não obstante lhe ter sido concedida a oportunidade, a arguida não se pronunciou sobre os factos que eram são imputados.

Para efeitos de determinação da medida da coima aplicável, os serviços da ERC consideraram que este operador não teria retirado qualquer benefício económico da sua conduta omissiva. O regulador disse ter tido também presente o seu histórico sem qualquer registo de ilícitos de mera ordenação social e o atual cenário de crise económica nacional, perante o qual avultam as dificuldades inerentes à manutenção da atividade de radiodifusão, mormente no que se refere aos operadores que desenvolvem uma atividade de âmbito local.

Decisão

No dia 5 de janeiro de 2011, o Conselho Regulador deliberou admoestar este operador nos termos e para os efeitos do art. 51.º do Regime Geral das Contraordenações, censurando a omissão praticada, que considerou ilícita, típica e culposa. O regulador referiu ainda que o operador deverá pautar a atividade de radiodifusão que desenvolve por um respeito absoluto pelos normativos legais aplicáveis no quadro normativo vigente.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 2/PC/2011**

Processo de contraordenação contra Alfândega FM – Sociedade de Comunicação, Lda.

Enquadramento

No âmbito da verificação do cumprimento das obrigações previstas na Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, anterior Lei da Rádio, os serviços da ERC iniciaram os procedimentos de fiscalização, tendo em vista apurar se o serviço de programas “Alfândega FM”, disponibilizado pelo operador Alfândega FM – Sociedade de Comunicação, Lda., titular da licença para o exercício da atividade de rádio no concelho de Alfândega da Fé, frequência 88,2 MHz, serviço de programas generalista, de âmbito local, estava a cumprir os requisitos previstos na Lei da Rádio.

O reiterado incumprimento dos prazos concedidos para envio das gravações solicitadas à ERC determinou que não fosse possível proceder à análise da emissão e, conseqüentemente, apurar da sua conformidade com as obrigações, constantes da Lei da Rádio.

Com esta conduta, a arguida violou o disposto no n.º 5 do art. 53.º dos

Estatutos da ERC, o que determinou a prática de uma contraordenação, prevista e punida pelo art. 68.º do referido diploma, com uma coima de 50 000,00 euros a 250 000,00 euros, a determinar nos termos do disposto do art. 18.º do Regime Geral das Contraordenações.

Decisão

Para efeitos de determinação da medida da coima aplicável, o Conselho Regulador considerou que a arguida não terá retirado qualquer benefício económico da sua conduta omissiva e teve também em mente a ausência no histórico da arguida de ilícitos de mera ordenação social anteriores. O atual cenário de crise económica nacional, perante o qual avultam as dificuldades inerentes à manutenção da atividade de radiodifusão, mormente no que se refere aos operadores que desenvolvem uma atividade de âmbito local, foi também considerado na apreciação do regulador.

Nesse sentido, o Conselho Regulador deliberou admoestar a arguida, censurando a omissão praticada e referindo que a que deverá pautar a atividade de radiodifusão que desenvolve por um respeito absoluto pelos normativos legais aplicáveis no quadro normativo vigente.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 3/PC/2011**

Decisão contra Artur Marques de Oliveira, Lda., proprietária do Jornal de Santo Thyrsó.

Enquadramento

Em processo de contraordenação instaurado pelo Conselho Regulador no dia 9 de janeiro de 2008, foi notificada a Artur Marques de Oliveira, Lda., proprietária do “Jornal de Santo Thyrsó, por não ter cumprido a exigência legal aplicável ao procedimento a adotar em caso de recusa de publicação da resposta.

O Conselho Regulador considerou que a arguida tinha posto em causa os direitos do Recorrente, afetando a possibilidade de este se defender e apresentar a sua “verdade pessoal” nos mesmos termos da notícia original, a fim de chegar aos mesmos leitores. Os factos provados pela ERC demonstram também que a arguida agiu dolosamente, uma vez que, apesar de o Recorrente ter invocado o direito de resposta, aquela ainda assim recusou a sua publicação, com base na não identificação das passagens do artigo inicial que teriam ofendido o Recorrente.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou condenar esta arguida ao pagamento de uma coima no valor de 2 493,99 euros, ao abrigo do disposto nos arts. 24.º, n.º 3, alínea ac), e 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, por ter recusado publicar o texto de resposta, conduta prevista e punida pelo art. 35.º, n.º 1, alínea d), da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 4/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

A ERC instaurou processo contraordenacional contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. pelo facto de o programa “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” que era transmitido aos domingos, pelas 21 horas, após o Telegenial, ter sido patrocinado nos dias 30 de março, 6, 13 e 27 de abril, 4, 11, 18 e 25 de maio; 1, 8, 15, 22 e 29 de junho, 6 de julho, em violação do art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade. No âmbito deste processo, a ERC constatou que a arguida esteve sempre convencida de que se tratava de um programa de atualidade e não de informação política, pelo que se terá de concluir que a sua conduta não foi dolosa, mas sim negligente, visto ter suposto que a inclusão de outros temas que não políticos a eximia da proibição constante no art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.

No que se refere à gravidade da infração, o Conselho Regulador concluiu que não houve qualquer interferência no programa, visto que o patrocinador não influenciou a escolha dos temas tratados, nem a opinião do comentador acerca dos mesmos. Da prática da infração a ERC constatou que foram retirados benefícios económicos, visto que por cada programa patrocinado a arguida recebeu um determinado montante pecuniário, conforme a mesma informou a ERC.

Decisão

Atendendo, em especial, ao facto de “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” ter deixado de ser patrocinado assim que a arguida foi notificada da Deliberação n.º 6/PUB-TV/2008, de 9 de julho, o Conselho Regulador deliberou admoestar a arguida por ter aceitado que, durante 14 programas, um programa de natureza política fosse patrocinado, em violação do art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 5/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Young & Rubicam [Portugal] – Publicidade, S.A.

Enquadramento

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social instaurou processo contraordenacional contra a Young & Rubicam [Portugal] – Publicidade, S.A., enquanto responsável pela escolha do programa que iria ser patrocinado pela Generis, em violação do art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade. No entendimento do órgão regulador a Young & Rubicam tinha a obrigação de se certificar quais os programas que podiam ou não ser patrocinados, ao abrigo do Código da Publicidade.

Na leitura do regulador, teve um comportamento negligente ao longo do tempo em que o patrocínio foi para o ar.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou admoestar a Young & Rubicam, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, por ter sido responsável pela escolha do programa que foi patrocinado, sem atender ao disposto no art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Decisão n.º 6/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Generis Farmacêutica, S.A.

Enquadramento

A ERC instaurou processo contraordenacional contra a Generis Farmacêutica, S.A., por ter patrocinado um programa de informação política [As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa] quando tal é proibido pelo art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.

Na apreciação deste caso, o Conselho Regulador concluiu que a arguida foi negligente na sua conduta, visto que confiou na agência de publicidade para tratar de tudo.

Decisão

Tendo ponderado os elementos determinantes da medida da sanção, o Conselho Regulador deliberou que a arguida era admoestada, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, por ter patrocinado um programa de informação política quando tal é proibido pelo art. 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

• **Decisão n.º 7/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra o PÚBLICO – Comunicação Social S.A.

Enquadramento

No dia 31 de outubro de 2010, o Conselho Regulador aprovou a Deliberação n.º 39/DR-I/2010, na qual verificou que as concretas condições em que foi publicado o texto de resposta ao artigo “EPUL quer vender casas para jovens com um método que fará subir os preços” da edição de 26 de março de 2010 do jornal Público tinham violado o disposto nos n.os 3 e 6 da Lei de Imprensa, deliberando, em sequência, proceder à abertura do correspondente processo contraordenacional contra este jornal. Realizada a instrução do processo contraordenacional, foi o Público notificado, para efeitos de exercício do seu direito de defesa, da acusação. No dia 22 de fevereiro de 2011, o arguido apresentou defesa escrita, alegando, entre outros aspetos que a conduta do jornal não violou o disposto no art. 26.º, n.º 6, da Lei de Imprensa.

No decurso deste processo o Conselho Regulador verificou que, no que respeita à violação do art. 26.º, n.º 6, — que constitui a infração principal que levou à decisão de abertura do processo contraordenacional —, o jornal Público não tinha sido, até à presente data, objeto de intervenção da ERC, o que diminuía a gravidade da sua culpa.

Decisão

O Conselho Regulador entendeu que não se justificava, atenta a ausência de antecedentes no que respeita à violação do art. 26.º, n.º 6, da Lei de Imprensa, a aplicação de coima, sendo suficiente e adequada a admoestação, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, ao PÚBLICO – Comunicação Social S.A., no sentido de respeitar o regime jurídico do direito de resposta.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 8/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra Artur Marques de Oliveira, Lda., proprietária do Jornal de Santo Thyrsa.

Enquadramento

O Conselho Regulador deliberou no dia 30 de janeiro de 2008, através da Deliberação n.º 11/DR-I/2008, determinar a abertura de procedimento contraordenacional contra o Jornal de Santo Thyrsa, por violação do previsto no n.º 7 do art. 26.º da Lei de Imprensa o que configurava uma denegação ilegítima do exercício do direito de resposta.

Através de ofício com data de 10 de setembro de 2010, o qual foi recebido a 14 de setembro foi a arguida notificada da acusação, para efeitos de exercício do seu direito de defesa, tendo sido informada do direito que lhe assistia e em conformidade convidada a, querendo, apresentar num prazo de dez dias úteis os elementos de defesa que considerasse relevantes. Contudo a sua defesa só deu entrada na ERC a 1 de outubro de 2010, sendo assim considerada extemporânea. No decurso deste processo contraordenacional o Conselho Regulador referiu que tendo em consideração a inexistência de uma relação direta e útil entre a resposta e o texto respondido — e apesar de a recusa pela arguida na sua publicação não ter sido com base neste argumento, a verdade é que esta tinha, ao abrigo do art. 26.º, n.º 7, da Lei de Imprensa, o direito de recusar publicar tal texto, pelo que se o tivesse feito em conformidade com o disposto na lei, a situação teria sido, de imediato, resolvida.

Por outro lado, o Conselho Regulador disse não se poder ignorar que a arguida informou o recorrente da recusa, sendo que este não chegou a levantar a carta a informar de tal facto, pelo que não poderia saber os motivos que estavam por detrás de uma não publicação para apresentar o recurso junto da ERC com fundamento na denegação ilegítima do exercício do direito de resposta.

Decisão

Por todo isto, o Conselho Regulador entendeu que não se justificava a imposição de qualquer sanção à arguida, determinando o arquivamento do presente processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 9/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, em 14 de outubro de 2009, em 17 e 24 de fevereiro, 20 de maio, 21 de julho, 28 de setembro e 7 de outubro de 2010, oito processos de contraordenação contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A. por factos que se traduziam no incumprimento efetivo dos limites de tempo reservado à publicidade, nos termos do disposto no art. 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.

A SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A. requereu a apensação de todos os processos, invocando razões de economia, celeridade e racionalidade processual, tendo sido deferida pela ERC.

A ERC considerou que era adequado e suficiente para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza a aplicação de uma sanção de admoestação a esta arguida.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou admoestar a Arguida, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Televisão, em especial o art. 40.º, n.º 1 sempre que transmitir *spots* promocionais.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 10/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, a 25 de novembro de 2010, através da Deliberação n.º 19/OUT-TV/2010, um processo de contraordenação contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão (obrigações de anúncio da programação pelos serviços de programas televisivos nacionais)

No entendimento do Conselho Regulador, o incumprimento dos horários de programação previamente anunciados por parte dos serviços de programas televisivos é considerado atentatório do direito a uma informação correta e atualizada dos telespectadores, da sua livre e esclarecida determinação, na escolha dos conteúdos que pretendam visionar, tal como do respeito pelos operadores, nomeadamente, da ética de antena que lhes é exigível.

O órgão regulador disse que a RTP não negou a prática dos factos por que vinha acusada, tendo sustentado que os mesmos se ficaram a dever ao respeito pelo telespectador, no desvio ocorrido a 3 de setembro de 2010, e ao manifesto interesse público dos temas, na situação do dia 13 de setembro de 2010.

Decisão

Ponderados os elementos determinantes da medida da sanção, atendendo, em especial, ao facto de a arguida apresentar prejuízos no resultado do exercício de 2009, e considerando-se que a arguida não terá retirado qualquer benefício económico da sua conduta omissiva, o Conselho Regulador deliberou condenar a arguida ao pagamento de uma coima no valor de 7 500,00 euros, por violação do art. 29.º da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 11/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra Avenida dos Aliados, Sociedade de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, nos termos e com os fundamentos constantes da Deliberação n.º 16/OUT-TV/2010, de 7 de outubro de 2010, um processo de contraordenação contra o operador Avenida

dos Aliados, Sociedade de Comunicação, S.A. No referido processo de contraordenação foi lavrada acusação por factos que se traduziam no incumprimento efetivo do horário de programação, nos termos do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão.

No âmbito deste processo o Conselho Regulador verificou que se tratavam dos primeiros autos de contraordenação instaurados a este operador com este fundamento e que não se podia considerar provado que este tivesse retirado benefícios económicos da inobservância do art. 29.º da Lei da Televisão registada no dia 6 de julho de 2010.

Decisão

Assim, entendeu a ERC que nesse momento, era adequado e suficiente para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza a aplicação de uma sanção de admoestação. Como tal, decidiu admoestar a arguida, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Televisão, em especial o art. 29.º no que respeita ao anúncio da sua programação.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 12/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador determinou no dia 16 de fevereiro de 2011 a instauração de processo de contraordenação contra a DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A. por se terem verificado algumas situações nos dias 24 e 27 de novembro de 2010, em que a exibição do filme “Selva Canibal” não foi acompanhada da sinalética apropriada, consubstanciando um comportamento reiterado de violação do disposto no art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão.

Na defesa que apresentou junto da ERC, a DREAMIA desresponsabilizou-se da conduta que lhe era imputada, requerendo o arquivamento do processo contraordenacional, ou, “[a] considerar-se haver obrigação de exibição de sinalética, a sua omissão só poderá ser imputada à Arguida a título de negligência.”

No entendimento do órgão regulador a omissão da sinalética aplicável à exibição do filme em análise representará sempre um comportamento pouco zeloso do operador, no que respeita à integral observância do n.º 4 do art. 27.º da Lei da Televisão, No que se refere à gravidade da infração, o Regulador disse que não se deveria deixar de se atender ao facto de, na sua sequência, não ter resultado benefício económico para o operador.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que a arguida violou, a título de negligência, o disposto na primeira parte do n.º 4 do art. 27.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, pelo que praticou uma contraordenação prevista e punida pela alínea a) do n.º 1, do art. 75.º, do mesmo diploma legal, estando consequentemente sujeita à aplicação de uma coima no valor de 7 500,00 euros.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 13/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Data Crítica, Estudos de Opinião e Mercado, Lda.

Enquadramento

No dia 8 de agosto de 2007, o Conselho Regulador adotou a Deliberação n.º 4/SOND-I/2007, que determinou a abertura do processo contraordenacional contra a Data Crítica, por violação dos arts. 4.º e 6.º da Lei das Sondagens. O Conselho Regulador considerou que a infração detetada era grave à luz da Lei das Sondagens, uma vez que com tal conduta impediu os leitores de acederem a uma informação precisa e correta das intenções de voto para as eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa, para além de ter lesado os interesses do próprio partido Partido da Nova Democracia, que pode assim ter sido prejudicado.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que embora a arguida tenha retirado benefícios económicos ao realizar uma sondagem a pedido do jornal (Diário Económico), não terá obtido benefícios suplementares pela prática da infração concretamente praticada.

Nessa medida, decidiu apenas admoestá-la da, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, por ter realizado uma sondagem em violação dos arts. 4.º e 6.º, da Lei das Sondagens.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 14/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a TVI, Televisão Independente, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou um processo de contraordenação contra a TVI – Televisão Independente, S.A. pela exibição do filme “Grande Moca Meu — a Fuga”, no dia 22 de maio de 2010, pelas 13h55. Do visionamento efetuado pelos serviços da ERC concluiu-se que algumas das cenas do referido filme excediam os limites à liberdade de programação, nomeadamente no que se prendia com a exibição de (i) de elementos de pendor sexualmente explícito, nos planos visual e verbal, com conteúdos em que eram mostrados órgãos sexuais ou a representação, ainda que não pornográfica, de atos sexuais e ii) referências visuais e verbais ao consumo de drogas, nomeadamente, de canábis — que surgia de modo recorrente ao longo do filme — e dos comumente designados “cogumelos mágicos”.

O regulador considerou que algumas das cenas *supra* descritas poderiam, com efeito, ferir a suscetibilidade de crianças e adolescentes, em particular onde se assiste à utilização de elementos de pendor sexualmente explícito, tanto no plano visual como verbal, ainda que seja claro o seu enquadramento humorístico. Pois na sua leitura, os públicos mais jovens não terão o discernimento suficiente para descodificar convenientemente as mensagens transmitidas e o seu contexto.

Na defesa apresentada junto da ERC, a TVI – Televisão Independente, S.A. argumentou que o conteúdo do filme não era suscetível de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes.

O Conselho Regulador considerou que a película “Grande Moca Meu! — A Fuga” tinha efetivamente conteúdos suscetíveis de terem influência nesses públicos, pelo que deveria ter sido exibida pela TVI no horário entre as 22h30 e as 6h00 e acompanhada de identificativo visual apropriado.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que a gravidade da infração e da culpa do agente justificavam que o presente procedimento contraordenacional levasse à aplicação de uma coima no valor de 10 000,00 euros.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 15/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Sociedade de Publicações, Lda.

Enquadramento

A ERC instaurou um processo de contraordenação contra a ST & SF – Sociedade de Publicações, Lda., proprietária do jornal “Diário Económico”, por violação do art. 7.º, n.º 2, alínea g), da Lei das Sondagens. Os serviços da ERC tinham constatado que, apesar da existência de 12 candidatos às eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa, na sondagem publicada o jornal optara por apenas divulgar as intenções de voto respeitantes a 7 dos candidatos, impedindo o leitor de se inteirar acerca dos resultados que os restantes candidatos obtiveram.

No que se refere à gravidade da infração, e apesar de a arguida não ter facultado ao público todos os elementos que permitiriam uma correta interpretação das intenções de voto referentes a estas eleições, o Conselho Regulador considerou que a mesma não prejudicou os resultados destas e que da prática da infração não foram retirados benefícios económicos.

Decisão

Nestes termos, ponderados os elementos determinantes da medida da sanção, o Conselho decidiu admoestar a arguida, nos termos do art. 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, por ter publicado uma sondagem sem ser acompanhada de todas as informações previstas no art. 7.º, n.º 1, e n.º 2, alínea g), da Lei das Sondagens.

Votação

Aprovada por AL, ES e RAF.

- **Decisão n.º 16/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A.

Enquadramento

Nos termos da Deliberação n.º 18/OUT-TV/2010, de 10 de novembro de 2010, o Conselho Regulador instaurou, um processo de contraordenação contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A. por

factos que se traduziam no incumprimento efetivo do horário de programação, nos termos do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão. Nas alegações remetidas à ERC o operador TVI não negou a prática dos factos por que vinha acusado, embora sustentando que os mesmos se ficaram a dever à maior duração de um episódio da novela, no desvio ocorrido no dia 1 de junho de 2010, e à necessidade de efetuar uma cobertura noticiosa com relevância jornalística, no caso da morte de José Saramago, no desvio ocorrido a 18 de junho de 2010.

Decisão

Na apreciação deste caso, o Conselho Regulador disse tratar-se dos primeiros autos de contraordenação instaurados à TVI com este fundamento. O Conselho Regulador considerou por isso que seria adequada e suficiente, para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza, a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Televisão, em especial o art. 29.º no que respeita ao anúncio da sua programação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 17/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.

Enquadramento

Tendo analisado o cumprimento dos limites de tempo reservado à publicidade pelo serviço de programas Panda, referente ao mês de dezembro de 2010, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador Dreamia, Serviços de Televisão, S.A., ao abrigo do disposto nos arts. 40.º, n.º 1, e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no desrespeito dos mesmos, nos casos ocorridos em 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 e 13 de dezembro de 2010.

Na defesa apresentada junto da ERC a Dreamia não negou a prática dos factos por que vinha acusada. Sustentou que eles se ficaram a dever a um erro no sistema de auditoria que, logo que detetado, foi devidamente corrigido, de forma a evitar futuros casos semelhantes. Na condução deste processo de contraordenação, o Conselho Regulador disse valorizar a correção imediata da situação, assim que detetada, bem como atender ao facto de se tratar dos primeiros autos de contraordenação instaurados à Dreamia com este fundamento, e de se admitir que as infrações se ficaram a dever a mero erro procedimental.

Decisão

Assim, entendeu a ERC que, nesse momento, era adequada e suficiente para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Televisão, em especial o seu art. 40.º, no que respeita ao tempo reservado à publicidade.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Decisão n.º 18/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a S.T. & S. F., Sociedade de Publicações Lda.

Enquadramento

O sítio eletrónico <http://economico.sapo.pt> publicou, às 09:34 do dia 23 de janeiro de 2011, uma peça jornalística com referência a resultados de uma sondagem relativa às eleições presidenciais de 2011, cuja realização foi da responsabilidade da Marktest. A referida peça foi disponibilizada em dia de ato eleitoral, o que constitui uma violação ao disposto no n.º 1 do art. 10.º do Decreto-Lei n.º 10/2000, de 21 de junho. Recorde-se que por respeito ao designado “período de reflexão”, a Lei proíbe tanto a divulgação como a análise, o comentário ou a projeção de resultados de sondagens. Face ao verificado, o Conselho Regulador instaurou um processo contraordenacional contra a S.T. & S. F., Sociedade de Publicações Lda., na qualidade de detentora deste sítio eletrónico. No decurso desse processo o Conselho Regulador disse ter ficado demonstrado que a arguida podia e tinha capacidade para dar cumprimento à obrigação que sobre si impedia de garantir que em dia de realização de ato eleitoral não fosse publicada qualquer peça jornalística que procedesse à divulgação e/ou análise, referência ou comentário de sondagens relativas às eleições que se realizavam nessa data, bastando que zelasse pelo dever de cumprimento da Lei das Sondagens por parte dos seus colaboradores.

Decisão

Atendendo, contudo, aos elementos trazidos ao processo e não se tendo registado no passado situação idêntica e verificando-se que a culpa da arguida seria leve, não tendo sido recolhidos indícios de que os agentes tenham atuado com a intencionalidade de violar a lei, o Conselho Regulador entendeu não ser justificada a aplicação de coima. Sendo suficiente e adequada a admoestação a impor na publicação de peças jornalísticas relacionadas com sondagens o rigor necessário e adequado a evitar violações da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, abstendo-se de publicar, analisar ou comentar sondagens ou inquéritos de opinião desde o final da campanha relativa à realização do ato eleitoral ou referendário até ao encerramento das urnas em todo o País.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF.

- **Decisão n.º 19/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Publicoura – Empresa Noticiosa de Coura, Lda.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, em 3 de dezembro de 2008, em 1 de julho de 2009, em 29 de julho de 2009, em 11 de novembro de 2009, em 26 de maio de 2010, e em 28 de setembro de 2010, seis processos de contraordenação contra a Publicoura – Empresa Noticiosa de Coura, Lda. Em todos os processos de contraordenação referidos, ainda que digam respeito a diferentes situações, foi lavrada a acusação por factos que se traduziam no incumprimento efetivo do direito de resposta, nos termos do disposto no art. 26.º da Lei de Imprensa.

Por razões de economia, celeridade e racionalidade processual, e dando por verificada a conexão prevista nos arts. 24.º e 29.º do C.P.P, foram apensados todos os processos, pelo que seria proferida uma única decisão, abrangendo os processos mandados instaurar pelas deliberações do Conselho Regulador da ERC n.ºs 50/DR-I/2009, 94/DR-I/2008, 43/DR-I/2009, 76/DR-I/2009, 26/DR-I/2010 e 47/DR-I/2010. O Conselho Regulador entendeu ser adequado utilizar, neste caso, o mecanismo da “suspensão provisória do processo”, previsto no art. 281.º do Código do Processo Penal, como sendo o único que permite salvar todos os direitos e interesses em presença: quer de natureza pública, como a defesa da liberdade de informação e do direito de resposta e ainda a preservação de um órgão de comunicação social de âmbito regional; quer de natureza privada, como a viabilização de uma empresa e a manutenção de postos de trabalho.

Decisão

Nessa medida determinou a suspensão, por um período de quatro meses a contar do dia 25 de agosto, dos processos de contraordenação pendentes em que era arguida a proprietária do jornal “O Coura”. O órgão regulador determinou ainda a aplicação de seis injunções à arguida, que se traduzem em efetuar a publicação, com obediência aos requisitos legais previstos no art. 26.º, n.ºs 3 e 6 da Lei de Imprensa, na mesma ou em edições sequenciais do jornal “O Coura”, dos seis textos de resposta a que se reportam as Deliberações n.ºs 50/DR-I/2009, 94/DR-I/2008, 43/DR-I/2009, 76/DR-I/2009, 26/DR-I/2010 e 47/DR-I/2010. O Conselho Regulador determinou também a aplicação de uma outra injunção, tendo como objeto a regularização do registo nos serviços da ERC do atual diretor da publicação periódica e que a arguida assumia uma regra de conduta futura que implique o cumprimento dos deveres legais que, em matéria de direito de resposta, impendem sobre a publicação periódica “O Coura”.

Votação

Aprovada por EO, ES e RAF

- **Decisão n.º 20/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Metro News Publicações, S.A.

Enquadramento

No dia 8 de setembro de 2010, o Conselho Regulador da ERC deliberou proceder à abertura de um processo contraordenacional contra a Metro News Publicações, S.A., enquanto proprietária do jornal Destak, por aí se ter verificado a publicação de uma reportagem e entrevista que violou o disposto no n.º 2 do art. 28.º da Lei de Imprensa.

Decisão

O Conselho Regulador considerou que o jornal agiu com negligência, e que não se justificaria, no presente caso, a aplicação de coima, sendo suficiente e adequada para prevenção de futuros ilícitos contraordenacionais a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir o art. 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, que impõe a identificação dos conteúdos promocionais, aqui se incluindo as publipreportagens.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 21/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a TVI – Televisão Independente, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, em 9 de junho de 2010, um processo de contraordenação contra a TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do disposto no art. 27.º, n.º 8, da Lei da Televisão.

Conforme decorre dos factos apurados pela ERC, a TVI transmitiu no seu noticiário, imagens das festas de Pamplona, as quais mostram um homem a ser colhido por um touro, com o corpo ensanguentado e parcialmente despido. Atendendo ao tipo de conteúdo em causa e ao horário em que foi para o ar (bloco noticioso das 20 horas) o regulador considerou que se justificava que a arguida advertisse previamente os telespectadores acerca da natureza violenta e eventualmente chocante das imagens.

Em contraposição, a TVI alegou que tais imagens não eram suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade de crianças e adolescentes, como considerou que, mesmo que assim não se entendesse, existiu um cuidado da sua parte em avisar os telespectadores acerca dos conteúdos emitidos.

Na leitura do Conselho Regulador a arguida teve um comportamento negligente, visto que estava convicta que ao anunciar que “*o sangue voltou a marcar as festas taurinas em Pamplona*”, entre outras afirmações, estaria a cumprir com o art. 27.º, n.º 8, da Lei da Televisão, não equacionando que tal não seria suficiente para alertar os telespectadores do carácter violento das imagens a transmitir.

Relativamente à gravidade da infração o Regulador considerou que a mesma era grave, visto que tais imagens, se visionadas por menores, poderiam afetar a formação da sua personalidade.

Decisão

O Conselho Regulador entendeu que seria suficiente, para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza, a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento do art. 27.º, n.º 8, da Lei da Televisão, sempre que, em casos de importância jornalística, exiba elementos de programação subsumíveis nos n.ºs 3 e 4 do mesmo preceito, ou seja, da necessidade de uma advertência prévia e expressa de que, dada a sua natureza, tais elementos são suscetíveis de influir de modo negativo ou de prejudicar manifesta, séria e gravemente a formação da personalidade de crianças e adolescentes.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 22/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Voz do Nordeste – Edições e Artes Gráficas, Lda.

Enquadramento

Na sequência da Deliberação n.º 31–R/2006, de 19 de outubro de 2006, foi instaurado processo contraordenacional contra a “Voz do Nordeste – Edições e Artes Gráficas, Lda.” nos termos da alínea b) do n.º 1 do art. 35.º da Lei de Imprensa.

De acordo com o Regime Geral das Contraordenações e Coimas, o procedimento de contraordenação prescreve decorridos 3 anos sobre a prática do facto. Considerando a data da prática da contraordenação (setembro de 2006), bem como a data de notificação da decisão de abertura do procedimento, o Conselho Regulador concluiu que o presente procedimento se encontrava prescrito.

Decisão

Em consequência, o Conselho Regulador determinou a 28 de setembro de 2011 o arquivamento do procedimento de contraordenação instaurado contra a Voz do Nordeste – Edições e Artes Gráficas, Lda.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 23/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou no dia 30 de novembro pelas deliberações 12/PUB/TV/2010 e 13/PUB-TV/2010, dois processos de contraordenação contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., por factos que se traduziam numa violação do art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade no serviço de programas SIC Mulher. Estes processos foram posteriormente apensados por razões de economia, celeridade e racionalidade processual.

Na defesa remetida à ERC, a SIC sustentou que as acusações de que foi notificada se fundamentam em normativos legais revogados, inexistindo fundamento legal para a imputação das contraordenações de que vinha acusada.

O Conselho Regulador considerou que a SIC teve uma conduta negligente, visto que julgou que por estar a cumprir uma função social — no caso do programa “Querido Mudei a Casa” estar a proporcionar a pessoas e a agregados familiares de baixos recursos uma habitação condigna e, no caso do programa “Freefashion by Freeport” proporcionar a mulheres de baixos recursos uma tarde de compras e uma mudança de visual — as referências as marcas e/ou produtos poderiam ser feitas sem os limites legalmente estabelecidos, ignorando que a forma como os mesmos eram apresentados e referidos pelos apresentadores constituía um apelo à sua compra ou locação, o que violava o art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade.

Relativamente à gravidade da infração, o Conselho Regulador considerou que a mesma tinha sido grave, já que com o seu comportamento a arguida induziu os telespectadores à compra ou locação de determinados produtos em detrimento de outros.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou condenar a SIC ao pagamento de uma

coima no valor de 3 491,58 euros por ter violado negligentemente o disposto no art. 24.º, n.º 6, do Código da Publicidade, o qual determina que “os programas patrocinados não podem incitar à compra ou locação dos bens ou serviços do patrocinador ou de terceiros, especialmente através de referências promocionais específicas a tais bens ou serviços”.

Votação

Aprovada por AL, EO e ES.

- **Decisão n.º 24/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

Tendo analisado o cumprimento do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão (Anúncio da programação), durante o período referente ao mês de março de 2011, por parte do serviço de programas RTP 1, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 14, 21 e 23 de março de 2011.

Na defesa que remeteu à ERC, a RTP não negou a prática dos factos por que vinha acusada nos dias 14, 21 e 23 de março de 2011. Sustentou contudo que os mesmos se ficaram a dever à comunicação ao País do então primeiro-ministro, José Sócrates, à comunicação do resultado da cimeira de chefes de Estado e do governo da zona euro, apresentado em Bruxelas, à comunicação ao País do então ministro da Presidência, Silva Pereira, sobre as medidas do PEC, e à crise política desencadeada pela não aprovação do PEC4 e pela possibilidade de demissão do Governo, o que se provou ser enquadrável na exceção constante na previsão do n.º 3 do art. 29.º da Lei da Televisão.

Decisão

Dada a circunstância de as origens dos desvios registados se prenderem com factos de reconhecido interesse informativo, e cuja cobertura condicionou a regular emissão da programação nos termos anunciados, tendo ainda o operador encetado todos os esforços no sentido da sua regularização, com o menor prejuízo possível para o espectador, o Conselho Regulador determinou o arquivamento do presente processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 25/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra ‘O Sol é Essencial, S.A.’

Enquadramento

A ERC instaurou através da Deliberação n.º 2/SOND-I/2011 adotada no dia 10 de março de 2011 um processo de contraordenação contra ‘O Sol é Essencial, S.A.’, na qualidade de detentor do título “Sol — Todos os Sábados” por dar por verificada a violação dos n.ºs 1 e 4 do art. 7.º da Lei das Sondagens.

Na apreciação deste caso o Conselho Regulador considerou que o Sol deveria ter empreendido os esforços adequados a evitar a violação da lei. Todavia da prova recolhida disse resultarem indícios de que não terá agido com intencionalidade, tendo a violação da Lei resultado de alguma impreparação e leveza na elaboração da notícia, ao que acresce a sempre difícil gestão do tempo no que respeita a peças jornalísticas preparadas aquando do fecho da edição.

Atendendo ainda à situação económica demonstrada pelo jornal Sol reportando, no ano de 2009, com um resultado líquido negativo, considerou a Conselho Regulador não se justificar medida diversa da admoestação.

Decisão

O Conselho Regulador admoestou “O Sol é Essencial, S.A.”, a impor na publicação de peças jornalísticas relacionadas com sondagens o rigor necessário e adequado a evitar violações da Lei das Sondagens, em especial no que respeita ao cumprimento do art. 7.º daquele diploma.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 26/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Transjornal – Edição de publicações S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou um processo de contraordenação contra a Transjornal – Edição de publicações S.A., na qualidade de detentora do título “Metro Portugal”, por violação dos n.ºs 1 e 2 do art. 8.º, da Lei das Sondagens.

Na apreciação deste caso o Conselho Regulador considerou que a culpa da arguida era diminuta, tendo o seu comportamento processual indiciado que a falta não se voltaria a repetir. Atendendo aos elementos trazidos ao processo, o Conselho Regulador concluiu também que a situação económica da arguida era débil, sobretudo tendo em conta o decréscimo acentuado das receitas de publicidade e que não tinha ficado demonstrado que tivesse tido qualquer benefício com a prática da infração.

Decisão

O órgão regulador considerou que não se justificava, atenta a ausência de antecedentes no que respeita à violação do art. 8.º da Lei das Sondagens, a aplicação de coima, sendo adequada a medida de admoestação aplicada à Transjornal – Edição de publicações S.A.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 27/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A.

Enquadramento

Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador, adotada em 30 de março de 2011, foi notificada a SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A., na qualidade de detentora do serviço de programas “SIC Radical” que exibiu o

programa Rui Sinel de Cordes — Especial Natal fora dos limites horários previstos no art. 27.º, n.º 4, segunda parte, da Lei da Televisão.

No âmbito deste processo, o Conselho Regulador disse ter ficado provado que a SIC Radical agiu dolosamente, uma vez que, apesar de ter previsto que o programa Rui Sinel de Cordes — Especial Natal poderia ser nocivo para a formação de crianças e adolescentes, influenciando negativamente a sua personalidade, ainda assim, decidiu-se pela sua exibição fora do horário condicionado.

O Regulador considerou que a gravidade desta infração foi acentuada uma vez que o público do serviço de programas SIC Radical é tendencialmente um público jovem.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou assim condenar a arguida ao pagamento de uma coima no valor de 20 000,00 euros por ter exibido o referido programa fora dos limites horários previsto no art. 27.º, n.º 4, segunda parte, da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 28/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, no dia 27 de outubro de 2010, um processo de contraordenação contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., na qualidade de detentora do serviço de programas “SIC Mulher”, por violação do disposto no art. 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão. No decurso deste processo, o Conselho Regulador concluiu que existiu um comportamento negligente por parte da SIC arguida que não logrou — a tempo — corrigir os problemas internos que causaram parte dos desvios verificados na programação, nem soube conjugar a emissão de um programa em direto com o alinhamento da grelha.

O órgão regulador considerou que a infração tinha sido grave, visto que com o seu comportamento a arguida lesou o interesse dos telespectadores, não só ao não respeitar o horário anunciado, mas também ao não emitir programas anunciados ou ao emitir outros inicialmente não previstos, sem qualquer consideração pelo público.

Decisão

O Conselho Regulador decidiu condenar a SIC ao pagamento de uma coima no valor de 3 750,00 euros por ter violado negligentemente o disposto no art. 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 29/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a TVI – Televisão Independente, S.A.

Enquadramento

Tendo analisado o cumprimento do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão (Anúncio da programação), durante o período referente ao

mês de dezembro de 2010, por parte do serviço de programas TVI, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional por violação do disposto no art. 29.º, n.º 2, nos termos do art. 75.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação no dia 16 de dezembro de 2010.

No decurso deste processo contraordenacional o Conselho Regulador concluiu que a TVI foi negligente na sua conduta, visto que não se certificou que o horário de exibição de “As Tardes da Júlia” tinha sido apreendido por todos os técnicos responsáveis por colocarem o programa no ar.

O Regulador considerou que a infração verificada tinha sido média, visto que com a sua conduta atrasou a emissão do programa, prejudicando o interesse dos telespectadores.

Quanto aos benefícios económicos retirados da prática da infração e atendendo a que durante o atraso na emissão foi emitido um bloco publicitário, com publicidade comercial e autopromoções, o Regulador concluiu que a TVI beneficiou com esta infração, dado que não só aproveitou para promover o seu serviço de programas, como também terá obtido contrapartidas financeiras com a emissão de publicidade comercial.

Decisão

Tendo analisado o histórico da TVI, o Conselho Regulador disse não ser a primeira vez que concluía pelo incumprimento do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão, tendo chegado a admoestá-la na Decisão n.º 16/PC/2011, de 27 de julho.

O Conselho Regulador decidiu assim condená-la ao pagamento de uma coima no valor de 3 750,00 euros por ter violado negligentemente o disposto no art. 29.º, n.º 1, do mesmo diploma legal.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 30/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

Na sequência da análise da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, bem como da identificação dos programas de acordo com o previsto na Lei da Televisão, no serviço de programas de acesso não condicionado com assinatura SIC K do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., na semana de 18 a 24 de outubro de 2010, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC K, por infração do disposto no art. 42.º da Lei da Televisão.

No decurso desse processo, o Conselho Regulador concluiu que o comportamento da arguida foi doloso e que a infração verificada tinha sido grave, dado que com a sua conduta o operador inviabilizou a identificação da autoria do programa, para além de não ter salvaguardado a sua integridade.

Decisão

Atendendo ao facto de ser a primeira vez que se verifica que a arguida praticou uma infração desta natureza, o Conselho Regulador entendeu que seria suficiente, para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza, a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento do art. 42.º da Lei da Televisão, devendo certificar-se que todos os programas contêm as fichas artística e técnica.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 31/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Enquadramento

Tendo analisado o cumprimento do disposto no art. 29.º da Lei da Televisão (Anúncio da programação), durante o período referente ao mês de outubro de 2010, por parte do serviço de programas RTP – Rádio Televisão Portuguesa, o Conselho Regulador da ERC deliberou instaurar procedimento contraordenacional, ao abrigo do disposto nos arts. 29.º, n.º 2, e 75.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, contra o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 12, 22, 27, 28, 29 e 30 de outubro de 2010.

Decisão

Decorrido este processo contraordenacional o Conselho Regulador considerou que era adequada e suficiente para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza a aplicação de uma sanção de admoestação, ao invés da aplicação de uma coima, sendo assim formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Televisão, em especial o art. 29.º, no que respeita ao anúncio da sua programação. O Conselho Regulador salientou ter tido em conta para a determinação da medida da pena a situação económica da arguida, salientando os prejuízos registados no ano de 2010, que ascenderam a 16 598 080,79, conforme cópia do Modelo 22 da Declaração de IRC da RTP, junta ao processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 32/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Global Notícias, Publicações, S.A.

Enquadramento

Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador, adotada em 21 de junho de 2011, foi notificada a Global Notícias, Publicações, S.A., enquanto proprietária do jornal Diário de Notícias. No dia 17 de junho de 2011, o jornal publicou, na sua edição impressa e em suporte eletrónico, uma peça, inserida na rubrica “Made in Portugal”, na qual é entrevistado o ator “Ruy de Carvalho”. Na edição *on-line* a foto do ator é legendada pela seguinte frase: “Ruy de

Carvalho em entrevista ao DN para a rubrica Made In Portugal. A peça é encimada pelo título “*eu gosto muito do Pingo Doce*”. Não consta de nenhuma das peças observadas, quer da edição eletrónica, quer da edição em suporte de papel, a identificação “Publicidade” ou “PUB”.

Atendendo aos moldes em que a peça foi publicada o Conselho Regulador concluiu que resultava uma notória promoção da marca, enquadrando-se o teor da peça no conceito de publicidade constante do art. 3.º, n.º 1, do Código da Publicidade.

Com base na prova testemunhal apresentada durante este processo contraordenacional o Conselho Regulador concluiu que não houve uma intenção publicitária na seleção e construção daqueles conteúdos.

Decisão

Face a esse entendimento, decidiu proceder ao arquivamento deste processo.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 33/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., com fundamento no incumprimento das percentagens estabelecidas nos arts. 44.º e 45.º da Lei da Televisão dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras de produção europeia, relativamente à emissão, no ano de 2010, do serviço de programas SIC Radical.

Face ao apurado durante a instrução do presente processo, o Conselho Regulador concluiu que a SIC Radical agiu com culpa, visto que embora tenha investido na produção europeia e em língua portuguesa, não alcançou as quotas legalmente exigidas, conformando-se com tal. No que se refere à gravidade da infração o regulador concluiu que a mesma era mediana, visto que, embora não tenha respeitado as quotas mínimas legalmente previstas, ainda assim a arguida facultou aos telespectadores o acesso a uma programação variada de produtos nacionais e europeus.

Decisão

Tendo em consideração a atual situação económico-financeira, bem como o facto de ser a primeira vez que a arguida vem acusada de incumprimento dos arts. 44.º, n.º 2, e 45.º, n.º 1, da Lei da Televisão, o Conselho Regulador considerou que será suficiente, para evitar a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza, a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento dos arts. 44.º, n.º 2, e 45.º, n.º 1, da Lei da Televisão, devendo assegurar, no serviço de programas SIC Radical, a emissão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras europeias nas percentagens legalmente fixadas.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 34/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador mandou instaurar, em 27 de maio de 2009, através da Deliberação n.º 12/CONT-TV/2009, um processo de contraordenação contra a SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A., por violação do art. 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão.

Na instrução deste processo, o Conselho Regulador verificou que já anteriormente a SIC foi condenada no pagamento de coimas em processos de contraordenação decorrentes de infração à mesma disposição legal sanções essas que foram confirmadas pelo Tribunal Judicial de Oeiras (Processo n.º 12614/05.8TBOER e Processo n.º 14077/05.0TBOER), pelo que está obrigada à observância de cuidado especial no tratamento de situações semelhantes.

Decisão

O Conselho Regulador decidiu condenar a SIC ao pagamento de uma coima no montante de 20 000,00 euros, por ter violado, dolosamente, o disposto no n.º 4 do art. 27.º da mesma Lei.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 35/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra “Trazer Notícias, Lda.”

Enquadramento

O Conselho Regulador através da Deliberação n.º 8/SOND-I/2009, de 16 de dezembro de 2009, instaurou um processo de contraordenação nos termos do art. 17.º, n.º 3, alínea e) da Lei das Sondagens contra “Trazer Notícias, Lda”, enquanto proprietária do jornal “Correio da Feira”.

Decisão

O Conselho Regulador entendeu que considerando a natureza da infração, a diminuta culpa da arguida e a inexistência de benefício económico, se mostrava suficiente, para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza, a aplicação de uma sanção de admoestação, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir o disposto no art. 10.º, n.º 3, da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

Votação

Aprovada por unanimidade.

• **Decisão n.º 36/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou, através da Deliberação n.º 20/OUT-TV/2010, de 16 de junho de 2010, um processo de contraordenação contra a SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., por violação do art. 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão.

Decisão

Face aos elementos que foram sendo apresentados no decurso deste processo, o Conselho Regulador considerou que seria suficiente, para

evitar futuras violações como as aqui descritas, uma sanção de admoestação à SIC, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento do art. 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão, diligenciando no sentido de respeitar o anunciado na grelha de programação.

Votação

Aprovada por unanimidade.

- **Decisão n.º 37/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Edirevistas – Sociedade Editorial, S.A.

Enquadramento

O Conselho Regulador instaurou através da Deliberação n.º 16/DR-I/2011, de 30 de junho, um processo de contraordenação contra a Edirevistas – Sociedade Editorial, S.A., enquanto proprietária da TV Guia, por desrespeito do art. 26.º, n.ºs 3 e 4, da Lei de Imprensa.

No decurso deste processo o Conselho Regulador verificou que a arguida teve uma atitude dolosa, uma vez que não só o texto de resposta foi publicado sem que lhe fosse dado o relevo devido — fazendo com que o mesmo passasse despercebido entre outros artigos publicados naquela página —, como, mediante atraso na respetiva publicação que só a si é imputável, retardou o efeito útil que o mesmo pudesse ter junto dos leitores.

No que se refere à gravidade da infração, o regulador considerou que a mesma era significativa, consubstanciando uma infração grave, visto que com o seu comportamento a arguida impediu que a Recorrente exercesse convenientemente o seu direito de resposta, atrasando a sua publicação para, depois, publicar deficientemente o texto de resposta. Por outro lado, com este comportamento, a arguida prejudicou também os leitores, impedindo que estes tivessem conhecimento do ponto de vista da Recorrente.

Decisão

O Conselho Regulador deliberou condenar a Edirevistas – Sociedade Editorial, S.A. ao pagamento de uma coima no valor de 997,59 euros por ter publicado deficientemente o texto de resposta, para além de o ter feito manifestamente fora do prazo, em violação do art. 26.º, n.º 2, alínea b), n.º 3 e 4, da Lei de Imprensa.

Votação

Aprovada por unanimidade

- **Decisão n.º 38/PC/2011**

Processo de contraordenação instaurado contra a Global Notícias, Publicações, S.A.

Enquadramento

No dia 15 de novembro de 2006, o Conselho Regulador instaurou um processo contraordenacional contra a Global Notícias, Publicações, S.A., proprietária do “Jornal de Notícias” por se ter verificado uma republicação do texto de resposta ao arripio do legalmente determinado por lei.

Decisão

Tendo em conta a fraca intensidade da culpa verificada, em termos de negligência consciente, a circunstância de a arguida ter sido já objeto de várias deliberações condenatórias pelo Conselho Regulador da ERC no âmbito deste processo, das quais resultam inequívocos os termos em que devem ser publicados os textos de resposta, bem como o facto de a resposta ter sido efetivamente publicada duas vezes, o Conselho Regulador deliberou não condenar a arguida em qualquer sanção e determinar o arquivamento dos autos.

Votação

Aprovada por unanimidade.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2011

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2011

ESTUDO “EDUCAÇÃO PARA OS MÍDIA EM PORTUGAL: EXPERIÊNCIAS, ACTORES E CONTEXTOS”

O Conselho Regulador da ERC solicitou, em finais de 2009, ao Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, a realização de um estudo intitulado “*Educação para os Média em Portugal — Experiências, Actores e Contextos*”. Na solicitação da ERC, eram expressos de forma clara os objetivos da análise a realizar:

- > conhecer o atual estado da educação para os média em Portugal, através do levantamento de projetos, iniciativas, atividades e experiências desenvolvidos nos últimos anos;
- > conhecer os atores, as matérias/assuntos, os contextos e resultados do trabalho desenvolvido;
- > proporcionar elementos acerca do impacto dessas experiências, identificando as debilidades e os pontos fortes;
- > propor orientações tendentes à promoção da educação para os média no País, com base nos resultados obtidos.

Em suma, havia neste empreendimento a necessidade de uma cartografia ou mapeamento, por um lado, e de uma análise que sublinhasse tendências e linhas de força, lacunas e pontos débeis, dificuldades e entraves, perspetivas e projetos, por outro.

A metodologia seguida para a operacionalização e concretização do estudo pressupôs a realização de um conjunto de trabalhos preparatórios que passaram nomeadamente por:

- > revisão de estudos sobre as transformações recentes do campo mediático e comunicacional, com particular atenção aos aspetos culturais e educativos;
- > análise da documentação produzida pelas principais organizações internacionais que têm refletido e tomado posição sobre a dimensão da educação para os média enquanto matéria de políticas públicas;
- > perspetivação histórica do caso português, considerando sobretudo os condicionalismos decorrentes de uma sociedade que, em pouco tempo, viveu mudanças a um ritmo e com uma densidade porventura mais acentuados do que outras.

O estudo “*Educação para os Média em Portugal — Experiências, Actores e Contextos*” foi disponibilizado para operadores, profissionais, académicos, professores e público em geral, em março de 2010, no âmbito do Congresso Nacional “Literacia, Média e Cidadania”, que

decorreu em Braga, sob a organização do grupo informal sobre literacia para os média, do qual a ERC faz parte desde 2009.

Como primeiro diagnóstico, realizado a partir do trabalho feito em Portugal na última década, este estudo proporciona um quadro muito completo sobre o atual estado da educação para os média no nosso país e corresponde ao cumprimento de um dos objetivos do Conselho Regulador da ERC, o de apoio à investigação não apenas na área dos conteúdos dos média mas também do lado da receção, iniciado logo após a sua entrada em funções através da realização de um “*Estudo de Receção dos Meios de Comunicação Social*”, que abrangeu o continente e as regiões autónomas e proporcionou informação atualizada sobre os públicos e os usos que fazem dos meios de comunicação social. Completa também trabalhos realizados pela ERC sobre o pluralismo e a diversidade nos meios de comunicação social, contidos quer nos seus relatórios anuais de regulação quer em publicações autónomas dedicadas a temas sectoriais, como a cobertura jornalística das minorias e das crianças.

O estudo começa por debater o próprio conceito de educação para os média, dando conta das diversas nomenclaturas usadas para o definir como literacia mediática, educação para a comunicação ou literacia digital.

Da análise conduzida, foi possível identificar uma dezena de impulsores e responsáveis pela dinamização e desenvolvimento desta área em Portugal, nos últimos 10 anos, embora com naturezas e papéis distintos: associações, bibliotecas, empresas, ensino superior, escolas / agrupamentos dos ensinos básico e secundário, Governo, instituições públicas, média, organizações internacionais e provedores.

O estudo concluiu que não estamos propriamente num deserto, no que à intervenção diz respeito. Foram inventariados vários projetos de ação no terreno, embora de natureza muito diversa. Uns de iniciativa pessoal; outros agregados em instituições públicas ou privadas, mas que vivem muito do empenho de quem os dirige; outros que têm uma boa plataforma de apoio e um bom suporte financeiro por detrás, o que, não sendo tudo, facilita de sobremaneira o trabalho, o seu desenvolvimento e alcance. O público-alvo destes projetos é constituído sobretudo por crianças e jovens, mais especificamente estudantes do ensino básico e secundário, uma vez que o terreno de ação é sobretudo a escola.

No estudo, alude-se também à inexistência de experiências ao nível da educação de infância, envolvendo crianças em idade pré-escolar. Apenas três dos projetos identificados têm um alcance nacional; todos os outros têm uma localização geográfica precisa, verificando-se que em algumas regiões não há registo de quaisquer projetos ou iniciativas.

Do ponto de vista da investigação, observou-se uma carência de estudos especificamente neste domínio. A maioria dos projetos identificados podem enquadrar-se no âmbito da educação para os média, mas não a toma como seu objeto de estudo central. Segundo o estudo, teremos ainda um longo percurso a percorrer para que este seja um domínio de investigação, de análise e de intervenção fundamental à promoção de uma cidadania esclarecida.

Do estudo “Educação para os *Media* em Portugal — Experiências, Actores e Contextos”, parece evidente a conclusão de que o trabalho que a este nível se tem desenvolvido em Portugal passa por uma questão de crença, de envolvimento e empenho pessoal, e de um certo ativismo. Embora seja de louvar e de enaltecer todas as iniciativas e projetos, realça-se que poderia ser mais vantajoso se o seu desenvolvimento surgisse articulado num plano de ação mais amplo.

ESTUDO SOBRE PUBLICIDADE DO ESTADO

Em 25 de novembro de 2009, o Conselho Regulador, no uso das suas atribuições e competências, deliberou iniciar um procedimento tendo como objeto a publicidade do Estado.

A abertura do procedimento foi decidida na sequência de notícias publicadas na altura, e da respetiva ressonância pública, que apontavam alegadas interferências do poder político na comunicação social, por via do investimento publicitário.

Recorde-se que compete à ERC, no domínio da comunicação social, “*zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico.*” (cf. art. 8.º, alínea c), dos Estatutos da ERC) e “*fiscalizar a conformidade das campanhas de publicidade do Estado, das Regiões Autónomas e das autarquias locais com os princípios constitucionais da imparcialidade e da isenção da Administração Pública.*”.

Para uma análise mais estruturada, e perante a diversidade de entidades passíveis de ser incluídas na análise, foram criados cinco agrupamentos de entidades cujo investimento publicitário na imprensa, televisão e rádio seria objeto de estudo, a saber: i) Administração direta; ii) Administração indireta; iii) entidades das regiões autónomas na dependência direta do governo regional; iv) entidades de direito privado criadas pelo Estado para prossecução de atribuições públicas;

v) sector empresarial do Estado. Dada a imensidão de entidades incluídas no agrupamento “sector empresarial do Estado”, com formas jurídicas muito distintas, foi o mesmo subdividido em dois grupos: i) entidades públicas empresariais e empresas públicas; ii) empresas participadas e empresas em que o Estado detenha, direta ou indiretamente, uma *golden share*.

Para o fornecimento e organização preliminar dos dados referentes à imprensa e à rádio, a ERC contratou a MediaMonitor-Markttest. A análise do investimento publicitário na televisão foi realizada a partir de um estudo do consultor externo José Dias, da Coolmedia. O estudo incidiu sobre os anos de 2008 e de 2009.

Uma versão preliminar dos dados foi apresentada publicamente na *IV Conferência Anual da ERC*, em 20 outubro de 2010, tendo sido produzidos pertinentes comentários pelos convidados, que se refletiram no trabalho final aprovado em 5 de janeiro de 2011 pelo Conselho Regulador, através da Deliberação n.º 1/PUB/2011.

A opção metodológica da ERC neste estudo foi adotar um conceito alargado de estado, que abrangesse entidades de natureza distinta, concomitantemente com características e estratégias de comunicação diferenciadas. Os valores do investimento publicitário referenciado nesta análise são calculados a preços de tabela, não contemplando os descontos resultantes das negociações.

De entre as conclusões obtidas neste estudo, destaca-se o facto de o investimento do Estado ter representado, em média, em 2008 e 2009, 10 % do investimento publicitário global na imprensa, rádio e televisão. A importância do investimento do Estado é mais pronunciada na imprensa com classificados — ascende aos 14 % do investimento publicitário global neste meio — e está mais diluída na televisão, não chegando aos 10 % do respetivo investimento global. Por outro lado, verifica-se que a televisão capta a parcela mais significativa do investimento publicitário do Estado, com valores acima dos 80 %, no período analisado.

O investimento publicitário do Estado registou, a preços de tabela, um aumento, de 2008 para 2009, à semelhança do investimento global.

Segundo os dados apurados, o sector empresarial é o agrupamento que mais contribui para a fatia do investimento publicitário do Estado nos meios analisados. Ainda assim, verifica-se uma descida do investimento deste agrupamento no período analisado, tanto na televisão como na rádio e na imprensa sem classificados. As empresas participadas contribuem mais para a parcela do investimento deste agrupamento do que as empresas públicas e entidades públicas empresariais. Verifica-se uma exceção na imprensa sem classificados, em 2008, em que prevalece o investimento publicitário das empresas públicas e entidades públicas empresariais.

Analisados os vinte principais anunciantes, verificou-se que os mesmos pertencem, maioritariamente, ao sector empresarial do Estado, o que espelha o peso deste agrupamento na economia do investimento publicitário do Estado.

De acordo com este estudo, o *Jornal de Notícias*, o *Correio da Manhã* e o *Expresso* lideraram o investimento publicitário do Estado na imprensa sem classificados, em 2008 e em 2009. As publicações com menor investimento do Estado foram, nos dois anos, a *Focus* e o *24 Horas*. Considerados os classificados, seriam o *Correio da Manhã*, o *Jornal de Notícias* e o *Diário de Notícias* a liderar o investimento publicitário do Estado na imprensa, em 2009.

O estudo revela ainda que no sector da rádio, em 2008, lideraram o investimento do Estado a RFM, a Rádio Comercial e a TSF. No ano seguinte, o primeiro lugar passou a pertencer à TSF — com um aumento de nove pontos percentuais —, seguida da RFM e da Rádio Comercial. Os restantes serviços de programas radiofónicos captam valores residuais no investimento publicitário do Estado, com exceção da Rádio Renascença, que obtém cerca de 8 % daquele investimento.

A ERC apurou também que a TVI liderou o investimento publicitário do Estado na televisão, no período em análise. A SIC e a RTP1 alternaram, no segundo e terceiro lugares, em 2008 e em 2009, apresentando fatias de investimento do Estado relativamente próximas (entre os 18,6 % e os 22,2 %). A SIC Notícias salientou-se, de entre os serviços de programas apenas distribuídos por cabo ou satélite.

PROJETO “CIÊNCIA NO ECRÃ”

A ERC celebrou um protocolo de colaboração com o Instituto Gulbenkian de Ciência, em outubro de 2010, com vista à realização de um estudo sobre a cobertura televisiva da atividade científica desenvolvida em Portugal: “A Ciência no Ecrã”.

Com este projeto, pretende-se não só quantificar a presença de temas de ciência nas televisões (métrica relevante para entender a sua importância relativa e obter um retrato fidedigno da cobertura da ciência no País), mas também entender o modo como os média contribuem para a promoção, junto do grande público, do trabalho científico realizado em Portugal ou por cientistas portugueses, fomentando por essa via o pluralismo cultural e a literacia.

A utilidade desta informação traduz-se na possibilidade de aferir a eficácia dos esforços em fazer chegar ao grande público e a públicos especializados os resultados da produção científica nacional, numa fase de crescimento da sua massa crítica (quer em número de investigadores quer em resultados da investigação internacionalmente reconhecidos) e de profissionalização dos seus corpos especializados em comunicação para o exterior. Conhecer melhor os critérios que estão na base da eleição desta ou daquela descoberta, inovação ou carreira como destaque noticioso contribuirá para melhor direcionar o trabalho dos comunicadores de ciência, tornando-os interlocutores particularmente úteis na mediação entre investigadores e profissionais de comunicação.

A recolha dos dados da amostra decorrerá durante um ano. A apresentação pública dos resultados desta análise será feita em dezembro de 2012.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011
VOLUME 1

CARACTERIZAÇÃO
DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

NOTA PRÉVIA

Em 2007, na introdução à análise dos grupos económicos de comunicação social então realizada, argumentava-se que, num contexto marcado, entre outras facetas, pela globalização, digitalização, convergência, concentração e regulação, se tornava necessário, às entidades reguladoras, conhecerem o perfil e a evolução dos principais grupos económicos que com elas interagem. No caso da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), este conhecimento seria particularmente relevante para o exercício de atribuições como, entre outras, a de “*velar pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem atividades de comunicação social com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, sem prejuízo das competências expressamente atribuídas por lei à Autoridade da Concorrência*” [al. b) do artigo 8.º dos Estatutos da ERC] e a de “*assegurar, em articulação com a Autoridade da Concorrência, o regular e eficaz funcionamento dos mercados de imprensa escrita e de audiovisual em condições de transparência e equidade*” [al. g) do artigo 8.º dos Estatutos da ERC].

A atenção ao fenómeno da convergência implicava considerar na análise não apenas grupos empresariais operadores/editores de meios, mais convencionais, como a rádio, a televisão ou as publicações diárias ou periódicas (como, por exemplo, a RTP, a RENASCENÇA, a CONTROLINVESTE, a IMPRESA ou a COFINA), mas também grupos que, não obstante estarem focados noutras áreas, tipicamente telecomunicações, poderiam beneficiar das vantagens de integração de negócios dependentes de conteúdos, como eram os casos da ZON (através do segmento ‘audiovisual’, desenvolvido pela ZON Lusomundo) ou da SONAECOM (através do jornal diário *Público*). Acresce que a análise realizada se

restringia aos grupos económicos sediados em Portugal, uma vez que o âmbito de intervenção da ERC diz respeito às entidades sob jurisdição do Estado Português (artigo 6.º dos Estatutos da ERC) e que uma análise económico-financeira carecia da disponibilidade de demonstrações contabilísticas suficientes. Tal justificou, por exemplo, a não consideração da VODAFONE PORTUGAL no âmbito dos grupos analisados, uma vez que a empresa integra as suas demonstrações financeiras nas da empresa-mãe VODAFONE, PLC, sediada no Reino Unido.

Em sintonia com esta perspetiva, em 2004, Jenkins¹ afirmava o seguinte: “*Media convergence is more than simply a technological shift. Convergence alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres and audiences. Convergence refers to a process, but not an endpoint. Thanks to the proliferation of channels and the portability of new computing and telecommunications technologies, we are entering an era where media will be everywhere and we will use all kinds of media in relation to each other*”.

Este é, atualmente, um dos grandes desafios que se colocam a uma entidade reguladora da comunicação social: qual é o seu âmbito de atuação, num contexto onde o conceito de “comunicação social” é dinâmico? O mesmo desafio se põe a quem pretende caracterizar os grupos económicos de comunicação social. Na verdade, a opção tomada em 2007, acima justificada, manteve-se em 2011. Ainda assim, as dinâmicas que Jenkins intui, tornam expectável que, num futuro próximo, um relatório, como o que aqui se apresenta, venha a proceder à análise de outros players, porventura com origem ou presença marcante noutras sectores de atividade que não os que aqui e agora são tratados.

SUMÁRIO

O presente documento encontra-se dividido em duas partes: na primeira, procede-se à caracterização genérica e análise económica e financeira dos grupos de comunicação social ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM; na segunda, apresenta-se uma análise comparativa dos grupos de comunicação social estudados, para o período 2007-2011.

Em 2011, os grupos económicos analisados foram responsáveis por um volume global de negócios de 2 593 milhões de euros, empregaram 10 028 pessoas e geriram ativos que, no final do ano, totalizavam 5 192 milhões de euros.

Em termos de dimensão, evidenciam-se os grupos SONAECOM e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 73 % do total dos ativos e 66 % do total de volume de negócios, em 2011. Atendendo ao número de trabalhadores, destacam-se a RTP e a SONAECOM que, tendo ambas mais de 2 000 trabalhadores, eram responsáveis, em conjunto, por cerca de 43 % dos postos de trabalho. Seguem-se os grupos MEDIA CAPITAL, ZON Multimédia e IMPRESA que, estando no escalão entre 1 000 e 2 000 trabalhadores, representam, em conjunto, cerca de 45 % dos postos de trabalho.

Ao nível da rentabilidade, no ano de 2011, todos os grupos de comunicação social analisados apresentaram taxas positivas, exceto o grupo IMPRESA. No que respeita à rentabilidade operacional do ativo, destaca-se

1 Jenkins, Henry (2004) The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1): 33-43.

a RENASCENÇA, uma vez que, após 4 anos de rendibilidades negativas, apresenta pela primeira vez, em 2011, valores positivos. Quanto à rentabilidade dos capitais próprios, salienta-se, por um lado, a ZON Multimédia, com uma taxa de rentabilidade de 14,8 % positivos, e, por outro lado, a IMPRESA, com uma taxa de rentabilidade de 28,3 % negativos.

Quanto à evolução do volume de negócios, é de referir que, com a exceção do grupo RENASCENÇA, todos os grupos analisados registaram um decréscimo, em 2011. A maior quebra verificou-se no grupo MEDIA CAPITAL que apresentou uma descida de 13,6 % do volume de negócios, face ao ano anterior.

Entre os anos de 2007 e 2011 foram várias as alterações ocorridas nos grupos de comunicação social analisados, sobretudo no que diz respeito à estrutura de propriedade e aos indicadores de rentabilidade. De assinalar a evolução menos positiva do grupo IMPRESA, em termos de rentabilidade, no período considerado. Quanto à dimensão, verificou-se alguma estabilidade nas posições relativas dos diversos grupos, uma vez que, atendendo ao ativo e ao volume de negócios, a SONAECOM e a ZON Multimédia se destacaram dos restantes grupos, ao longo de todo o período. A ZON Multimédia salientou-se, ainda, pelo crescimento observado, entre 2007 e 2011, no ativo, no volume de negócios e no número de trabalhadores.

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

INTRODUÇÃO

A primeira secção deste capítulo corresponde a uma caracterização genérica dos principais grupos económicos de comunicação social sediados em Portugal. Serão apresentados e caracterizados os seguintes grupos económicos de comunicação social: ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM. Não foram objeto de análise os grupos CONTROLINVESTE, IMPALA e ONGOING, uma vez que os respetivos documentos de prestação de contas relativos a 2011 não estavam disponíveis à data de elaboração deste relatório. O grupo PORTUGAL TELECOM também não foi objeto de análise, pois a área de negócio MEO continua a não corresponder a um segmento autónomo para efeitos de reporte financeiro.²

A segunda secção deste capítulo apresenta uma análise comparativa dos grupos de comunicação social analisados, para o período 2007-2011. Esta análise centra-se na estrutura de propriedade e administração, nas áreas de negócios desenvolvidas e nos principais indicadores de apoio à gestão.

A análise baseia-se em demonstrações financeiras elaboradas à luz de princípios e critérios contabilísticos. Não reflete, portanto, uma avaliação económica das entidades abrangidas, baseando-se, antes, em valores divulgados para efeitos de relato financeiro. A dimensão, a diversidade de atividades e a própria génese não só conferem a cada um dos grupos características únicas, como limitam a comparabilidade entre si. Acresce, ainda, que as alterações no perímetro de consolidação (número e tipo de empresas) ou nas percentagens de participação, de um ano para outro, tornam falível a comparação de valores, de um mesmo grupo, em diferentes exercícios.

Pelas razões expostas, as comparações entre grupos económicos baseadas em demonstrações financeiras consolidadas têm de ser encaradas com alguma reserva.

CARACTERIZAÇÃO GENÉRICA DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Esta secção apresenta uma caracterização genérica dos principais grupos económicos de comunicação social sediados em Portugal. A caracterização de cada grupo económico engloba uma síntese das alterações ocorridas em 2011, uma apresentação institucional, uma identificação das áreas de negócio e uma análise económica e financeira, a qual indica os principais eixos de evolução em relação ao ano de 2010. Serão apresentados e caracterizados os seguintes grupos económicos de comunicação social: ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM. A ordem de apresentação destes grupos é aleatória. Sempre que, já em 2012, se tenham verificado alterações dignas de registo as mesmas são, na medida dos dados disponíveis, reportadas.

ZON Multimédia

As alterações no perímetro de consolidação, verificadas em 2011, dizem respeito à redução da participação da ZON Multimédia no capital da MSTAR (que passou de 100 % para 30 % e a ser considerada como empresa conjuntamente controlada) e à inclusão no perímetro de consolidação da nova empresa ZON Finance, dedicada à gestão das atividades de financiamento do grupo ZON Multimédia e detida por este em 100 %. O ano de 2011, quando comparado com 2010, foi marcado pela estabilidade ao nível da contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver no quadro seguinte.

Fig. 1 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos.

Descrição	2011	2010
TV por subscrição, banda larga e voz	89%	89%
Audiovisuais	11%	11%
Total	100%	100%

² Aliás, o grupo PORTUGAL TELECOM adota atualmente (desde 30 de junho de 2011) uma segmentação por mercado geográfico, identificando apenas os segmentos 'telecomunicações em Portugal' e 'telecomunicações no Brasil-Oi'. Esta segmentação não só não permite autonomizar o negócio MEO, como deixou de permitir a análise económico-financeira dos anteriores segmentos 'rede fixa em Portugal' e 'móvel em Portugal'.

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

Denominação	• ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, SA (abreviatura: ZON Multimédia)
Sede	• Av. 5 de Outubro, n.º 208, Lisboa
Data de constituição	• 15 de julho de 1999
CAE (Rev. 3)	• 64 202 (Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de atividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações e audiovisual
Principais segmentos de atividade	• Televisão por subscrição, banda larga e voz (<i>triple play</i>) • Audiovisuais (edição e venda de videogramas, distribuição de filmes, exploração de salas de cinema, aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e <i>video-on-demand</i>)
Volume de negócios	• 851 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 1 595
Chairman/ presidente do Conselho de Administração	• Daniel Proença de Carvalho
CEO	• Rodrigo Jorge de Araújo Costa (presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• ZON TV Cabo Portugal, SA • ZON Televisão por Cabo, SGPS, SA • ZON Conteúdos, SA • ZON Lusomundo Audiovisuais, SA • ZON Lusomundo Cinemas, SA • ZON Audiovisuais SGPS, SA • ZON Cinemas SGPS, SA • Teliz Holding BV (com sede na Holanda) • ZON Finance BV (com sede na Holanda) • Sport TV Portugal, SA • Dreamia Holding BV (com sede na Holanda) • Finstar, SA (com sede em Luanda) • MSTAR, SA (com sede em Maputo)
Principais sócios	• Caixa Geral Depósitos (10,88%) • Kento Holding Limited (10,00%) ⁽ⁱ⁾ • Banco BPI SA (7,55%) • Telefónica SA (5,46%) • Espírito Santo Irmãos, SGPS, SA (5,00%) ⁽ⁱⁱ⁾ • Joaquim Alves Ferreira de Oliveira (4,84%) ⁽ⁱⁱⁱ⁾ • Fundação José Berardo (4,34%) ^(iv) • Banco Espírito Santo, SA (3,84%) • Ongoing Strategy Investments SGPS, SA (3,29%) ^(v) • Estêvão Neves, SGPS, SA (2,94%) • Cinveste, SGPS, SA (2,82%) • Grupo Visabeira SGPS SA (2,15%) ^(vii) • Norges Bank (2,06%) • SGC, SGPS, SA (2,00%) ^(viii) • ESAF, SA (1,97%) • BES Vida, SA (1,85%) • Metalgest SGPS, SA (1,29%) ^(iv)
Principais marcas	• ZON Fibrã • Iris • ZON Online • ZON Kids • ZAP • • Cinemas Lusomundo

Nota: a apresentação institucional acima reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

- (i) Esta participação é imputável a Isabel dos Santos, na qualidade de acionista única da Kento.
(ii) Os direitos de voto correspondentes a esta empresa são imputáveis à Espírito Santo Industrial, SA, à Espírito Santo Resources Limited e à Espírito Santo Internacional, SA, sociedades que dominam por essa ordem a Espírito Santo Irmãos.
(iii) São imputados 4,84% dos votos a Joaquim Oliveira, uma vez que controla a Gripcom, SGPS, SA e a Controlinveste International SARL, que detêm respetivamente 2,26% e 2,58% do capital social da ZON Multimédia.
(iv) A posição da Fundação José Berardo é reciprocamente imputada à Metalgest-Sociedade de Gestão, SGPS, SA.
(v) Os direitos de voto desta empresa são imputáveis à RS Holding SGPS, SA enquanto sua acionista maioritária e a Isabel Rocha dos Santos, enquanto acionista maioritária da RS Holding, SGPS, SA.
(vi) Esta participação é imputável ao acionista maioritário da empresa, José Estêvão Fernandes Neves.
(vii) A Visabeira Investimentos Financeiros, SGPS, SA, é detentora de 0,99% do capital social e direitos de voto da ZON Multimédia, sendo 1,16% diretamente detidos pelo Grupo Visabeira, SGPS, SA. A Visabeira Investimentos Financeiros, SGPS, SA, é detida em 100% pela Visabeira Estudos e Investimentos, SA, a qual é detida em 100% pela Visabeira Serviços, SGPS, SA, que por sua vez é detida pelo Grupo Visabeira, SGPS, SA. Este último é detido em 74,0104% por Fernando Campos Nunes.
(viii) Esta participação é imputável ao acionista maioritário da empresa, João Pereira Coutinho.

Alterações subsequentes

Posteriormente a 31/12/2011 verificou-se uma alteração substancial na estrutura acionista da ZON Multimédia, destacando-se:

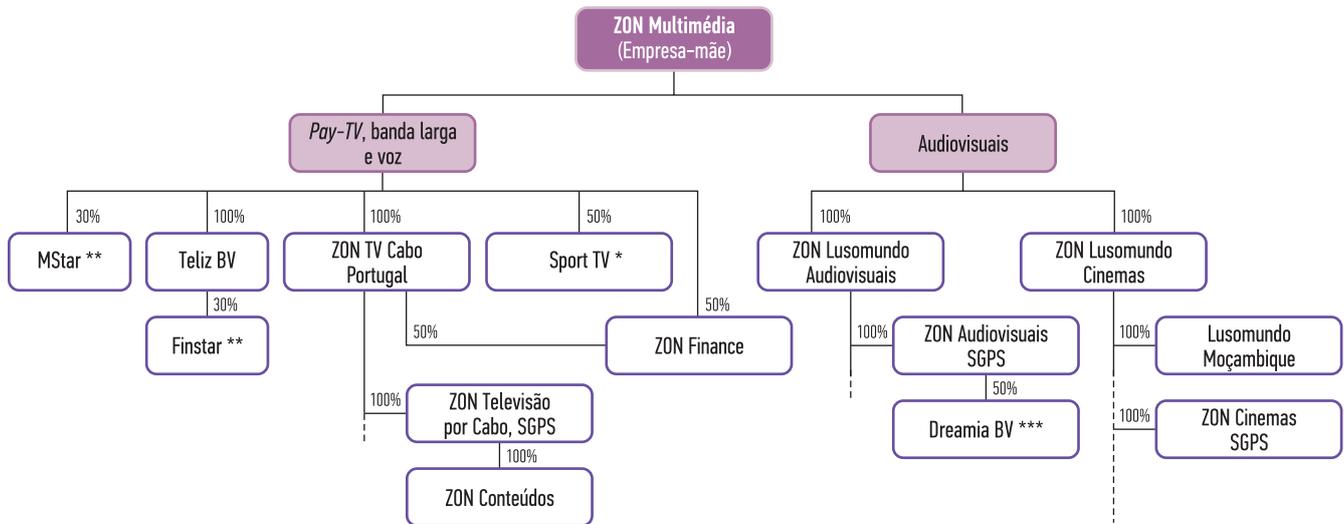
- > o reforço da participação imputável a Isabel dos Santos, que passou a ser de 28,8 % (conforme comunicado da ZON Multimédia em 5 de julho de 2012), na medida em que é a acionista única da Kento (titular de 10 % do capital da ZON Multimédia) e acionista de controlo da Jadeium BV (titular de 18,8 % do capital da ZON Multimédia, mediante sucessivas aquisições de ações desta no primeiro semestre de 2012);
- > a alienação da quase totalidade das ações detidas pela Caixa Geral de Depósitos, SA (que permanece indiretamente titular de apenas 0,0016 % do capital social da ZON Multimédia, conforme comunicado da ZON Multimédia de 4 de julho de 2012);
- > a alienação da totalidade das ações detidas, direta e indiretamente, pela Telefónica SA e pela Cinveste SGPS, SA (conforme comunicados da ZON Multimédia datados, respetivamente, de 9 de maio de 2012 e de 8 de junho de 2012).

Identificação das áreas de atividade

Através de empresas participadas, a ZON Multimédia atua em dois segmentos de negócio principais:

- > **televisão por subscrição (*pay-TV*, por cabo e satélite), banda larga e voz**, um segmento associado à oferta *triple play* através das marcas Zon, Iris e Zon Online, bem como da marca ZAP (que opera no mercado Angolano através da Finstar e no mercado Moçambicano através da MSTAR; tanto a Finstar como a MSTAR são detidas em 30 %, direta ou indiretamente, pela ZON Multimédia, sendo o restante capital destas empresas controlado por Isabel dos Santos); este segmento é desenvolvido pelas empresas ZON Televisão por Cabo, ZON TV Cabo, ZON TV Cabo Açoreana, ZON TV Cabo Madeirense, ZON Conteúdos, ZON Lusomundo TV, ZON Finance, Teliz, MSTAR e a *joint venture* na Sport TV (detida em 50 %); é de referir que, para efeitos de reporte financeiro, a empresa-mãe ZON Multimédia é incluída neste segmento;
- > **audiovisuais**, um segmento de negócio que envolve a prestação de serviços de edição e venda de videogramas, distribuição de filmes, exploração de salas de cinema (Cinemas Lusomundo) e aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e *video-on-demand*; este segmento inclui as empresas participadas ZON Lusomundo Audiovisuais, ZON Lusomundo Cinemas, ZON Audiovisuais, ZON Cinemas, Lusomundo Moçambique, Lusomundo Espanha, Grafilme, Lusomundo Imobiliária 2, Lusomundo Sociedade de Investimentos Imobiliários, Empracine e a *joint-venture* nas empresas Dreamia BV e Dreamia; esta última empresa, detida em 100 % pela Dreamia BV — que corresponde a uma parceria de parte iguais entre a ZON Audiovisuais e a Chello Media — assegura a produção de dois canais de séries e filmes (Hollywood

Fig. 2 – Grupo ZON Multimédia (estrutura parcial).



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

* A Sport TV é detida em 50% pela ZON Conteúdos, sendo os restantes 50% detidos pela Sportinvest SGPS, SA, uma empresa do grupo Controlinvest.

** A MSTAR e a Finstar são detidas direta e indiretamente (respetivamente) pela ZON Multimédia em 30%, sendo os restantes 70% do capital imputáveis à empresária angolana Isabel dos Santos.

*** A Dreamia BV corresponde a uma joint-venture entre a ZON Multimédia e a Chello Multicanal, uma empresa da Chello Media, que lidera os negócios na Europa do grupo internacional Liberty Global, Inc.

e MOV) e de dois canais infantis (Panda e Panda Biggs), para o mercado português e mercados africanos de expressão portuguesa.

Análise económica e financeira

Em 2011, as alterações no perímetro de consolidação resultaram da redução da participação na MSTAR e da inclusão da ZON Finance, como referido. O impacto destas operações nos resultados e na posição financeira do grupo ZON Multimédia não é materialmente relevante.

No final de 2011, os ativos do grupo ZON Multimédia ascendiam a cerca de 1 786 milhões de euros, apresentando um crescimento de 8,2 % relativamente aos 1 651 milhões de euros existentes no final de 2010. De assinalar que este aumento de 135 milhões de euros foi acompanhado de uma subida, ainda mais acentuada, do passivo, em virtude do incremento registado nos empréstimos obtidos.

Assim, o total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, desceu de 250 milhões de euros, em 2010, para 235 milhões de euros, em 2011, registando uma quebra de 6,1 %. Os movimentos ocorridos no capital próprio indicam que tal evolução resulta de os dividendos distribuídos em 2011 terem excedido em cerca de 15 milhões de euros o resultado obtido neste ano.

Uma vez que, em 2011, o aumento do ativo foi acompanhado por uma diminuição do capital próprio, verificou-se uma diminuição de 15,2 % para 13,2 %, no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 0,18, em 2010, para 0,15, em 2011.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a 851 milhões de euros, registando uma quebra de 2,0 % face aos 868 milhões de euros obtidos no ano anterior.

A diminuição do volume de negócios conjugada com o aumento do ativo originou, no período considerado, uma diminuição, de 0,53 para 0,48, no grau de rotação do ativo.

O total de rendimentos operacionais, em 2011, ascendeu a 855 milhões de euros, registando uma descida de 2,0 % face ao ano anterior. Esta diminuição dos rendimentos operacionais foi mais do que compensada pela redução de 3,5 % nos gastos operacionais do período, o que permitiu uma subida de 12,7 % nos resultados antes de juros e impostos (EBIT) que passou de 82 milhões de euros, em 2010, para 93 milhões de euros, em 2011.

O aumento dos resultados operacionais, conjugado com o decréscimo registado no volume de negócios, explica a subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 9,5 %, em 2010, para 10,9 %, em 2011. Este aumento em 1,4 pontos percentuais, mais do que compensou a descida no grau de rotação do ativo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do ativo aumentou de 5,0 % para 5,2 %, conforme explicitado no quadro seguinte.

Fig. 3 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	10,9%	9,5%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,476	0,526
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Ativo × 100	5,2%	5,0%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresentou um aumento de 2,8 %, passando de 302 milhões de euros, em 2010, para 310 milhões de euros, em 2011. A margem EBITDA subiu 1,7 pontos percentuais, situando-se em 36,3 %, em 2011, face aos 34,6 % registados no ano anterior.

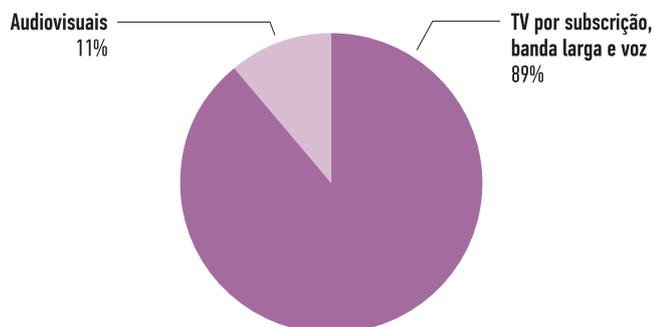
O aumento do resultado operacional foi, porém, consumido pelo agravamento dos custos de financiamento, das perdas em empresas participadas e do imposto sobre o rendimento, pelo que, em 2011, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, registou uma descida de 5,3 % face ao ano anterior, situando-se em 35 milhões de euros.

A descida no resultado líquido foi acompanhada de um decréscimo ainda mais acentuado nos capitais próprios, pelo que a rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, subiu de 14,7 %, em 2010, para 14,8 %, em 2011.

Considerando apenas a parcela atribuível aos acionistas da empresa-mãe, o resultado líquido consolidado diminuiu 3,5 %, situando-se em 34 e 35 milhões de euros, em 2010 e 2011, respetivamente, e a taxa de rentabilidade do capital próprio subiu de 14,7 %, em 2010, para 15,2 %, em 2011.

Informação financeira por segmentos

Fig. 4 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (ano: 2011).



TV por subscrição, banda larga e voz

O segmento 'TV por subscrição, banda larga e voz' refere-se à prestação de serviços de TV por cabo, *internet* e voz (fixa e móvel) e inclui as seguintes entidades: ZON Multimédia, ZON Televisão por Cabo, ZON TV Cabo, ZON TV Cabo Açoreana, ZON TV Cabo Madeirense, ZON Conteúdos, ZON Lusomundo TV, ZON Finance, Teliz, MSTAR e a *joint venture* na Sport TV.

Na fig. 5 apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a 758 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 2,0 % face ao ano anterior e uma contribuição de 89 % para o total de rendimentos operacionais consolidados do grupo ZON.

Fig. 5 – TV por subscrição, banda larga e voz – indicadores.

TV por subscrição, banda larga e voz	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	757,9	773,2	-2,0%
Operações com outros segmentos	16,7	16,6	0,9%
Total	774,6	789,8	-1,9%
Resultados operacionais			
EBITDA	290,1	284,2	2,1%
Margem EBITDA	37,5%	36,0%	1,5 p.p.
Ativos	1 671,2	1 565,2	6,8%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis	142,9	227,5	-37,2%

Os rendimentos provenientes de operações com outros segmentos mantiveram-se em cerca de 17 milhões de euros, registando um crescimento de 0,9 % face ao ano anterior.

Os resultados operacionais do segmento subiram 9,2 %, situando-se em 78 milhões de euros, em 2011. O EBITDA cresceu 2,1 % passando para cerca de 290 milhões de euros e a margem EBITDA subiu 1,5 pontos percentuais situando-se em 37,5 %, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, 1 671 milhões de euros, o que representa um aumento de 6,8 % face ao ano anterior. O investimento anual em ativos fixos tangíveis decresceu 37,2 %, passando para cerca de 143 milhões de euros, em 2011.

Audiovisuais

O segmento 'audiovisuais' refere-se à prestação de serviços de edição e venda de videogramas, distribuição de filmes, exploração de salas de cinema e aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e VoD (*video-on-demand*) e inclui as seguintes entidades: ZON Audiovisuais, ZON Cinemas, ZON LM Audiovisuais, ZON LM Cinemas, Lusomundo Moçambique, Lusomundo Espanha, Grafilme, Lusomundo Imobiliária 2, Lusomundo Sociedade de Investimentos Imobiliários, Empracine e a *joint venture* nas empresas Dreamia BV e Dreamia.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Fig. 6 – Audiovisuais – indicadores.

Audiovisuais	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	96,9	99,1	-2,2%
Operações com outros segmentos	23,7	24,3	-2,5%
Total	120,6	123,4	-2,3%
Resultados operacionais			
EBITDA	20,2	17,6	14,7%
Margem EBITDA	16,7%	14,2%	2,2 p.p.
Ativos	148,4	144,7	2,5%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis	3,2	4,6	-31,6%

Em 2011, este segmento obteve rendimentos de operações com clientes externos no montante de 97 milhões de euros o que representa

uma diminuição de 2,2 % face ao ano anterior e uma contribuição de 11 % para o total de rendimentos operacionais consolidados do grupo ZON.

Os rendimentos provenientes de operações com outros segmentos situaram-se em cerca de 24 milhões de euros, registando uma descida de 2,5 % face a 2010.

Os resultados operacionais do segmento atingiram cerca de 15 milhões de euros, em 2011, o que representa um aumento de 36,2 % face ao ano anterior. O EBITDA aumentou 14,7 %, passando para cerca de 20 milhões de euros e a margem EBITDA subiu 2,5 pontos percentuais, situando-se em 16,7 %, em 2011.

No final de 2011, os ativos afetos ao negócio totalizavam 148 milhões de euros. Durante o ano, o investimento em ativos fixos tangíveis diminuiu 31,6 %, atingindo cerca de 3 milhões de euros.

IMPRESA

As alterações no perímetro de consolidação, ocorridas em 2011, referem-se às seguintes operações: aquisição de participações adicionais em empresas do grupo, designadamente de 0,375 % no capital da Publisurf, de 40 % no capital da Acting Out, de 24 % no capital da Olhares.com, de 49 % do capital da SIC Filmes (passando a IMPRESA a ser titular dos direitos sobre os filmes produzidos em exercícios anteriores por esta empresa); liquidação das empresas Hearst EdIMPRESA e SIC Filmes; fusão por incorporação da Soicom na IMPRESA e da Sojornal, Publisurf e IMPRESA Classificados na IMPRESA Publishing.

Para além destas alterações, em 2011 a IMPRESA procedeu também à reorganização estratégica e operacional dos seus negócios, decidindo extinguir o segmento “Digital” e passar as unidades de negócio relatadas neste segmento para os segmentos “Publishing” e “Outros”. Foi, ainda, efetuada uma reafetação de algumas unidades de negócio entre os segmentos “Publishing” e “Outros”, mantendo-se inalterado o segmento “Televisão”. Deste modo, a informação por segmentos relativa ao exercício findo em 31 de dezembro de 2010 foi reescrita, para efeitos comparativos.

O ano de 2011 foi caracterizado por uma evolução semelhante à registada no exercício anterior e que se traduz num reforço de 2 pontos percentuais na contribuição dos rendimentos operacionais

do segmento “Televisão” para o total de rendimentos operacionais consolidados e em uma quebra de idêntica proporção no negócio de “Publishing”, como se pode ver na fig. 7.

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Impresa, SGPS, SA (abreviatura: IMPRESA)
Sede	• R. Ribeiro Sanches, n.º 65, Lisboa
Data de constituição	• 18 de outubro de 1990
CAE	• 64 202 (Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de atividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de atividade	• Televisão • Publishing • Digital • Outros
Volume de negócios	• 247 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 1 297
Chairman/ presidente do Conselho de Administração	• Francisco José Pereira Pinto de Balsemão
CEO	• Francisco José Pereira Pinto de Balsemão (presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• SIC, SA • Impresa Publishing, SA • Impresa Digital, Lda • Mediapress, Lda • GMTS, Lda • Gesco, SA • Impresa DGSM, Lda • InfoPortugal, SA • Impresa Serviços, Unip. Lda • VASP-Distribuidora de Publicações, Lda • Lusa-Agência de Notícias de Portugal, SA
Principais sócios	• Impregre, SGPS, SA (50,31%) • Grupo Ongoing (24,02%) • Grupo BPI, SA (3,70%) • Madre-SGPS, SA (4,97%)
Principais marcas	• Televisão: • SIC • SIC Notícias • SIC Radical • SIC Mulher • SIC K • SIC Online • SIC Internacional • Publicações: • Expresso • Courier Internacional • Autosport • Blitz • Volante • Activa • Arquitectura&Construção • Caras • Exame • Telenovelas • TV Mais • Visão • Digital: • Olhares

Nota: a apresentação institucional acima reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

Alterações subsequentes

Posteriormente a 31/12/2011 verificaram-se duas alterações significativas no grupo:

- > a celebração de um acordo entre a IMPRESA e a NoniusSoft, SA (uma empresa portuguesa especializada em tecnologia para a indústria hoteleira), mediante o qual a IMPRESA adquiriu uma participação de 15,03 % no capital da Nonius, e esta, por sua vez, adquiriu a totalidade do capital da IMPRESA DGSM (conforme comunicado da IMPRESA de 20 de junho de 2012);
- > a substituição da comissão executiva da IMPRESA por um novo modelo de gestão, passando Francisco Pinto Balsemão a chairman da IMPRESA e Pedro Norton — até aí vice-presidente da Comissão Executiva — a CEO (conforme notícia publicada no semanário do grupo Expresso de 23 de julho de 2012).

Fig. 7 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos.

Descrição	2011	2010 reexpresso	2010
Televisão	65%	63%	63%
Publishing	32%	34%	34%
Digital	-	-	2%
Outros	3%	3%	1%
Total	100%	100%	100%

É de salientar, quanto à estrutura acionista da IMPRESA, que o Grupo Ongoing, titular de 24,02 % do respetivo capital, instaurou contra esta e/ou seus colaboradores vários processos judiciais ainda em curso, destacando-se uma Ação Declarativa de Nulidade e de Anulação de Deliberações Sociais (intentada em 19 de maio de 2011, tendo por objeto deliberações de aprovação do Relatório de Gestão, Balanço e Contas individuais e consolidadas e ao Relatório do ROC, relativos ao exercício de 2010; de aprovação da proposta de utilização da reserva de prémio de emissão para cobertura de resultados transitados; de aprovação da proposta de aplicação de resultados e de eleição de corpos sociais para o quadriénio 2011/2014) e uma ação de Indemnização proposta contra a Sojornal e um seu colaborador (Nicolau Santos), no valor de 70 130 000 euros, com base na alegação de que, por força de artigos escritos por Nicolau Santos e publicados no Expresso, a Ongoing e os seus administradores sofreram vários prejuízos (não realização do negócio de aquisição de uma participação no Grupo Media Capital; despesas realizadas na preparação deste negócio; e danos decorrentes da ofensa ao bom-nome e à reputação).

Foram também publicadas na comunicação social, em 2011 e 2012, notícias onde era indicada a detenção, pela Newshold, SGPS, SA, de uma participação inferior a 2 % no capital da IMPRESA (ex: Jornal de Negócios de 16/11/2011; Público de 23 de agosto de 2012). É de salientar que, nos termos do art. 16.º do Código dos Valores Mobiliários,

não há obrigação de comunicação de participações inferiores a 2 %, no caso de sociedades abertas.

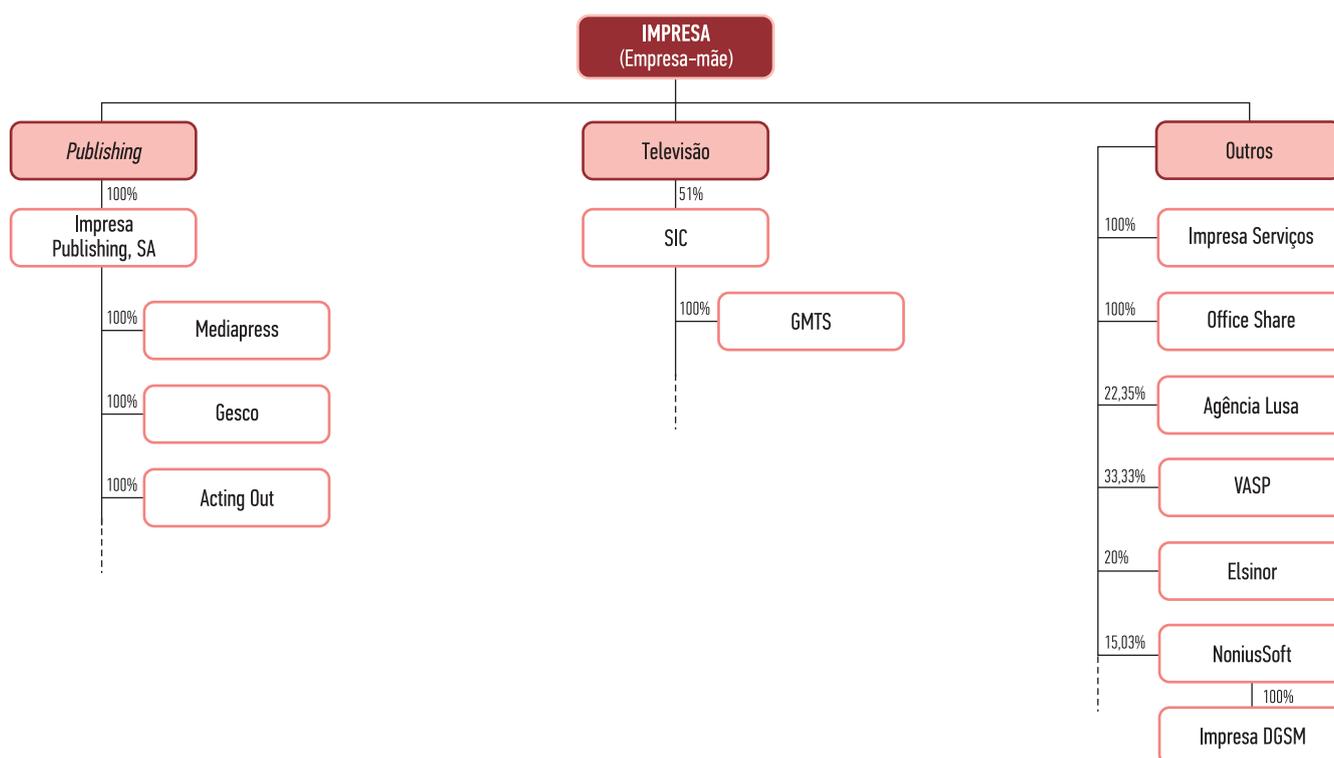
Identificação das áreas de atividade

Através de empresas participadas, a IMPRESA atua em dois segmentos de negócio principais:

- > **televisão:** segmento de negócio que é desenvolvido pela SIC, que transmite diversos canais de televisão (SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Internacional e SIC K); faz também parte deste segmento a GMTS (empresa de serviços técnicos e produção multimédia);
- > **publishing:** segmento de negócio relativo à edição de publicações e comunicação, que inclui títulos como, entre outros, o semanário Expresso, a revista Courier Internacional e as revistas temáticas Autosport, Blitz, Caras, Exame, TV Mais e Visão; este segmento inclui a Gesco, a Acting Out, a AEIOU (detidas em 100 %) e a Olhares.com (detida em 75 %). É de referir que as publicações são distribuídas pela VASP, uma empresa detida em 33,33 % pela IMPRESA.

Na sequência da reestruturação da segmentação de negócios acima referida, a IMPRESA apresenta ainda o segmento 'outros', onde inclui as holdings do grupo, a IMPRESA Serviços, a IMPRESA Media Solutions, a Office-Share e, adicionalmente, a IMPRESA DGSM e a InfoPortugal, que transitaram do segmento "Digital", extinto em 2011, como referido.

Fig. 8 – Grupo IMPRESA (estrutura parcial).



Fonte: apresentação da estrutura do grupo IMPRESA em 31 de julho de 2012, disponível em www.IMPRESA.pt/folder3/IMPRESA/Imagens/Organigrama.pdf.
 Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

A estrutura do grupo apresentada na fig. 8 reporta-se a 31 de julho de 2012, pelo que reflete não só a reestruturação da segmentação de negócio ocorrida em 2011, como também as alterações subsequentes a 31/12/2011, já referidas.

Análise económica e financeira

Em 2011 ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes da aquisição de partes de capital e da fusão e liquidação de sociedades, já referidas. Estas operações naturalmente afetam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2011, os ativos do grupo IMPRESA ascendiam a 442 milhões de euros, apresentando uma diminuição de 8,8 % face aos 484 milhões de euros existentes no final de 2010. De assinalar que esta redução do ativo, no montante de 42 milhões de euros, foi em grande parte determinada pelo reconhecimento de perdas por imparidade do *goodwill* cujo montante acumulado ascendia a 34 milhões de euros. Desta quantia, 33 milhões de euros foram registados em 2011, tendo o grupo IMPRESA apresentado, neste ano, um prejuízo de 35 milhões de euros.

Assim, o total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, diminuiu de 159 milhões de euros, em 2010, para 124 milhões de euros, em 2011, o que representa uma quebra de 22,0 % face ao ano anterior.

Uma vez que, em 2011, o capital próprio apresentou uma redução mais acentuada que a verificada no ativo, o grau de autonomia financeira desceu de 32,8 %, em 2010, para 28,0 %, em 2011. Em conformidade, o rácio de solvabilidade diminuiu, no mesmo período, de 0,49 para 0,39.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a cerca de 247 milhões de euros, registando uma descida de 7,8 % face ao ano anterior.

A diminuição do volume de negócios não foi tão acentuada como a verificada no ativo, pelo que o grau de rotação do ativo subiu de 0,55 para 0,56, no período considerado.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2011, o grupo IMPRESA obteve um total de rendimentos operacionais de 250 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 7,9 % face ao ano anterior. Um dos fatores que contribuiu para esta descida foi a quebra de 11,2 % registada, em 2011, nas receitas de publicidade. Quanto aos gastos operacionais, verificou-se um aumento de 9,5 % originado, essencialmente, pelo reconhecimento de perdas por imparidade no *goodwill*, que ascenderam a cerca de 33 milhões de euros, em 2011, como referido. Assim, os resultados antes de juros e impostos (EBIT) sofreram uma redução, passando de 26 milhões de euros positivos, em 2010, para cerca de 19 milhões de euros negativos, em 2011.

A quebra verificada nos resultados operacionais explica a descida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 9,5 % positivos, em 2010, para 7,8 % negativos, em 2011. Em conformidade, a rentabilidade operacional do ativo desceu de 5,3 % positivos, em 2010, para 4,4 % negativos, em 2011, conforme ilustra o quadro seguinte.

Fig. 9 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	-7,8%	9,5%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,560	0,554
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Ativo x 100	-4,4%	5,3%

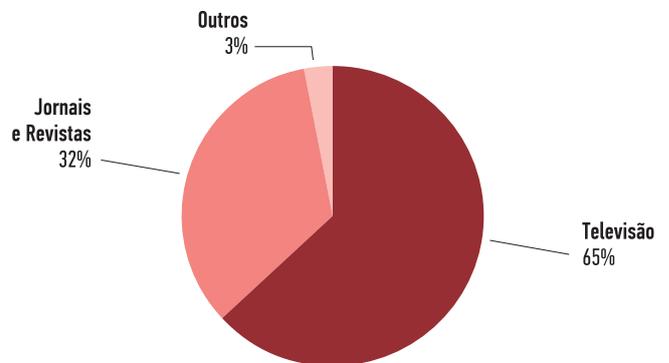
O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA), registou uma diminuição de 33,9 %, situando-se em 22 milhões de euros, em 2011. A margem EBITDA desceu 3,5 pontos percentuais, atingindo 8,9 %, em 2011, face aos 12,4 % registados no ano anterior.

Em 2011, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 35 milhões de euros negativos, registando uma deterioração face aos 10 milhões de euros de lucro apurado no ano anterior. A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, foi negativa em cerca de 28,3 %, em 2011.

Considerando apenas a parcela atribuível aos acionistas da empresa-mãe, a evolução registada foi idêntica, verificando-se um prejuízo de 35 milhões de euros em 2011 e a descida da taxa de rentabilidade do capital próprio de 6,3 % positivos, em 2010, para 28,3 % negativos, em 2011.

Informação financeira por segmentos

Fig. 10 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (ano: 2011).



Televisão

O segmento ‘televisão’ representa cerca de 65 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo IMPRESA. Engloba os canais de televisão SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Internacional, SIC Mulher e Sic K. O grupo inclui ainda neste segmento a GMTS.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento.

Fig. 11 – Televisão – indicadores.

Televisão	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	163,0	171,5	-5,0%
Publicidade	96,9	105,9	-8,5%
Canais temáticos	43,1	42,1	2,4%
Outras	23,0	23,5	-2,2%
Operações com outros segmentos	1,1	1,5	-22,0%
Total	164,1	173,0	-5,1%
Resultados operacionais	17,1	19,4	-11,9%
EBITDA	22,6	25,0	-9,5%
Margem EBITDA	13,8%	14,5%	-0,7 p.p.
Ativos	129,3	125,9	2,7%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis	6,5	5,2	25,6%

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 163 milhões de euros, registando uma descida de 5,0% face ao ano anterior. Esta diminuição foi, contudo, inferior à quebra verificada no total dos rendimentos consolidados do grupo IMPRESA, pelo que o peso do segmento “Televisão” subiu de 63 %, em 2010, para 65 %, em 2011.

Neste segmento, apenas os rendimentos provenientes de canais temáticos apresentaram uma evolução favorável, registando um crescimento de 2,4% e um valor absoluto de 43 milhões de euros. Já os réditos provenientes de publicidade e de outras atividades decresceram. Destaca-se, em particular, a diminuição de 8,5% nos rendimentos de publicidade que se situaram em 97 milhões de euros, em 2011, não tendo persistido o crescimento obtido no ano anterior.

Os resultados operacionais deste segmento ascenderam, em 2011, a 17 milhões de euros, evidenciando uma quebra de 11,9% face ao ano anterior. O EBITDA desceu 9,5%, atingindo cerca de 23 milhões de euros, em 2011. Já a margem EBITDA desceu 0,7 pontos percentuais situando-se em 13,8%, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio ascendiam, no final de 2011, a cerca de 129 milhões de euros, apresentando um aumento de 2,7% face ao ano anterior. O investimento anual em ativos fixos tangíveis cresceu 25,6%, perfazendo aproximadamente 7 milhões de euros, em 2011.

Publishing

As atividades de jornais e revistas são reportadas, desde 2008, num único segmento denominado *publishing*. Engloba, entre outros, o semanário *Expresso* e as revistas *Visão*, *Exame* e *Caras*. Adicionalmente, o Grupo inclui nesta categoria a Gesco e, na sequência da reestruturação efetuada em 2011, abrange também a Acting Out (reportada

até 2010 no segmento “Outros”), a Olhares.com e a AEIOU (que transitaram do segmento “Digital”, extinto em 2011).

Este segmento representa cerca de 32% do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo IMPRESA. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Fig. 12 – Publishing – indicadores.

Publishing	2011 M€	2010 reexpresso M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	80,3	93,0	-13,6%
Publicidade	36,7	44,6	-17,6%
Circulação	34,5	37,4	-7,7%
Outras	9,1	11,0	-17,6%
Operações com outros segmentos	1,3	2,3	-44,1%
Total	81,6	95,3	-14,4%
Resultados operacionais	-2,7	9,6	-
EBITDA	3,4	10,5	-68,0%
Margem EBITDA	4,1%	11,0%	-6,9 p.p.
Ativos do segmento	61,9	71,2	-13,0%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis	0,7	0,5	-131,5%

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a 80 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 13,6% face ao ano anterior.

Os réditos de publicidade, no montante de 37 milhões de euros, em 2011, registaram uma descida de 17,6% face ao ano anterior, o que configura uma quebra ainda mais acentuada que a já verificada em 2010. As receitas de circulação baixaram para cerca de 35 milhões de euros, em 2011, o que significa uma diminuição de 7,7%, face a 2010. Trata-se de uma inversão da evolução positiva registada no último triénio e que é explicada, no Relatório e Contas de 2011, quer pela quebra das vendas em banca quer pela descontinuação de algumas publicações.

Os resultados operacionais sofreram uma descida, passando de 10 milhões de euros positivos, em 2010, para 3 milhões de euros negativos, em 2011. Em conformidade, o EBITDA desceu 68,0%, passando para cerca de 3 milhões de euros e a margem EBITDA diminuiu 6,9 pontos percentuais situando-se em 4,1%, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, 62 milhões de euros, apresentando uma quebra de 13,0% face ao ano anterior. O investimento anual em ativos fixos tangíveis atingiu, em 2011, cerca de 0,7 milhões de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui as *holdings* do Grupo, a IMPRESA Serviços, a IMPRESA Media Solutions, a Office-Share e, adicionalmente, a IMPRESA DGSM e a InfoPortugal que transitaram do segmento “Digital” extinto em 2011, como referido.

MEDIA CAPITAL

As alterações no perímetro de consolidação, ocorridas em 2011, referem-se essencialmente a operações destinadas a reforçar o negócio de radiodifusão, designadamente a aquisição de 100 % do capital das sociedades de exploração de emissores de rádio Rádio Nacional, Rádio Litoral Centro, Drums, Flor do Éter e Rádio Voz de Alcanena.

Fig. 13 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos.

Descrição	2011	2010
Televisão	67%	63%
Produção (audiovisual)	19%	23%
Entretenimento	5%	7%
Rádio	6%	5%
Outros	3%	2%
Total	100%	100%

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

Denominação	• Grupo Media Capital, SGPS, SA (abreviatura: MEDIA CAPITAL)
Sede	• R. Mário Castelhan, n.º 40, Queluz de Baixo, Barcarena
Data de constituição	• 30 de julho de 1992
CAE	• 64 202 (Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de atividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de atividade	• Televisão • Produção audiovisual • Música • Cinema • Rádio • Internet • Outros
Volume de negócios	• 193 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 1 632
Chairman / presidente do Conselho de Administração	• Miguel Pais do Amaral
CEO	• Rosa Maria Cullell Muniesa (Administradora Delegada)
Principais empresas participadas	• MEGLO, SGPS, SA • CLMC Multimédia, SA (abreviatura: CLMC) • Media Capital Rádios, SA (abreviatura: MCR II) • Media Capital Música e Entretenimento, SA (abreviatura: MCME) • TVI, SA • RETI, SA • Media Capital Editora Multimédia, SA (abreviatura: Multimédia) • Media Capital Produções, SA (abreviatura: MCP) • Media Capital Produções Investimentos, SGPS, SA (abreviatura: MCP Investimentos)
Principais sócios	• Vertex SGPS, SA (84,69%)* • PortQuay West I BV (10%)** • Caixa de Aforros de Galicia, Vigo, Ourense e Pontevedra (5,05%)
Principais marcas	• Televisão: • TVI • TVI 24 • Rádio: • Rádio Comercial • M80 • Rádio Cidade • Star FM • Smooth • Internet: • Cotonete • Mais Futebol • IOL • Agência Financeira

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa. É de salientar que as percentagens de direitos de voto da Vertex e da PortQuay são, respetivamente, de 94,69% e de 29,69%, dada a opção de compra constante do contrato de compra e venda de ações celebrado a 23 de fevereiro de 2011 entre a Vertex e a PortQuay.

* A Vertex SGPS, SA é detida a 100% pela Promotora de Informaciones SA (grupo Prisa), uma sociedade de direito Espanhol.

** A PortQuay West I BV é uma sociedade de direito holandês, controlada pela Courical Holding BV, a qual por sua vez é uma sociedade de direito holandês detida integralmente pela Partrouge, SGPS, SA e pela Plurimédia, SA sendo ambas as sociedades controladas por Miguel Pais do Amaral.

Verificou-se ainda a saída do perímetro de consolidação das sociedades Socater e PCP e a incorporação por fusão da Kimberley Trading na MEGLO.

O ano de 2011 foi caracterizado por uma evolução semelhante à registada no ano anterior, observando-se um reforço de 4 pontos percentuais na contribuição dos rendimentos operacionais do segmento “Televisão” para o total de rendimentos operacionais consolidados do grupo MEDIA CAPITAL e quebras de 4 e 2 pontos percentuais nos segmentos “Produção” e “Entretenimento”, respetivamente. Quanto ao segmento “Rádio” e aos outros negócios, ambos apresentaram subidas de 1 ponto percentual, como se pode ver no quadro seguinte.

Alterações subsequentes

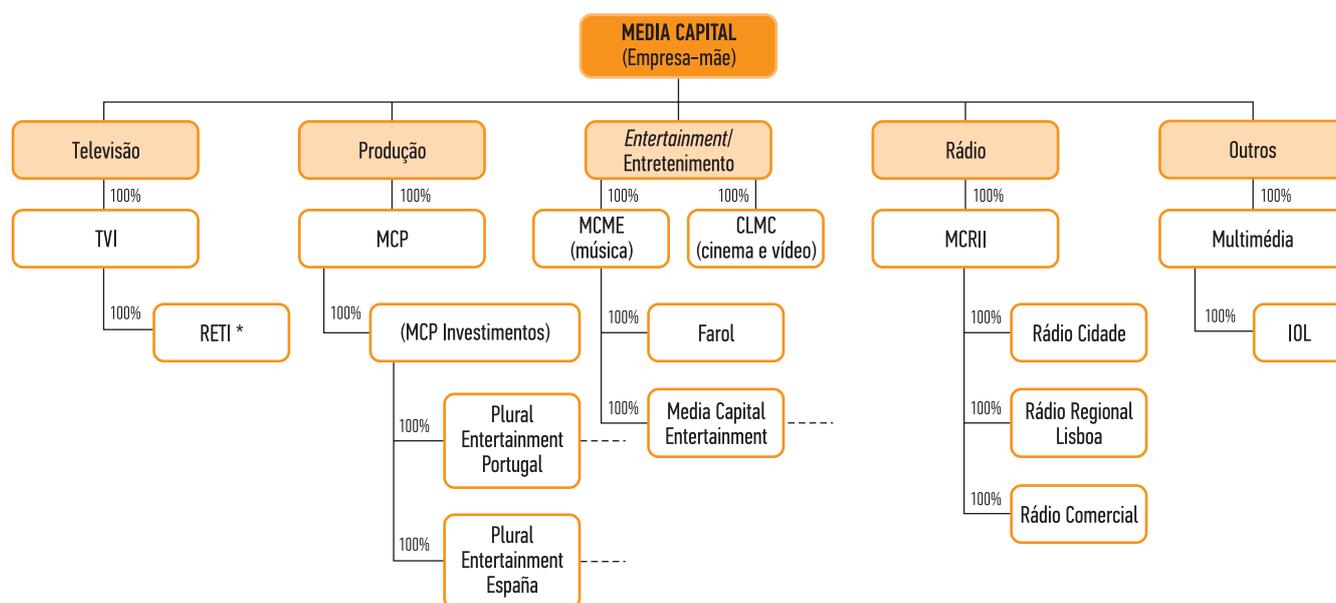
Não foram identificadas alterações posteriores a 31/12/2012 dignas de nota.

Identificação das áreas de atividade

Em termos operacionais, a MEDIA CAPITAL estrutura a sua atividade em sete áreas de negócio — televisão, produção audiovisual, música, cinema, rádio, internet e outros negócios — e uma unidade de serviços partilhados. Já para efeitos de reporte financeiro, a MEDIA CAPITAL apresenta cinco segmentos de negócio: televisão; produção, entertainment/entretenimento, rádio e outros:

- > **televisão:** segmento de negócio que inclui a emissão de programas televisivos através do canal de televisão generalista TVI, detido indiretamente em 100 % pela MEDIA CAPITAL, a difusão por cabo do canal de televisão TVI 24 (um canal de informação), e a difusão do canal TVI Internacional;
- > **produção:** segmento de negócio que envolve a produção, realização e distribuição audiovisual e a produção de programas/séries; esta área de negócio é desenvolvida pela MCP, que detém indiretamente a totalidade do capital das empresas Plural Entertainment Portugal (que possui, por sua vez, várias empresas com atividades associadas à produção de conteúdos) e Plural Entertainment España (que detém, igualmente, diversas subsidiárias na área da produção para o mercado espanhol e latino-americano);
- > **entertainment/entretenimento:** segmento de negócio que é desenvolvido pela empresa MCME e que envolve, fundamentalmente, a gravação e venda de CD e DVD de música (atividade levada a cabo pela Farol Música, uma subsidiária da MCME), o agenciamento de artistas e a promoção de eventos (através da Media Capital Entertainment, igualmente uma subsidiária da MCME) e a aquisição e distribuição de direitos cinematográficos, desenvolvida pela CLMC;
- > **rádio:** segmento de negócio que envolve a emissão da programação das rádios da MEDIA CAPITAL (Rádio Comercial, M80, Rádio Cidade, entre outras) através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros; esta atividade é

Fig. 14 – Grupo Media Capital (estrutura parcial).



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

* A MEDIA CAPITAL celebrou um contrato-promessa de compra e venda para a alienação, em 2012, da RETI à PORTUGAL TELECOM (notas 30 e 32 do Relatório e Contas da MEDIA CAPITAL).

desenvolvida pela MCR II através das suas participadas, detidas a 100 %, Rádio Cidade, Rádio Regional de Lisboa e Rádio Comercial;

- > **outros:** este segmento inclui essencialmente a atividade associada à *internet*, que é desenvolvida pela Multimédia (detida em 100 % pela MEDIA CAPITAL); esta empresa detém a totalidade do capital da IOL Negócios que, através do portal IOL, apresenta conteúdos próprios (incluindo o jornal desportivo *on-line Mais Futebol*), um diretório de classificados e publicidade *on-line*; é ainda neste segmento que é reportada a atividade da *holding* do grupo.

Análise económica e financeira

Em 2011 ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes de aquisições de sociedades, da saída de sociedades e da incorporação por fusão, já referidos. Estas operações naturalmente afetam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2011, os ativos do grupo MEDIA CAPITAL ascendiam a 377 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 7,2 % relativamente aos 407 milhões de euros existentes no final de 2010.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 129 milhões de euros, em 2010, para 122 milhões de euros, em 2011, registando uma descida de 5,7 %. Para esta diminuição de 7 milhões de euros foi determinante a distribuição, em 2011, de dividendos (7 milhões de euros) em montante superior ao resultado obtido neste período (2 milhões de euros), sendo a quebra remanescente (2 milhões de euros) ocasionada por alterações de perímetro de consolidação.

Uma vez que, em 2011, a diminuição do ativo foi mais acentuada que a descida do capital próprio, verificou-se um aumento de 0,6 pontos percentuais no grau de autonomia financeira, situando-se em 32,3 % em 2011. Em conformidade, o rácio de solvabilidade aumentou, no período considerado, de 0,47 para 0,48.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a 193 milhões de euros, registando uma quebra de 13,6 % face aos 224 milhões de euros obtidos no ano anterior.

Este decréscimo do volume de negócios foi superior à diminuição do ativo, originando, no período considerado, a descida do grau de rotação do ativo de 0,55 para 0,51.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2011, o grupo MEDIA CAPITAL obteve um total de rendimentos operacionais de 224 milhões de euros, 9,9 % abaixo do registado no ano anterior, sendo de referir que para esta evolução desfavorável contribuiu a quebra de 8,0 % nos réditos de publicidade. Quanto aos gastos operacionais, observou-se uma redução de 6,4 % face ao ano anterior, não obstante o reconhecimento, em 2011, de gastos não recorrentes tais como perdas por imparidade do *goodwill* e indemnizações, no montante de 10 milhões de euros e 4 milhões de euros, respetivamente.

Assim, em 2011, a quebra dos rendimentos operacionais foi superior à contração dos gastos operacionais, verificando-se a descida dos resultados operacionais de 27 milhões de euros, em 2010, para 17 milhões de euros, em 2011, o que significa um decréscimo de 38,3 % face ao ano anterior.

A diminuição dos resultados operacionais foi superior à redução registada no volume de negócios, originando a descida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 12,2 %, em 2010, para 8,7 %, em 2011. Esta diminuição de 3,5 pontos percentuais, conjugada com a quebra no grau de rotação do ativo, explica a descida na rentabilidade operacional do ativo de 6,7 % para 4,5 %, conforme explicitado no quadro seguinte.

Fig. 15 – Rentabilidade operacional do activo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	8,7%	12,2%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,512	0,550
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Ativo x 100	4,5%	6,7%

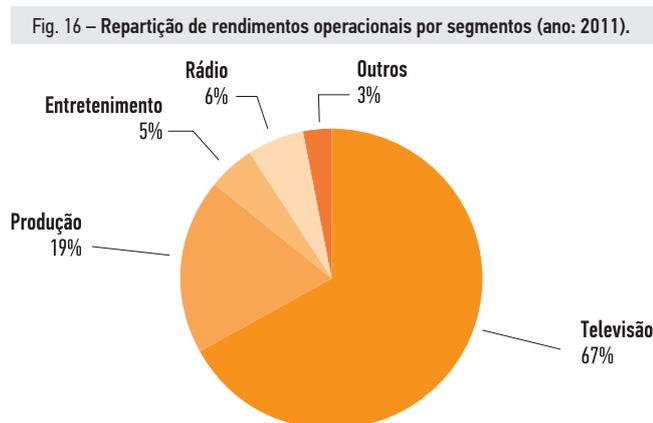
O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um decréscimo de 14,4 %, passando de 45 milhões de euros, em 2010, para cerca de 38 milhões de euros, em 2011.

A margem EBITDA desceu 0,9 pontos percentuais, situando-se em 17,1 % e 18,0 % em 2011 e 2010, respetivamente.

Em 2011, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em cerca de 2 milhões de euros, o que corresponde a uma diminuição de 85,6 % face ao ano anterior e representa uma quebra ainda mais acentuada que a apurada em 2010.

A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, diminuiu 8,9 pontos percentuais, situando-se em 1,6 %, face aos 10,5 % registados no ano anterior. Considerando apenas a parcela atribuível aos acionistas da empresa-mãe, a rentabilidade do capital próprio, foi de 1,0 % e 9,9 %, em 2011 e 2010, respetivamente.

Informação financeira por segmentos



Televisão

O segmento 'televisão' representa cerca de 67 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo MEDIA CAPITAL. Envolve, fundamentalmente, a emissão de um canal de TV generalista (TVI), a difusão por cabo de um canal de televisão pago (TVI 24) e a difusão

de um canal internacional (TVI Internacional), já que a produção de programas e séries é reportada, desde 2008, no segmento 'produção'.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Fig. 17 – Televisão – indicadores.

Televisão	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	150,2	156,9	-4,3%
Operações com outros segmentos	1,2	1,7	-27,1%
Total	151,4	158,6	-4,5%
Resultados operacionais			
EBITDA	28,6	39,1	-27,0%
Margem EBITDA	22,8%	28,5%	-5,7 p.p.
Ativos	232,3	267,9	-13,3%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	1,9	4,7	-58,5%

Contrariando a subida registada no ano anterior, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos desceram, em 2011, para cerca de 150 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 4,3 % face ao ano anterior. Para esta redução terá contribuído a quebra de 10 % nos réditos de publicidades deste segmento.

O EBITDA baixou 23,5 %, situando-se em cerca de 35 milhões de euros e a margem EBITDA diminuiu 5,7 pontos percentuais, situando-se em 22,8 %, em 2011.

Os ativos líquidos afetos ao segmento ascendiam, no final de 2011, a 232 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 13,3 % face ao ano anterior. O investimento em ativos fixos totalizou, em 2011, cerca de 2 milhões de euros, o que corresponde a uma descida de 58,5 % face ao ano anterior.

Produção

O segmento 'produção' representa cerca de 19 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo MEDIA CAPITAL. Envolve, fundamentalmente, a produção, realização e distribuição audiovisual e a produção de programas e séries.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Fig. 18 – Produção – indicadores.

Produção	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	42,4	55,9	-24,2%
Operações com outros segmentos	38,6	35,8	7,8%
Total	81,0	91,7	-11,7%
Resultados operacionais			
EBITDA	-8,1	5,5	-
Margem EBITDA	-6,1%	9,2%	-
Ativos	128,7	142,0	-9,4%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	5,9	4,1	44,2%

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos diminuíram 24,2 %, situando-se em cerca de 42 milhões de euros. Já os rendimentos provenientes de operações com outros segmentos registaram uma subida de 7,8 %, atingindo cerca de 39 milhões de euros, em 2011. Assim, verificou-se um reforço no peso relativo das operações internas que passaram a representar cerca de 48 % do total de rendimentos operacionais do segmento, face aos 39 % registados nos dois anos precedentes.

O EBITDA sofreu uma quebra, passando de 8 milhões de euros positivos, em 2010, para 5 milhões de euros negativos, em 2011. A margem EBITDA desceu de 9,2 % positivos, em 2010, para 6,1 % negativos, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, aproximadamente 129 milhões de euros, registando uma descida de 9,4 % face ao ano anterior. O investimento em ativos fixos foi de cerca de 6 milhões de euros, em 2011, o que representa uma subida de 44,2 %, face ao ano anterior.

Entretenimento

Este segmento representa cerca de 5 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo MEDIA CAPITAL. Envolve, fundamentalmente, a gravação e venda de CDs e DVDs de música, agenciamento de artistas e promoção de eventos, bem como a distribuição cinematográfica.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento.

Entretenimento	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	11,7	17,2	-32,3%
Operações com outros segmentos	0,1	0,3	-57,0%
Total	11,8	17,5	-32,7%
Resultados operacionais			
EBITDA	-1,4	-8,2	-
Margem EBITDA	-10,7%	-45,9%	-
Ativos	8,3	15,5	-46,3%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	0,0	0,3	-99,2%

Em 2011, o segmento 'entretenimento' gerou rendimentos provenientes de operações com clientes externos no montante de 12 milhões de euros, o que representa uma quebra de 32,3 % face ao ano anterior.

O EBITDA, apesar de registar uma evolução favorável, continua negativo, tendo passado de 8 milhões de euros negativos, em 2010, para cerca de 1 milhão de euros negativos, em 2011. A margem EBITDA evoluiu de 45,9 %, negativos, em 2010, para 10,7 %, negativos, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, cerca de 8 milhões de euros, apresentando uma descida de 46,3 % face ao ano anterior.

Rádio

Este segmento representa cerca de 6 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo MEDIA CAPITAL. Envolve a emissão da programação das rádios através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento.

Rádio	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	14,3	13,6	4,9%
Operações com outros segmentos	0,2	0,3	-17,5%
Total	14,5	13,9	4,5
Resultados operacionais			
EBITDA	2,2	-2,5	-
Margem EBITDA	15,4%	-17,8%	-
Ativos	36,9	37,3	-1,2%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	0,5	1,0	-52,1%

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos situaram-se em cerca de 14 milhões de euros, o que representa um aumento de 4,9 % face ao ano anterior. Para esta evolução favorável terá contribuído a subida de 4 % nos réditos de publicidade que, deste modo, contraria a descida verificada no segmento "Televisão".

O EBITDA atingiu 2 milhões de euros, em 2011, o que representa uma recuperação face aos cerca de 3 milhões de euros negativos, registados no ano anterior. A margem EBITDA passou de 17,8 %, negativos, em 2010, para 15,4 %, positivos, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio ascendiam, no final de 2011, a 37 milhões de euros, apresentando uma descida de 1,2 % face ao ano anterior. Em 2011, o investimento em ativos fixos situou-se em cerca de meio milhão de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui, essencialmente, o negócio da *Internet* (IOL) e a atividade da *holding* do grupo.

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

Alterações subsequentes

Posteriormente a 31/12/2011, o principal facto relevante verificou-se em 31/08/2012, data em que os administradores da RTP apresenta-

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Rádio e Televisão de Portugal, SA (abreviatura: RTP)
Sede	• Av. Marechal Gomes da Costa, n.º 37, Lisboa
Data de constituição	• 15 de dezembro de 1955
CAE	• 60 200
Área de atividade	• Prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão
Principais segmentos de atividade	• Televisão • Rádio • Produção de conteúdos
Volume de negócios	• 301 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 2 183
Chairman / presidente do Conselho de Administração	• Manuel Guilherme de Oliveira da Costa
CEO	• Não aplicável
Principais empresas participadas	• NP-Notícias de Portugal, Coop. Inform. (8%) • Euronews Editorial (1,64%) • Lusa-Agência de Notícias de Portugal, SA (0,03%)
Principais sócios	• Sociedade de capitais exclusivamente públicos
Principais marcas	• Televisão: ▪ RTP1 ▪ RTP2 ▪ RTP Informação ▪ RTP Memória ▪ RTP Internacional ▪ RTP África • Rádio: ▪ Antena 1 ▪ Antena 2 ▪ Antena 3

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

ram ao Governo a renúncia ao cargo, tendo o Conselho de Ministros de 06/09/2012 mandatado o representante do acionista Estado para proceder à eleição dos novos membros do Conselho de Administração da empresa. Para presidente do Conselho de Administração foi nomeado o gestor Alberto da Ponte.

É de salientar que o programa do XIX Governo Constitucional estabelece o seguinte quanto à RTP: “*O Estado deve repensar o seu posicionamento no sector da Comunicação Social, enquanto operador, tanto ao nível do Grupo RTP como da Lusa. Para tal deverá igualmente proceder-se a uma definição de serviço público que inclua, entre outras realidades, a administração e gestão do acervo de memória. O Grupo RTP deverá ser reestruturado de maneira a obter-se a uma forte contenção de custos operacionais já em 2012 criando, assim, condições tanto para a redução significativa do esforço financeiro dos contribuintes quanto para o processo de privatização. Este incluirá a privatização de um dos canais públicos a ser concretizada oportunamente e em modelo a definir face às condições de mercado. O outro canal, assim como o acervo de memória, a RTP Internacional e a RTP África serão essencialmente orientados para assegurar o serviço público. A Antena 1, 2 e 3 seguirá os mesmos princípios gerais a aplicar à RTP.[...]*” (p. 98).

À data da elaboração do presente relatório não era ainda publicamente conhecido qual o modelo a adotar na privatização da RTP.

Identificação das áreas de atividade

A RTP tem por objeto principal a prestação dos serviços públicos de

rádio e de televisão, nos termos das Leis da Rádio e da Televisão e dos respetivos contratos de concessão (art. 1.º n.º 1 da Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro). A RTP pode ainda prosseguir quaisquer outras atividades, industriais ou comerciais, relacionadas com a atividade de rádio e de televisão, desde que não comprometam ou afetem a prossecução do serviço público de rádio e de televisão (art. 1.º n.º 4 da Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro).

A RTP desenvolve a sua atividade através da exploração direta de vários serviços de programas:

- > **rádio:** inclui os serviços de programas *Antena 1*, *Antena 2* e *Antena 3*, as antenas regionais *RDP Madeira* e *RDP Açores* e as antenas internacionais *RDP Internacional* e *RDP África*;
- > **televisão:** inclui os canais generalistas *RTP1* e *RTP2*, os canais regionais *RTP Madeira* e *RTP Açores*, os canais internacionais *RTP Internacional* e *RTP África*, os canais temáticos *RTP Informação* (ex-RTPN) e *RTP Memória*, e ainda a *RTP Mobile*.

Estas áreas de atividade não correspondem, contudo, a segmentos de negócio para efeitos de reporte financeiro.

Análise económica e financeira

No final de 2011, os ativos da RTP ascendiam a 370 milhões de euros, apresentando uma descida de 2,4 % face aos 379 milhões de euros existentes no final de 2010.

O capital próprio apresentava valores negativos de 469 e 554 milhões de euros, no final de 2011 e 2010, respetivamente. Verificando-se a insuficiência de capital prevista no art. 35.º do Código das Sociedades Comerciais, o pressuposto de continuidade das operações é assegurado através do reforço do apoio financeiro que vem sendo prestado pelo acionista único, conforme previsto no Acordo de Reestruturação Financeira celebrado em 2003.

O volume de negócios, incluindo subsídios à exploração, ascendeu, em 2011, a 301 milhões de euros, registando uma quebra de 1,9 % face aos 306 milhões de euros obtidos no ano anterior.

A diminuição do volume de negócios foi de magnitude semelhante à descida registada no ativo, o que originou, no período considerado, a manutenção do grau de rotação do ativo em cerca de 0,81.

O total de rendimentos operacionais, em 2011, ascendeu a 317 milhões de euros, registando uma subida de 2,7 % face a 2010. Cerca de 75 % (240 milhões de euros) são provenientes de fundos públicos (indenizações compensatórias e contribuição para o audiovisual), sendo os restantes 25 % (77 milhões de euros) constituídos por rendimentos comerciais e outros rendimentos e ganhos, conforme discriminação apresentada no quadro seguinte.

Fig. 21 – Rendimentos operacionais.

Descrição	2011 M€	2010 M€	Var.
Fundos públicos	240,1	230,7	4,1%
Indemnizações compensatórias	89,0	121,1	-26,5%
Contribuição para o audiovisual	151,1	109,6	37,9%
Rendimentos comerciais	60,3	75,8	-20,5%
Publicidade	39,6	49,9	-20,5%
Distribuição cabo	13,7	14,0	-2,0%
Prestação de serviços	4,0	3,0	34,7%
Venda de conteúdos	0,8	6,6	-87,7%
Outros	2,2	2,3	-13,4%
Outros rendimentos e ganhos	16,7	2,1	664,8%
Total de rendimentos operacionais	317,1	308,6	2,7%

Os rendimentos comerciais, em 2011, ascenderam a 60 milhões de euros, registando uma descida de 20,5 % face ao ano anterior. Todas as rubricas tiveram uma evolução desfavorável, com exceção das prestações de serviços que representam 6,6 % dos rendimentos comerciais e que, em 2011, obtiveram um crescimento de 34,7 %, situando-se em 4 milhões de euros. Quanto às restantes categorias, é de assinalar a quebra de 20,5 % nas receitas de publicidade que representam 65,7 % dos rendimentos comerciais e que desceram de 50 milhões de euros, em 2010, para 40 milhões de euros, em 2011. Na distribuição por cabo, cujo peso relativo no total de rendimentos comerciais é de 22,7 %, verificou-se um decréscimo de 2,0 % face a 2010. Nas vendas de conteúdos e nas atividades com carácter residual que, em conjunto representam 5,0 % do total de rendimentos comerciais, ocorreram descidas de, respetivamente, 87,7 % e 13,4 %, em 2011.

No que respeita a outros rendimentos e ganhos verificou-se um crescimento de 664,8 %, atingindo cerca de 17 milhões de euros, em 2011. De salientar o seu carácter não recorrente, uma vez que resultam fundamentalmente da mais-valia da venda das antigas instalações do Lumiar.

Quanto aos gastos operacionais, não obstante a redução nos custos de grelha e nos gastos com fornecimentos e serviços externos, verificou-se um aumento de 17,0 milhões de euros, face ao ano anterior. Para este agravamento foi determinante a constituição de uma provisão, no valor de 26,5 milhões de euros, destinada a fazer face às responsabilidades derivadas da execução de um conjunto de medidas previstas no Plano de Sustentabilidade Económico Financeiro aprovado pela Tutela, conforme referido no Relatório e Contas de 2011. De assinalar que, excluindo os custos não recorrentes e de reestruturação, os gastos operacionais apresentaram uma redução de 7,3 % face a 2010.

Uma vez que, em 2011, o aumento dos rendimentos operacionais foi inferior à subida dos gastos operacionais, os resultados operacionais, embora positivos, diminuíram 39,2 % face ao ano anterior, passando de 23 milhões de euros, em 2010, para 14 milhões de euros, em

2011. Este montante representa, no entanto, um diferencial positivo de 1,6 milhões de euros face ao previsto no Acordo de Reestruturação Financeira de 2003, conforme referido no Relatório e Contas de 2011.

A diminuição dos resultados operacionais foi mais acentuada que a descida do volume de negócios, o que determinou um decréscimo da rentabilidade operacional do volume de negócios de 7,4 %, em 2010, para 4,6 %, em 2011. Este decréscimo de 2,8 pontos percentuais, conjugado com a relativa estabilidade do grau de rotação do ativo, explica a descida, no período considerado, da rentabilidade operacional do ativo de 6,0 % para 3,7 %, conforme explicitado no quadro seguinte.

Fig. 22 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	4,6%	7,4%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,813	0,809
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Ativo × 100	3,7%	6,0%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresenta uma redução de 29,5 %, passando de 30 milhões de euros, em 2010, para cerca de 21 milhões de euros, em 2011. A margem EBITDA diminuiu 3,1 pontos percentuais, situando-se em 6,7 % em 2011.

A referida quebra dos resultados operacionais foi mais do que compensada pela evolução favorável dos resultados financeiros, o que permitiu uma subida de 25,6 % no resultado líquido do período que aumentou de 15 milhões de euros, em 2010, para 19 milhões de euros, em 2011.

De assinalar que a subida dos resultados financeiros, em 14 milhões de euros, passando de 7 milhões de euros, negativos, em 2010, para 7 milhões de euros, positivos, em 2011, se deve essencialmente ao reconhecimento de ganhos por alterações de justo valor em instrumentos financeiros.

COFINA

Em 2011 não ocorreram alterações no perímetro de consolidação da COFINA. No que se refere aos rendimentos operacionais do grupo, o ano de 2011 foi caracterizado por uma evolução semelhante à registada no exercício anterior, observando-se um reforço, em 2 pontos percentuais, da contribuição do segmento “Jornais” para o total de rendimentos operacionais consolidados e, em contrapartida, idêntica quebra no segmento “Revistas”, como se pode ver no quadro seguinte.

Fig. 23 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos.

Descrição	2011	2010
Jornais	76%	74%
Revistas	24%	26%
Total	100%	100%

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Cofina, SGPS, SA (abreviatura: COFINA)
Sede	• R. General Norton de Matos, n.º 68, Porto
Data de constituição	• 29 de dezembro de 1989
CAE	• 64 202 (Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de atividade	• Gestão de participações sociais, essencialmente em empresas do sector dos média e conteúdos
Principais segmentos de atividade	• Jornais • Revistas
Volume de negócios	• 114 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 872
Chairman/ presidente do Conselho de Administração	• Paulo Jorge dos Santos Fernandes
CEO	• Paulo Jorge dos Santos Fernandes
Principais empresas participadas	• Cofina Media, SGPS: • Metronews, SA • Mediafin, SGPS, SA • Grafedisport, SA • • Webworks, SA • Presselivre, SA • Edisport, SA • • Edirevistas, SA • Transjornal, SA • Cofina Eventos e Comunicação, SA • Adcom Media - Anúncios e Publicidade, SA • VASP • Destak Brasil, SA
Principais sócios	• Newshold, SGPS, SA (15,08% dos direitos de voto) • Caderno Azul SGPS, SA (10,01% dos direitos de voto)* • Promendo SGPS, SA (8,78% dos direitos de voto)** • Domingos José Vieira de Matos (7,11% dos direitos de voto) • Paulo Jorge dos Santos Fernandes (6,99% dos direitos de voto) • Ana Rebelo Mendonça Fernandes (6,22% dos direitos de voto)** • Pedro Miguel Matos Borges de Oliveira (4,81% dos direitos de voto)
Principais marcas	• <i>Jornais:</i> • Correio da Manhã • Record • Jornal de Negócios • • Destak • Metro • <i>Revistas:</i> • Sábado • Máxima • TV Guia • Automotor • Flash! • • Vogue • GQ

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

* A Caderno Azul, SGPS, SA é detida em 50% por João Manuel Borges de Oliveira, membro do Conselho de Administração da COFINA.

** As ações da COFINA detidas pela Promendo SGPS, SA são consideradas imputáveis à sócia Ana Rebelo Mendonça Fernandes, titular de 59,6% do capital social da Promendo. Nesta medida, consideram-se imputáveis a Ana Rebelo Mendonça Fernandes um total de 15% do capital e dos direitos de voto da COFINA.

Alterações subsequentes

Posteriormente a 31/12/2011, verificou-se o reforço da participação, através da aquisição de ações em bolsa, dos seguintes acionistas:

Domingos José Vieira de Matos (detentor de 7,12 % do capital da COFINA, conforme comunicado da empresa datado de 23 de abril de 2012), Pedro Miguel Matos Borges de Oliveira (detentor de 5,49 % do capital da COFINA, conforme comunicado da empresa datado de 20 de julho de 2012) e Caderno Azul, (detentora de 11,27 % do capital da COFINA, conforme comunicado da empresa datado de 20 de julho de 2012).

Identificação das áreas de atividade

Através de empresas participadas, a COFINA Media SGPS, S.A. — a *sub-holding* do grupo COFINA para o sector dos *media* e conteúdos — atua em dois segmentos de negócio principais:

- > **jornais:** segmento de negócio que inclui jornais pagos, quer generalistas [*Correio da Manhã*], quer temáticos (o diário desportivo *Record*, o jornal de informação económica *Jornal de Negócios*) e jornais gratuitos [*Destak* e *Metro*];
- > **revistas:** segmento de negócio que engloba títulos de temáticas diversas, como a revista de informação *Sábado* e outras revistas temáticas como *Máxima*, *TV Guia*, *Flash!*, *Vogue*, *Automotor* e *GQ*.

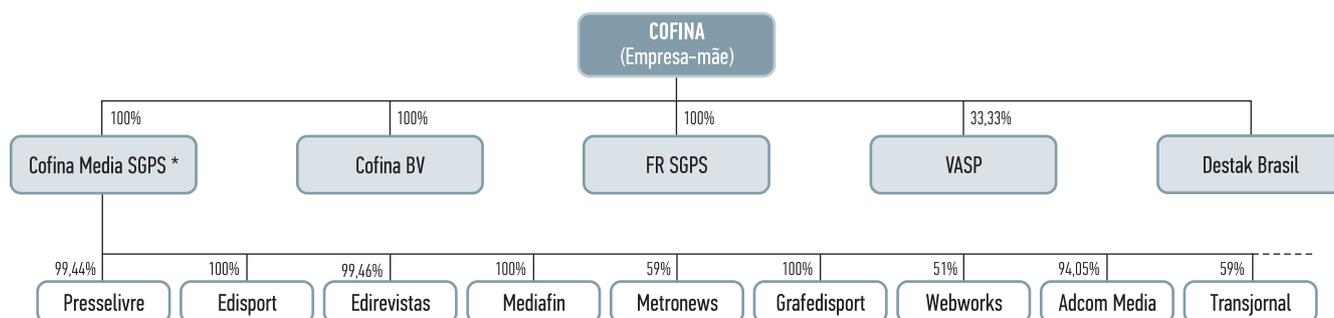
A COFINA Media atua, ainda, na distribuição de publicações através da VASP, em cujo capital participa em 33,33 %. Ao nível internacional, a COFINA Media está presente no mercado brasileiro através de uma participação de 23,96 % na Destak Brasil e da detenção de 94,05 % do capital da Adcom Media.

Análise económica e financeira

Em 2011 não ocorreram alterações no perímetro de consolidação da COFINA, como referido.

No final de 2011, os ativos do grupo COFINA ascendiam a 174 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 20,8 % relativamente aos 220 milhões de euros existentes no final de 2010. Para esta redução de 46 milhões de euros contribuiu a alienação, em 2011, da totalidade

Fig. 24 – Grupo COFINA (estrutura parcial).



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

*O Relatório e Contas de 2011 da COFINA não permite identificar se as empresas Presselivre, Edisport, Edirevistas, Mediafin, Metronews, Grafedisport, Webworks, Transjornal, COFINA Eventos e Comunicação SA e Adcom Media são detidas direta ou indiretamente pela COFINA Media. As percentagens referidas correspondem às percentagens efetivas de participação da COFINA referidas no Relatório e Contas de 2011 na nota relativa a 'Investimentos' (nota 4).

da participação financeira que a COFINA detinha na ZON Multimédia, sendo o encaixe proveniente desta operação, no montante de 52 milhões de euros, parcialmente aplicado na redução do passivo.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 8 milhões de euros, em 2010, para 12 milhões de euros, em 2011, registando um aumento de 50,2 %. Este crescimento de 4 milhões de euros foi determinado, essencialmente, pelo resultado líquido do período, no montante de 5 milhões de euros, deduzido de 1 milhão de euros distribuídos como dividendos, em 2011.

Uma vez que, em 2011, a diminuição do ativo foi acompanhada por um aumento no capital próprio, verificou-se a subida do grau de autonomia financeira de 3,6 %, em 2010, para 6,8 %, em 2011. Em conformidade, o rácio de solvabilidade aumentou, no período considerado, de 0,04 para 0,07.

De notar que apesar do aumento verificado no capital próprio, em 2011, o grau de autonomia financeira ainda permanece reduzido. Tal facto deve-se ao reconhecimento de perdas por redução do justo valor da participação financeira que a COFINA detinha na ZON Multimédia. Com efeito, de 2008 a 2010, com base na cotação destes títulos à data do balanço, foram registadas perdas por imparidade que implicaram a redução, em valor absoluto, do ativo e do capital próprio em cerca de 91 milhões de euros, sendo que, em termos relativos, tal diminuição representa um decréscimo mais acentuado para o capital próprio.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a 114 milhões de euros, registando uma descida de 4,6 % face aos 120 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O decréscimo do volume de negócios foi inferior à diminuição do ativo, determinando, no período considerado, uma subida de 0,55 para 0,66 no grau de rotação do ativo.

O total de rendimentos operacionais situou-se, em 2011, em 127 milhões de euros, registando um decréscimo de 7,1 %, face aos 136 milhões de euros do ano anterior. Esta quebra foi superior à redução verificada nos gastos operacionais do período, o que explica a descida de 15,9 % nos resultados operacionais que se situaram em 16 milhões de euros, em 2011.

Fig. 25 – Rendimentos operacionais consolidados.

Descrição	2011	2010	Var.
Circulação	64,7M€ 51,1%	65,0M€ 47,7%	-0,5%
Publicidade	49,8M€ 39,3%	55,0M€ 40,3%	-9,4%
Produtos de <i>marketing</i> alternativo e outros	12,2M€ 9,6%	16,3M€ 12,0%	-25,2%
Total de rendimentos operacionais consolidados	126,7M€ 100%	136,3M€ 100%	-7,1%

A repartição dos rendimentos operacionais consolidados, segundo a sua natureza, é a apresentada na fig. 25.

Em 2011, todas as categorias de rendimentos operacionais apresentaram uma evolução desfavorável. A redução mais acentuada ocorreu nos rendimentos provenientes de produtos de *marketing* alternativo que, em 2011, sofreram uma descida de 25,2 %, passando a representar apenas 9,6 % do total de rendimentos operacionais. Segue-se a descida de 9,4 % nos réditos de publicidade cujo peso, no total de rendimentos operacionais, desceu para 39,3 %. Quanto aos rendimentos de circulação, registaram, em 2011, uma diminuição de 0,5 %, passando a representar cerca de 51,1 % do total de rendimentos operacionais.

A diminuição dos resultados operacionais foi mais acentuada do que o decréscimo registado no volume de negócios, originando uma descida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 16,2 %, em 2010, para 14,3 %, em 2011. Este decréscimo de 1,9 pontos percentuais foi mais do que compensado pela subida no grau de rotação do ativo, pelo que a rentabilidade operacional do ativo subiu de 8,9 % para 9,4 %, conforme explicitado no quadro seguinte.

Fig. 26 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	14,3%	16,2%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,657	0,546
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Ativo × 100	9,4%	8,9%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou uma diminuição de 14,5 %, passando de 23 milhões de euros, em 2010, para 20 milhões de euros, em 2011.

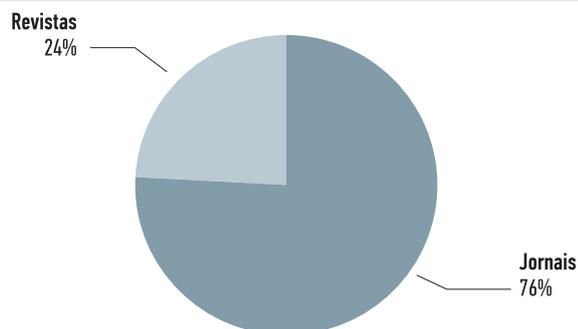
A margem EBITDA desceu 1,4 pontos percentuais, situando-se em 15,6 %, em 2011, face aos 17,0 % registados em 2010.

O resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, foi, em 2011, de 5 milhões de euros, o que representa um decréscimo de 5,7 % face ao ano anterior. De assinalar que a alienação, em 2011, da participação financeira da COFINA na ZON Multimédia gerou um ganho de aproximadamente 0,1 milhões de euros, não tendo um impacto expressivo no resultado deste exercício. Tratava-se de um investimento que, desde a sua aquisição, era sistematicamente reavaliado a valor de mercado à data do balanço e, em consequência, já tinham sido reconhecidas, em anos anteriores, perdas por redução de justo valor de cerca de 91 milhões de euros, como referido.

A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 41,6 %, em 2011, registando uma quebra de 24,7 pontos percentuais face ao ano anterior. Considerando apenas a parcela atribuível aos acionistas da empresa-mãe, regista-se idêntica evolução.

Informação financeira por segmentos

Fig. 27 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (ano: 2011).



Jornais

O negócio dos jornais representa cerca de 76 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo COFINA. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

Fig. 28 – Jornais – indicadores.

Jornais	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	96,7	101,5	-4,7%
Circulação	48,9	48,3	1,2%
Publicidade	38,2	41,0	-6,9%
Produtos de <i>marketing</i> alternativo e outros	9,6	12,2	-21,0%
Resultados operacionais	16,4	19,2	-14,2%
EBITDA	19,7	22,6	-12,7%
Margem EBITDA	20,4%	22,3%	-1,9 p.p.
Ativos	63,6	83,4	-23,8%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	2,1	4,1	-48,0%

Em 2011, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos, contrariando a evolução favorável registada no ano anterior, desceram para 97 milhões de euros, o que representa um decréscimo de 4,7 % face a 2010.

Neste segmento, os rendimentos de circulação registaram uma subida de 1,2 % face a 2010, situando-se em cerca de 49 milhões de euros. Já os rendimentos de publicidade e de produtos de *marketing* alternativo apresentaram quebras de 6,9 % e 21,0 %, respetivamente.

O EBITDA situou-se em cerca de 20 milhões de euros, tendo sofrido uma descida de 12,7 % face a 2010. A margem EBITDA desceu 1,9 pontos percentuais para 20,4 %, em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, cerca de 64 milhões de euros, apresentando uma descida de 23,8 % face ao ano anterior. Em 2011, o investimento em ativos fixos situou-se em cerca de 2 milhões de euros, registando uma quebra de 48,0 % face a 2010.

Revistas

O segmento das revistas representa cerca de 24 % do total de rendimentos operacionais consolidados do grupo COFINA. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Fig. 29 – Revistas – indicadores.

Revistas	2011 M€	2010 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	30,0	34,8	-13,9%
Circulação	15,8	16,7	-5,6%
Publicidade	11,6	13,9	-16,8%
Produtos de <i>marketing</i> alternativo e outros	2,6	4,2	-37,4%
Resultados operacionais	0,0	0,3	-
EBITDA	0,0	0,5	-94,6%
Margem EBITDA	0,1%	1,4%	-1,3 p.p.
Ativos	11,2	13,7	-18,4%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	0,0	0,1	-45,5%

Em 2011, os rendimentos provenientes de clientes externos desceram para 30 milhões de euros, apresentando uma diminuição de 13,9 % face a 2010.

Neste segmento, todas as categorias de rendimentos sofreram uma redução face ao ano anterior. As receitas de circulação registaram uma descida de 5,6 %, atingindo cerca de 16 milhões de euros, em 2011. A publicidade e as receitas associadas a produtos de *marketing* alternativo registaram quedas de, respetivamente, 16,8 % e 37,4 %, face a 2010.

O EBITDA do segmento “Revistas” foi praticamente nulo, registando um decréscimo de 94,6 % face a 2010.

A margem EBITDA desceu 1,3 pontos percentuais, atingindo 0,1 % em 2011.

Os ativos afetos ao negócio totalizavam, no final de 2011, cerca de 11 milhões de euros, apresentando uma descida de 18,4 % face ao ano anterior. Em 2011, o investimento em ativos fixos foi residual.

GRUPO RENASCENÇA

Em 2011 não ocorreram alterações no perímetro de consolidação da RENASCENÇA.

Alterações subsequentes

Não foram identificadas alterações posteriores a 31/12/2012 dignas de nota.

Identificação das áreas de atividade

O Grupo RENASCENÇA atua fundamentalmente no sector da rádio através das marcas Rádio Renascença, RFM, Mega FM e Rádio SIM.

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

Denominação	• Rádio Renascença, Lda.
Sede	• R. Ivens, n.º 14, Lisboa
Data de constituição	• 11 de maio de 1931
CAE	• 60 100 (atividade de rádio)
Área de atividade	• Atividade de radiodifusão
Principais segmentos de atividade	• Rádio
Volume de negócios	• 23 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 297
Chairman / presidente do Conselho de Administração	• Cônego João Aguiar Campos
CEO	• Não aplicável
Principais empresas participadas	• Intervoz Publicidade, SA (100%) • Rádio Metropolitana - Comunicação Social, Lda. (100%) • Rádio 90FM - Coimbra Radiodifusão, Lda. (100%) • RO - Edições e Publicidade, Lda. (100%) • Génius e Meios - Soc. Unipessoal, Lda. (100%) • Rádio Pal - Soc. Unipessoal, Lda. (100%)
Principais sócios	• Patriarcado de Lisboa (60%) • Conferência Episcopal Portuguesa (40%)
Principais marcas	• RFM • Mega Hits • Canal Sim • 80's RFM • Oceano Pacífico

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2011 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa. A informação relativa aos sócios da RENASCENÇA tem por fonte a base de dados SABI (consultada em 18/09/2011). A informação relativa ao número médio de pessoal tem por fonte o próprio grupo Renascença (obtida em 27/08/2012).

Na *webradio*, a estas rádios juntam-se a 80's RFM, a RFM Oceano Pacífico e a RFM Clubbing. A RENASCENÇA detém ainda a totalidade do capital da Intervoz Publicidade, a empresa que detém o exclusivo da angariação publicitária para todos os canais do grupo, e da Génius e Meios, empresa que atua nas áreas do entretenimento e formação.

Análise económica e financeira

No final de 2011, os ativos do grupo RENASCENÇA ascendiam a 23 milhões de euros, apresentando um aumento de 17,8 % face aos 20 milhões de euros registados no final do ano anterior.

O total do capital próprio situou-se em 9 milhões de euros, apresentando uma subida de 11,0 % face ao final do ano anterior. Este aumento deve-se, essencialmente, ao resultado líquido positivo, de cerca de 1 milhão de euros, apurado em 2011.

Sendo, em 2011, o aumento do ativo mais acentuado que o do capital próprio, verificou-se uma diminuição, de 42,9 % para 40,5 %, no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 0,75, em 2010, para 0,68, em 2011.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a 23 milhões de euros, registando uma subida de 6,4 % face ao ano anterior.

A subida do ativo foi mais acentuada que a do volume de negócios, pelo que, no período considerado, se verificou uma diminuição de 1,10 para 0,99 no grau de rotação do ativo.

O total de rendimentos operacionais, em 2011, ascendeu a 24 milhões de euros, registando um crescimento de 9,6 % face ao ano anterior. Este aumento dos rendimentos operacionais foi acompanhado de uma redução de 17,1 % nos gastos operacionais do período, originando uma subida de 6,6 milhões de euros no resultado operacional que passou de 5,2 milhões de euros, negativos, em 2010, para 1,4 milhão de euros, positivos, em 2011.

De referir que, em 2011, a diminuição dos gastos operacionais se deveu, essencialmente, à descida dos gastos com o pessoal cuja redução, em termos absolutos, foi de 5,0 milhões de euros. Tal redução está associada ao processo de reestruturação de recursos humanos, através de rescisões por mútuo acordo, que decorreu no ano anterior, já que, em 2010, o grupo RENASCENÇA havia despendido, em indemnizações, cerca de 5,1 milhões de euros.

A diminuição significativa dos gastos operacionais conjugada com o aumento do volume de negócios determinaram, em 2011, uma evolução favorável da rentabilidade operacional do volume de negócios e do ativo, conforme ilustra o quadro seguinte.

Fig. 30 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	6,0%	-24,0%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,991	1,098
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Ativo × 100	5,9%	-26,3%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA), registou um aumento de cerca de 7 milhões de euros, passando de 4 milhões de euros negativos, em 2010, para aproximadamente 3 milhões de euros positivos, em 2011. Em conformidade, a margem EBITDA subiu de 18,0 %, negativos, em 2010, para 11,0 %, positivos, em 2011.

O resultado líquido consolidado foi de cerca de 1 milhão de euros, o que corresponde a uma rentabilidade dos capitais próprios de 9,9 %, em 2011.

SONAECOM

No que se refere a alterações no perímetro de consolidação ocorridas em 2011, verificou-se apenas a dissolução da M3G – Edições Digitais, S.A., uma empresa dedicada a edições digitais, edição eletrónica e produção de conteúdos na internet.

Fig. 31 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos.

Descrição	2011	2010
Telecomunicações	85%	81%
Sistemas de informação	12%	15%
Multimédia	3%	3%
Outros	0%	1%
Total	100%	100%

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Sonaecom, SGPS, SA (abreviatura: SONAECOM)
Sede	• Lugar do Espido, Via Norte, Maia
Data de constituição	• 6 de junho de 1988
CAE	• 64 202 (Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de atividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações, <i>software</i> e sistemas de informação e <i>on-line</i> e média
Principais segmentos de atividade	• Telecomunicações (móveis, fixas e <i>internet</i>) • Sistemas de informação • Multimédia
Volume de negócios	• 864 milhões de euros
N.º médio de pessoal (total consolidado)	• 2 152
Chairman / presidente do Conselho de Admin.	• Duarte Paulo Teixeira de Azevedo
CEO	• Ângelo Gabriel Ribeirinho dos Santos Paupério (presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• Optimus Comunicações, SA • Be Towering, SA • Sonaecom - Sistemas de Informação, SGPS, SA • Sonaecom BV • Sonaetelecom BV • Sonaetelecom SGPS, SA • Digitmarket - Sistemas de Informação, SA • We Do Consulting - Sistemas de informação, SA • Mainroad - Serviços em Tecnologias de Informação, SA • Saphety Level - Trusted Services, SA • Público - Comunicação Social, SA • Miauger, SA
Principais sócios	• Grupo Sonae (53,17%)* • France Telecom (20%)** • BCP, SA (3,41%)
Principais marcas	• Optimus • Optimus Clix • Optimus TAG • Miau.pt • WeDo • Bizdirect • Saphety • Mainroad • Público • Rádio Nova

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2010 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

* Esta participação de 53,17% resulta da soma das participações da Sontel BV (52,99% do capital social) e da Sonae SGPS, SA (0,18% do capital social).

** Titularidade indireta via Atlas Service Belgium, detentora de 20% do capital da Sonaecom.

O ano de 2011 foi caracterizado por um reforço de 4 pontos percentuais na contribuição do segmento “Telecomunicações” para o total de rendimentos operacionais consolidados e, em contrapartida, reduções de 3 e 1 pontos percentuais das contribuições dos segmentos “Sistemas de informação” e “Outros”, respetivamente, como se pode ver na fig. 31.

Alterações subsequentes

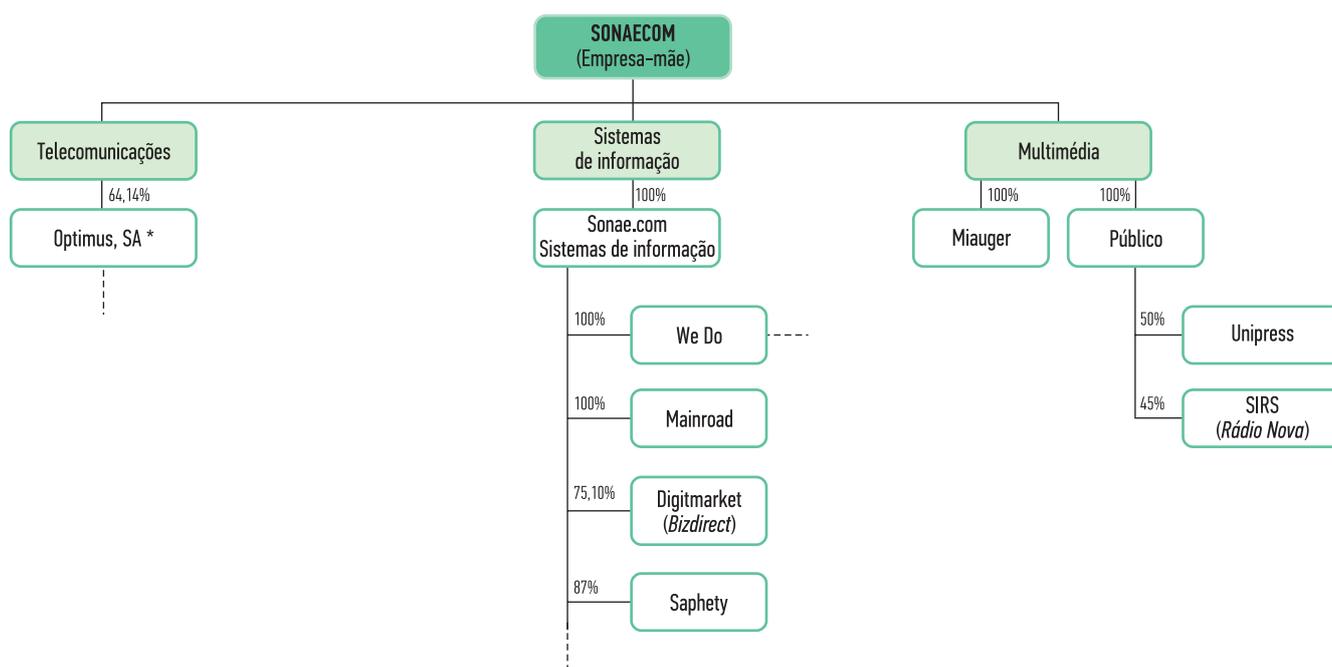
Não foram identificadas alterações posteriores a 31/12/2012 dignas de nota.

Identificação das áreas de atividade

Através de empresas participadas, a SONAECOM estrutura a sua atividade em três áreas de negócio:

- **telecomunicações:** área de negócio desenvolvida pela Optimus - Comunicações através das marcas *Optimus*, que identifica atualmente os serviços de comunicações móveis e fixas da SONAECOM e *Optimus Clix*, usada nos serviços de televisão;
- **sistemas de informação:** área de negócio desenvolvido pela Sonae.com – Sistemas de Informação, que inclui as empresas participadas WeDo, Digitmarket (através da marca *Bizdirect*), Mainroad e Saphety. Em termos genéricos, estas empresas operam na área dos serviços de software e da consultadoria em sistemas de informação. É de salientar que a WeDo detém, direta ou indiretamente (através da *holding* WeDo BV), participações superiores a 95 % em várias empresas “WeDo” de consultadoria em sistemas de

Fig. 32 – Grupo Sonaecom (estrutura parcial).



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

* A SONAECOM tem uma participação direta de 64,14% na Optimus- Comunicações (abreviatura: Optimus SA) acresce que o restante capital desta empresa é detido pela SONAE Telecom SGPS SA, uma filial da SONAECOM detida em 100%, pelo que a Optimus SA é inteiramente controlada pela SONAECOM.

informação, em países tais como o Brasil, a Polónia, os Estados Unidos da América, a Austrália, o Chile, a Malásia, o México, o Egipto, o Reino Unido, o Panamá e Singapura;

- > **multimédia:** área de negócio de *on-line* e média, desenvolvido pela Miauger, que atua na organização e gestão de leilões eletrónicos *on-line* através do site *miau.pt* e pela empresa Público, dedicada à edição de publicações e à exploração de estações e estúdios de rádio e televisão. A empresa Público edita o jornal diário *Público* e detém 50 % da Unipress, uma empresa do sector gráfico; a empresa Público controla ainda 45 % da Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora (SIRS), uma empresa que atua na radiodifusão sonora através da *Rádio Nova*.

Análise económica e financeira

Em 2011 as alterações ocorridas no perímetro de consolidação referem-se à dissolução da participada M3G, já referida. O impacto desta operação nos resultados e na posição financeira do grupo SONAECOM não é materialmente relevante.

No final de 2011, os ativos do grupo SONAECOM ascendiam a 2 020 milhões de euros, apresentando uma subida de 8,5 % relativamente aos 1 862 milhões de euros existentes no final de 2010.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 975 milhões de euros, em 2010, para 1 021 milhões de euros, em 2011, registando uma subida de 4,7 %.

Uma vez que, em 2011, a subida do ativo foi mais acentuada que a subida no capital próprio, verificou-se a descida do grau de autonomia financeira de 52,4 %, em 2010, para 50,6 %, em 2011. Em conformidade, o rácio de solvabilidade desceu de 1,10, em 2010, para 1,02, em 2011.

O volume de negócios ascendeu, em 2011, a 864 milhões de euros, registando uma quebra de 6,2 % face aos 921 milhões de euros obtidos no ano anterior.

A descida do volume de negócios, conjugada com a subida do ativo, originou a diminuição do grau de rotação do ativo de 0,49, em 2010, para 0,43, em 2011.

O total de rendimentos operacionais, em 2011, ascendeu a 872 milhões de euros, registando uma descida de 6,1 % face aos 929 milhões de euros obtidos no ano anterior. Esta diminuição foi, contudo, inferior à verificada nos gastos operacionais que, em 2011, se situaram em 790 milhões de euros, apresentando uma quebra de 8,6 % face aos 864 milhões de euros do ano anterior. Esta quebra de 74 milhões de euros nos gastos decorreu, essencialmente, de reduções nas rubricas Custo das vendas (43 milhões de euros) e Fornecimentos e serviços externos (38 milhões de euros).

Assim, não obstante a evolução desfavorável verificada nos rendimentos operacionais, os resultados operacionais cresceram 28,0 %, passando de 64 milhões de euros, em 2010, para cerca de 82 milhões de euros, em 2011.

Este aumento dos resultados operacionais, acompanhado da diminuição do volume de negócios, originou a subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 7,0 %, em 2010, para 9,6 %, em 2011. Este aumento de 2,6 pontos percentuais mais do que compensou a descida no grau de rotação do ativo, originando uma subida na rentabilidade operacional do ativo de 3,5 % para 4,1 %, conforme explicitado no quadro seguinte.

Fig. 33 – Rentabilidade operacional do ativo.

Descrição	2011	2010
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	9,6%	7,0%
(2) Volume de negócios/Ativo	0,428	0,495
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Ativo × 100	4,1%	3,5%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um acréscimo de 9,8 %, passando de 194 milhões de euros, em 2010, para 213 milhões de euros, em 2011.

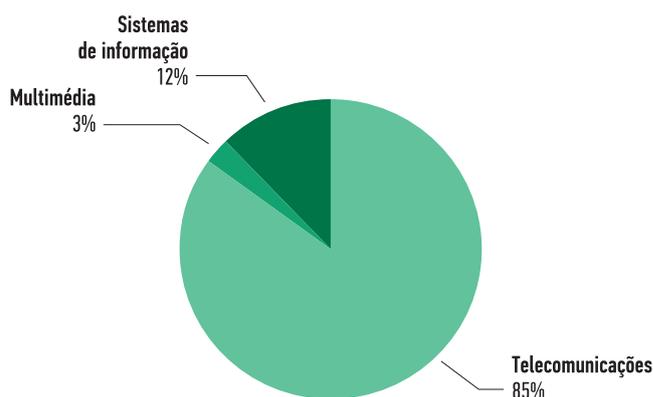
A margem EBITDA subiu 3,5 pontos percentuais, situando-se em 24,4 %, em 2011, face aos 20,9 % registados em 2010.

O já referido aumento do resultado operacional, bem como melhorias registadas nos rendimentos e gastos de financiamento, foram determinantes para o crescimento do resultado líquido consolidado em 51,3 %, o qual passou de 41 milhões de euros, em 2010, para 63 milhões de euros, em 2011. Em conformidade, a taxa de rentabilidade do capital próprio subiu de 4,2 %, em 2010, para 6,1 %, em 2011.

Considerando apenas a parcela atribuível aos acionistas da empresa-mãe, a evolução registada foi idêntica, verificando-se um resultado de 63 milhões de euros, em 2011, e a subida da taxa de rentabilidade do capital próprio de 4,2 %, em 2010, para 6,1 %, em 2011.

Informação financeira por segmentos

Fig. 34 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (ano: 2011).



Telecomunicações

Este segmento inclui as atividades de comunicação, móvel e fixa, desenvolvidas pela *Optimus*. No seu conjunto, o segmento 'telecomunicações' representa 85 % do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intragrupo. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio.

Fig. 35 – Telecomunicações – indicadores.

Telecomunicações	2011 M€	2010 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intragrupo)	766,2	790,4	-3,1%
Resultados operacionais	89,2	64,3	38,6%
EBITDA	209,2	189,0	10,7%
Margem EBITDA	27,7%	24,2%	3,5 p.p.
Ativos	1 364,3	1 231,9	10,7%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	212,2	127,1	66,9%

Em 2011, os rendimentos operacionais, antes de eliminação de operações intragrupo, foram de 766 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 3,1 % face a 2010, ano em que já se havia observado uma evolução negativa.

O EBITDA subiu 10,7 %, passando de 189 milhões de euros, em 2010, para 209 milhões de euros, em 2011. A margem EBITDA aumentou 3,5 pontos percentuais, situando-se em 27,7 %, em 2011.

No final de 2011, os ativos afetos a este segmento ascendiam a 1 364 milhões de euros. O investimento em ativo fixo realizado durante o ano foi de aproximadamente 212 milhões de euros, o que significa um aumento de 66,9 % face a 2010.

Sistemas de informação

Este segmento inclui atividades desenvolvidas por empresas como a WeDo, a Digitmarket/Bizdirect, a Mainroad e a Saphety. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Fig. 36 – Sistemas de Informação – indicadores.

Sistemas de informação	2011 M€	2010 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intragrupo)	109,2	143,0	-23,7%
Resultados operacionais	3,5	4,1	-13,6%
EBITDA	8,7	8,5	2,5%
Margem EBITDA	8,0%	5,9%	2,1 p.p.
Ativos	126,3	131,6	-4,0%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	3,9	10,1	-61,3%

O segmento 'sistemas de informação' representa 12 % do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intragrupo.

Em 2011, os rendimentos deste segmento desceram para 109 milhões

de euros o que corresponde a uma diminuição de 23,7 % face a 2010 e representa uma quebra ainda mais acentuada que a já reportada no ano anterior.

O EBITDA subiu 2,5 %, situando-se em cerca de 9 milhões de euros, em 2011. A margem EBITDA aumentou 2,1 pontos percentuais, passando para 8,0 %, em 2011.

No final de 2011, os ativos afetos a este segmento totalizavam 126 milhões de euros. O investimento em ativo fixo realizado durante o ano foi de aproximadamente 4 milhões de euros, registando uma descida de 61,3 % face ano anterior.

Multimédia

A atividade da SONAECOM no sector dos *media* é fundamentalmente desenvolvida pelo Público. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Fig. 37 – Multimédia – indicadores.

Multimédia	2011 M€	2010 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intragrupo)	26,6	30,3	-12,4%
Resultados operacionais	-4,3	-2,7	-
EBITDA	1,9	-1,3	-
Margem EBITDA	7,4%	-4,3%	-
Ativos	12,8	16,3	-21,3%
Investimento anual em ativos fixos tangíveis e intangíveis	0,6	0,6	0,6

O segmento 'multimédia' representa 3 % do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intragrupo.

Em 2011, os rendimentos deste segmento desceram para 27 milhões de euros o que corresponde a uma diminuição de 12,4 % face a 2010 e representa uma quebra ainda mais acentuada que a já reportada no ano anterior.

O EBITDA subiu de 1,3 milhões de euros, negativos, em 2010, para 1,9 milhões de euros, positivos, em 2011. A margem EBITDA foi de 7,4 %, em 2011.

No final de 2011, os ativos afetos a este segmento totalizavam cerca de 13 milhões de euros. O investimento em ativo fixo realizado durante o ano foi de montante idêntico ao do exercício anterior, situando-se em cerca de 0,6 milhões de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui as restantes atividades do grupo e os serviços corporativos não imputados a segmentos relatáveis.

SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Fig. 38 – Síntese dos principais indicadores (Ano: 2011).

Unidade: M€, exceto quando indicado de outra forma	ZON Multimédia	Impresa	Media Capital	RTP	Cofina	Renascença	Sonaecom
Ativo	1 786	442	377	370	174	23	2 020
Taxa anual de crescimento do ativo	8,2%	-8,8%	-7,2%	-2,4%	-20,8%	17,8%	8,5%
Capital próprio	235	124	122	-469	12	9	1 021
Grau de autonomia financeira	13,2%	28,0%	32,3%	n.a.	6,8%	40,5%	50,6%
Rácio de solvabilidade	0,15	0,39	0,48	n.a.	0,07	0,68	1,02
Volume de negócios	851	247	193	301	114	23	864
Taxa anual de crescimento do volume de negócios	-2,0%	-7,8%	-13,6%	-1,9%	-4,6%	6,4%	-6,2%
Resultados operacionais	93	-19	17	14	16	1	82
Taxa de rentabilidade do ativo	5,2%	-4,4%	4,5%	3,7%	9,4%	5,9%	4,1%
EBITDA	310	22	38	21	20	3	213
Margem EBITDA	36,3%	8,9%	17,1%	6,7%	15,6%	11,0%	24,4%
Resultado líquido consolidado do exercício	35	-35	2	19	5	1	63
Taxa de rentabilidade do capital próprio	14,8%	-28,3%	1,6%	n.a.	41,6%	9,9%	6,1%
Número médio de pessoal	1.595	1.297	1.632	2.183	872	297	2.152

Nota: "n.a." significa "não aplicável".

Fig. 39 – Ativo total líquido (Ano: 2011).

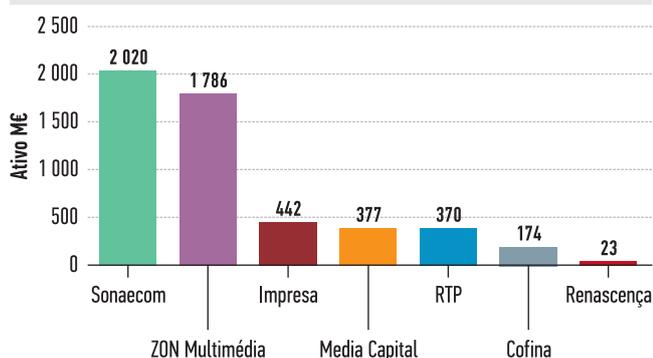


Fig. 40 – Taxa de crescimento do ativo (Var. 11/10).

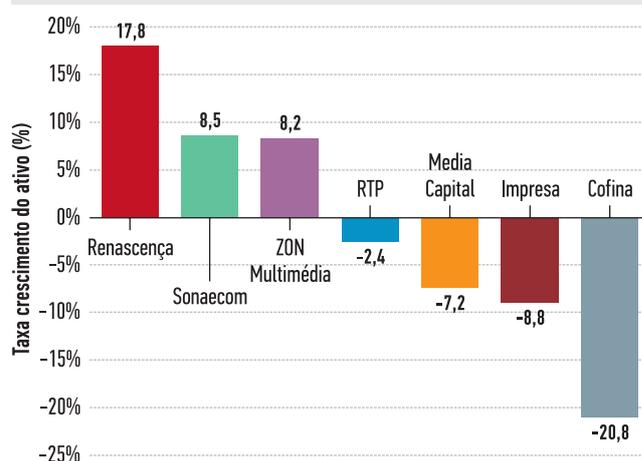


Fig. 41 – Volume de negócios (Ano: 2011).

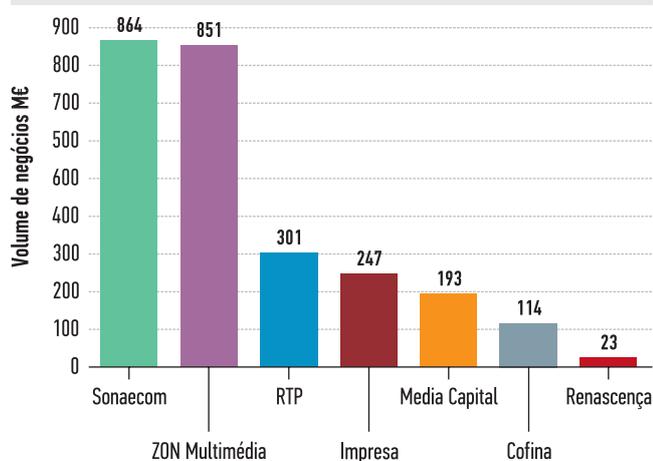


Fig. 42 – Taxa de crescimento do volume de negócios (Var. 11/10).

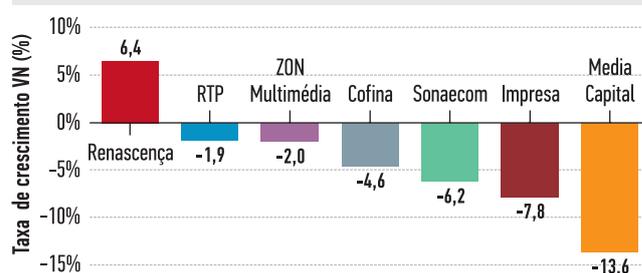


Fig. 43 – EBITDA (Ano: 2011).

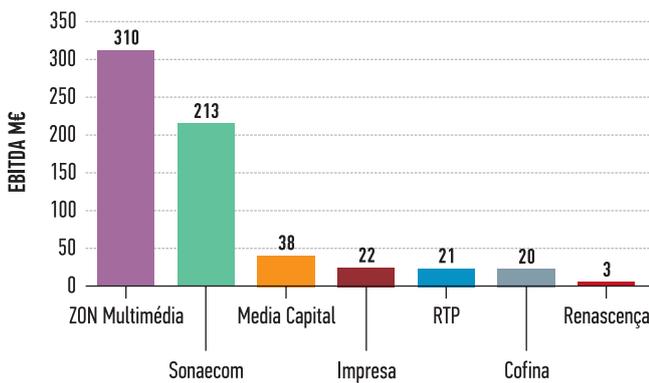


Fig. 44 – Margem EBITDA (Ano: 2011).

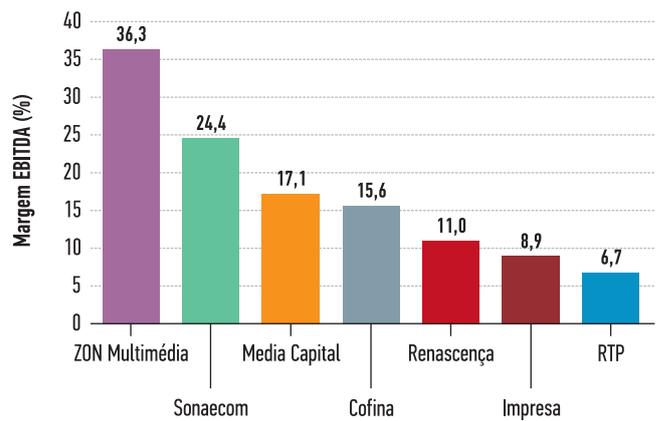


Fig. 45 – Rendibilidade do capital próprio (Ano: 2011).

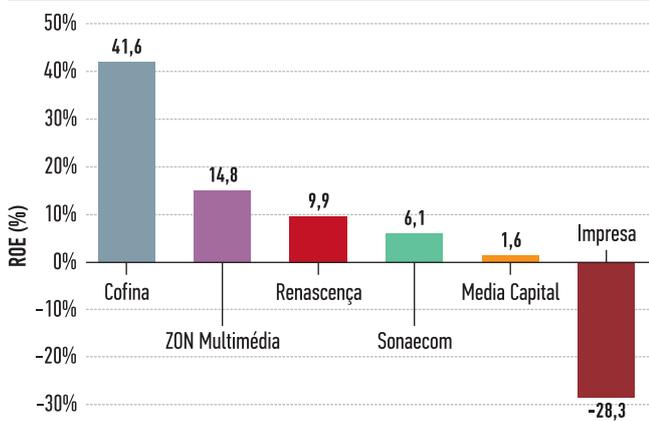
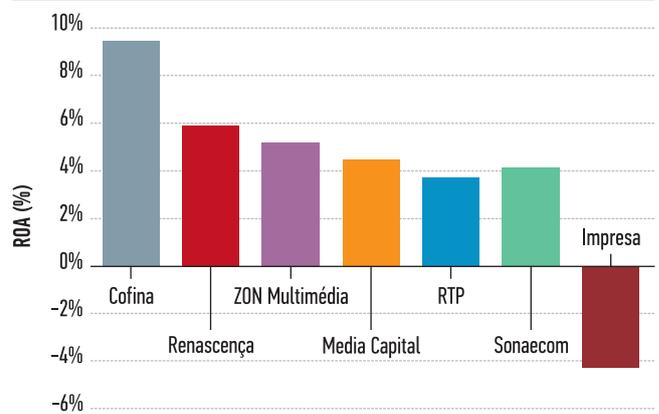


Fig. 46 – Rendibilidade operacional do ativo (Ano: 2011).



ANÁLISE COMPARATIVA DOS PRINCIPAIS GRUPOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL PARA O PERÍODO 2007-2011

Esta secção apresenta uma análise comparativa dos grupos de comunicação social analisados, para o quinquénio 2007-2011. Esta análise aborda as alterações na estrutura de propriedade e administração, nas áreas de negócios desenvolvidas e a evolução havida nos principais indicadores de apoio à gestão. Quando oportuno, faz-se referência a entidades e/ou áreas de negócio que não foram objeto de estudo entre 2007 e 2011, tendo por base fontes públicas de informação.

As maiores alterações na estrutura de propriedade e administração dos grupos analisados verificaram-se na ZON Multimédia, na IMPRESA, na MEDIA CAPITAL, na RTP e na COFINA.

Na ZON Multimédia, deu-se a entrada, no respetivo capital, de empresas detidas direta ou indiretamente pela empresária angolana Isabel dos Santos, a quem era imputável, à data de elaboração deste relatório, uma participação de 28,8 % no capital.

No grupo IMPRESA, verificou-se no período em análise a entrada de um novo sócio — o grupo ONGOING — que, em 31/12/2011, era já

titular de 24 % do respetivo capital e mantinha com a IMPRESA vários litígios judiciais. Verificou-se ainda a entrada da NEWSHOLD, que à data de elaboração deste relatório era titular de uma participação ligeiramente inferior a 2 %. Acrescente-se que, em 2012, foi anunciado um novo modelo de gestão na SIC, tendo Francisco Balsemão assumido o cargo de *chairman* e Pedro Norton o de *CEO*.

Na MEDIA CAPITAL registou-se a entrada, no respetivo capital, da empresa holandesa PortQuay West, detentora, no final de 2011, de uma participação de 10 %. Esta empresa é indiretamente controlada por Miguel Pais do Amaral, anterior acionista do grupo MEDIA CAPITAL, que é, atualmente, o respetivo presidente do Conselho de Administração. De referir que entre 2007 e 2011 se alterou mais do que uma vez a estrutura de administração da MEDIA CAPITAL.

No período considerado, verificou-se a alteração do conselho de administração da RTP. Enquanto no início de 2007 este cargo era ocupado por Almerindo Marques, no final de 2011 o presidente do Conselho de Administração era Guilherme Costa que havia sido empossado em finais de 2007. Após ter sido reconduzido para um novo mandato, Guilherme Costa apresentou a sua demissão em finais de agosto de 2012, tendo sido nomeado, em sua substituição, Alberto da Ponte.

De salientar que, à data de elaboração deste relatório, não obstante a referência à reestruturação e privatização da RTP no programa do XIX Governo não tinha ainda sido decidido qual o modelo a adotar.

Na COFINA, verificou-se no período considerado a entrada de um novo sócio, o grupo NEWSHOLD que era, no final de 2011, titular de uma participação de cerca de 15 %. De referir que este grupo empresarial é apontado como sendo o detentor do semanário SOL (vejam-se, a título ilustrativo, as edições do *iOnline* de 21/10/2011, do *Diário de Notícias* de 14/12/2011 e do *Diário Económico* de 16/12/2011).

Ao nível das áreas de negócio desenvolvidas pelos grupos analisados, não se verificaram alterações dignas de registo.

Os principais indicadores de apoio à gestão são apresentados de seguida.

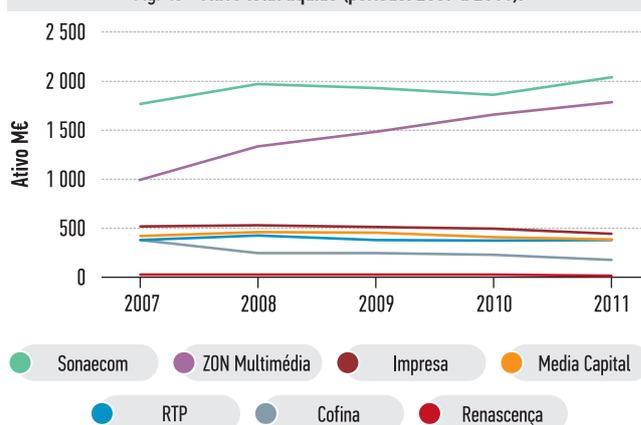
Fig. 47 – Ativo, volume de negócios e número médio de pessoal (2007 a 2011).

	M€					Var. 11/07
	2007	2008	2009	2010	2011	
ZON Multimédia						
Ativo	986	1 323	1 479	1 651	1 786	81,8%
Volume de negócios	710	773	818	868	851	19,8%
Número médio de pessoal	1 311	1 545	1 622	1 620	1 595	21,7%
Impresa						
Ativo	502	519	504	484	442	-12,0%
Volume de negócios	269	269	248	268	247	-7,9%
Número médio de pessoal	1 437	1 474	1 328	1 313	1 297	-9,7%
Media Capital						
Ativo	413	448	438	407	377	-8,6%
Volume de negócios	204	270	244	224	193	-5,2%
Número médio de pessoal	1 361	1 328	1 805	1 677	1 632	19,9%
RTP						
Ativo	377	425	376	379	370	-1,9%
Volume de negócios	313	297	304	306	301	-4,0%
Número médio de pessoal	2 359	2 376	2 374	2 412	2 183	-7,5%
Cofina						
Ativo	373	244	247	220	174	-53,3%
Volume de negócios	121	123	118	120	114	-5,7%
Número médio de pessoal	935	929	947	900	872	-6,7%
Renascença						
Ativo	22	23	20	20	23	3,5%
Volume de negócios	25	24	22	22	23	-6,6%
Número médio de pessoal	327	325	327	295	297	-9,2%
Sonaecom						
Ativo	1 759	1 973	1 920	1 862	2 020	14,9%
Volume de negócios	893	976	949	921	864	-3,3%
Número médio de pessoal	2 054	1 983	2 047	2 120	2 152	4,8%
Total						
Ativo	4 432	4 955	4 984	5 023	5 192	17,1%
Volume de negócios	2 535	2 732	2 703	2 729	2 593	2,3%
Número médio de pessoal	9 784	9 960	10 450	10 337	10 028	2,5%

Os ativos geridos pelo conjunto dos grupos económicos analisados passaram de 4 432 milhões de euros, em 2007, para 5 192 milhões de euros, em 2011, o que representa um crescimento de 17,1 % no período considerado.

No período em análise, evidenciam-se os grupos SONAECON e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 62 % e 73 % do total dos ativos, em 2007 e 2011, respetivamente.

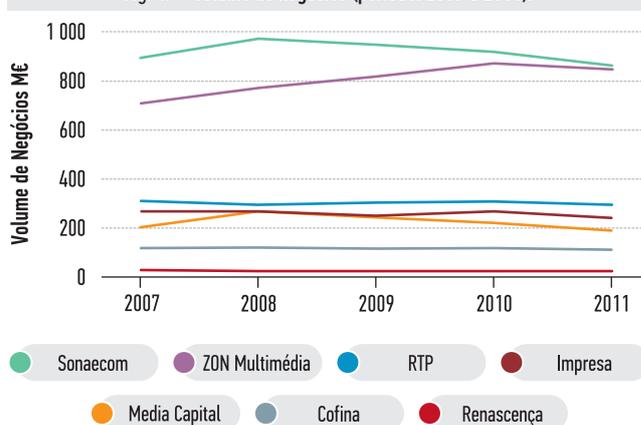
Fig. 48 – Ativo total líquido (período: 2007 a 2011).



De assinalar, em particular, o crescimento registado pela ZON Multimédia cujos ativos passaram de 986 milhões de euros, em 2007, para 1 786 milhões de euros, em 2011, o que corresponde a um aumento de 81,8 % no período considerado.

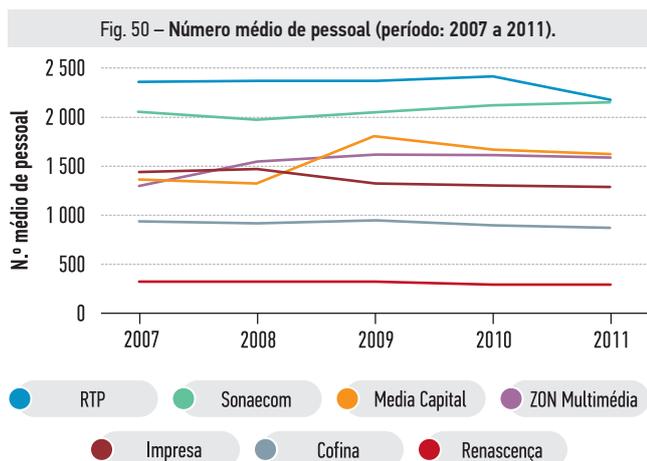
No que respeita ao volume de negócios, o conjunto dos grupos económicos analisados passou de 2 535 milhões de euros, em 2007, para 2 593 milhões de euros, em 2011, o que representa uma subida de 2,3 %. De novo se destacam os grupos SONAECON e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 63 % e 66 % do total de volume de negócios, em 2007 e 2011, respetivamente.

Fig. 49 – Volume de negócios (período: 2007 a 2011).



De salientar a evolução favorável registada pela ZON Multimédia que, entre 2007 e 2011, reforçou o seu volume de negócios em cerca de 19,8 %, sendo que todos os outros grupos de comunicação social analisados apresentaram quebras no volume de negócios, no período considerado.

Atendendo ao número de pessoas ao serviço, o conjunto dos grupos económicos analisados era responsável por 9 784 e 10 028 postos de trabalho, em 2007 e 2011, respetivamente, o que representa um crescimento de 2,5 % no período considerado. Destacam-se a RTP e a SONAECON que, em conjunto, empregavam 45 % e 43 % do total de trabalhadores, em 2007 e 2011, respetivamente.



Analisando, agora, a evolução do número de trabalhadores entre 2007 e 2011, é de salientar o crescimento de 21,7 % e 19,9 % verificado na ZON Multimédia e na MEDIA CAPITAL, respetivamente, seguindo-se o grupo SONAECON com uma taxa de crescimento de 4,8 %. Já os grupos IMPRESA, RTP e COFINA registaram, no mesmo período, descidas de 9,7 %, 7,5 % e 6,7 %, respetivamente.

De notar que, em 2011, todos os grupos económicos analisados apresentaram reduções no número médio de pessoas ao serviço, com exceção da SONAECON e da RENASCENÇA, onde ocorreram subidas do número de trabalhadores de 1,5 % e 2,5 %, respetivamente, face ao ano anterior.

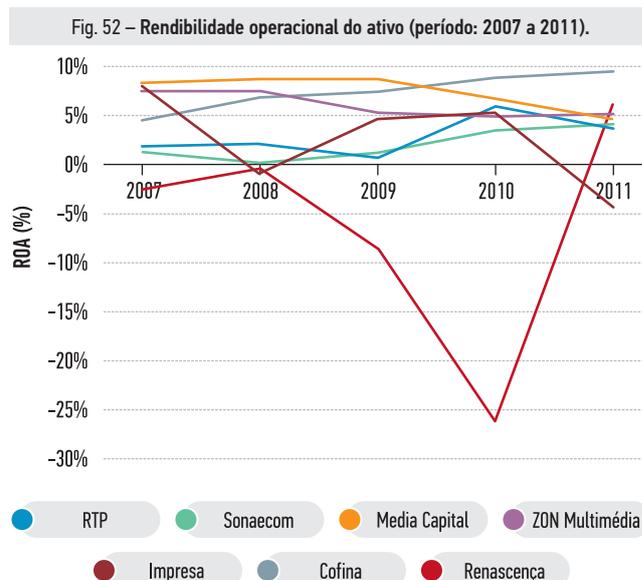
Fig. 51 – Rendibilidade operacional do ativo e rendibilidade do capital próprio (2007 a 2011).

	2007	2008	2009	2010	2011
ZON Multimédia					
Taxa de rendibilidade do ativo	7,5%	7,6%	5,2%	5,0%	5,2%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	13,5%	26,9%	24,1%	14,7%	14,8%
Impresa					
Taxa de rendibilidade do ativo	8,0%	-1,0%	4,7%	5,3%	-4,4%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	11,1%	-17,5%	5,1%	6,3%	-28,3%
Media Capital					
Taxa de rendibilidade do ativo	8,3%	8,6%	8,6%	6,7%	4,5%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	17,5%	15,5%	13,9%	10,5%	1,6%
RTP					
Taxa de rendibilidade do ativo	1,8%	2,1%	0,8%	6,0%	3,7%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Cofina					
Taxa de rendibilidade do ativo	4,5%	6,9%	7,4%	8,9%	9,4%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	15,7%	n.a.	406,7%	66,3%	41,6%
Renascença					
Taxa de rendibilidade do ativo	-2,5%	-0,4%	-8,6%	-26,3%	5,9%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	7,8%	0,9%	-10,6%	-46,4%	9,9%
Sonaecom					
Taxa de rendibilidade do ativo	1,3%	0,1%	1,2%	3,5%	4,1%
Taxa de rendibilidade do capital próprio	4,0%	0,6%	0,7%	4,2%	6,1%

Nota: "n.a." significa "não aplicável".

No ano de 2011, com exceção do grupo IMPRESA, todos os grupos de comunicação social em análise apresentaram taxas de rendibilidade positivas.

Considerando o período de 2007 a 2011, no que respeita à rendibilidade operacional do ativo, destaca-se o grupo COFINA cuja taxa de rendibilidade do ativo subiu de 4,5 %, em 2007, para 9,4 %, em 2011, o que representa uma rendibilidade anual média de 7,4 % no período considerado. De notar, todavia, que este indicador reflete a quebra no valor do ativo, decorrente da redução do justo valor da participação que a COFINA detinha na ZON Multimédia, como referido.



Seguem-se os grupos MEDIA CAPITAL e ZON Multimédia que, não obstante as descidas verificadas nas taxas de rendibilidade do ativo em alguns anos, apresentam rendibilidades anuais médias do ativo de 7,3 % e 6,1 %, no período considerado.

De assinalar, por outro lado, a descida ocorrida na taxa de rendibilidade operacional do ativo do grupo IMPRESA, que passou de 8,0 % positivos,

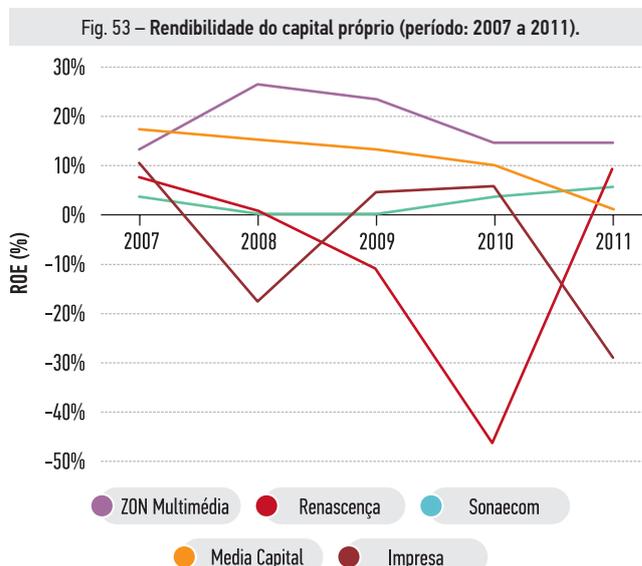


Fig. 54 – Síntese dos principais indicadores (2007 a 2011).

Unidade: M€, exceto quando indicado de outra forma	2007	Var. 07/06	2008	Var. 08/07	2009	Var. 09/08	2010	Var. 10/09	2011	Var. 11/10	
	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	
ZON Multimédia	Ativo	986	1,1%	1 323	34,2%	1 479	11,8%	1 651	11,6%	1 786	8,2%
	Capital próprio	385	-9,1%	192	-50,2%	190	-1,1%	250	31,9%	235	-6,1%
	Grau de autonomia financeira	39,1%	-4,4 p.p.	14,5%	-24,6 p.p.	12,8%	-1,7 p.p.	15,2%	2,4 p.p.	13,2%	-2,0 p.p.
	Volume de negócios	710	8,1%	773	8,9%	818	5,8%	868	6,0%	851	-2,0%
	Resultados operacionais	74	-33,2%	100	35,0%	77	-23,3%	82	7,2%	93	12,7%
	Taxa de rentabilidade do ativo	7,5%	-3,9 p.p.	7,6%	0,1 p.p.	5,2%	-2,4 p.p.	5,0%	-0,2 p.p.	5,2%	0,2 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	52	-29,7%	52	-1,1%	46	-11,5%	37	-19,4%	35	-5,3%
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	13,5%	-4,0 p.p.	26,9%	13,4 p.p.	24,1%	-2,8 p.p.	14,7%	-9,4 p.p.	14,8%	0,1 p.p.
	Número médio de pessoal	1 311	-4,1%	1 545	17,8%	1 622	5,0%	1 620	-0,1%	1 595	-1,5%
Impresa	Ativo	502	7,0%	519	3,4%	504	-2,9%	484	-3,9%	442	-8,8%
	Capital próprio	172	12,0%	145	-15,6%	149	2,9%	159	6,5%	124	-22,0%
	Grau de autonomia financeira	34,2%	1,5 p.p.	27,9%	-6,3 p.p.	29,6%	1,7 p.p.	32,8%	3,2 p.p.	28,0%	-4,8 p.p.
	Volume de negócios	269	6,4%	269	0,3%	248	-7,9%	268	8,2%	247	-7,8%
	Resultados operacionais	39	21,6%	-5	n.a.	24	n.a.	26	7,1%	-19	n.a.
	Taxa de rentabilidade do ativo	8,0%	1,0 p.p.	-1,0%	-9,0 p.p.	4,7%	5,7 p.p.	5,3%	0,6 p.p.	-4,4%	-9,7 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	19	8,5%	-25	n.a.	8	n.a.	10	29,9%	-35	n.a.
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	11,1%	-0,4 p.p.	-17,5%	-28,6 p.p.	5,1%	22,6 p.p.	6,3%	1,2 p.p.	-28,3%	-34,6 p.p.
	Número médio de pessoal	1 437	0,8%	1 474	2,6%	1 328	-9,9%	1 313	-1,1%	1 297	-1,2%
Media Capital	Ativo	413	18,4%	448	8,5%	438	-2,4%	407	-7,0%	377	-7,2%
	Capital próprio	173	18,1%	138	-20,7%	134	-2,4%	129	-3,8%	122	-5,7%
	Grau de autonomia financeira	42,0%	-0,1 p.p.	30,7%	-11,3 p.p.	30,7%	0,0 p.p.	31,7%	1,0 p.p.	32,3%	0,6 p.p.
	Volume de negócios	204	2,8%	270	32,2%	244	-9,4%	224	-8,4%	193	-13,6%
	Resultados operacionais	34	4,6%	39	12,1%	38	-2,4%	27	-27,4%	17	-38,3%
	Taxa de rentabilidade do ativo	8,3%	-1,1 p.p.	8,6%	0,3 p.p.	8,6%	0,0 p.p.	6,7%	-1,9 p.p.	4,5%	-2,2 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	30	94,9%	21	-29,5%	19	-12,5%	14	-27,4%	2	-85,6%
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	17,5%	6,9 p.p.	15,5%	2,0 p.p.	13,9%	-1,6 p.p.	10,5%	-13,4 p.p.	1,6%	-8,9 p.p.
	Número médio de pessoal	1 361	14,9%	1 328	-2,4%	1 805	35,9%	1 677	-7,1%	1 632	-2,7%
RTP	Ativo	377	-12,7%	425	12,8%	376	-11,6%	379	0,7%	370	-2,4%
	Capital próprio	-723	n.a.	-697	n.a.	-690	n.a.	-554	n.a.	-469	n.a.
	Grau de autonomia financeira	n.a.	n.a.	n.a.							
	Volume de negócios	313	7,7%	297	-5,0%	304	2,3%	306	0,7%	301	-1,9%
	Resultados operacionais	7	-57,9%	9	27,3%	3	-67,6%	23	690,1%	14	-39,2%
	Taxa de rentabilidade do ativo	1,8%	-2,0 p.p.	2,1%	0,3 p.p.	0,8%	-1,3 p.p.	6,0%	5,2 p.p.	3,7%	-2,3 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	-36	n.a.	-47	n.a.	-24	n.a.	15	n.a.	19	25,6%
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	n.a.	n.a.	n.a.							
	Número médio de pessoal	2 359	0,3%	2 376	0,7%	2 374	-0,1%	2 412	1,6%	2 183	-9,5%
Cofina	Ativo	373	72,3%	244	-34,7%	247	1,5%	220	-11,2%	174	-20,8%
	Capital próprio	64	7,9%	-12	n.a.	4	n.a.	8	86,6%	12	50,2%
	Grau de autonomia financeira	17,3%	-10,3 p.p.	n.a.	n.a.	1,7%	n.a.	3,6%	1,9 p.p.	6,8%	3,2 p.p.
	Volume de negócios	121	6,0%	123	1,0%	118	-3,6%	120	1,6%	114	-4,6%
	Resultados operacionais	17	15,5%	17	-1,0%	18	9,9%	19	5,8%	16	-15,9%
	Taxa de rentabilidade do ativo	4,5%	-2,3 p.p.	6,9%	2,4 p.p.	7,4%	0,5 p.p.	8,9%	1,5 p.p.	9,4%	0,5 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	10	4,4%	-73	n.a.	17	n.a.	5	69,6%	5	-5,7%
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	15,7%	-0,5 p.p.	n.a.	n.a.	406,7%	n.a.	66,3%	-340,4 p.p.	41,6%	-24,7 p.p.
	Número médio de pessoal	935	-1,4%	929	-0,6%	947	1,9%	900	-5,0%	872	-3,1%
Renascença	Ativo	22	14,1%	23	3,3%	20	-12,8%	20	-2,4%	23	17,8%
	Capital próprio	14	3,9%	14	-0,1%	12	-12,2%	8	-30,4%	9	11,0%
	Grau de autonomia financeira	61,8%	-6,1 p.p.	59,8%	-2,0 p.p.	60,2%	0,4 p.p.	42,9%	-17,3 p.p.	40,5%	-2,4 p.p.
	Volume de negócios	25	-0,5%	24	-4,3%	22	-8,4%	22	0,2%	23	6,4%
	Resultados operacionais	-1	n.a.	-0,1	n.a.	-2	n.a.	-5	n.a.	1	n.a.
	Taxa de rentabilidade do ativo	-2,5%	-8,1 p.p.	-0,4%	2,1 p.p.	-8,6%	-8,2 p.p.	-26,3%	-17,7 p.p.	5,9%	32,2 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	1	19,0%	0	-88,3%	-2	n.a.	-4	n.a.	1	n.a.
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	7,8%	1 p.p.	0,9%	-6,9 p.p.	-10,6%	-11,5 p.p.	-46,4%	-35,8 p.p.	9,9%	56,3 p.p.
	Número médio de pessoal	327	0,0%	325	-0,6%	327	0,6%	295	-9,8%	297	0,7%
Sonaecom	Ativo	1 759	2,2%	1 973	12,2%	1 920	-2,7%	1 862	-3,0%	2 020	8,5%
	Capital próprio	935	2,9%	929	-0,7%	936	0,7%	975	4,2%	1 021	4,7%
	Grau de autonomia financeira	53,2%	0,3 p.p.	47,1%	-6,1 p.p.	48,7%	1,6 p.p.	52,4%	3,7 p.p.	50,6%	-1,8 p.p.
	Volume de negócios	893	6,8%	976	9,4%	949	-2,7%	921	-3,0%	864	-6,2%
	Resultados operacionais	22	23,9%	3	-87,2%	24	750,4%	64	169,8%	82	28,1%
	Taxa de rentabilidade do ativo	1,3%	0,3 p.p.	0,1%	-1,2 p.p.	1,2%	1,1 p.p.	3,5%	2,3 p.p.	4,1%	0,6 p.p.
	Resultado líq. consolidado do período	37	n.a.	5	-85,9%	6	16,3%	41	580,4%	63	51,3%
	Taxa de rentabilidade do capital próprio	4,0%	4,5 p.p.	0,6%	-3,4 p.p.	0,7%	0,1 p.p.	4,2%	3,5 p.p.	6,1%	1,9 p.p.
	Número médio de pessoal	2 054	-0,7%	1 983	-3,5%	2 047	3,2%	2 120	3,6%	2 152	1,5%

Nota: "n.a." significa "não aplicável".

em 2007, para 4,4 % negativos, em 2011, situando-se a rentabilidade média anual do ativo em 2,5 %, entre 2007 e 2011.

No que respeita à rentabilidade do capital próprio, a análise gráfica não entra em consideração com os grupos RTP e COFINA já que, em um ou mais anos, apresentaram capitais próprios negativos.

No período em análise, destaca-se o grupo ZON Multimédia cuja taxa de rentabilidade dos capitais próprios subiu de 13,5 %, em 2007, para 14,8 %, em 2011, apresentando uma rentabilidade anual média de 18,8 %.

Segue-se o grupo MEDIA CAPITAL que, entre 2007 e 2011, apresenta uma rentabilidade anual média do capital próprio de 11,8 %, não obstante a acentuada descida da taxa de rentabilidade observada neste último ano.

Em terceiro lugar, com uma evolução favorável, posiciona-se o grupo SONAECOM, cuja taxa de rentabilidade do capital próprio passou

de 4,0 %, em 2007, para 6,1 %, em 2011, o que corresponde a uma rentabilidade anual média dos capitais próprios de 3,1 %.

Por último, os grupos IMPRESA e RENASCENÇA apresentaram, no período considerado, rentabilidades médias negativas dos capitais próprios de 4,7 % e 7,7 %, respetivamente.

Quanto ao grupo IMPRESA, o período em análise caracterizou-se por uma quebra da taxa de rentabilidade do capital próprio de 11,1 % positivos, em 2007, para 28,3 % negativos, em 2011. Quanto à RENASCENÇA, foram as quebras de rentabilidade verificadas em 2009 e 2010 que determinaram aquele desempenho negativo, já que o ano de 2011 se caracterizou por uma recuperação da taxa de rentabilidade do capital próprio, que passou de 46,4 % negativos, em 2010, para 9,9 % positivos, em 2011.

Na fig. 54 o quadro-síntese dos principais indicadores de apoio à gestão relativos ao período 2007-2011.

GLOSSÁRIO

Goodwill (trespasse):

Corresponde a benefícios económicos futuros resultantes de ativos que não são suscetíveis de ser individualmente identificados e separadamente reconhecidos. O *goodwill* (trespasse) adquirido numa concentração de atividades empresariais representa um pagamento feito pela adquirente em antecipação desses benefícios económicos futuros.

O procedimento utilizado para determinar o *goodwill*, no âmbito de concentrações empresariais, consiste em deduzir ao preço de aquisição o justo valor de todos os ativos e passivos adquiridos, tangíveis e intangíveis, identificáveis. Assim, quando o preço de aquisição de uma empresa é superior ao justo valor destes elementos patrimoniais, considera-se que o excesso representa o preço pago por atributos intangíveis.

Após o reconhecimento inicial, a adquirente deve mensurar o *goodwill* (trespasse) adquirido numa concentração de atividades empresariais pelo custo menos qualquer perda por imparidade (ver abaixo) acumulada.

Grau de autonomia financeira (GAF):

$GAF = (\text{Capital próprio}/\text{Ativo}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede o peso dos capitais próprios no total dos capitais investidos na empresa.

Grau de rotação do ativo (GRA):

$GRA = \text{Volume de negócios}/\text{Ativo}$

Indica o número de vezes que o volume de negócios cobriu o total dos capitais investidos. Reflete a produtividade da empresa no aproveitamento do ativo para gerar volume de negócios.

Indemnização compensatória:

Compensação financeira, atribuída pelo Estado, destinada a garantir o financiamento das obrigações de serviço público; no caso da RTP estas obrigações estão previstas no contrato de concessão do serviço público de televisão, de 25/03/2008, que inclui em anexo as indemnizações compensatórias relativas ao quadriénio 2008-2011.

EBITDA:

Resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações.

Margem EBITDA:

$\text{Margem EBITDA} = (\text{EBITDA}/\text{Total de proveitos operacionais}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede a rentabilidade operacional antes de depreciações e amortizações.

Perda por imparidade:

É o montante pelo qual a quantia escriturada de um ativo, i.e. o seu valor contabilístico, excede a quantia recuperável. Considera-se quantia recuperável o valor mais alto entre o justo valor do ativo

menos custos de vender e o seu valor de uso. Se a quantia recuperável de um ativo for menor que a sua quantia escriturada, a quantia escriturada do ativo deve ser reduzida para a sua quantia recuperável. Esta redução é uma perda por imparidade.

Rácio de solvabilidade (RS):

$RS = \text{Capital próprio} / \text{Passivo}$

Indica o grau de cobertura do endividamento por capitais próprios.

Rendibilidade do capital próprio (RCP):

$RCP = (\text{Resultado líquido} / \text{Capital próprio}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede a remuneração potencial dos capitais próprios aplicados na empresa. Permite ao acionista aferir se os capitais investidos na empresa apresentam, ou

não, um nível de rendibilidade aceitável comparativamente com outras aplicações alternativas.

Rendibilidade operacional do volume de negócios (ROVN):

$ROVN = (\text{Resultado operacional} / \text{Volume de negócios}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede a eficiência da atividade económica da empresa com referência aos resultados operacionais.

Rendibilidade operacional do ativo (ROA):

$ROA = (\text{Resultado operacional} / \text{Ativo}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede a eficiência da empresa na afetação e gestão de todos os capitais investidos. É adequado para comparar o desempenho económico de empresas do mesmo sector.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS RECURSOS DE DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO APRECIADOS PELA ERC EM 2011

1. NOTA PRÉVIA

Tendo em conta que os recursos em sede de direito de resposta e de retificação possuem um peso significativo nas queixas, reclamações e outro tipo de solicitações dirigidas à ERC, nos Relatórios de Regulação de 2007 a 2010 foi introduzido um capítulo dedicado à análise dos recursos por denegação ou cumprimento defeituoso do direito de resposta, a que agora se dá continuidade relativamente a 2011. O presente capítulo apresenta, assim, os resultados da análise qualitativa e quantitativa dos recursos de direito de resposta e de retificação que foram objeto de deliberação da ERC no ano de 2011. Alguns dados apresentados são analisados comparativamente com os anos anteriores.

2. METODOLOGIA

O *corpus* de análise é constituído pelo universo de recursos apreciados em 2011 pela ERC, os quais perfazem um total de **40**.

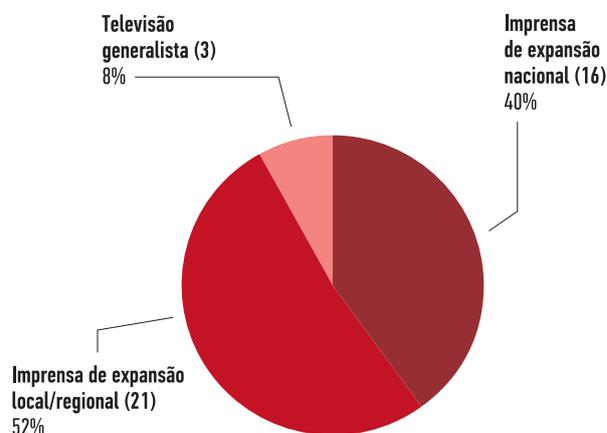
A análise é, como referido, de natureza qualitativa e quantitativa, e assenta num conjunto de variáveis, criadas especificamente para o direito de resposta e retificação, as quais são objeto de tratamento em base de dados, com recurso à aplicação informática para análise estatística SPSS¹. Cada variável pode incluir várias categorias.

São as seguintes as variáveis consideradas:

1. data de entrada do recurso/queixa na ERC;
2. data do artigo/peça que originou o recurso/queixa;
3. tipo de meio de comunicação social visado;
4. identificação do meio de comunicação social visado;
5. periodicidade do meio de comunicação social visado;
6. localidade / área geográfica do meio de comunicação social visado;
7. tipologia/caracterização do recorrente/queixoso;
8. motivo/fundamento do recurso/queixa (invocado pelo recorrente/queixoso);
9. resposta/reação/justificação do recorrido face ao pedido do titular do direito;
10. temática do artigo/peça que originou o recurso/queixa (segundo tipologia própria);
11. género jornalístico do artigo/peça que originou o recurso/queixa;
12. género do recorrente/queixoso;
13. data da decisão da ERC;
14. sentido da decisão da ERC;
15. consequências da decisão da ERC.

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Fig. 1 – Recursos de direito de resposta ou de retificação por tipo de órgão de comunicação social, em 2011.



N=40 (Totalidade dos recursos em sede de direito de resposta e de retificação apreciados pela ERC em 2011)

No ano de 2011, a ERC apreciou 40 recursos², verificando-se assim uma descida substancial relativamente a 2010 — menos 27 casos.

A grande maioria dos recursos, 92 %, teve como alvo a *imprensa*. Nesta, a de âmbito *local/regional* representou 52 % dos recursos (21) e a de âmbito *nacional* 40 % (16). Comparados estes valores com os de 2010, verifica-se uma inversão na distribuição dos recursos, uma vez que, naquele ano, 52 % dos recursos diziam respeito a publicações de âmbito *nacional*.

1 Statistical Package for the Social Sciences.

2 O número 40 inclui uma reclamação de uma publicação periódica sobre uma deliberação da ERC que tinha dado provimento a um recurso por denegação do direito de resposta

Apenas 8 % [equivalente a 3 recursos] se dirigem à *televisão*, tendo como destinatários a RTP, SIC e TVI (fig. 2). Em 2010, ocorreram 4 recursos contra serviços de programas televisivos, representando 6 % do universo de recursos.

A fig. 2 identifica os órgãos de comunicação social alvo de recurso de direito de resposta apreciado pela ERC em 2011, mostrando a sua evolução relativamente ao ano anterior.

Atente-se que, para além de, como referido, se ter verificado de 2010 para 2011 uma diminuição significativa do número de recursos (de 67 para 40), diminuiu no mesmo período o número de órgãos de comunicação social alvo de recurso, de 33 para 23.

Dos 40 casos apreciados pela ERC em 2011, o *Jornal da Madeira* representa 20 % dos recursos (8), assistindo-se assim proporcionalmente a uma subida de processos contra este jornal, em comparação com o ano anterior (em 2010, o *Jornal da Madeira* representava 6 % dos recursos).

Fig. 2 – Identificação do órgão de comunicação social alvo de recursos de direito de resposta ou de retificação, em 2011, e evolução face a 2010.

Órgão de comunicação social recorrido	2011		Evolução face a 2010
	Número de recursos	%	
<i>Jornal da Madeira</i>	8	20,0	+4
<i>Jornal Entremargens</i>	3	7,5	+3
<i>Jornal O Coura</i>	3	7,5	-2
<i>Jornal Público</i>	3	7,5	-1
<i>Jornal Diário de Notícias da Madeira</i>	2	5,0	-1
<i>Jornal I</i>	2	5,0	+1
<i>Revista do Automóvel Clube de Portugal</i>	2	5,0	+2
<i>Revista TV Guia</i>	2	5,0	+2
<i>Jornal Bancada Central</i>	1	2,5	+1
<i>Jornal Correio da Manhã</i>	1	2,5	-11
<i>Jornal de Negócios</i>	1	2,5	=
<i>Jornal de Notícias</i>	1	2,5	=
<i>Jornal de Vila do Conde</i>	1	2,5	=
<i>Jornal Diário de Notícias</i>	1	2,5	=
<i>Jornal Diário Económico</i>	1	2,5	+1
<i>Jornal do Seixal</i>	1	2,5	+1
<i>Jornal Expresso</i>	1	2,5	=
<i>Jornal O Caminhense</i>	1	2,5	+1
<i>Jornal Tribuna da Madeira</i>	1	2,5	+1
<i>Revista Automotor</i>	1	2,5	+1
RTP 1	1	2,5	=
SIC	1	2,5	+1
TVI	1	2,5	=
Total	40	100,0	

É de salientar a descida do número de recurso contra o *Correio da Manhã*, que em 2010, com 12 recursos, ocupava o lugar cimeiro da tabela, sendo que em 2011 apenas foi apreciado um recurso contra esta publicação.

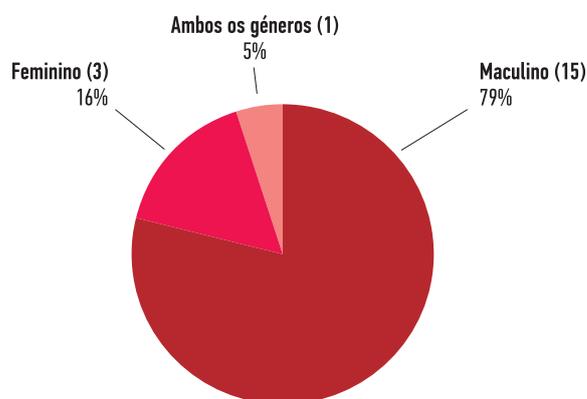
A fig. 3 refere-se à *caracterização do recorrente/queixoso*, permitindo saber qual a natureza das pessoas e entidades que, em 2011, apresentaram na ERC recurso por denegação ou deficiente cumprimento dos direitos de resposta e de retificação.

Fig. 3 – Tipologia/caracterização do recorrente, em 2011.

Recorrente/queixoso	Número de recursos	%
Pessoa coletiva privada	11	27,5
Cidadão anónimo	6	15,0
Pessoa coletiva pública	5	12,5
Profissional da comunicação social	5	12,5
Outro	3	7,5
Autarca	2	5,0
Figura pública	2	5,0
Partido político	2	5,0
Autarquia	1	2,5
Dirigente partidário / deputado	1	2,5
Funcionário da administração pública ou de organismo oficial	1	2,5
Governo nacional	1	2,5
Total	40	100,0

Os dados revelam que, em 2011, as *peças coletivas privadas* surgem no topo da tabela, representando 27,5 % dos recorrentes (correspondente a 11 recursos). De notar que se assiste aqui a uma alteração relativamente aos anos anteriores, uma vez que, de 2007 a 2010, os *cidadãos anónimos* foram sempre a primeira categoria de recorrentes (em 2010 representavam 25,4 % dos recorrentes, descendo em 2011 para os 15 %).

Fig. 4 – Género do recorrente, em 2011.

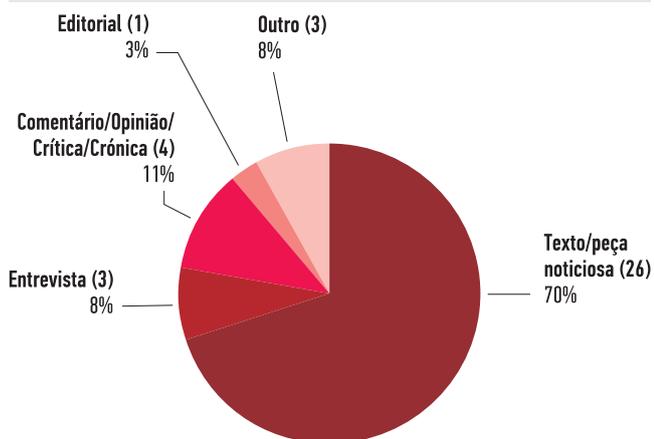


A fig. 4 não inclui os recursos apresentados por *pessoa coletiva privada ou pública, partido político, Governo e autarquia*, uma vez que apenas abarca os recursos apresentados por indivíduos, procurando revelar a distribuição do género do recorrente em 2011.

Assim, num total de 19 recursos, conclui-se que a grande maioria foi apresentada por recorrentes/queixosos do *género masculino* (79%), enquanto 16 % eram do *género feminino*. Apenas 1 recurso, representando em termos relativos 5 %, foi apresentado, conjuntamente, por pessoas dos dois géneros. Também nos anos anteriores a maioria dos recorrentes foram indivíduos do género masculino.

A fig. 5 permite saber o tipo/formato dos trabalhos que originaram recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta ou de retificação.

Fig. 5 – Género jornalístico das peças alvo de recurso, em 2011.



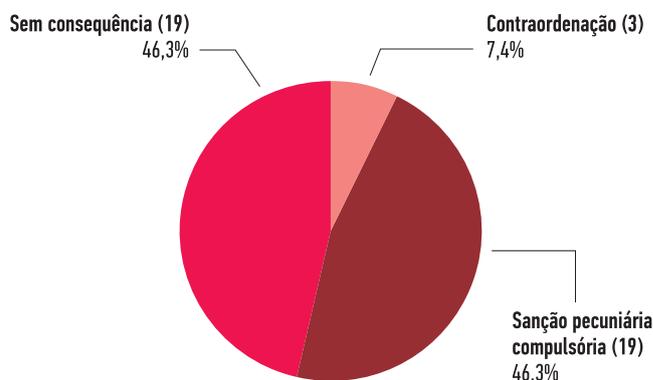
À semelhança dos anos anteriores, os dados mostram que, em 2011, a grande maioria dos trabalhos alvo de recurso (70 %) são textos noticiosos (em 2010, representavam 75 %), seguidos dos textos de opinião (incluindo comentário, crónica, crítica), com 11 % (4 recursos).

Fig. 6 – Sentido da decisão da ERC, em 2011.

Decisão	Número de recursos	%
Arquivamento (decisão) por improcedência	3	7,5
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de retificação	22	55,0
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de retificação após reformulação do texto	12	30,0
Obrigação de republicação	1	2,5
Outra	2	5,0
Total	40	100,0

A fig. 6 revela que, em 2011, na grande maioria das decisões (55 %), a ERC deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do reconhecimento do direito de resposta ou de retificação, percentagem que subiu relativamente ao ano anterior (em 2010, o reconhecimento do direito de resposta e/ou de retificação situava-se nos 37,3 %). Em 30 % dos recursos (23,9 %, em 2010), a ERC reconheceu o direito do recorrente, mas obrigou à reformulação do texto de resposta. Em 2011, apenas 7,5 % dos recursos, correspondente a 3 casos, têm decisão de arquivamento por improcedência (em 2010, esta decisão representava 23,9 % dos casos).

Fig. 7 – Consequências da decisão nos recursos não sujeitos a arquivamento, em 2011.



Em 2011, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de contraordenação em 3 (7,4 %),

valor próximo do verificado em 2010 (9 %). Foi decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 19 processos, correspondentes a 46,3 %, sendo que, em 2010, este valor se situava nos 42 %. Não tiveram consequências de natureza sancionatória 19 recursos (representando 46,3 % dos casos, sendo que, em 2010, este valor se situava nos 49 %).

4. SÍNTESE CONCLUSIVA

1. No ano de 2011, a ERC apreciou 40 recursos de direito de resposta. Trata-se de uma descida substancial de recursos — menos 27, em comparação com 2010, ano que também tinha contado com uma descida de 17 recursos, relativamente a 2009. Foram apreciados recursos relativos a 23 órgãos de comunicação social, o que representa uma descida relativamente a 2010, ano em que tinham sido objeto de recurso 33 órgãos de comunicação social.
2. Em 2011, é no sector das publicações de informação geral e de âmbito local/regional que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos — 52 % —, contrariamente ao ano anterior, em que 52 % dos recursos era relativa a publicações de âmbito nacional.
3. Dos 40 recursos apreciados pela ERC em 2011, o *Jornal da Madeira* representa 20 % (8 recursos), assistindo-se assim a uma subida de recursos contra este jornal, em comparação com o ano anterior. O *Correio da Manhã*, que, em 2010, com 12 recursos, era o órgão de comunicação social com maior número de recursos, foi, em 2011, objeto de um único recurso por denegação do direito de resposta.
5. Contrariamente aos anos anteriores, em que os *cidadãos anónimos* representavam a maioria dos recorrentes, em 2011 os principais recorrentes foram as *pessoas coletivas privadas*, que representaram 27,5 % dos recorrentes (11 recursos). Nos casos em que os recursos são apresentados por indivíduos, a grande maioria dos recorrentes/queixosos são do *género masculino* (79 %), à semelhança do que se verificou de 2007 a 2010.
6. Em 2011, a grande maioria (70 %) dos trabalhos alvo de recurso foram *textos noticiosos* (75 %, em 2010), sendo 11 % *textos de opinião — comentário, crónica*.
7. Na grande maioria das decisões (55 %) sobre direito de resposta, a ERC deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de retificação* (37,3 %, em 2010). Em 30 % dos recursos (23,9 %, em 2010), a ERC reconheceu o direito de resposta, mas obrigou à *reformulação do texto* de resposta. Apenas 7,5 % dos recursos foram arquivados pela ERC, por improcedência.
8. Em 2011, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contraordenação* em 3 (7,4 %) e decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 19 (46,3 %). Não tiveram consequências de natureza sancionatória 19 recursos (46,3 %). Estes valores relativos aproximam-se dos verificados em 2010.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

OS MEIOS

PERFIS E CONSUMOS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA

ANÁLISE EVOLUTIVA DAS AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO TELEVISIVA ENTRE 2007 E 2011

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

ANÁLISE EVOLUTIVA DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO TELEVISIVA (2007 A 2011)

REGISTO DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

SONDAGENS

PERFIS DOS CONSUMOS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA

1. NOTA INTRODUTÓRIA

Nos pontos que se seguem apresenta-se uma caracterização geral do perfil dos públicos dos meios de comunicação social e dos padrões de consumo, traçada a partir do cruzamento e da sistematização de dados produzidos pela Autoridade Nacional das Comunicações (ANACOM), Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), Instituto Nacional de Estatística (INE), Marktest e PORDATA.

No primeiro ponto apresenta-se uma panorâmica dos perfis dos públicos dos diferentes meios de comunicação social.

No ponto seguinte, sobre a televisão, são sistematizadas informações relativas ao acesso ao serviço de televisão por assinatura em Portugal e respetiva diversificação de plataformas, sendo ainda caracterizados os consumos e as audiências dos serviços de programas generalistas e do “cabo/outros”.

No ponto consagrado à rádio descrevem-se os tempos de audição, os desempenhos de audiência e o perfil sociográfico dos públicos por serviço de programas radiofónico.

No ponto dedicado à imprensa são apresentados os valores de circulação por segmento editorial, bem como a evolução deste indicador.

Um último ponto é dedicado aos consumos de *internet* nas várias plataformas que disponibilizam o acesso a este serviço.

A presente caracterização do perfil dos públicos e dos consumos de média, ainda que segmentada, não ignora a rápida transformação das dietas de média, em que se destaca a utilização combinada, em simultâneo, de mais do que um meio, seja televisão, rádio, imprensa, telemóvel ou *internet* (fenómeno designado de *multitasking*)¹. Uma investigação conduzida em 2011 pela Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN) concluiu que 51% da população portuguesa revelava um comportamento *multitasker*, sendo “não *multitaskers*” essencialmente

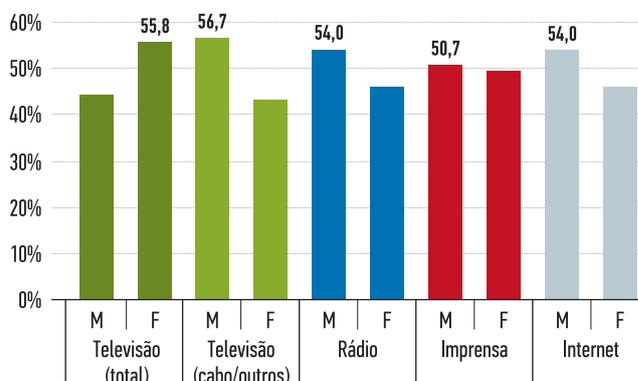
os consumidores com o seguinte perfil: mais baixo acesso a tecnologias, menor uso de *internet*, maior dificuldade de prescindir da televisão, mais baixos índices de leitura de jornais e revistas em digital, utilização menos intensiva de telemóvel para chamadas e mensagens.

No entanto, os dados das fontes consultadas — pela sua natureza intrínseca, bem como pelas amostragens e metodologias subjacentes à sua obtenção — não possibilitam leituras cruzadas e, em rigor, uma compreensão integrada dos perfis e dos consumos de média. Por outro lado, os dados são essencialmente descritivos, e não explicativos, não se propondo, por isso, interpretações qualitativas da realidade sob análise e das evoluções observadas. Apenas estudos efetuados com essa finalidade, em que sejam aplicadas as técnicas de inquérito, entrevista ou *focus group*, permitem perceber de modo mais holístico padrões de consumo dos média por grupos populacionais. Porém, assinalam-se estes aspetos como limitações do presente capítulo.

2. PERFIL DOS PÚBLICOS

No presente ponto fixam-se os perfis dos públicos dos diferentes meios de comunicação, de acordo com alguns indicadores de caracterização

Fig. 1 – Perfis dos públicos de média de acordo com o sexo – 2011 (%).



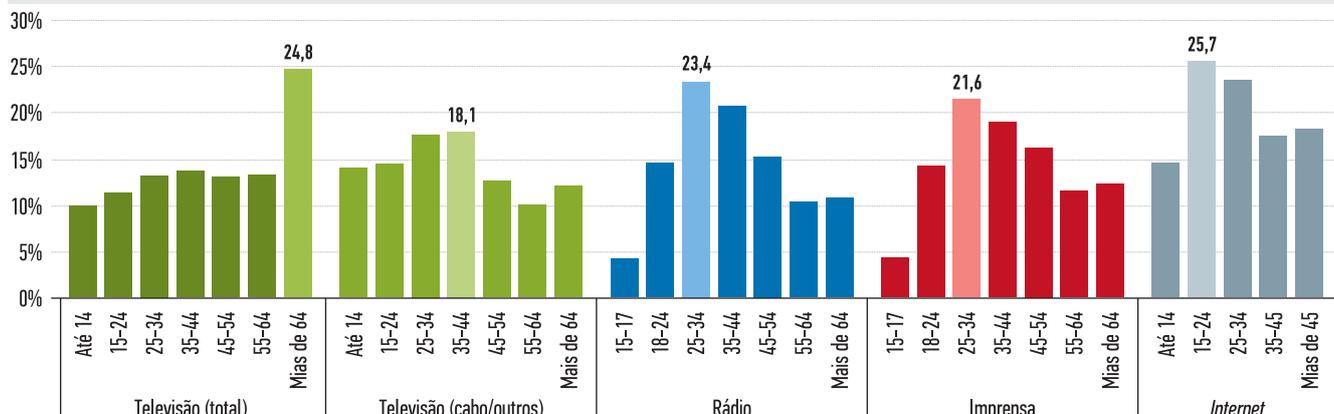
Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2011

¹ A APAN realizou um estudo com a finalidade de quantificar o nível de *multitasking* da população. Em resultado, identificou quatro segmentos — “não *multitaskers*” (que utilizam apenas um meio de cada vez); *multitaskers light* (de forma ocasional utilizam em simultâneo dois ou mais meios); *multitaskers medium* (com frequência utilizam em simultâneo dois ou mais meios); *multitaskers heavy* (sempre ou com muita frequência utilizam em simultâneo dois ou mais meios). Cfr. António Gomes, GfK Metris, “Que mudanças no consumo de media em Portugal?”, Seminário APAN 2011.

sociodemográfica (sexo, grupo etário, classe social e região), o que proporciona uma visão de conjunto das preferências de consumo dos média dos vários segmentos populacionais. Para o efeito, recorre-se aos dados

trabalhados pela Marktest, no seu *Anuário de Media & Publicidade 2011*. Em termos esquemáticos, destacam-se os seguintes aspetos relativamente a uma caracterização dos perfis das audiências por meio:

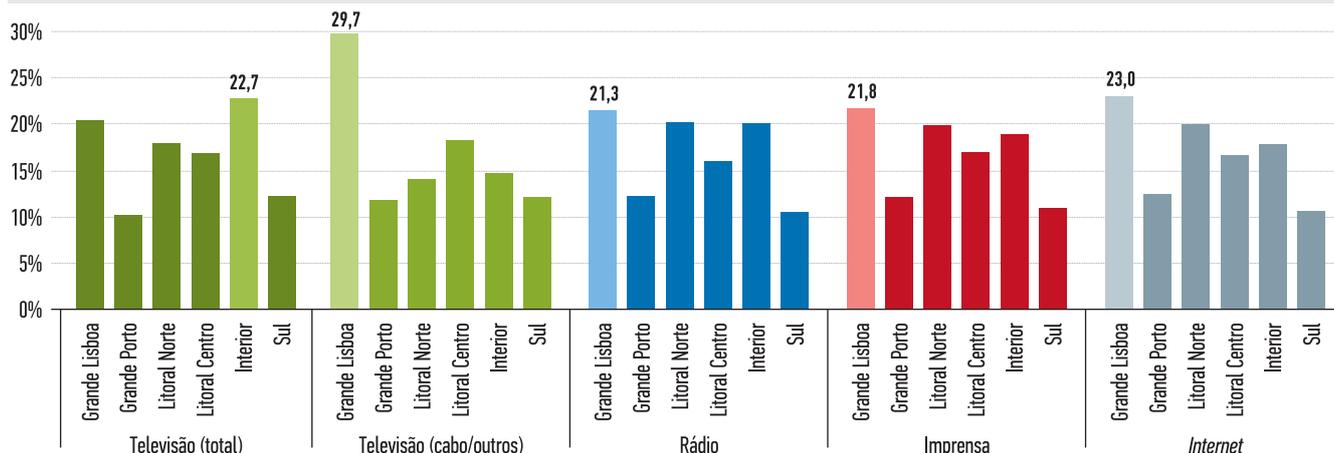
Fig. 2 – Perfis dos públicos de média de acordo com o grupo etário – 2011 (%).



Fonte: Marktest - Anuário de Media e Publicidade 2011.

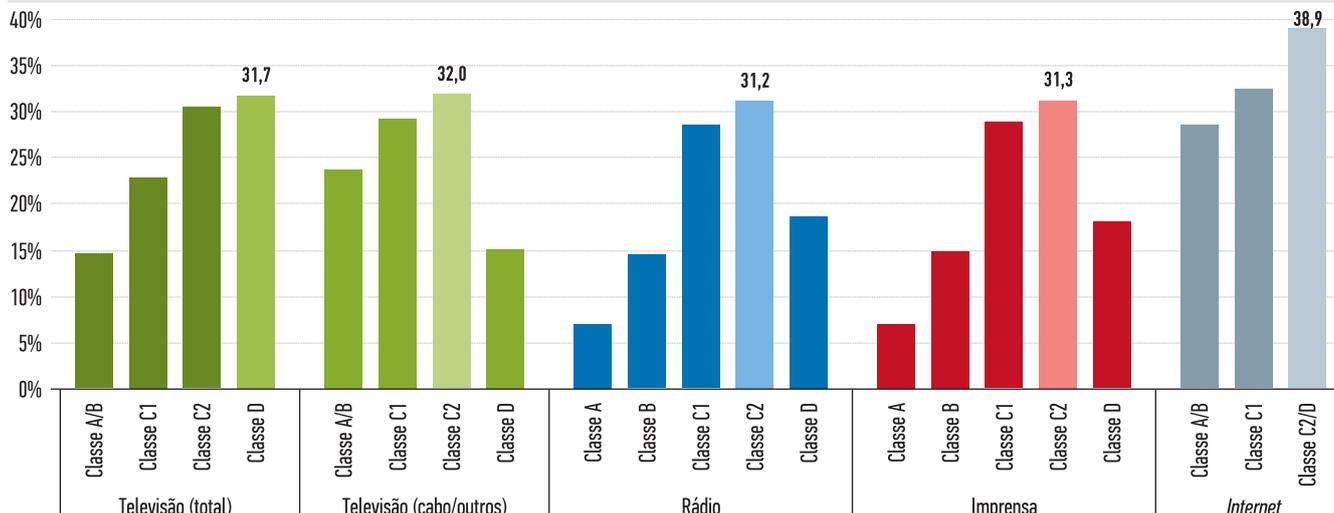
Nota: Na análise dos diferentes meios, a Marktest não desagrega a categoria "grupo etário" nos mesmos intervalos etários.

Fig. 3 – Perfis dos públicos de média de acordo com a região – 2011 (%).



Fonte: Marktest - Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 4 – Perfis dos públicos de média de acordo com a classe social – 2011 (%).



Fonte: Marktest - Anuário de Media e Publicidade 2011.

Nota: Na análise dos diferentes meios, a Marktest não desagrega a categoria "classe social" nas mesmas subcategoria.

Em termos esquemáticos, destacam-se os seguintes aspetos relativamente a uma caracterização dos perfis das audiências por meio.						
Indicadores sociodemográficos	TV (total)	TV por subscrição	Rádio	Imprensa	Internet	
Sexo	Mulheres veem mais televisão do que os homens	Homens acedem mais à televisão por subscrição	Os homens ouvem mais rádio do que as mulheres	Equilíbrio de género quanto ao consumo de publicações	Homens continuam a aceder mais frequentemente à Internet do que as mulheres	
Grupos Etários	Mais	Os espectadores com mais de 64 anos são aqueles que proporcionalmente veem mais televisão	Grupos etários dos 25 aos 44 anos são os que mais consomem televisão por subscrição	As audiências radiofónicas concentram-se no grupo etário dos 25 aos 34 anos	As audiências de imprensa concentram-se no grupo etário entre os 25 e os 34 anos	O principal grupo de utilizadores tem entre os 15 e os 34 anos (Marktest). O acesso à Internet tende a diminuir com a idade, sendo especialmente pronunciado nos segmentos etários dos 16 aos 44 anos (INE)
	Menos	Os espectadores até 14 anos são aqueles que proporcionalmente veem menos televisão	Grupo etário dos 55 aos 64 anos é o que menos consome televisão por subscrição	Grupo dos 15 aos 17 anos é o que menos ouve rádio	Jovens dos 15 aos 17 anos são os que menos contribuem para os indicadores de leitura de imprensa	O grupo de utilizadores até 14 anos é o menos presente na composição das audiências de Internet (Marktest). Menor penetração do serviço no grupo entre os 65 e os 74 anos (INE)
Região	Mais	O Interior é a região do País onde se continua a ver mais televisão	Grande Lisboa é a região que mais contribui para as audiências da televisão por subscrição	Grande Lisboa é a região do País que mais contribui para as audiências de rádio	Grande Lisboa é a região do País que mais contribui para as audiências de imprensa	Grande Lisboa foi a região do Continente com mais utilizadores de Internet
	Menos	Grande Porto é a região onde se identificam menores índices de visionamento televisivo	Sul e Grande Porto são as regiões que menos contribuem para as audiências da televisão por subscrição	No Sul detetam-se menores valores de escuta radiofónica	Sul é a região onde se detetam menores índices de leitura de imprensa	Sul apresenta os valores mais baixos de utilização de Internet
Classe Social	Mais	Os indivíduos pertencentes às classes C2 e D são tendencialmente os que mais consomem televisão	Os indivíduos pertencentes às classes C2 são tendencialmente os que mais veem televisão por subscrição	As audiências radiofónicas concentram-se na classe C2	As audiências de imprensa concentram-se na classe C2	A Internet é utilizada por indivíduos de todos os grupos sociais
	Menos	A classe A/B é a que revela hábitos mais fracos de consumo televisivo	A classe D é a que revela hábitos mais fracos de consumo de televisão por subscrição	A classe A é aquela que menos contribui para as audiências de rádio	A classe A é aquela que menos contribui para as audiências de imprensa	

Nota: A leitura apresentada nesta tabela deverá ser perspectivada como meramente impressionista, uma vez que existem importantes diferenças numéricas entre os vários grupos, refletidas na representatividade da amostra da Marktest. Por exemplo, se a classe A é aquela que menos contribuiu para as audiências de imprensa, tal deve-se essencialmente ao seu baixo peso na amostra (5%), não a um hipotético mais baixo consumo de publicações (ver Anexo 1, com descrição das amostras populacionais por meio utilizadas pela Marktest).

3. TELEVISÃO

Os estudos sobre os consumos dos média concluem que a televisão ainda é o meio mais abrangente². Porém, deverá ter-se uma ideia desfragmentada do que significa consumo televisivo num contexto de multiplicação de plataformas de acesso. Com efeito, os valores de adesão a serviços de televisão por subscrição indicam que, em 2011, se prosseguiu a diversificação de tecnologias de acesso e paralelamente se consolidaram as alternativas ao cabo e ao satélite.

O número total de assinantes deste serviço continuou a crescer, atingindo perto de três milhões no final do ano passado. Ao longo de 2011, o domínio da televisão por subscrição teve um incremento de cerca de 200 mil novos assinantes, mantendo-se o ritmo de crescimento verificado nos dois anos anteriores (em 2009 e 2010 registou-se a captação de mais meio milhão de clientes). Em 2011, esse aumento ficou a dever-se, em boa parte, a novas plataformas de acesso, em particular a fibra ótica (FTTH). Este serviço praticamente duplicou o número de clientes (de 143 para 263 mil), representando já 9% do total de subscritores. Segundo a ANACOM, cerca de 6 em

cada 10 novos clientes do serviço de televisão por assinatura escolheu as ofertas suportadas em fibra ótica (fig. 5).

Tecnologia	4T 2010	4T 2011	2011-2010
	(milhares)		
TV por cabo	1 438	1 448	10
Satélite (DHT)	670	699	29
Fibra ótica (FTTH)	143	263	120
Outras tecnologias	523	567	44
Total	2 774	2 977	203

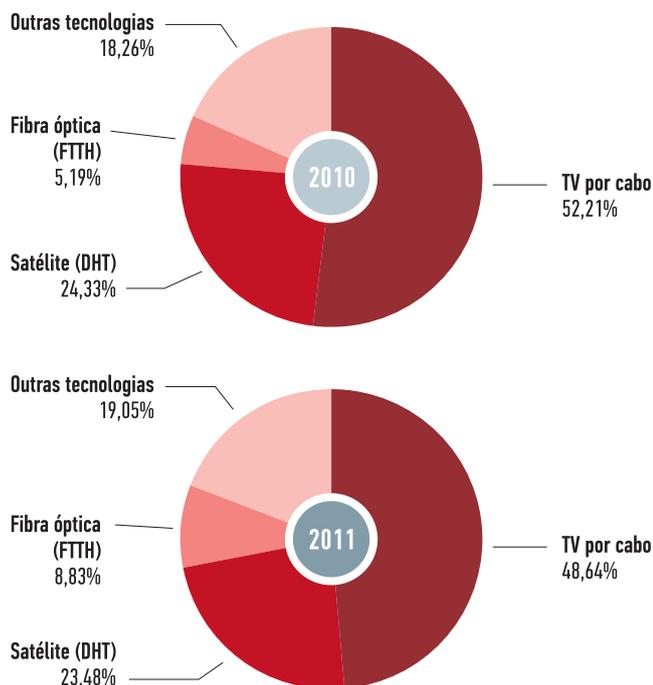
Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição.

Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.

Nota: A categoria "Outras tecnologias" refere-se essencialmente à rede telefónica pública (xDSL/IP). A oferta do serviço por acesso fixo via rádio (FWA) foi descontinuada a 30 de novembro de 2011 pelo seu único prestador.

O cabo e o satélite continuam, ainda assim, a reunir o maior leque de clientes e, no conjunto, representam 72% do mercado de televisão por subscrição. Em 2011, ambas as modalidades registaram aumentos do número de clientes. No final do ano, o cabo tinha uma fatia de 49% de mercado e o satélite 23% (fig. 6).

Fig. 6 – Modalidades de acesso à televisão por subscrição: quadro síntese – 4T 2010 e 2011.



Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.*

Nota: A categoria “Outras tecnologias” refere-se essencialmente à rede telefónica pública (xDSL/IP). A oferta do serviço por acesso fixo via rádio (FWA) foi descontinuada a 30 de novembro de 2011 pelo seu único prestador.

Segundo a ANACOM, a penetração da televisão por subscrição atingia, no final de 2011, 51,8 assinantes por cada 100 alojamentos. A plataforma de cabo concentrava a maior taxa de penetração atendendo ao total de alojamentos (25,2%), seguindo-se o satélite (fig. 7).

Fig. 7 – Taxas de penetração das diferentes modalidades de acesso à televisão por subscrição: quadro síntese – 4T 2011.

Tecnologia	% de assinantes/total de alojamentos
Cabo	25,2
Satélite (DHT)	12,2
Fibra óptica (FTTH)	4,6
Outras tecnologias (xDSL/IP)	9,9
Total	51,8

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.*

3.1. TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO

3.1.1. Serviço de televisão por cabo

Como referido, o cabo constitui a mais relevante plataforma de acesso ao serviço de televisão por assinatura, com um peso de 49% deste mercado, ainda que perdendo alguma importância relativa em comparação com 2010 (fig. 6).

Em Portugal, cerca de 4 milhões de alojamentos encontravam-se “cablados” no final de 2011. Este valor terá de ser ponderado com o fe-

nómeno da múltipla cablagem de um mesmo alojamento, que deriva da oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região.

Lisboa, Norte e Centro eram as regiões do País com maior número de alojamentos cablados (fig. 8).

Fig. 8 – Acesso ao serviço de televisão por cabo: alojamentos cablados – 4T 2011.

Regiões	Alojamentos cablados	
	Milhares	%
Norte	1 063	26,5
Centro	585	14,9
Lisboa	1 839	45,9
Alentejo	150	3,7
Algarve	226	5,6
RAA	78	1,9
RAM	70	1,8
Total	4 011	100,0

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.*

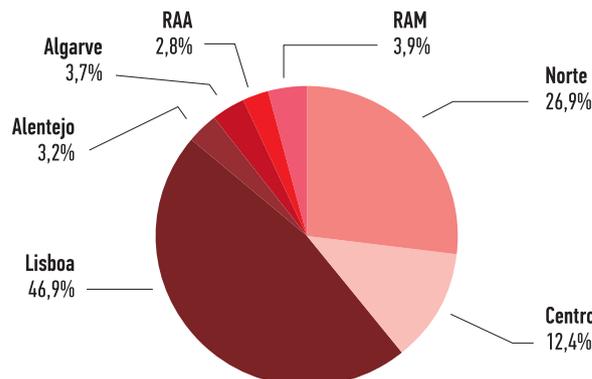
Se, no triénio 2008–2010, se verificou a tendência de diminuição do número de clientes do serviço de televisão por cabo, no final de 2011 este indicador totalizava 1.448 milhares, mais 10 mil em comparação com o ano anterior. Segundo a ANACOM, este valor “situa-se acima do que seria expectável tendo em conta a evolução histórica recente, já que desde o início de 2008 verificava-se uma tendência de abrandamento e diminuição do número de clientes do serviço”.

Fig. 9 – Acesso ao serviço de televisão por cabo: assinantes – 4T 2011.

Regiões	Assinantes por região (milhares)		
	2011	2010	2011/2010
Norte	390	377	13
Centro	179	173	6
Lisboa	679	687	-8
Alentejo	47	44	3
Algarve	54	53	1
RAA	41	43	-2
RAM	57	62	-5
Total	1 448	1 438	10

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.*

Fig. 10 – Distribuição do número de assinantes do serviço de televisão por cabo por regiões – 4T 2011 (%).



Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.*

Numa distribuição geográfica dos assinantes, Lisboa e Norte continuavam a ser as regiões com maior número de assinantes do serviço de televisão por cabo, concentrando 74% do total de clientes. Esta distribuição conheceu variações, com o aumento do número de subscritores no Norte, Centro, Alentejo e Algarve, e decréscimo em Lisboa e nas Regiões Autónomas (figs. 9 e 10).

Do total de assinantes do serviço de televisão por cabo, 1.147 (79%) subscreviam o respetivo serviço digital.

3.1.2. Serviço de televisão por satélite

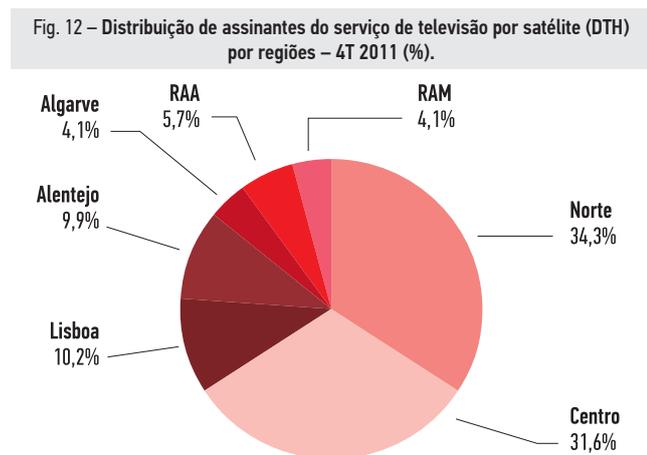
Até ao final de 2011, o serviço de televisão por satélite (DTH — *Direct to Home*) era subscrito por 699 mil clientes, mais 29 mil do que no ano anterior, quando já se verificara um aumento de 25 mil assinantes desta tecnologia.

Observando a distribuição dos subscritores do serviço de DTH por re-

Fig. 11 – Acesso ao serviço de televisão por satélite (DTH – *Direct to Home*): assinantes – 4T 2011.

Regiões	Assinantes por região (milhares)		
	2011	2010	2011/2010
Norte	240	230	10
Centro	221	204	17
Lisboa	71	73	-2
Alentejo	69	65	4
Algarve	29	30	-1
RAA	40	42	-2
RAM	29	27	2
Total	699	670	29

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.*



Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.*

giões do País, Norte e Centro continuaram a ser aquelas que concentraram o maior número de assinantes, 66% do total (figs. 11 e 12).

Notou-se um decréscimo do número de assinantes em Lisboa e na Região Autónoma dos Açores. Em sentido inverso, aumentou este indicador no Norte, Centro, Alentejo e Região Autónoma da Madeira (fig. 11).

3.1.3. Serviço de televisão por fibra ótica (FTTH/B)³

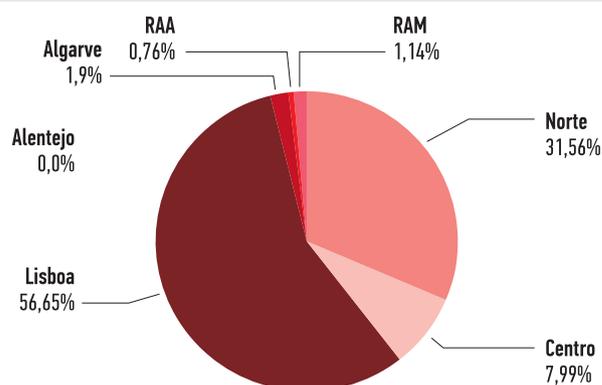
Em 2011, o número de assinantes da televisão por subscrição cujo serviço se suporta em fibra ótica ascendeu a 263 mil — mais 120 mil do que no período homólogo de 2010 —, o que volta a confirmar uma rápida adesão a esta tecnologia, sobretudo em Lisboa e no Norte (figs. 13 e 14).

Fig. 13 – Distribuição de assinantes doo serviço de televisão por fibra ótica por regiões – 4T 2011.

Regiões	Assinantes por região (milhares)		
	2011	2010	2011/2010
Norte	83	49	34
Centro	21	12	9
Lisboa	149	76	73
Alentejo	0	0	0
Algarve	5	3	2
RAA	2	1	1
RAM	3	2	1
Total	263	143	120

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.*

Fig. 14 – Distribuição de assinantes do serviço de televisão por FTTH/B por regiões – 4T 2011.



Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.*

3.1.4. Serviço de televisão por outras tecnologias

Em Portugal, as restantes ofertas de televisão por subscrição, nomeadamente sobre a rede telefónica pública (xDSL/IP)⁴, totalizaram, no

3 FTTH: *Fiber-to-the-home* – Utilização de fibra ótica para transporte de telecomunicações desde o operador até à casa do cliente final. O equipamento terminal do cliente converte o sinal ótico em elétrico. FTTB: *Fiber-to-the-building* – Utilização de fibra ótica para transporte de telecomunicações desde o operador até ao edifício do cliente final (a algumas dezenas de metros, portanto, do cliente final), onde o sinal ótico é convertido em elétrico. Desta forma, é possível aumentar o débito relativamente às redes de acesso exclusivamente em cobre (in www.anacom.pt).

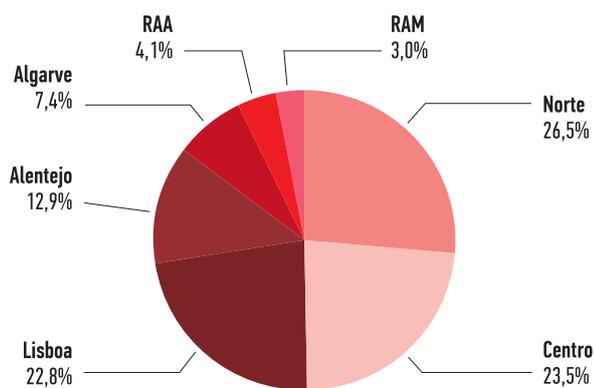
4 Como referido em cima, a oferta do serviço por acesso fixo via rádio (FWA) foi descontinuada a 30 de novembro de 2011 pelo seu único prestador.

Fig. 15 – Acesso ao serviço de televisão usando outras tecnologias: assinantes – 4T 2011.

Regiões	Assinantes por região (milhares)		
	2011	2010	2011/2010
Norte	150	131	19
Centro	133	108	25
Lisboa	129	156	-27
Alentejo	73	61	12
Algarve	42	36	6
RAA	23	18	5
RAM	17	12	5
Total	567	523	44

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2010 e 2011.

Fig. 16 – Distribuição de assinantes do serviço de televisão através de outras tecnologias por regiões – 4T 2011 (%).



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2011.

Fig. 17 – Tempo médio diário de visionamento televisivo – 2004 a 2011*.

Ano	2004	2005	2006	2007
Tempo médio de visionamento (hh:mm:ss)	3:34:10	3:32:09	3:30:05	3:29:36
	2008	2009	2010	2011
	3:35:11	3:29:06	3:29:47	3:38:31

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

Nota: Inclui "cabo/outros".

* Tempo médio de visionamento: Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa.

final de 2011, 567 milhares de subscritores, o que representa um aumento de 44 mil novos assinantes em relação ao período homólogo do ano anterior. Os assinantes concentram-se essencialmente no Norte, Centro e Lisboa, sendo de registar uma perda de 27 mil subscritores do serviço na região de Lisboa (figs. 15 e 16).

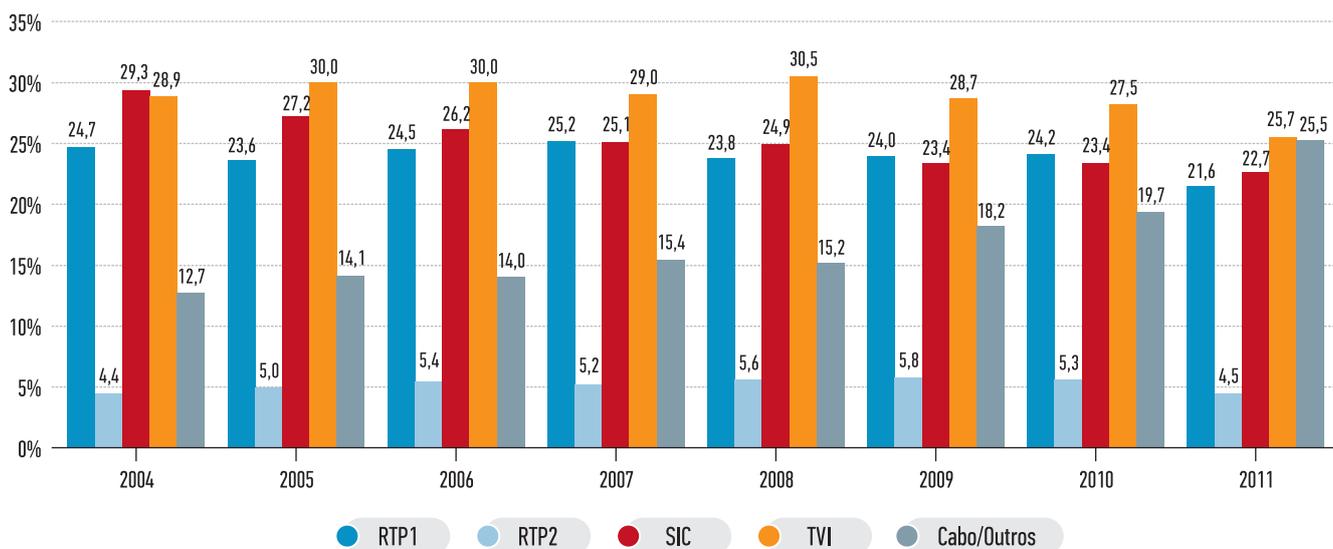
3.2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS⁵

Entre 2010 e 2011, os tempos médios de visionamento diário de televisão fixaram-se em cerca de 3 horas e 39 minutos, um aumento de aproximadamente 10 minutos no período de um ano. Em oito anos (2004–2011), este indicador conheceu apenas ligeiras oscilações, o que vem confirmar a televisão como medium dominante (fig. 17).

Os serviços de programas generalistas RTP1, SIC e TVI continuaram a recolher a preferência dos espectadores, sendo, por outro lado, evidente o aumento do tempo de visionamento de outros canais.

Em 2011, a TVI continuou a ser o canal televisivo com o mais elevado

Fig. 18 – Quota de audiência (share) dos canais generalistas e "cabo/outros" – 2004 a 2011.*



Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

* Quota de audiência (share): O share de cada canal/programa/suporte é calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

5 As audiências de televisão em Portugal são medidas pelo processo de audimetria. No que respeita ao período analisado, as audiências foram estimadas a partir de uma amostra de 1000 lares, designada de Painel, divididas em duas subamostras (lares com e sem TV cabo). Este serviço, designado de Audipanel, foi assegurado pelo grupo Marktest. Através deste serviço foram fornecidos dados de audiência para períodos horários e programas de televisão recebidos no território de Portugal continental via terrestre, satélite e cabo.

share de audiência (25,7%), seguindo-se a SIC e a RTP1, com a diferença de cerca de um ponto entre si (quota de, respetivamente, 22,7 e 21,6%); a RTP2 registou o share de audiência mais baixo entre este conjunto de canais generalistas (4,5%).

O share de audiência de todos os canais generalista sofreu uma descida em favor do aumento da quota de audiência relativa ao “cabo/outros”. Em 3 anos, aumentou a quota de audiência do “cabo/outros” em cerca de 10 p.p., de 15,2% para 25,5% (fig. 18).

3.2.1. Serviço público de televisão (RTP1 e RTP2)

Em 2011, os espectadores despenderam, em média, aproximadamente 47 minutos a ver a RTP1. Por outro lado, a RTP2 registou naquele período um tempo de visionamento diário de cerca de 10 minutos (fig. 19). Observam-se, assim, ligeiras descidas face a 2010. Face aos últimos 8 anos, o tempo de visionamento diário da RTP1 e da RTP2 sofreu ligeiras oscilações.

Fig. 19 – Tempo médio diário de visionamento da RTP1 e da RTP2 – 2004 a 2011.

Canal	hh:mm:ss							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
RTP1	0:52:50	0:50:07	0:51:29	0:52:55	0:51:14	0:50:17	0:50:41	0:47:10
RTP2	0:09:27	0:10:40	0:11:17	0:10:59	0:12:06	0:12:03	0:11:09	0:09:51

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

A audiência média da RTP1 e da RTP2 decresceu ligeiramente em 2011, respetivamente, 0,2 e 0,1 p.p. (fig. 20).

Fig. 20 – Audiência média (rating) da RTP1 e da RTP2 – 2004 a 2011*.

Canal	%							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
RTP1	3,7	3,5	3,6	3,7	3,6	3,5	3,5	3,3
RTP2	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

* Audiência média (rating): O rating é calculado em segundos. No seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte.

Entre 2010 e 2011, a quota de audiência da RTP1 recuou dos 24,2 para os 21,6% (uma descida de 2,6 p.p.), enquanto a da RTP2 decresceu dos 5,3 para os 4,5% (-0,8 p.p.). Os shares de audiência em horário nobre dos dois canais de serviço público também sofreram quedas (fig. 21).

Fig. 21 – Quota de audiência (share) da RTP1 e da RTP2 (%) – 2004 a 2011.

Canal	%							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
RTP1	24,7	23,6	24,5	25,2	23,8	24,0	24,2	21,6
Em horário nobre (20h-23h)	24	24,5	24,4	26,7	24,0	24,1	24,0	22,0
RTP2	4,4	5	5,4	5,2	5,6	5,8	5,3	4,5
Em horário nobre (20h-23h)	4	4,6	4,9	4,8	4,9	4,6	4,5	3,8

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

3.2.2. Serviços de programas comerciais (SIC e TVI)

Em 2011, o tempo de visionamento diário da SIC fixou-se em 50 minutos, sem grandes alterações em relação ao ano anterior mas assinalando uma diferença já significativa face a 2004 (menos cerca de 13 minutos). Já a TVI ocupou 56 minutos de visionamento, um recuo de perto de minuto e meio de visionamento diário em relação a 2010. Este serviço de programas não alterou de modo visível o seu desempenho em termos de visionamento. Por outro lado, a TVI continuou a ser o serviço de programas televisivo mais visto pelos públicos nacionais (fig. 22).

Fig. 22 – Tempo médio diário de visionamento da SIC e da TVI – 2004 a 2011.

Canal	hh:mm:ss							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
SIC	1:02:48	0:57:43	0:54:56	0:52:36	0:53:30	0:48:51	0:49:07	0:49:42
TVI	1:01:52	1:03:39	1:02:56	1:00:52	1:05:42	0:59:55	0:57:36	0:56:08

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

A SIC subiu ligeiramente a sua audiência média para os 3,5%, na mesma medida em que a TVI baixou este indicador, em 0,1 p.p., fixando-se nos 3,9% (fig. 23).

Fig. 23 – Audiência média (rating) da SIC e da TVI – 2004 a 2011.

Canal	%							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
SIC	4,4	4,0	3,8	3,7	3,7	3,4	3,4	3,5
TVI	4,3	4,4	4,4	4,2	4,6	4,2	4,0	3,9

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

A TVI registou, em 2011, um share de audiência de 25,7%, indicador que subiu para os 29,1% em horário nobre. Estes valores traduzem uma descida do share da TVI no período em análise, sobretudo em *prime time* (-2,5 p.p. em comparação com 2010), ainda que se mantenha o serviço de programas mais visto neste horário. A SIC diminuiu o share de audiência, de 23,4% para 22,7; este indicador aumentou para 24,5% em *prime time*, tendo o serviço de programas melhorado o seu desempenho neste horário (fig. 24).

Fig. 24 – Quota de audiência (share) da SIC e da TVI (%) – 2004 a 2011.

Canal	%							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
SIC	29,3	27,2	26,2	25,1	24,9	23,4	23,4	22,7
Em horário nobre (20h-23h)	29,0	27,2	26,9	24,2	24,5	24,1	24,0	24,5
TVI	28,9	30,0	30,0	29,0	30,5	28,7	27,5	25,7
Em horário nobre (20h-23h)	34,0	33,3	33,3	32,4	34,4	33,5	31,6	29,1

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

3.2.3. Audiências “cabo/outros”

O tempo de visionamento dedicado ao “cabo/outros”, que compreende vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos, aumentou de forma expressiva em 2011, atingindo perto de 56 minutos, mais 14 minutos do que em 2010. O share deste segmento tem subido con-

Fig. 25 – Tempo médio diário de visionamento, quota de audiência (share) e audiência média (rating) de “cabo/outros” – 2004 a 2011.

Ano	2004	2005	2006	2007				
Tempo médio de visionamento (hh:mm:ss)	0:27:09	0:30:01	0:29:27	0:32:15				
	2008	2009	2010	2011				
	0:32:39	0:37:59	0:41:13	0:55:39				
Ano	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Share (%)	12,7	14,1	14,0	15,4	15,2	18,2	19,7	25,5
Rating (%)	1,9	2,1	2,0	2,2	2,3	2,6	2,9	3,9

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

tinuamente, alcançando uma quota de audiência de 25,5% e um rating de 3,9% em 2011 (fig. 25).

3.2.4. Programas mais vistos

Os 10 programas mais vistos nos canais generalistas em 2011 referiram-se a competições de futebol transmitidas pela RTP1 e pela SIC (fig. 26).

Fig. 26 – Top 10 dos serviços de programas generalistas – 2011.

Data	Canal	Descrição	Rating (%)	Share (%)
15 nov.	RTP1	A Seleção – Qualificação Euro 2012: Portugal x Bósnia	27,6	58,9
9 fev.	RTP1	A Seleção – Jogo Particular: Portugal x Argentina	24,6	53,0
2 mar.	SIC	Futebol – Bwin Cup: Benfica x Sporting	23,0	54,3
5 maio	SIC	Futebol – Liga Europa: Sp. Braga x Benfica	22,9	55,4
18 maio	SIC	Futebol – Liga Europa: A Final Portuguesa: Fc Porto vs Sp. Braga	22,2	54,3
28 mar.	SIC	Futebol – Liga Europa: Benfica vs. Sp. Braga	21,9	53,6
10 mar.	SIC	Futebol – Liga Europa: Benfica x Paris Sg	21,2	47,9
18 maio	SIC	Liga Europa: A Festa no Relvado	20,6	45,6
11 out.	RTP1	A Seleção – Qualificação Euro 2012: Dinamarca x Portugal	20,0	56,4
4 jun.	RTP1	A Seleção – Qualificação Euro 2012: Portugal x Noruega	20,0	56,4

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 27 – Audiências dos serviços de programas de cabo – 2011*.

Categorias de serviços de programas	Rating (milhares)	Share (%)	Tempo médio de visionamento (hh:mm:ss)
Filmes e Séries	86,8	9,8	0:21:16
Informação	58,4	6,6	0:14:21
Infantil	47,6	5,4	0:11:37
Entretenimento	35,6	4,0	0:08:46
Desporto	27,9	3,1	0:06:52
Documentário	15,2	1,7	0:03:45
Generalistas	11,1	1,2	0:02:41

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

* **Generalistas:** Porto Canal; RTP África, TV Globo Portugal e TV Record.

Desporto: Benfica TV, Caça&Pesca, ESPN Classic, EuroSport, SportTV, SportTV2, SportTV3 e Sport TV HD.

Documentário: Biography Channel, Discovery, Discovery Civilization, Discovery Science, Discovery Travel & Living, Discovery Turbo, História, National Geographic, Odisseia, e Travel Channel.

Entretenimento: E! Entertainment, MVM, People+Arts, RTP Memória, SIC Mulher, SIC Radical. **Filmes e Séries:** Animax, AXN, Fox, Fox Crime, Fox Life, Fox Next, Hollywood, MGMFX, MOV, Sony Entertainment Television, Syfy, TVCINE1, TVCINE2, TVCINE3 e TVCINE4.

Infantil: Cartoon/TCM, Disney Channel, Disney Cinemagic, Nickleodeon, Panda, Panda Biggs e SIC K.

Informação: EuroNews, RTP N, SIC Notícias e TVI24.

Entre os canais de cabo, os espectadores continuaram a preferir os da categoria “filmes e séries”, seguindo-se os de “informação” e os “infantis”. Comparativamente, os serviços de programas de cabo “generalistas” e de “documentário” foram os que registam menores níveis de audiências (fig. 27)⁶.

O programa mais visto no cabo em 2011 consistiu na edição do programa “Negócios da Semana”, da SIC Notícias, de 23 de março. Aliás, a SIC Notícias transmitiu 6 dos 10 programas de cabo mais vistos no ano passado, destacando-se ainda o AXN, o Hollywood e a SIC Mulher (fig. 28).

Fig. 28 – Top 10 dos canais de cabo – 2011.

Data	Canal	Descrição	Rating (Milhares)	Share (%)
23 mar.	SIC Notícias	Negócios da Semana	235,2	32,1
23 mar.	SIC Notícias	Edição da Noite	234,2	34,7
15 mar.	SIC Notícias	Portugal 2011: Análise Entrevista José Sócrates	207,4	27,0
04 fev.	AXN	Castle	207,1	26,3
06 fev.	SIC Notícias	Tempo Extra	205,7	31,4
08 dez.	Hollywood	Filme das 21h30: Crocodilo Dundee II	194,5	21,3
11 out.	AXN	CSI	192,6	21,1
23 mar.	SIC Notícias	Jornal da Meia-Noite	192,5	38,8
15 mar.	SIC Mulher	O Peso Certo	189,9	29,6
26 abril	SIC Notícias	Portugal 2011: A Grande Decisão: Comemorações do 25 de Abril	189,1	27,0

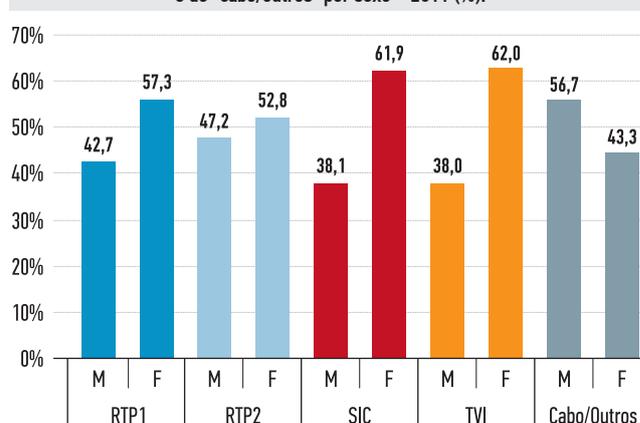
Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

3.2.5. Caracterização das audiências por serviço de programas

Numa caracterização por sexo, observam-se os seguintes traços principais:

- > A RTP1 e a RTP2 são mais vistas por mulheres, ainda que a RTP2 tenha uma audiência mais equilibrada numa perspetiva de género.
- > A SIC e a TVI são visivelmente mais vistas por mulheres, com valores de audiências femininas acima dos 60%.

Fig. 29 – Caracterização das audiências dos canais generalistas e de “cabo/outros” por sexo – 2011 (%).



Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

⁶ A análise dos dados de audiência aqui apresentada é realizada para o âmbito do AUDICABO (lares com cabo), tendo sido considerados, na tipologia dos canais de cabo, aqueles que apresentaram, no período em análise, programação falada, dobrada ou legendada na língua portuguesa.

> Em contraste com a caracterização das audiências de televisão dos quatro canais generalistas, o “cabo/outros” é preferido por homens (fig. 29).

Numa caracterização por grupos etários, observam-se os seguintes traços principais:

> A RTP1 é claramente preferida por audiências mais velhas: o seu público com mais de 64 anos contribui em 41% para as audiências deste serviço de programas. Em sentido contrário, as crianças e jovens dos 4 aos 14 anos constituem o segmento etário que menos contribuiu para as audiências da RTP1 (4,2%). Por contraste, o grupo etário proporcionalmente mais significativo numa análise

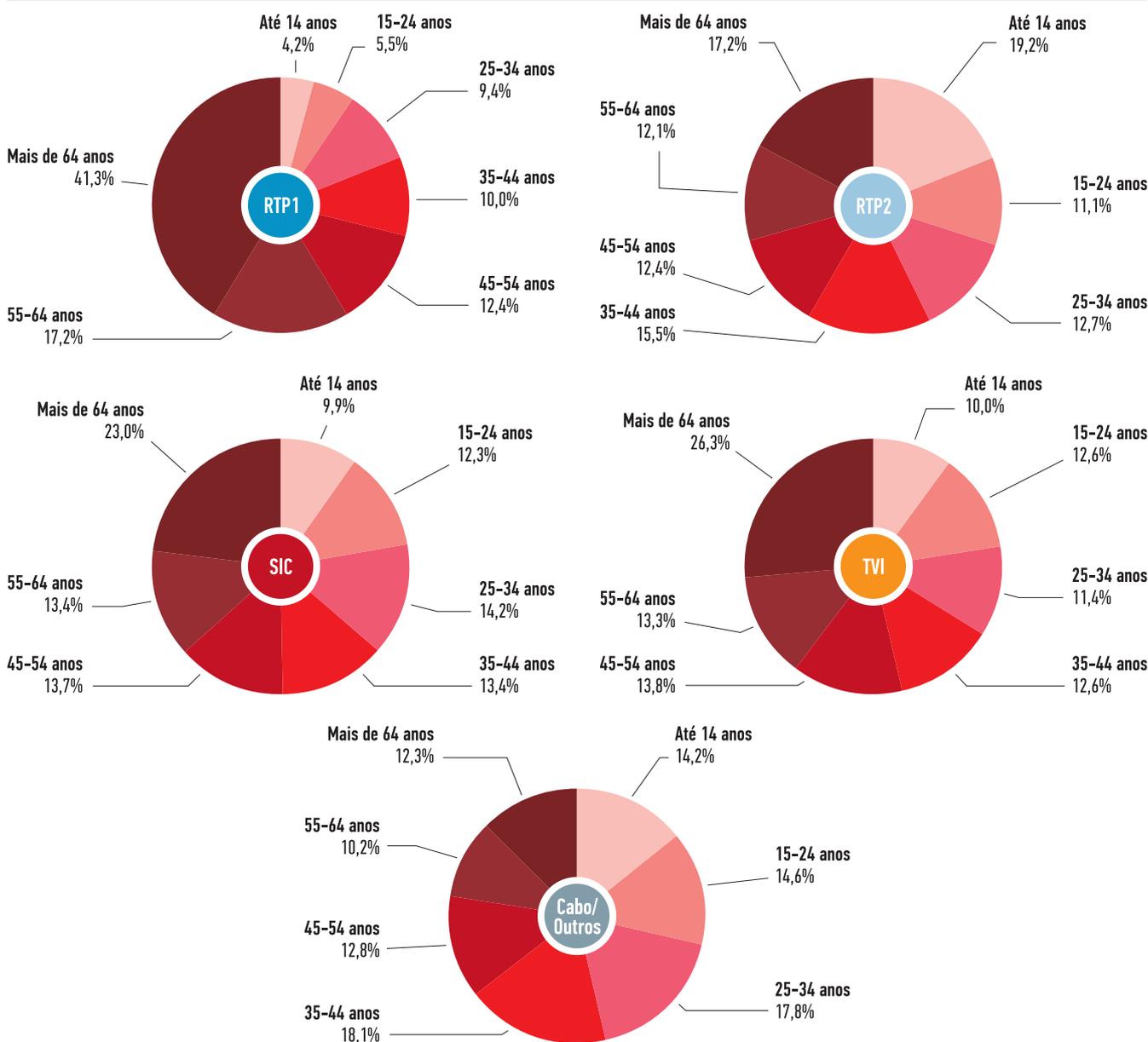
das audiências da RTP2 é o dos 4 aos 14 anos (19%), secundado pelo grupo etário dos indivíduos com mais de 64 anos (17,2%).

> As audiências da SIC e da TVI são também mais pronunciadas entre os espectadores com mais de 64 anos. As crianças e os jovens dos 4 aos 14 anos contribuem para as audiências da SIC e da TVI em 10%.

> O “cabo / outros” é preferido por audiências mais jovens, sendo os grupos etários menos presentes na composição destas audiências aqueles com mais de 55 anos (fig. 30).

Numa caracterização por regiões, observam-se os seguintes traços principais:

Fig. 30 – Caracterização das audiências dos canais generalistas e de “cabo/outros”, por grupos etários – 2011 (%).



Fonte: Marktest - Anuário de Media e Publicidade 2011.

- > Em termos geográficos, as audiências dos dois canais de serviço público são superiores no Interior face às restantes regiões consideradas, o mesmo sucedendo em relação à SIC e à TVI.
- > Quanto à distribuição geográfica do “cabo/outros”, as audiências situam-se principalmente na Grande Lisboa (29,7%).
- > Proporcionalmente, Grande Porto e Sul são as regiões que menos contribuem para as audiências de televisão (fig. 31).

Numa caracterização por classe social, observam-se os seguintes traços principais:

- > As audiências da RTP1 continuam a ser mais representativas na classe D, ao passo que, no caso da RTP2, assume mais relevância

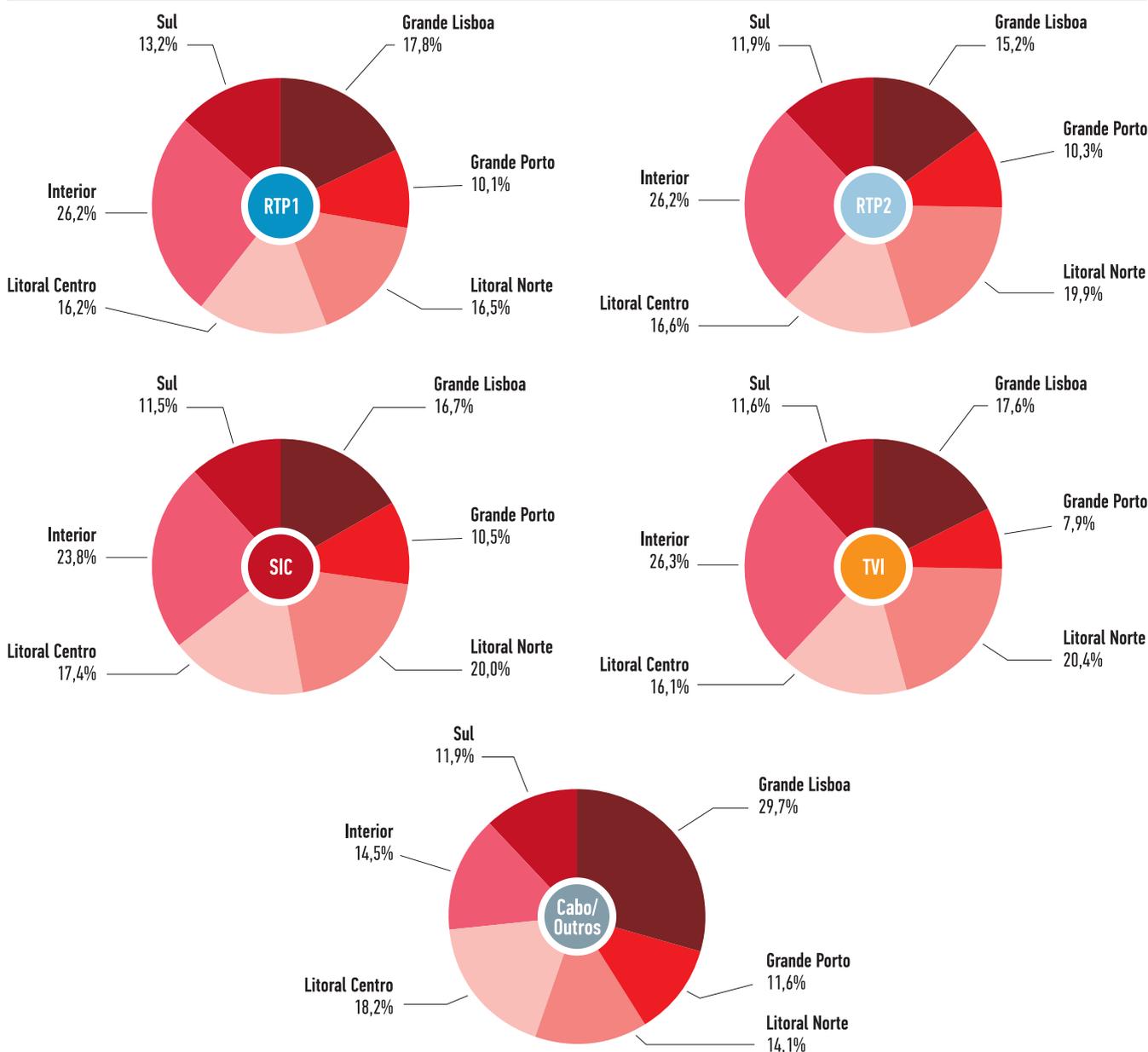
a classe C2 (ainda que com pouca diferença em relação à D). A análise não é distinta em relação à SIC e à TVI, com predomínio das classes C2 e D.

- > A classe C2 (32%), seguida da C1 (29%), denota hábitos de visionamento mais intensos dos canais “cabo/outros”, em contraste com a D (14,9%) (fig. 32).

4. RÁDIO

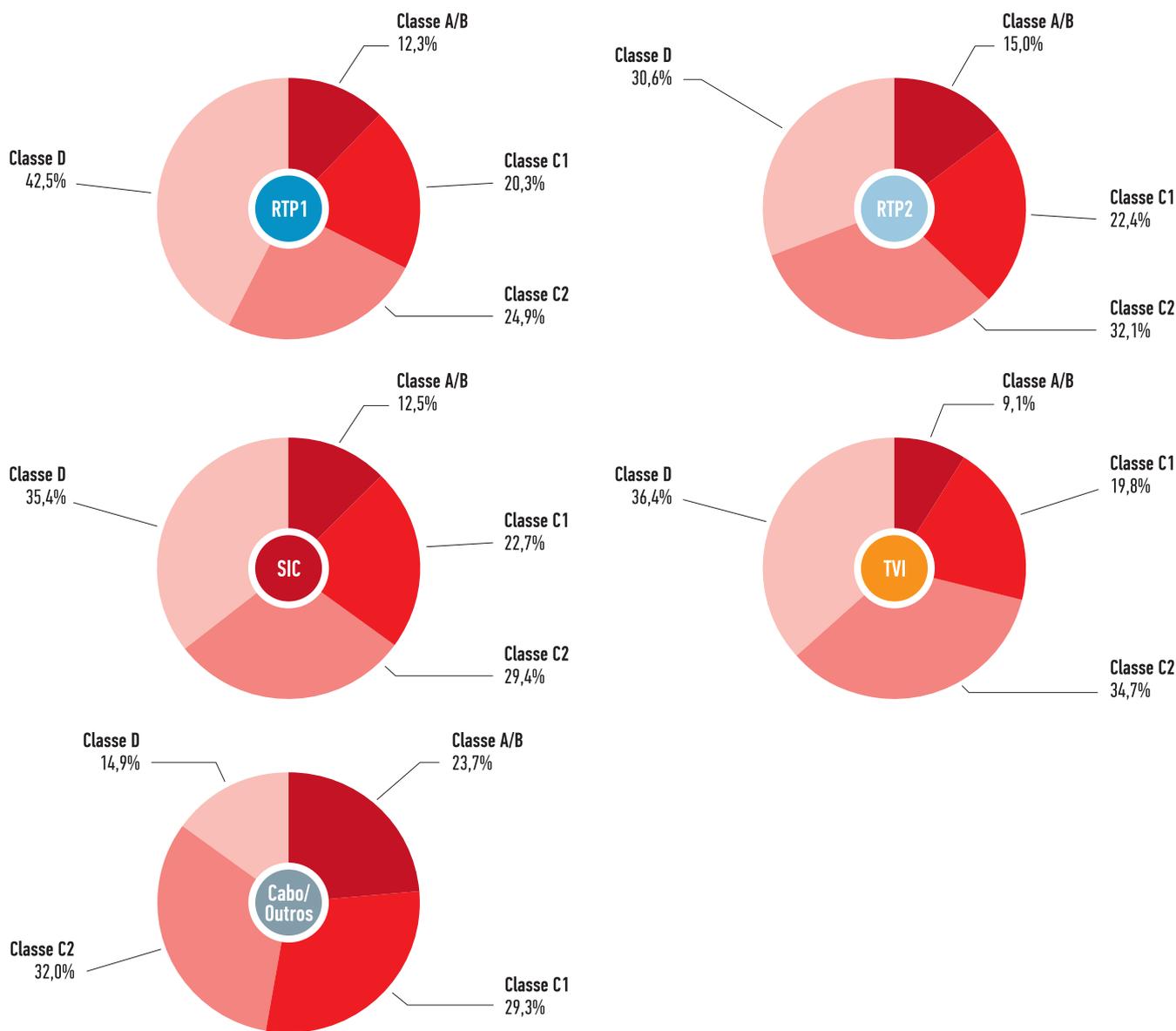
De acordo com o Bareme Rádio da Marktest, o tempo consagrado à rádio pelos públicos tem-se mantido estável desde 2004, com diferenças pouco significativas. Em 2011, o tempo médio de escuta diária

Fig. 31 – Caracterização das audiências dos canais generalistas e de “cabo/outros”, por região – 2011 (%).



Fonte: Marktest - Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 32 – Caracterização das audiências dos canais generalistas e de “cabo/outros”, por classe social – 2011 (%).



Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

de rádio fixou-se em 3h15m, exatamente o mesmo que no ano anterior. No conjunto dos serviços de radiodifusão contemplados na análise da Marktest, os grupos detentores das rádios mais ouvidas foram, por esta ordem, Renascença, Media Capital, RDP e TSF (fig. 33).

4.1. SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO (RDP: ANTENA 1, ANTENA 2, ANTENA 3)

Para uma audiência média total da rádio de 6,2%, o Grupo RDP registou, em 2011, uma audiência média de 0,6%, o mesmo valor do que no ano anterior. Dentro deste aglomerado, a Antena 1 significou 0,4% da audiência média (subida de uma décima em relação ao ano anterior), seguindo-se a Antena 3 (0,2%) e a Antena 2 (0,0%) (fig. 34).

Fig. 33 – Tempo médio diário de audiência de rádio (hh:mm) – 2004 a 2011*.

Grupos/Estações	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo Rádio Renascença	3:01	2:59	2:53	2:59	2:56	2:57	2:52	2:51
RFM	3:13	3:07	3:06	3:01	3:02	2:59	2:52	2:54
R. Renascença	2:42	2:41	2:31	2:48	2:39	2:42	2:38	2:36
Mega Hits	2:22	2:31	2:13	2:29	2:10	2:14	2:16	2:15
Rádio Sim	–	–	–	–	–	3:09	3:13	3:09
Grupo Media Capital	2:54	2:49	2:44	2:42	2:36	2:41	2:43	2:43
Rádio Comercial	2:47	2:48	2:50	2:48	2:37	2:37	2:27	2:36
Cidade FM	2:35	2:32	2:21	2:21	2:13	2:15	2:13	2:09
M80	–	–	–	2:54	2:38	2:55	3:11	2:47
Best Rock FM	2:38	2:33	2:06	2:27	2:21	2:19	2:17	2:12
Grupo RDP	2:30	2:35	2:36	2:35	2:29	2:21	2:28	2:23
Antena 1	2:20	2:16	2:32	2:27	2:21	2:13	2:15	2:14
Antena 2	2:40	2:30	2:19	2:16	2:17	2:20	2:08	2:05
Antena 3	2:34	2:46	2:35	2:41	2:31	2:22	2:31	2:24
TSF	2:15	2:17	2:09	2:04	2:07	2:00	1:56	1:58
Total Rádio	3:20	3:19	3:13	3:12	3:11	3:18	3:15	3:15

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

* Tempo médio de audiência: Expresso em horas e minutos, consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia.

Fig. 34 – Audiência média da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2004 a 2011*.

Grupo/Estações	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo RDP	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6
Antena 1	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4
Antena 2	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Antena 3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
Total Rádio	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7	6,3	6,1	6,2

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

* Audiência média: Audiência ponderada, pelo tempo de audição, do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação num determinado período horário.

O Grupo RDP obteve, em 2011, 9,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Markttest, o que significa um decréscimo de 0,7 p.p. face a 2010. A Antena 1 registou um ligeiro decréscimo de 0,1 p.p., para os 5,7%, enquanto decresceu a quota de audiência da Antena 3 (-0,7 p.p.). A Antena 2 manteve-se estável neste indicador (fig. 35).

Fig. 35 – Share de audiência da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2004 a 2011*.

Grupo/Estações	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo RDP	10,7	12,2	13,1	13,1	11,9	10,9	10,6	9,9
Antena 1	4,9	5,9	6,8	6,8	5,9	6,0	5,6	5,7
Antena 2	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6
Antena 3	4,9	5,1	5,2	5,2	5,0	3,9	4,1	3,4
Total Rádio	100,0							

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

* Share de audiência: Consiste na percentagem de tempo despendido na audição de uma estação relativamente ao tempo total de audição de rádio num dado período.

4.2. SERVIÇOS COMERCIAIS DE RADIODIFUSÃO (GRUPO RÁDIO RENASCENÇA, MÉDIA CAPITAL RÁDIOS, TSF)

Para uma audiência média total da rádio de 6,2%, o Grupo Renascença representou uma audiência média de 2,4%; o Grupo Média Capital, de 1,7%; e a TSF, de 0,3%, os mesmos valores que em 2010. A RFM, do Grupo Renascença, e a Rádio Comercial, do Grupo Média Capital, foram as rádios mais escutadas (fig. 36).

Fig. 36 – Audiência média das estações dos grupos RR, Média Capital e da TSF (%) – 2004 a 2011.

Grupos/Estações	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo Renascença	2,5	2,5	2,3	2,4	2,4	2,6	2,4	2,4
RFM	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,5	1,3	1,4
R. Renascença	1,0	1,0	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,7
Mega Hits	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Rádio Sim						0,1	0,1	0,1
Grupo Média Capital	1,5	1,5	1,3	1,2	1,3	1,4	1,7	1,7
Rádio Comercial	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9
Cidade FM	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3
M80				0,0	0,1	0,2	0,4	0,4
Best Rock FM	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TSF	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Total Rádio	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7	6,3	6,1	6,2

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

Correlativamente, o Grupo Renascença conservou, em 2011, o *share* de audiência mais elevado (38,7%, o que representa uma ligeira

descida de 0,3 p.p. face a 2010) — desta quota de audiência, 21,9% foram relativos à RFM. O Grupo Média Capital obteve um *share* de 27,5%, uma subida de 0,7 p.p. em relação ao ano anterior, sendo 15,0% correspondentes à Rádio Comercial. A TSF apresentou uma quota de audiência de 4,7%, mais 0,2 p.p. do que em 2010 (fig. 37).

Fig. 37 – Share de audiência das estações dos grupos Renascença, Média Capital e TSF (%) – 2004 a 2011.

Grupos/Estações	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo Renascença	39,6	37,6	37,7	41,2	41,5	40,8	39,0	38,7
RFM	22,4	21,2	22,2	23,6	24,6	23,8	21,7	21,9
R. Renascença	15,2	14,3	13,6	15,2	14,2	13,5	12,5	11,6
Mega Hits	1,8	2,0	1,8	2,2	2,2	2,1	3,1	3,7
Rádio Sim	–	–	–	–	–	1,4	1,6	1,6
Grupo Média Capital	23,4	22,7	23,0	21,1	22,2	23,3	26,8	27,5
Rádio Comercial	9,9	9,5	11,4	10,6	10,9	11,4	12,2	15,0
Cidade FM	5,2	6,7	6,3	6,0	5,9	5,4	5,6	4,8
M80	–	–	–	0,8	2,1	3,0	6,8	6,7
Best Rock FM	2,0	1,3	0,9	1,0	0,8	0,8	0,7	0,3
TSF	5,8	6,5	5,4	5,0	5,2	4,5	4,5	4,7
Total Rádio	100,0							

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

4.3. CARACTERIZAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS POR SERVIÇO DE PROGRAMAS

Nos parágrafos seguintes sistematizam-se alguns dados de caracterização sociográfica das audiências radiofónicas relativos ao sexo, grupo etário, região e classe social (figs. 38, 39 e 40):

Sexo

- > Todas as estações da RDP são mais ouvidas por homens do que por mulheres, assinalando-se que as audiências da Antena 1 e da Antena 3 são tendencialmente mais masculinas em comparação com as da Antena 2.
- > Dentro do grupo RR, a Rádio Renascença é a estação com audiências mais masculinizadas (57,9%); a RFM é ouvida em igual proporção por homens e por mulheres.
- > No seio da Média Capital, a M80 foi, em 2011, claramente mais ouvida por homens, ao passo que se revelaram equilibradas, quanto ao sexo, as audiências da Rádio Comercial e da Cidade FM.

Grupos etários

- > As audiências da Antena 1 e da Antena 2 concentram-se nos grupos etários mais idosos (>64 anos), verificando-se, inversamente, que 49,1% das audiências da Antena 3 se encontram no grupo entre os 25 e os 34 anos. As três estações da RDP são pouco escutadas pelas audiências dos 15 aos 17 anos, em particular as Antenas 1 e 2.
- > A RFM é ouvida fundamentalmente por audiências dos 25 aos 44 anos, a Rádio Renascença por audiências com mais de 64 anos.
- > As antenas da Média Capital em análise são ouvidas por ouvintes dos 25 aos 34 anos (Rádio Comercial), dos 18 aos 24 anos (Cidade FM) e dos 25 aos 44 anos (M80).

Região

- Registam-se diferenças na distribuição geográfica das audiências das três rádios de serviço público: a Antena 1 é escutada fundamentalmente na Grande Lisboa (25,5%) e no Litoral Norte (19%); a Antena 2 na Grande Lisboa (33,6%); a Antena 3 no Litoral Norte (23,1%) e Interior (22,7%).

Fig. 38 – Caracterização sociográfica das audiências da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2011.

Indicadores sociográficos	Antena 1	Antena 2	Antena 3	Total Rádio
Sexo				
Masculino	76,2	56,8	70,1	54,0
Feminino	23,8	43,2	29,9	46,0
Idade				
15-17	1,0	1,1	3,2	4,4
18-24	4,3	6,6	21,1	14,7
25-34	12,5	14,7	49,1	23,4
35-44	16,9	20,3	17,5	20,8
45-54	16,2	15,7	6,4	15,2
55-64	20,0	20,1	1,9	10,5
>64	29,1	21,4	0,8	11,0
Região				
Grande Lisboa	25,5	33,6	15,8	21,3
Grande Porto	11,0	16,7	13,8	12,0
Litoral Norte	19,0	13,7	23,1	20,2
Litoral Centro	14,4	15,2	14,1	15,9
Interior	16,8	8,0	22,7	20,2
Sul	13,3	12,8	10,5	10,4
Classe social				
A	10,4	23,8	13,0	7,1
B	17,9	37,6	23,2	14,5
C1	30,6	27,3	31,7	28,5
C2	21,6	6,7	21,1	31,2
D	19,5	4,7	10,9	18,7

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 39 – Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Renascença (%) – 2011.

Indicadores sociográficos	RFM	Rádio Renascença	Total Rádio
Sexo			
Masculino	50,0	57,9	54,0
Feminino	50,0	42,1	46,0
Idade			
15-17	4,6	0,6	4,4
18-24	14,4	2,7	14,7
25-34	28,0	10,6	23,4
35-44	30,0	16,3	20,8
45-54	16,3	21,1	15,2
55-64	5,3	18,5	10,5
>64	1,3	30,2	11,0
Região			
Grande Lisboa	17,4	21,9	21,3
Grande Porto	13,7	11,0	12,0
Litoral Norte	22,7	19,4	20,2
Litoral Centro	15,4	14,3	15,9
Interior	21,7	25,5	20,2
Sul	9,1	7,9	10,4
Classe social			
A	7,7	2,8	7,1
B	16,9	10,5	14,5
C1	32,8	23,2	28,5
C2	30,4	33,2	31,2
D	12,2	30,2	18,7

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

- A RFM é mais ouvida no Litoral Norte, ao passo que os ouvintes da Rádio Renascença se concentram no Interior.
- A Rádio Comercial é mais ouvida no Interior, a Cidade FM e a M80 são maioritariamente ouvidas na Grande Lisboa.

Classe social

- As audiências da Antena 1 e da Antena 3 convergem para a classe C1, enquanto as da Antena 2 se concentram na classe B.
- A RFM é ouvida preferencialmente pela classe C1, a Renascença pela classe C2.
- A Rádio Comercial foi mais escutada por audiências da classe C1, enquanto as restantes estações do grupo de comunicação em análise foram mais escutadas entre a C2.
- A audiência da TSF tem permanecido estável nos últimos anos: é predominantemente constituída por homens (proporção de 75,8%), entre os 35 e os 44 anos (28,9%), residentes na Grande Lisboa (35,1%) e pertencentes às classes C1 (29,9%) e B (28,2%). A TSF é menos escutada entre os jovens dos 15 aos 17 anos (0,9%), no Sul (2,6%) e na classe D (7,6%) (fig. 41).

5. IMPRENSA

Entre 2004 e 2010, manteve-se relativamente estável o número de publicações inquiridas pelo Instituto Nacional de Estatística, na ordem das duas mil. Essas publicações, por seu turno, correspondem essencialmente a revistas e, em menor grau, a jornais. Em 2010, 46% dos títulos recenseados consistiam em revistas e 36% em jornais (figs. 42 e 43).

Fig. 40 – Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Media Capital (%) – 2011.

Indicadores sociográficos	Rádio Comercial	Cidade FM	M80	Total Rádio
Sexo				
Masculino	50,9	49,1	59,1	54,0
Feminino	49,1	50,9	40,9	46,0
Idade				
15-17	4,2	14,0	3,1	4,4
18-24	21,5	34,1	12,4	14,7
25-34	39,3	33,1	22,1	23,4
35-44	22,1	13,4	32,2	20,8
45-54	9,0	4,4	20,8	15,2
55-64	3,1	0,7	7,3	10,5
>64	0,8	0,2	2,2	11,0
Região				
Grande Lisboa	21,6	24,0	34,4	21,3
Grande Porto	9,8	14,1	11,2	12,0
Litoral Norte	17,3	17,9	7,7	20,2
Litoral Centro	16,5	19,8	22,3	15,9
Interior	22,2	10,7	3,8	20,2
Sul	12,7	13,5	20,6	10,4
Classe social				
A	9,6	4,1	8,3	7,1
B	18,1	11,1	17,1	14,5
C1	31,0	30,0	31,2	28,5
C2	28,5	40,2	32,1	31,2
D	12,8	14,6	11,3	18,7

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 41 – Caracterização sociográfica das audiências da TSF (%) - 2011.

Indicadores sociográficos	TSF	Total Rádio
Sexo		
Masculino	75,8	54,0
Feminino	24,2	46,0
Idade		
4-14	0,9	4,4
15-24	4,5	14,7
25-34	16,5	23,4
35-44	28,9	20,8
45-54	21,7	15,2
55-64	17,3	10,5
>64	10,2	11,0
Região		
Grande Lisboa	35,1	21,3
Grande Porto	16,5	12,0
Litoral Norte	17,6	20,2
Litoral Centro	9,8	15,9
Interior	18,3	20,2
Sul	2,6	10,4
Classe social		
A	19,0	7,1
B	28,2	14,5
C1	29,9	28,5
C2	15,3	31,2
D	7,6	18,7

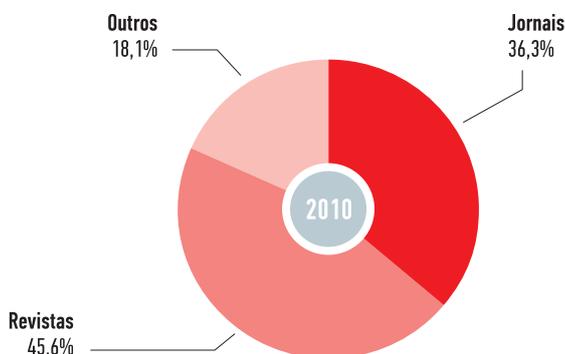
Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Fig. 42 – Número total e tipo de publicações – 2004 a 2010.

Ano	Jornais	Revistas	Outros	Total	
	%	%	%	%	N
2004	38,9	41,3	19,9	100,0	2 089
2005	37,4	42,5	20,0	100,0	2 113
2006	38,6	43,1	18,2	100,0	2 083
2007	38,2	44,2	17,6	100,0	2 039
2008	37,7	44,1	18,2	100,0	1 994
2009	36,8	44,8	18,4	100,0	2 038
2010	36,3	45,6	18,1	100,0	2 018

Fonte: INE - Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

Fig. 43 – Número total e tipo de publicações – 2010.



N=2 018 (n.º total de publicações inquiridas pelo INE em 2010).
Fontes: INE - Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

De acordo com o INE, em 2010, perto de 68% dos títulos ainda se publicavam exclusivamente em papel, apesar de, entre 2004 e 2010, se notar uma alteração desta realidade, com o surgimento de um maior número de publicações editadas exclusivamente por via ele-

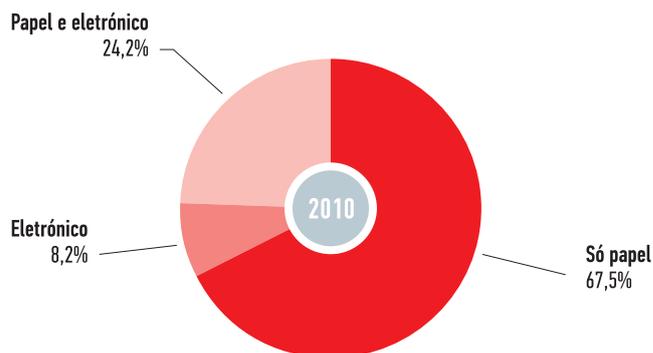
trónica ou simultaneamente nos dois suportes. É interessante observar que, enquanto em 2004 apenas 1,2% das publicações recensadas tinham uma existência exclusivamente eletrónica, esta percentagem se fixou em 8,2% em 2010. Por seu turno, a percentagem das publicações editadas nos dois suportes evoluiu de 11,2 para 24,2% naquele período de tempo, o que de certa forma revela ser imperativa a presença no *on-line* (figs. 44 e 45).

Fig. 44 – Número total e suporte das publicações – 2004 a 2010.

Ano	Total	Papel		Eletrónico		Papel e eletrónico	
		N	%	N	%	N	%
2004	2 089	1 829	87,6	25	1,2	235	11,2
2005	2 113	1 769	83,7	61	2,9	283	13,4
2006	2 083	1 722	82,7	29	1,4	332	15,9
2007	2 039	1 607	78,8	45	2,2	387	19,0
2008	1 994	1 465	73,5	98	4,9	431	21,6
2009	2 038	1 447	71,0	128	6,3	463	22,7
2010	2 018	1 363	67,5	166	8,2	489	24,2

Fonte: INE - Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

Fig. 45 – Distribuição das publicações por suporte – 2010.



N=2 018 (n.º total de publicações inquiridas pelo INE em 2010).
Fontes: INE - Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

Os valores agregados da circulação total da imprensa, calculados pelo INE, confirmam uma descida deste indicador a partir de 2008. Após atingir picos em 2007 e 2008, a circulação total decresceu, nos anos seguintes, situando-se, em 2010, aos níveis de 2004.

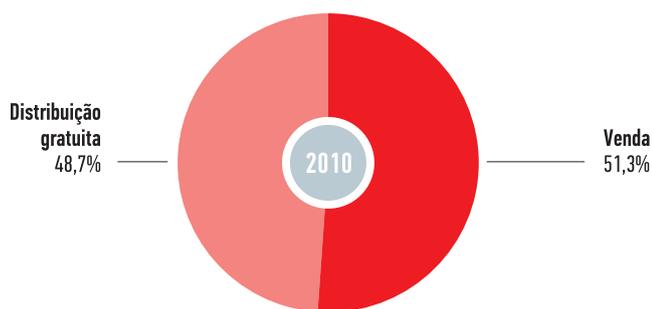
É relevante analisar ainda a evolução da circulação paga e de distribuição gratuita. Assim, os exemplares distribuídos gratuitamente representavam, em 2003, 32% da circulação total, crescendo em

Fig. 46 – Publicações por modalidade de distribuição – 2003 a 2010.

Ano	Circulação total		Exemplares vendidos		Exemplares distribuídos gratuitamente	
	N	%	N	%	N	%
2003	620 678 959	100,0	425 233 262	68,5	195 445 697	31,5
2004	652 805 583	100,0	446 603 358	68,4	206 202 225	31,6
2005	666 617 106	100,0	408 560 136	61,3	258 056 970	38,7
2006	733 534 300	100,0	399 709 326	54,5	333 824 974	45,5
2007	795 998 484	100,0	398 194 359	50,0	397 804 125	50,0
2008	800 520 164	100,0	373 975 313	46,7	426 544 851	53,3
2009	681 761 965	100,0	352 078 199	51,6	329 683 766	48,4
2010	656 742 144	100,0	336 833 874	51,3	319 908 270	48,7

Fonte: INE - Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

Fig. 47 – Publicações por modalidade de distribuição – 2010.



N=656 742 144 (circulação total da imprensa por edição em 2010).

Fontes: INE – Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

importância nos anos seguintes, até atingir um ponto máximo em 2008. A partir deste ano, o seu peso voltou a situar-se abaixo dos 50% (figs. 46 e 47).

Observando agora de forma mais detalhada a circulação por segmentos, tendo como fonte de referência a APCT, verifica-se que, em 2011, continuou a registar-se uma curva descendente no sector da imprensa em termos de circulação, tanto no segmento das publicações generalistas como das especializadas.

No ano passado, entre as publicações nacionais de informação geral, o Correio da Manhã manteve a liderança entre os jornais diários, o Expresso entre os semanários e a Visão entre as *newsmagazines* (fig. 48).

5.1. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS NACIONAIS DE INFORMAÇÃO GERAL

O segmento dos diários nacionais de informação geral continuou a ser liderado, em 2011, pelo Correio da Manhã, que manteve uma circulação

de 129 mil exemplares. O Jornal de Notícias secundou o Correio da Manhã em termos de circulação, com valores na ordem dos 87 mil exemplares (ligeira subida de 0,7%). Assinala-se, no período em análise, os recuos da circulação do *i* (-15%) e do Público (-3,3%). Contrariando a tendência de descida do ano anterior, o Diário de Notícias registou uma subida na sua circulação de 15%, evoluindo dos 31 mil para os 35 mil exemplares por edição.

No segmento dos jornais não-diários de informação geral, o Expresso continuou a ser o semanário português com maior circulação (105 mil exemplares, uma quebra de 4,7% em relação ao ano anterior), mantendo o Sol a grande distância, já que este título apresentou uma circulação de 35 mil exemplares (quebra de 22%).

No universo das revistas semanais de informação geral, a Visão

Fig. 49 – Circulação dos títulos nacionais de informação geral, jornais diários e semanários e *newsmagazines* – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
Jornais Diários				
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, SA	129 119	129 120	0,0
Diário de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	30 654	35 377	15,4
<i>i</i>	Sojormedia Capital, SA	10 494	8 939	-14,8
Jornal de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	86 497	87 112	0,7
Público	Público – Comunicação Social, SA	35 137	33 980	-3,3
Jornais Semanários				
Expresso	Impresa Publishing, SA	110 257	105 051	-4,7
Sol	O Sol É Essencial, SA	45 144	35 249	-21,9
Newsmagazines				
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	103 114	98 332	-4,6
Sábado	Presselivre – Imprensa Livre, SA	76 924	74 431	-3,2
Focus	Impala – Editores, SA	14 537	16 234	11,7

Fonte: APCT – Boletim 2011.

Fig. 48 – Quadro-síntese da circulação das publicações líderes por segmento - 2011*.

Publicação	Editor	Segmento	2010	2011	2011/10 (%)
			(Unidades)		
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, SA	Diário Nacional de Informação Geral	129.119	129.120	0,0
Expresso	Impresa Publishing, SA	Semanário Nacional de Informação Geral	110.257	105.051	-4,7
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	<i>Newsmagazine</i>	103.114	98.332	-4,6
Seleções do Reader's Digest	Seleções do Reader's Digest Portugal, SA	Revista de Informação Geral (mensal)	81.698	72.278	-11,5
Jornal Destak	Metro News Publicações, Lda	Jornal Gratuito	110.124	90.043	-18,2
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda	Jornal de Economia, Negócios e Gestão (diário pago)	16.088	15.552	-3,3
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	Jornal de Economia, Negócios e Gestão (semanário pago)	12.584	11.415	-9,3
Exame	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	Revista de Economia, Negócios e Gestão	22.440	20.652	-8,0
Record (A Bola não é auditada pela APCT)	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, SA	Jornal Desportivo	70.791	63.499	-10,3
Maria	Impala – Editores, SA	Revista Feminina / Moda (semanal)	203.817	201.063	-1,4
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	Revista Feminina / Moda (mensal)	132.657	116.014	-12,5
Men's Health	Motorpress Rodale, SA	Revista Masculina	24.871	27.158	9,2
Nova Gente	Impala – Editores, SA	Revista de Sociedade	127.728	121.231	-5,1
TV 7 Dias	Impala – Editores, SA	Revista de Televisão	149.120	156.640	5,0
National Geographic Portugal	RBA – Revistas Portugal, Lda	Revista de Ambiente / Divulgação Científica	43.444	44.952	3,5
Blitz	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	Publicação de Cultura / Espetáculo	16.344	14.008	-14,3
Bravo	H. Bauer Ediciones, SL, SC & Co.	Publicação Juvenil	39.584	31.522	-20,4

Fonte: APCT – Boletim 2011.

* Circulação: Compreende o número de exemplares vendidos em banca e por assinatura e as ofertas.

conservou a liderança em termos de circulação, na ordem dos 98 mil exemplares, mantendo atrás de si a Sábado, que registou uma circulação de 74 mil exemplares — uma descida de 3,2% face a 2010. A revista Focus descreveu uma subida de 12% da sua circulação (ainda que tenha deixado de se publicar no início de 2012) (fig. 49).

Observando as revistas mensais de informação geral, todas as publicações aqui consideradas registaram descidas de circulação. Essas quebras foram menos pronunciadas na revista Courier Internacional, comparativamente com as Selecções do Reader's Digest e a Super Interessante (descidas de, respetivamente, 12% e 16%) (fig. 50).

Fig. 50 – Circulação de revistas nacionais de informação geral, mensais 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
Courier Internacional	Impresa Publishing, SA	19 300	18 627	-3,5
Selecções do Reader's Digest	Selecções do Reader's Digest Portugal, SA	81 698	72 278	-11,5
Super Interessante	G+J Portugal – Edições, Publicidade e Distribuição, Lda	25 525	21 364	-16,3

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.2. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS GRATUITOS

O segmento dos diários gratuitos voltou a redimensionar-se em 2011, sendo habitado pelo Destak, que lidera, e pelo Metro Portugal. Ambas as publicações sofreram quebras acentuadas de circulação, na ordem dos 18% e dos 16%, ficando abaixo dos 100 mil exemplares (fig. 51).

Fig. 51 – Circulação dos jornais gratuitos de informação geral, diários 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
Jornal Destak	Metro News Publicações, Lda	110 124	90 043	-18,2
Metro Portugal	Transjornal – Edição de Publicações, SA	106 434	89 036	-16,3

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.3. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS DE ECONOMIA, NEGÓCIOS E GESTÃO

Entre os jornais diários especializados em economia, negócios e gestão, apenas uma publicação registou uma ligeira subida na circulação, o Jornal de Negócios. O líder do segmento, o Diário Económico, recuou 3,3%, e o gratuito OJE, 9,1%. Entre os semanários, o jornal Vida Económica decresceu a sua circulação em 9% e o Meios & Publicidade 2,3%. Entre as revistas do segmento, apenas a Marketeer registou um aumento da circulação, de 7,4%, enquanto a Exame recuou 8% e a Executive Digest 2,6% (fig. 52).

5.4. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS DESPORTIVOS

Em 2011, o Record manteve, entre os jornais diários desportivos

Fig. 52 – Circulação das publicações de economia, negócios e gestão, diárias e não-diárias – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
Diários				
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda	16 088	15 552	-3,3
OJE	Megafin – Sociedade Editora, SA	25 310	22 999	-9,1
Jornal de Negócios	Edisport – Sociedade de Publicações, SA	10 501	10 517	0,2
Semanários				
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	12 584	11 415	-9,3
Meios & Publicidade	Workmedia – Comunicação, Lda	1 314	1 284	-2,3
Revistas				
Exame	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	22 440	20 652	-8,0
Executive Digest	Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços Comunicação, Lda	15 369	14 969	-2,6
Marketeer	Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços Comunicação, Lda	16 339	17 550	7,4

Fonte: APCT – Boletim 2011.

auditados pela APCT, a liderança em termos de circulação (63.499 exemplares por edição, o que representa uma descida de 10%). O Jogo registou, no mesmo período, uma circulação de aproximadamente 28 mil exemplares, o que significa uma quebra de 5% (fig. 53).

Fig. 53 – Circulação dos jornais desportivos diários – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
A Bola	Sociedade Vicra Desportiva	-	-	-
Record	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, SA	70 791	63 499	-10,3
O Jogo	Jornalinveste – Comunicação, SA	29 975	28 418	-5,2

Fonte: APCT – Boletim 2011.

Nota: Os valores de circulação de A Bola não são auditados pela APCT.

Fig. 54 – Circulação das revistas femininas/moda, semanais e mensais 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(unidades)		
Semanais				
Ana	Impala – Editores, SA	48 010	45 754	-4,7
Maria	Impala – Editores, SA	203 817	201 063	-1,4
Mariana	Presspeople – Edição de Publicações, Lda	26 701	24 442	-8,5
Mensais				
Activa	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	71 737	65 135	-9,2
Cosmopolitan*	Hearst Edimpresa – Editora, Lda / G+J Portugal – Edições, Publicidade e Distribuição, Lda	37 478	42 714	14,0
Elle	RBA II Publicações, Lda	46 069	39 931	-13,3
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	132 657	116 014	-12,5
Lux Woman	Promotora General de Revistas, SA Sucursal em Portugal	43 713	42 679	-2,4
Máxima	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	57 397	52 618	-8,3
Vogue	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	30 813	31 339	1,7

Fonte: APCT – Boletim 2011.

* Editada pela G+J Portugal – Edições, Publicidade e Distribuição, Lda a partir de fevereiro de 2011

5.5. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS FEMININAS/MODA

Este segmento continuou, de uma forma geral, a ser afetado por um decréscimo de circulação. A Maria permaneceu a líder entre as revistas femininas e de moda, com uma circulação média de 201 mil exemplares por edição (quebra de 1,4%). A revista feminina Happy Woman continuou, por seu turno, a liderar a circulação das revistas mensais, ainda que sofrendo uma descida de 12,5%. Note-se ainda a descida de 13,2% da circulação da Elle e, em sentido contrário, a subida de 14% da Cosmopolitan (fig. 54).

5.6. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS MASCULINAS

Entre as duas publicações masculinas auditadas pela APCT, a Men's Health, agora líder do segmento, aumentou em 9,2% a sua circulação, ao passo que a GQ reduziu este indicador em 13%. A Maxmen deixou de se publicar em 2011 (fig. 55).

Fig. 55 – Circulação das revistas masculinas – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
GQ	Edirevistas – Sociedade Editorial, SA	18 325	15 926	-13,1
Men's Health	Motorpress Rodale, SA	24 871	27 158	9,2

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.7. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS DE SOCIEDADE

O segmento de publicações de sociedade revelou uma evolução ambivalente quanto à circulação. Assim, a Flash, a Lux e a VIP registaram subidas daquele indicador. Já a Nova Gente, do grupo editorial Impala, continuou a liderar, com uma circulação a rondar os 121 mil exemplares por edição, o que representou uma descida de 5,1%. Salientou-se ainda a descida de circulação da Caras, na ordem dos 6% (fig. 56).

Fig. 56 – Circulação das revistas de sociedade – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
Caras	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	91 544	86 017	-6,0
Flash	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	45 910	51 134	11,4
Lux	Promotora General de Revistas, SA Sucursal em Portugal	63 121	65 966	4,5
Nova Gente	Impala – Editores, SA	127 728	121 231	-5,1
VIP	Impala – Editores, SA	33 989	36 360	7,0

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.8. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS DE TELEVISÃO

As revistas de televisão viveram, genericamente, subidas de circulação em 2011. A TV 7 Dias continua a liderar, com uma circulação de cerca de 157 mil exemplares (aumento de 5%), seguida a alguma distância da Telenovelas (85 mil exemplares, quebra de 5%), da TV Mais (76 mil exemplares, subida de 15%) e da TV Guia (75 mil exemplares, o que representa um ligeiro aumento de 0,2%) (fig. 57).

Fig. 57 – Circulação das revistas de televisão – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
Telenovelas	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	89 206	84 899	-4,8
TV 7 Dias	Impala – Editores, SA	149 120	156 640	5,0
TV Guia	Edirevistas – Sociedade Editorial, SA	74 891	75 004	0,2
TV Guia Novelas	Edirevistas – Sociedade Editorial, SA	20 623	21 252	3,0
TV Mais	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	65 872	75 860	15,2

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.9. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS DE AMBIENTE / DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A única publicação do segmento de ambiente / divulgação científica auditada pela APCT registou, em 2011, uma circulação média por edição de cerca de 45 mil exemplares, o que representou uma subida de 3,5% em relação ao ano anterior (fig. 58).

Fig. 58 – Circulação das revistas de ambiente / divulgação científica – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda	43 444	44 952	3,5

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.10. CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES DE CULTURA/ESPETÁCULO

As publicações de cultura e espetáculo aqui consideradas denotaram, antes de mais, níveis de circulação moderados. O segmento continuou a revelar uma tendência ambivalente em 2011 quanto àquele indicador, com três títulos a registar subidas (Première, Time Out Lisboa e Time Out Porto), e outros tantos a recuarem em termos de circulação (a maior quebra foi sofrida pela Revista Ler e, depois, pela Blitz) (fig. 59).

Fig. 59 – Circulação das publicações de cultura / espetáculo – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
Blitz	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	16 344	14 008	-14,3
Jornal de Letras, Artes & Ideias	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	7 846	7 747	-1,3
Première	Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços Comunicação, Lda	11 601	12 004	3,5
Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	7 211	5 212	-27,7
Time Out Lisboa	Capital da Escrita, Lda	8 610	8 984	4,3
Time Out Porto	Capital da Escrita, Lda	8 331	8 543	2,5

Fonte: APCT – Boletim 2011.

5.11. CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES JUVENIS

Quanto às publicações juvenis, todas aquelas que são auditadas pela APCT sofreram quebras em 2011, sendo especialmente notórias as registadas pela 100 % Jovem e pela revista Bravo (fig. 60).

Fig. 60 – Circulação das publicações juvenis – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
100% Jovem	Impala – Editores, SA	21 516	15 120	-29,7
Bravo	H. Bauer Ediciones, SL, SC & Co.	39 584	31 522	-20,4
Visão Júnior	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	22 524	20 415	-9,4

Fonte: APCT – *Boletim 2011*.

5.12. IMPRENSA REGIONAL

Entre os diários de âmbito regional auditados pela APCT, as tiragens não são normalmente elevadas, destacando-se, quanto a este indicador, o Diário Cidade (22 mil exemplares), a maior parte correspondendo a ofertas, e o Diário de Notícias da Madeira (12 mil exemplares). Estas são as únicas publicações diárias que, em 2011, continuaram a ter uma circulação acima dos 10 mil exemplares por edição (note-se que o Diário de Coimbra voltou a distanciar-se desse valor, com uma quebra na circulação de 4,5%).

O Diário de Leiria foi, entre os títulos auditados pela APCT, aquele que registou a circulação mais baixa (2 mil exemplares), com pouca diferença do Diário Regional de Viseu (2.213 exemplares, uma subida de mais de 7%). O mais antigo jornal português ainda em circulação, o Açoriano Oriental, registou uma circulação de 3,6 mil exemplares, o que representa uma descida de 2% em relação ao ano anterior (fig. 61).

Fig. 61 – Circulação de publicações regionais diárias – 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
Açoriano Oriental	Açormedia, SA	3 594	3 662	-1,9
Diário As Beiras	Sojormédia Beiras, SA	8 140	7 440	9,4
Diário Cidade	O Liberal – Empresa de Artes Gráficas, Lda	22 219	22 219	0,0
Diário de Aveiro	Diaveiro – Empresa do Diário de Aveiro, Lda	3 656	3 720	-1,7
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda	8 799	9 218	-4,5
Diário de Leiria	Diário de Leiria – Empresa Jornalística, Lda	2 094	2 164	-3,2
Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira Lda	11 984	12 219	-1,9
Diário de Viseu	Diário de Viseu, Lda	2 374	2 213	7,3
Diário do Minho	Empresa Diário do Minho, Lda	4 771	4 626	3,1
Diário do Sul	Piçarra & Companhia, Lda	5 425	5 432	-0,1

Fonte: APCT – *Boletim 2011*.

Entre os jornais regionais de periodicidade não-diária auditados pela APCT, O Mirante (23.605 exemplares), Jornal do Fundão (12.077) e Reconquista (11.193) foram os semanários que registaram os mais elevados níveis de circulação em 2011, ainda que todos tenham sofrido quebras. Notam-se ainda descidas de circulação significativas

Fig. 62 – Circulação de publicações regionais não-diárias auditadas pela APCT 2010 e 2011.

Títulos	Editor	2010	2011	11/10 (%)
		(Unidades)		
Semanários				
A Voz de Trás-os-Montes	Edireal – Edição de Jornais, Lda	5 168	4 926	-4,7
Açores Magazine	Açormedia, SA	4 211	4 093	-2,8
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial de S. Pedro e Santiago de Torres Vedras	9 503	9 177	-3,4
Correio do Ribatejo	João Arruda Sucessores, Lda	4 007	3 768	-6,0
Jornal da Bairrada	Editorial Jornal da Bairrada, Lda	8 381	7 790	-7,1
Jornal do Centro	O Centro de Produção e Edição de Conteúdos Lda	4 123	4 120	-0,1
Jornal do Fundão	Jornal do Fundão Editora, SA	12 818	12 077	-5,8
Jornal Soberania do Povo	Soberania do Povo Editora, SA	6 074	5 728	-5,7
O Mirante	Joaquim António Emídio / Maria de Fátima Emídio	26 728	23 605	-11,7
O Ribatejo	Jortejo – Jornais, Rádio e Televisão Lda	6 798	7 293	7,3
Postal do Algarve	Postal do Algarve – Publicações e Editores, Lda	10 553	9 717	-7,9
Reconquista Região de Leiria	Fábrica Igreja S. Miguel da Sé Empresa Jornalística Região de Leiria Lda	11 507	11 193	-2,7
Mensário				
Repórter do Marão	Tãmegapress – Comunicação e Multimédia, Lda	29 435	27 057	-8,1

Fonte: APCT – *Boletim 2011*.

no Região de Leiria (-29%) e, na realidade, em quase todos os títulos auditados, com exceção de O Ribatejo. A circulação do mensário Repórter do Marão ascendeu a 27 mil exemplares, uma descida de 8% face a 2010 (fig. 62).

6. INTERNET

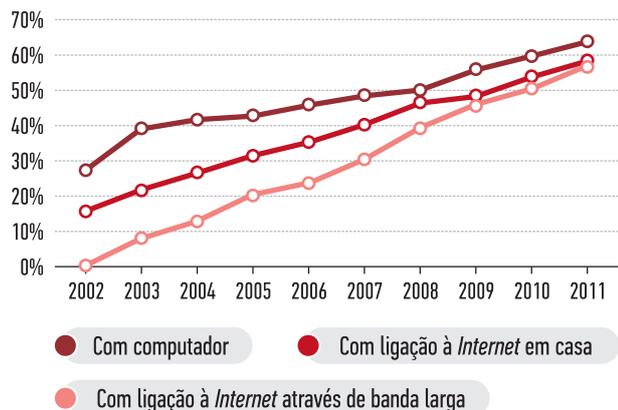
O Instituto Nacional de Estatística estima que, em 2011, cerca de 64% dos agregados domésticos possuíam computador⁷ (+4 p.p. em relação ao período homólogo de 2010) e 58% ligação à *internet* (+4 p.p.). Refere o INE que 98% dos agregados domésticos com acesso à *Internet* têm banda larga.

O INE estima que, em 10 anos, se observou um aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à *internet*, traduzido num crescimento médio anual de 11% no que se refere ao acesso a computador e de 17% na ligação à *internet* (fig. 63).

Lisboa é a região que apresenta as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à *internet* e acesso a este meio por banda larga, seguindo-se a Região Autónoma do Açores. Estas regiões

7 O conceito de computador contempla computador de secretária (desktop), portátil e de bolso (palmtop ou PDA) (in www.ine.pt).

Fig. 63 – Posse de computador, ligação à internet e banda larga nos agregados domésticos – 2002-2011 (%).



Fonte: INE - Inquérito à Utilização de Tecnologias de Informação e da Comunicação pelas Famílias 2011.

apresentam valores acima da média nacional naqueles três indicadores. Alentejo continuou, em 2011, a registar os mais baixos valores na utilização de tecnologias de informação e de comunicação (fig. 64).

Fig. 64 – Posse de computador, ligação à internet e banda larga nos agregados domésticos por regiões (%) – 2011.

Regiões	Computador	Internet	Banda Larga
Portugal	63,7	58,0	56,6
Norte	62,8	55,1	53,3
Centro	58,7	52,5	50,7
Lisboa	71,4	68,0	67,2
Alentejo	53,6	48,8	48,0
Algarve	63,1	58,3	57,1
RAA	64,8	59,6	59,2
RAM	61,5	55,0	54,4

Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2011.

6.1. SERVIÇO FIXO DE ACESSO À INTERNET

Segundo a ANACOM, em 2011, o número de clientes do serviço fixo de acesso à internet elevou-se a 2,2 milhões, 98,8% optando pelo acesso por banda larga. A maioria dos clientes do serviço fixo utiliza essencialmente a tecnologia ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*⁸) e o cabo, ainda que o acesso sobre fibra ótica (FTTH/B) tenha adquirido proeminência, com crescimentos significativos desde 2009. Os clientes do serviço de acesso *dial up* estabilizaram nos 26 mil (figs. 65 e 66).

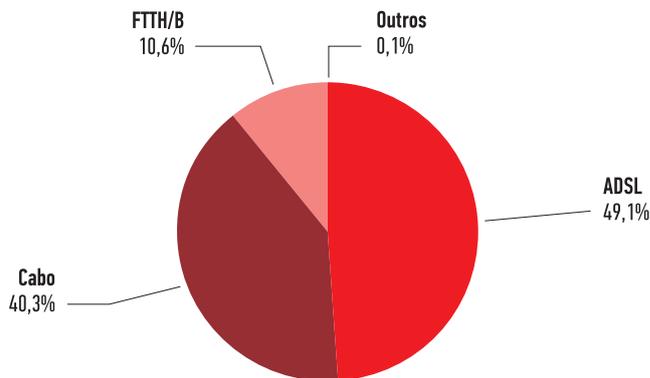
Fig. 65 – Clientes do serviço de acesso fixo à internet – 4T 2011.

Modalidade de acesso	Clientes (milhares)
Acesso por banda larga (fixa)	2 186
Clientes de acesso <i>dial-up</i>	26
Total clientes	2 212

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2011.

Ainda de acordo com a ANACOM, no mesmo período, cerca de 81% dos clientes do serviço de acesso à Internet em banda larga fixa tinham

Fig. 66 – Modalidades de acesso fixo à internet por banda larga: quadro-síntese – 4T 2011 (%).



Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2011.

Nota: A rubrica "outros" inclui ofertas baseadas em circuitos alugados e FWA.

adquirido este serviço no âmbito de um pacote de serviços — 11% de *double-play* (televisão ou telefone fixo) e 70% de *triple play* (televisão e telefone fixo).

6.2. SERVIÇO MÓVEL DE ACESSO À INTERNET

Em 2011, continuou a consolidar-se a generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel. O número dos utilizadores efetivos deste serviço aumentou 14% no quarto trimestre de 2011 em comparação com o período homólogo do ano anterior (fig. 67).

Fig. 67 – Clientes do serviço de acesso de banda larga móvel e de acesso móvel à internet com uso efetivo – 4T 2011.

Modalidade de acesso	2011 (milhares)
N.º estações móveis habilitadas a utilizar serviços de banda larga a)	11 171
Utilizadores de serviços 3G, upgrades e standards equivalentes b)	4 153
Utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel com uso efetivo c)	2 924
Utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel com ligação através de placas / modem d)	1 134
Ofertas de transmissão de dados em banda larga e)	4 589

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2011.

- a) Clientes activos habilitados a utilizar serviços de banda larga, sem necessariamente o terem feito.
- b) Clientes activos habilitados a utilizar os serviços de banda larga e que efectivamente utilizaram um dos serviços característicos de terceira geração.
- c) Clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel, e que estabeleceram pelo menos uma sessão IP para acesso à Internet em banda larga.
- d) Clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel com ligação através de placas / modem e que o fizeram pelo menos uma vez no último mês do trimestre.
- e) Clientes activos habilitados que têm associados planos específicos contratados para acesso a serviços de transmissão de dados em banda larga.

No final de 2011, a taxa de penetração do acesso à Internet em banda larga situava-se nos 21,1% para os acessos fixos e nos 27,5% para os acessos móveis com utilização efectiva (fig. 68).

8 ADSL: *Asymmetric Digital Subscriber Line* — Tecnologia de transmissão assimétrica mais vulgarizada da família xDSL. Uma ligação ADSL proporciona um canal *downstream* de alto débito (1,5 Mbit/s a 9 Mbit/s), um canal *upstream* de débito inferior (16 kbit/s a 640 kbit/s), para além do serviço telefónico normal na gama de baixas frequências (in www.anacom.pt).

Fig. 68 – Taxas de penetração do serviço de acesso à internet em banda larga – número de acessos por 100 habitantes no 4T 2011.

Taxa de penetração	2011 (%)
Acessos do serviço de acesso à Internet em banda larga fixa	21,1
Acessos ADSL	10,3
Acessos modem por cabo	8,5
Acessos fibra ótica (FTTH/B)	2,2
Outros tipos de acesso	0,0
Clientes do serviço de acesso à Internet em banda larga móvel com utilização efetiva	27,5
N.º clientes banda larga (móvel) através de placas/ modems ativos	10,7

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2011.

A ANACOM acrescenta que a taxa penetração da banda larga fixa dos clientes residenciais em termos de famílias clássicas e de alojamentos familiares clássicos se situava, respetivamente, nos 48,8 por 100 famílias e nos 33,4 por 100 alojamentos.

7. SÍNTESE

Apresenta-se neste capítulo uma caracterização geral dos padrões de consumo dos meios de comunicação e do perfil dos seus públicos. A análise é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fontes de informação — ANACOM, APCT, INE, Marktest, PORDATA. Pretende-se, desta forma, identificar as tendências evolutivas mais salientes ao nível dos consumos de média.

a) Televisão por subscrição

A televisão por subscrição alcançou, em 2011, perto de 3 milhões de clientes, mais 200 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso continua a contribuir para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas — e, em particular, a fibra ótica (FTTH) e a rede telefónica (xDSL/IP). Estas plataformas de distribuição representaram 28% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2011 (830 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, o mesmo sucedendo com o cabo, contrariando uma tendência de quebra registada nos anos anteriores.

b) Serviços de programas generalistas

A RTP1, a SIC e a TVI continuam a recolher a preferência dos espectadores, tanto no acesso livre (hertziano), como na televisão por subscrição. De acordo com os dados de audiências da Marktest, a opção por estes canais generalistas portugueses continua a ser privilegiada, sendo que os hábitos de visionamento coabitam com a diversificação da oferta de plataformas de distribuição.

No entanto, não poderá deixar de se enfatizar o aumento da quota de audiência do “cabo/outros”, em 10 p.p., representando já um quinto do share de audiências televisivas.

Entre os generalistas, a TVI continua a ser o canal televisivo com *shares* de audiência mais elevados (25,7%; em horário nobre — 29,1%), seguindo-se a SIC e a RTP1 e, com valores muito próximos entre si (respetivamente, 22,7% e 21,6%; em horário nobre, a SIC com 24,5% e as RTP com 22%). A RTP2 regista o *share* de audiência mais baixo entre estes quatro generalistas (4,5%; em horário nobre — 3,8%).

O tempo médio de visionamento diário de televisão não sofreu alterações em relação a 2010. Os espectadores despendem, em média, aproximadamente cerca de 47 minutos por dia a ver a RTP1. A RTP2 regista um tempo médio de visionamento diário de cerca de 10 minutos, menos 1 minuto do que no ano anterior.

Do lado dos generalistas comerciais, o tempo de visionamento diário da SIC fixou-se em 50 minutos. A TVI continua a ser o serviço de programas mais visto, com 56 minutos de visionamento médio por dia.

Dos dez programas mais vistos nos canais generalistas em 2011, todos referiram-se a competições de futebol transmitidas pela RTP1 e pela SIC.

c) Audiências cabo/outros

No respeitante às audiências de serviços de programas por “cabo/outros” (vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos), assiste-se a um aumento do tempo de visionamento nos últimos anos, tendo registado quase 56 minutos em 2011. O *share* dos serviços de programas por cabo tem também assinalado uma subida contínua, com uma quota de 25,5% 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 2011 foi a edição de 23 de março do “Negócios da Semana”, transmitida pela SIC Notícias.

d) Rádio

O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Bareme Rádio da Marktest, manteve-se estável nos últimos anos. Em 2011, o tempo médio de escuta situou-se nas 3h15, exatamente o mesmo tempo em comparação com o ano precedente.

Entre as rádios consideradas na análise da Marktest, as mais escutadas pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF.

As rádios do serviço público (RDP) obtiveram 9,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Markttest em 2011, menos 0,7 p.p. face a 2010. O principal recuo verificou-se na Antena 3 (-0,7 p.p.), tendo a Antena 1 decrescido 0,1 p.p. e a Antena 2 ficado inalterada.

As rádios do Grupo Renascença representaram um *share* de audiência de 38,7%; as do Grupo Media Capital, 27,5%; e a TSF, 4,7%. A RFM, do Grupo Renascença, e a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, foram as duas rádios mais ouvidas em 2011.

e) Imprensa

Segundo o INE, em 2010 perto de 68% dos títulos ainda se publicava exclusivamente em papel, apesar de, desde 2004, estar em ascensão o número de publicações editadas simultaneamente em papel e eletronicamente. A mesma fonte confirma uma descida da circulação total da imprensa desde 2008, que afeta tanto as publicações vendidas como as distribuídas gratuitamente.

Em 2011, de acordo com os dados da APCT, continuou a registar-se uma curva descendente no sector da imprensa em termos de circulação, que afetou publicações generalistas e segmentos especializados. Nas publicações nacionais de informação geral, o Correio da Manhã mantém-se como o diário de maior circulação, o Expresso e a Visão como líderes entre os semanários. Por outro lado, manteve-se a tendência de diminuição da circulação de jornais gratuitos.

No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicadas a economia, negócios e gestão, apenas o Jornal de Negócios apresentou um ligeiro 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 e, em menor medida, das de sociedade e televisão.

f) Internet

O INE estima que, em 2011, se assistiu a um aumento do número de agregados que dispõem de computador (64%) e de acesso à *internet* (58%). A quase totalidade (98%) dos agregados domésticos com acesso à *Internet* tem banda larga.

Já a ANACOM calcula que o número de clientes do serviço fixo de acesso à *Internet* ascendeu a 2,2 milhões, 98% dos quais optando pela banda larga. Em 2011, continuou a consolidar-se a generalização do serviço de acesso à *internet* em banda larga móvel.

8. ANEXO 1

Amostras populacionais utilizadas pela Markttest na caracterização dos perfis de audiências por meio.

Anexo 1 – Amostras populacionais utilizadas pela Markttest na caracterização dos perfis de audiências por meio (%).								
	Televisão		Rádio		Imprensa		Internet	
Sexo								
M	48,2		47,7		47,7		54,0	
F	51,8		52,3		52,3		46,0	
Grupo etário								
Até 14	12,1		4,5		4,5		14,8	
15-24	14,8		12,4		12,4		25,6	
25-34	15,9		18,1		18,1		23,8	
35-44	15,1		17,2		17,2		17,5	
Mais de 45							18,4	
45-54	13,5		15,3		15,3			
55-64	11,4		13,0		13,0			
>64	17,2		19,6		19,6			
Região								
Grande Lisboa	19,6		19,9		19,9		23,0	
Grande Porto	11,0		11,0		11,0		12,4	
Litoral Norte	19,6		19,3		19,3		19,6	
Litoral Centro	16,2		16,3		16,3		16,6	
Interior	22,4		22,2		22,2		18,0	
Sul	11,2		11,4		11,4		10,5	
Classe social								
Classe / %	A/B	17,4	A	5,5	A	5,5	A/B	28,7
	C1	24,9	B	11,9	B	11,9	C1	32,4
	C2	31,0	C1	24,9	C1	24,9	C2/D	38,9
	D	26,7	C2	31,0	C2	31,0		
			D	26,7	D	26,7		

ANÁLISE EVOLUTIVA DAS AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO TELEVISIVA ENTRE 2007 E 2011

Nos três *pontos deste* capítulo apresenta-se uma **análise evolutiva de audiências da informação televisiva de 2007 a 2011**, baseada em dados fornecidos pela Mediamonitor/Marktest que permitem **caracterizar os públicos dos conteúdos informativos dos serviços de programas — generalistas e temáticos informativos. Esses conteúdos foram analisados** a partir de indicadores que caracterizam o comportamento das suas audiências: 1) tempos médios de visionamento; 2) quota de audiência (*share*); 3) audiência média (*rating*). Adicionalmente, de forma complementar, é apresentada uma caracterização sociográfica dos públicos para o ano de **2011**, a partir dos indicadores género, região, classe social e grupo etário, bem como, uma abordagem interpretativa do índice de afinidade por alvos com base nesses mesmos indicadores. Assim, na sua estrutura, os três pontos apresentam uma estrutura idêntica.

Em relação aos serviços de programas generalistas — **RTP1, RTP2, SIC e TVI** — foram analisadas as audiências da informação diária bem como a da não-diária. Por sua vez, nos serviços de programas temáticos informativos — **SIC Notícias, RTPN/RTP Informação e TVI24**, analisou-se o comportamento das audiências em relação aos programas de informação diária.

1.1. ANÁLISE DAS AUDIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS RTP1, RTP2, SIC E TVI

NOTA PRÉVIA

No presente ponto, serão analisados indicadores de audiências de forma isolada relativamente aos **conteúdos informativos diários (aqueles que fazem parte estruturante das grelhas de programação) dos serviços de programas generalistas**, isto porque existem diferenças significativas entre a análise de audiências dos serviços de programas generalistas face aos serviços de programas temáticos informativos.

No presente ponto, serão analisados indicadores de audiências de forma isolada relativamente aos **conteúdos informativos diários (aqueles que fazem parte estruturante das grelhas de programação) dos serviços de programas generalistas**, isto porque existem diferenças significativas entre a análise de audiências dos serviços de programas generalistas face aos serviços de programas temáticos informativos.

1.1.1. ANÁLISE DA AUDIÊNCIA DO CONJUNTO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DIÁRIOS

Neste caso analisa-se o comportamento das audiências televisivas relativamente à totalidade dos programas informativos diários identificados nas grelhas de programação da RTP1, RTP2, SIC e TVI entre 2007, independentemente do período horário em que foram emitidos. No subponto seguinte essa mesma análise é efetuada somente em relação aos blocos informativos diários que foram emitidos em horário nobre, que, de acordo com a definição conceptual subjacente a este relatório, coincide com o período horário entre as 20h00 e as 23h00.

Para uma melhor contextualização da análise efetuada, identificam-se os programas informativos diários emitidos entre 2007 e 2011 nos quatro serviços de programas generalistas:

Informação Diária	RTP1	RTP2	SIC	TVI
África 7 Dias				
Edição da Manhã				
Edição da Tarde Especial				
Edição Especial				
Especial Informação				
Hoje				
Informação Especial				
Informação SIC				
Jornal da Manhã				
Jornal da Noite				
Jornal da Tarde				
Jornal da Uma				
Jornal Nacional				
Jornal Nacional 6.ª feira				
Jornal Síntese				
Jornal:2				
Notícias				
Notícias de Portugal				
Portugal em Direto				
Primeiro Jornal				
SIC Notícias				
Telejornal				
Última Hora				

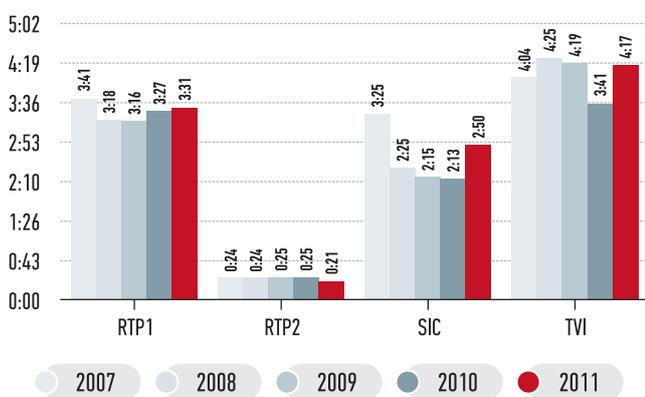
Fig. 1 – Evolução anual do tempo médio de visionamento da informação diária (2007 a 2011).

serviços de programas	2007	2008	Var. (07/08)	2009	Var. (08/09)	2010	Var. (09/10)	2011	Var. 10/11
	Tempo	%	Tempo	%	Tempo	%	Tempo	%	
RTP1	3:41	3:18	-10,4	3:16	-1,0	3:27	5,6	3:31	1,9
RTP2	0:24	0:24	0,0	0:25	4,2	0:25	0,0	0:21	-16,0
SIC	3:25	2:25	-29,3	2:15	-6,9	2:13	-1,5	2:50	27,8
TVI	4:04	4:25	8,6	4:19	-2,3	3:35	-17,0	4:17	19,5

Fonte: Mediamonitor/Marktest. • Nota: Valores em hh:mm:ss e em percentagem.

- > **RTP1:** Registrou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 1,9% nos **tempos médios de visionamento dos blocos informativos diários**. Entre 2009 e 2010, verificou-se um acréscimo de 5,6%, que contrasta com os decréscimos de 1% entre 2008 e 2009 e de 10,4% entre 2007 e 2008.
- > **RTP2:** Consta-se uma redução de 16% entre 2010 e 2011, sendo que em 2010, como será explicitado no ponto seguinte, houve alterações ao nível dos blocos informativos emitidos, nomeadamente com a extinção do bloco informativo de horário nobre Jornal 2 e sua substituição pelo Hoje. Adicionalmente, verificou-se uma variação positiva de 4,2% entre 2008 e 2009. Destaca-se ainda que as restantes variações foram nulas.
- > **SIC:** Assistiu-se a uma redução ao longo dos primeiros quatro anos em análise, constatando-se um acréscimo de 27,8% entre 2010 e 2011.
- > **TVI:** Observou-se um aumento de 19,5% entre 2010 e 2011, ano em que também a TVI apresentou alterações ao nível dos blocos informativos diários da sua grelha de programação, com a extinção do Jornal Nacional e a sua substituição pelo Jornal das 8.

Fig. 2 – Tempo médio de visionamento da informação diária (2007 a 2011).



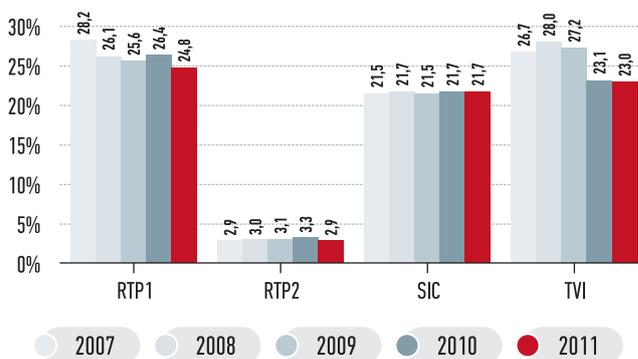
Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em hh:mm:ss.

- > Genericamente, constata-se que os **tempos médios de visionamento dos blocos informativos diários** mantêm valores constantes nos serviços de programas do operador público, enquanto nos do privado foram identificadas algumas oscilações.
- > **RTP1:** As variações em valor absoluto foram negativas entre 2007 e 2009 e positivas de 2009 a 2011. Registrou-se um acréscimo de apenas 4 segundos entre 2010 e 2011. Observou-se o valor mais elevado em 2007, com três minutos e quarenta e um segundos e o mais baixo em 2009, com três minutos e dezasseis segundos, ou seja, a diferença entre esses valores é pouco acentuada.
- > **RTP2:** As variações foram nulas entre 2007 e 2008, bem como, de 2009 para 2010, tendo-se verificado uma redução de 4 segun-

dos entre 2010 e 2011. Os valores mínimo (21 segundos em 2011) e máximo (25 segundos em 2009 e 2010) registados permitem perceber que a diferença entre os anos é mínima.

- > **SIC:** Destaca-se o decréscimo de 1 minuto entre 2007 e 2008, bem como, um acréscimo significativo de 37 segundos entre 2010 e 2011, ano em que os seus blocos informativos diários apresentaram um registo de dois minutos e cinquenta segundos, muito abaixo do valor máximo observado em 2007, de três minutos e vinte e cinco segundos.
- > **TVI:** Entre 2008 e 2010 verificaram-se reduções nos tempos médios de visionamento, a mais acentuada entre 2009 e 2010, de 44 segundos. É de salientar o aumento de 42 segundos entre 2010 e 2011.

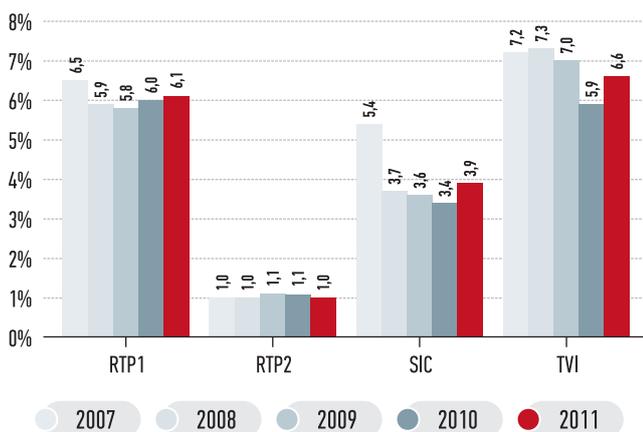
Fig. 3 – Quota de audiência (share %) da informação diária (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em percentagem.

- > Genericamente, também em relação à **quota de audiência dos blocos informativos diários** se verificou que os da RTP2 e da SIC não apresentaram alterações acentuadas nos valores registados para os cinco anos. No caso da RTP 1, e em particular da TVI, foram identificadas algumas oscilações pontuais.
- > **RTP1:** Entre 2007 e 2009, observou-se uma redução. Contudo, em 2010, registou-se um aumento de 0,8 pontos percentuais relativamente a 2009. No último ano, constatou-se um decréscimo de 1,6 pontos percentuais.
- > **RTP2:** Observaram-se variações positivas, embora muito ligeiras, entre 2007 e 2011, sendo a mais acentuada uma ligeira redução de 0,4 pontos percentuais entre 2010 e 2011.
- > **SIC:** Não se registaram variações significativas ao longo dos quatro anos.
- > **TVI:** Desde 2008 que se verificam variações negativas, sendo de salientar a descida de 4,1 pontos percentuais entre 2009 e 2010, tendo-se a quota mantido praticamente inalterada entre 2010 e 2011.

Fig. 4 – Audiência média (rating %) da informação diária (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em percentagem.

- > Ao contrário dos serviços de programas dos operadores privados, em particular da SIC, os do operador público mantiveram uma **audiência média dos seus blocos informativos diários** relativamente constante.
- > **RTP1:** Entre 2007 e 2009, constatou-se uma redução na RTP1. Contudo, registaram-se ligeiros aumentos entre 2009 e 2011, sendo que nesse ano a RTP1 voltou a apresentar um valor próximo do mais elevado que haviam alcançado em 2007.

Fig. 5 – Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva diária em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Género					
Masculino	49,0	59,8	45,1	42,1	45,8
Feminino	51,0	40,2	54,9	57,9	54,2
Grupos etários					
4-14	4,7	4,7	5,7	8,0	6,0
15-24	6,2	6,5	10,2	13,8	9,8
25-34	11,1	11,4	16,0	10,8	12,7
35-44	11,9	16,7	17,8	15,6	15,1
45-54	14,7	24,2	17,6	19,5	17,3
55-64	18,2	15,0	14,0	13,5	15,4
>64	33,1	21,5	18,6	18,8	23,8
Situação no lar					
Dona de Casa	50,7	49,3	49,2	46,7	49,0
Outra situação	49,3	50,7	50,8	53,3	51,0
Região					
Grande Lisboa	25,4	25,3	23,2	27,8	25,4
Grande Porto	11,8	9,1	11,6	8,6	10,7
Litoral Norte	17,5	27,0	16,3	19,8	18,0
Litoral Centro	14,6	19,1	21,0	16,5	17,4
Interior	17,0	11,7	14,2	16,0	15,7
Sul	13,6	7,8	13,7	11,3	12,8
Classe social					
Classe A/B	18,3	40,2	21,3	15,4	18,8
Classe C1	26,7	26,0	29,5	25,6	27,3
Classe C2	26,4	21,2	29,8	35,3	30,1
Classe D	28,7	12,6	19,3	23,7	23,7

Fonte: Mediamonitor/Marktest.
Nota: Valores em percentagem.

- > **RTP2:** Registaram-se variações mínimas. Observou-se uma variação positiva de 0,1 pontos percentuais entre 2008 e 2009. No último ano, verificou-se uma oscilação negativa no mesmo valor.
- > **SIC:** Constataram-se descidas ao longo dos primeiros quatro anos analisados. A redução mais acentuada foi de 1,7 pontos percentuais entre 2007 e 2008, e a mais ligeira ocorreu entre 2008 e 2009, com 0,1 pontos percentuais. Entre 2010 e 2011, registou-se um aumento de 0,5 pontos percentuais, embora os valores registados nesse ano tenham ficado afastados do máximo alcançado em 2007.
- > **TVI:** Desde 2008 que se verificam variações negativas na audiência média da informação diária, sendo de salientar a descida de 1,1 pontos percentuais entre 2009 e 2010. Podemos destacar ainda o acréscimo de 0,7 pontos percentuais entre os últimos dois anos, com a TVI a registar novamente valores mais elevados que os restantes serviços de programas.

Numa caracterização sociográfica dos públicos dos blocos informativos diários em **2011**, verificam-se diferenças e semelhanças entre as audiências dos quatro serviços de programas generalistas analisados:

O **índice de adesão** permite-nos conhecer a proporção de indivíduos de determinado alvo na audiência total do evento.

- > **Género dos públicos:** Verificou-se que a informação diária da RTP2 é mais vista pelo género masculino do que pelo género feminino. Nos serviços de programas privados, em particular na TVI, sucede o oposto. Por sua vez, na informação diária da RTP1, ainda que o público masculino seja ligeiramente mais frequente, há uma representação relativamente semelhante dos públicos em termos de género.
- > **Grupos etários:** A informação diária da RTP1 e SIC é mais vista pelo público com mais de 65 anos, embora no caso da SIC esses valores se aproximem dos alcançados pelos públicos entre 35/44 anos e 45/54 anos. No que se refere à RTP2 e à TVI, o grupo etário dos 45 aos 54 anos lidera com uma adesão de 24,2% e 19,5%, respetivamente. Na informação diária da TVI esse valor aproxima-se do alcançado pelo grupo com mais de 65 anos.
- > **Situação no lar:** Assumem uma proporção dominante, acima dos 50%, apenas entre os telespectadores da informação diária da RTP1, embora entre as audiências dos restantes serviços de programas haja uma aproximação a esse valor.
- > **Regiões geográficas:** O conjunto dos telespectadores das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto representam 37,2% e 34,4% dos telespectadores na RTP1 e RTP2, respetivamente. Na SIC e na TVI,

as percentagens referidas fixam-se em 34,8% e 46,4%. Em todos os serviços de programas, a representação alcançada por essas duas regiões nas audiências da informação diária é justificada sobretudo pela Grande Lisboa, região que se destaca relativamente às restantes na informação diária da RTP1 e da TVI. Na SIC a representação dessa região aproxima-se da alcançada pelo Litoral Centro. Os telespectadores da informação diária provenientes do Litoral Norte são os que apresentam maior adesão índice de adesão na RTP2, embora a sua representação se aproxime da registada para as audiências da Grande Lisboa.

- > **Classe social:** As audiências da RTP2 são mais representativas na classe A/B, enquanto nos serviços de programa privados constata-se uma maior adesão da classe C2. Na RTP1, a Classe D é a mais expressiva.

Fig. 6 – Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva diária em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Género					
Masculino	95,3	116,5	87,4	81,8	89,0
Feminino	105,0	82,4	113,4	119,3	111,7
Grupos etários					
4-14	37,8	37,6	45,9	64,2	48,4
15-24	37,6	40,4	62,1	83,8	59,6
25-34	61,5	63,6	89,0	60,4	70,5
35-44	69,6	97,1	102,9	91,2	87,7
45-54	101,7	170,2	122,8	134,5	119,8
55-64	174,0	142,1	134,4	128,6	146,6
>64	298,5	190,7	168,0	169,6	214,2
Situação no lar					
Dona de Casa	140,1	136,3	135,8	129,0	135,3
Outra situação	77,2	79,3	79,6	83,5	79,9
Região					
Grande Lisboa	97,2	96,3	89,3	106,4	97,3
Grande Porto	103,8	79,6	102,8	75,8	94,7
Litoral Norte	99,6	153,1	93,6	112,5	102,3
Litoral Centro	82,6	110,7	118,8	94,3	98,8
Interior	109,7	75,3	90,0	103,4	100,6
Sul	118,2	66,1	116,5	96,6	110,3
Classe social					
Classe A/B	78,6	174,5	91,9	67,1	81,4
Classe C1	90,0	87,4	100,0	86,8	92,4
Classe C2	86,0	69,3	96,7	114,6	97,8
Classe D	173,5	75,0	117,5	142,3	143,6

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Valores em percentagem. Os valores apresentados referem-se a rácios de percentagens.

A caracterização do **índice de afinidade**, realizada com base nos indicadores utilizados na caracterização sociográfica, permite, neste caso particular, verificar quais os alvos com maior propensão para a informação diária emitida pelos serviços de programas generalistas em 2011. Desta forma, valores superiores a 100 representam alvos favoráveis:

- > **Género:** A RTP2 tem o género masculino como alvo favorável da informação diária, enquanto nos restantes serviços de programas

generalistas o índice de afinidade é positivo para o género feminino, tendência que se acentuou nos operadores privados.

- > **Grupos etários:** A SIC, no que se refere a blocos informativos diários, apresenta índices de afinidade favoráveis em audiências com idades superiores a 35 anos, sendo possível estabelecer uma relação positiva entre idade e afinidade, isto é, quanto mais velhos forem os telespectadores, maior será a sua propensão para visionar a informação diária deste serviço de programas. Nos restantes serviços de programas, o índice de afinidade só é superior a 100 a partir dos 45 anos e, à exceção do que aconteceu relativamente à informação diária da RTP2, também na RTP1 e na TVI se verifica essa relação positiva entre idade e afinidade. Embora a informação diária dos serviços de programas analisados não apresente valores de afinidade favoráveis para os alvos com menos de 35 anos, registre-se os valores alcançados pela TVI para a faixa dos 15/24 e pela SIC para a faixa dos 25/34.
- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem índices de afinidade dominantes em todos os serviços de programas, sendo que em nenhum os telespectadores com outra situação no lar apresentam afinidade favorável em relação à informação diária.
- > **Regiões geográficas:** O Litoral Centro, o Sul e o Grande Porto destacam-se como alvo favorável na SIC, e a TVI evidencia o Litoral Norte, a região da Grande Lisboa e o Interior como alvos positivos. O Sul é, na RTP1, o alvo geográfico mais favorável, embora os públicos do Interior e do Grande Porto também se tenham revelado alvos favoráveis à informação diária deste serviço de programas. O Litoral, Norte e Centro, salientam maior afinidade à RTP2.
- > **Classe social:** Verificou-se que o índice de afinidade distingue as classes A/B como as mais favoráveis na informação diária da RTP2, único serviço de programas onde os públicos pertencentes a essa classe social apresentam afinidade positiva, embora os valores registados em relação à informação diária da SIC se aproximem de 100. No que se refere à classe D, a RTP1 e a TVI são os serviços de programas mais relevantes, embora também apresente valores favoráveis na SIC. Na classe C2 a informação diária da TVI é a única que apresenta índices de afinidade favoráveis e na classe C1 esses valores são alcançados tangencialmente apenas na SIC.

1.1.2. ANÁLISE DA AUDIÊNCIA DOS BLOCOS INFORMATIVOS DIÁRIOS DE HORÁRIO NOBRE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS — TELEJORNAL DA RTP1, JORNAL 2/HOJE DA RTP2, JORNAL DA NOITE DA SIC E JORNAL NACIONAL / JORNAL DAS 8 DA TVI

No presente ponto, serão analisados os mesmos indicadores verificados no subponto anterior relativamente ao conjunto de programas

informativos diários, mas aplicados aos dados fornecidos pela Mediamonitor/Marktest **exclusivamente para os blocos informativos transmitidos em horário nobre** (entre as 20h00 e as 23h00) pelos serviços de programas generalistas, designadamente para o Telejornal da RTP1, para o Jornal 2/Hoje da RTP2, para o Jornal da Noite da SIC e para o Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI.

No caso da RTP2, os valores são relativos ao Jornal 2 entre 2007 e 17 de outubro de 2010 e a partir de 18 desse mês dizem respeito ao Hoje, bloco informativo que passou a ser emitido a 18 de outubro desse ano em substituição do Jornal 2. Também em relação aos dados da TVI, deve referir-se que os valores apresentados dizem respeito, entre 2007 e 5 de maio de 2011 ao Jornal Nacional. A partir de 6 de maio os valores são relativos ao Jornal das 8, que passou a ser o bloco informativo de horário nobre da TVI.

Assim, em coerência com essas alterações na informação diária de horário nobre, nas tabelas e gráficos apresentados a referência aos blocos informativos da RTP2 surge como Jornal 2/ Hoje e aos da TVI como Jornal Nacional/Jornal das 8.

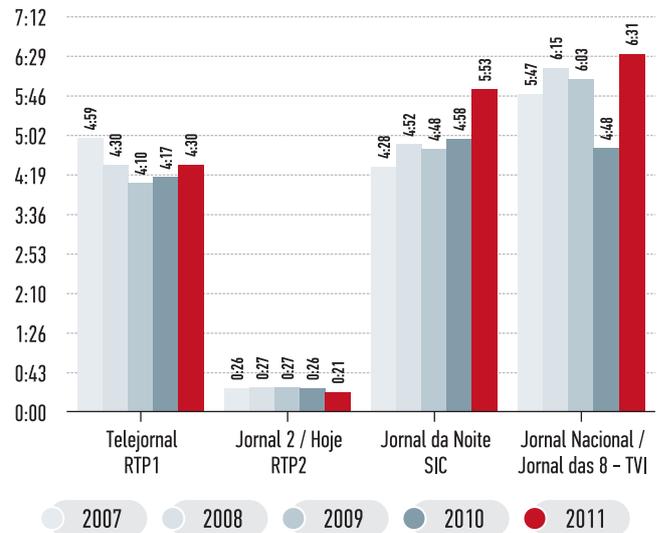
Fig. 7 – Evolução anual do tempo médio de visionamento dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

	2007	2008	Var. (07/08)	2009	Var. (08/09)	2010	Var. (09/10)	2011	Var. 10/11
			%		%		%		%
Telejornal RTP1	4:59	4:30	-9,7	4:10	-7,4	4:17	2,8	4:30	5,1
Jornal 2 / Hoje RTP2	0:26	0:27	3,8	0:27	0,0	0:26	-3,7	0:21	-19,2
Jornal da Noite SIC	4:28	4:52	9,0	4:48	-1,4	4:58	3,5	5:53	18,5
Jornal Nacional / Jornal das 8 - TVI	5:47	6:15	8,1	6:03	-3,2	4:50	-20,1	06:31	34,8

Fonte: Mediamonitor/Marktest.

- > Entre 2010 e 2011, registaram-se aumentos de 5,1%, 18,5% e 34,8% nos **tempos médios de visionamento** do Telejornal da RTP1, do Jornal da Noite da SIC e do Jornal Nacional/Jornal das 8 da TVI, respetivamente. Sendo a variação nos Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI a mais acentuada entre os blocos informativos nos quatro anos analisados. No que se refere ao bloco informativo Jornal 2/ Hoje da RTP2 observou-se uma variação negativa de 19,2%.
- > O **Jornal Nacional/Jornal das 8 da TVI**, registou **tempos médios de visionamento** superiores aos verificados para os restantes **blocos informativos diários de horário nobre**. Excetua-se 2010, em que valor mais elevado foi observado no Jornal da Noite da SIC. O ano de 2010 corresponde precisamente ao ano em que o Jornal Nacional regista a maior descida e atinge o valor mais baixo, por contraponto a 2011, ano em que o bloco informativo da TVI atinge o registo mais elevado. Note-se, como contextualização das mudanças ocorridas na informação de horário nobre da TVI, que, a partir de 6 de maio desse ano, o Jornal Nacional é substituído pelo novo bloco informativo, Jornal das 8.

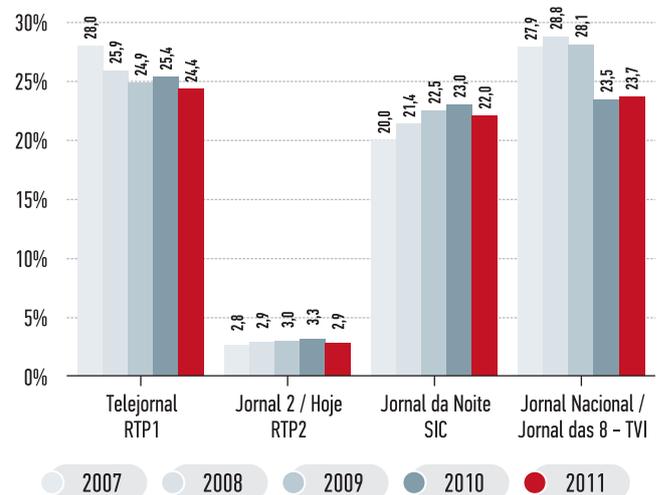
Fig. 8 – Tempo médio de visionamento dos blocos Informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em hh:mm:ss.

- > No operador público, verifica-se que o **Telejornal da RTP1**, registou o seu valor mais elevado em 2007 (perto dos cinco minutos) e o mais baixo em 2009 (perto dos quatro minutos). O Jornal 2/ Hoje, da RTP2, apresenta, relativamente aos restantes, valores médios de visionamento significativamente inferiores e sem oscilações longitudinais a assinalar.

Fig. 9 – Quota de audiência (share %) dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

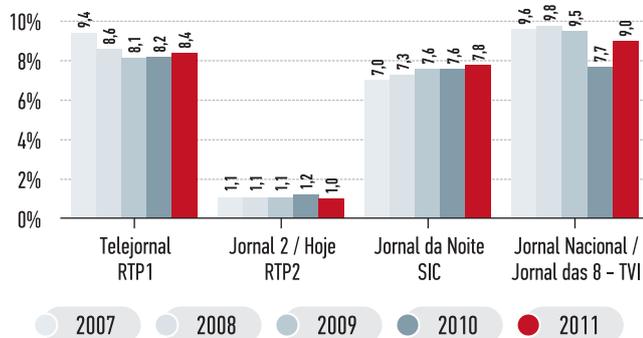


Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em percentagem.

- > Entre 2007 e 2009, constatou-se uma redução da **quota de audiência do Telejornal (RTP1)**, que em 2010 regista um aumento de 0,5 pontos percentuais, que em 2011 observa novo decréscimo, de um ponto percentual. Sublinhe-se que, apesar dessas ligeiras oscilações, o decréscimo mais acentuado ocorre entre 2007 e 2008, ano a partir do qual a quota de audiência do Telejornal se mantém relativamente constante.

- > **Jornal 2/Hoje da RTP2:** Observaram-se ligeiras variações positivas entre 2007 e 2010, registando-se um decréscimo de 0,4 pontos percentuais entre 2010 e 2011.
- > **Jornal da Noite da SIC:** Constataram-se subidas ligeiras ao longo dos primeiros quatro anos. A variação máxima foi de 1,4 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e a mínima ocorreu entre 2009 e 2010 com 0,5 pontos percentuais. No último ano, registou-se uma redução de um ponto percentual.
- > Desde 2008 que se verificam variações negativas no **Jornal Nacional da TVI**, sendo de salientar a descida de 4,8 pontos percentuais entre 2009 e 2010. Entre os últimos dois anos, podemos constatar uma ligeira subida de 0,2 pontos percentuais.
- > Note-se que se nos primeiros três anos de análise havia um distanciamento mais acentuado do Jornal da Noite relativamente aos valores apresentados pelos noticiários da RTP1 e da TVI, em 2010 e 2011 a diferença atenua-se e os três blocos informativos apresentam quotas semelhantes. Os blocos informativos de horário nobre, emitidos pela RTP2 no período analisado, mantêm registos próximos dos 3%.

Fig. 10 – Audiência média (rating %) dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Markttest. Nota: Valores em percentagem.

- > Entre 2007 e 2009, constatou-se uma redução da **audiência média** do Telejornal da RTP1, que contraste com os ligeiros acréscimos ligeiros registados nos anos seguintes, embora em nenhum o **noticiário da RTP1** volte a alcançar os valores registados em 2007.
- > **Noticiário da RTP2:** Observou-se um comportamento relativamente constante, com registos de uma variação positiva de 0,1 pontos percentuais, entre 2009 e 2010 e uma oscilação negativa de 0,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011. As restantes variações foram nulas.
- > **Jornal da Noite da SIC:** Não se registaram decréscimos ao longo dos cinco anos analisados. Assistiu-se a ligeiros aumentos anuais de 0,3 pontos percentuais entre 2007 e 2009, e a um acréscimo

de 0,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011. Em cinco anos a TVI registou um aumento de 0,8 pontos percentuais.

- > Entre 2008 e 2010, constataram-se variações negativas no **Jornal Nacional da TVI**, no entanto, podemos salientar o acréscimo de 1,3 pontos percentuais entre 2010 e 2011, ano em que esse noticiário foi substituído pelo Jornal das 8, voltando a audiência média da informação diária de horário nobre da TVI a aproximar-se, ainda que abaixo, dos valores registados nos três primeiros anos.

Fig. 11 – Caracterização sociográfica dos públicos dos blocos informativos diários de horário nobre em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	Telejornal RTP1	Hoje* RTP2	Jornal da Noite SIC	J. Nacional / Jornal das 8 TVI	
Sexo					
Masculino	50,2	59,9	44,1	42,1	46,5
Feminino	49,8	40,1	55,9	57,9	53,5
Grupos etários					
4-14	5,5	4,7	6,6	8,8	6,5
15-24	6,4	6,6	9,4	14,1	9,0
25-34	11,3	11,5	16,3	11,6	13,6
35-44	14,0	16,5	18,6	16,2	16,5
45-54	15,4	24,2	18,4	18,5	17,6
55-64	18,1	15,0	13,7	12,7	15,2
>64	29,2	21,5	17,0	18,1	21,7
Situação no lar					
Dona de Casa	48,7	49,3	50,1	45,4	48,8
Outra situação	51,3	50,7	49,9	54,6	51,2
Região					
Grande Lisboa	27,2	25,3	24,8	32,4	26,9
Grande Porto	11,3	9,1	11,5	9,1	11,0
Litoral Norte	16,9	26,9	16,5	16,3	17,0
Litoral Centro	14,5	19,2	20,1	15,5	17,3
Interior	17,1	11,7	14,1	15,9	15,4
Sul	13,0	7,8	13,1	10,9	12,5
Classe social					
Classe A/B	19,0	40,4	22,3	17,7	21,0
Classe C1	26,9	26,0	31,0	26,4	28,6
Classe C2	27,9	21,0	29,0	33,7	29,1
Classe D	26,2	12,6	17,7	22,2	21,2

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

* Recorde-se que em outubro de 2010 o Jornal 2 foi substituído na grelha de programas da RTP2 pelo Hoje, pelo que é a este bloco informativo que os dados de 2011 dizem respeito. Nota: Valores em percentagem.

Numa caracterização sociográfica dos públicos dos blocos informativos diários de horário nobre dos serviços de programas de acesso livre não condicionados em 2011, verificam-se aspetos que permitem identificar diferenças e semelhanças entre eles.

O **índice de adesão** permite-nos conhecer a proporção de indivíduos de determinado alvo na audiência total do evento.

- > **Género:** O bloco informativo Hoje da RTP2 foi o mais visto pelos homens do que pelas mulheres. Nos noticiários dos serviços de programas privados sucede o oposto e na RTP1, os valores do público feminino e masculino são praticamente idênticos, aproximando-se dos 50%.

- > **Grupos etários:** O Telejornal da RTP1 foi o mais visto pelo público com mais de 65 anos, sendo essa a faixa etária mais comum dos seus telespectadores. No que se refere ao Jornal 2/Hoje da RTP2, o grupo etário dos 45 aos 54anos lidera com uma adesão de 24,2% das audiências, seguido de perto pelo público com mais de 65 anos. O Jornal da Noite da SIC também tem as faixas etárias dos 35 aos 44 anos e dos 45 aos 54 anos como as mais expressivas, com representações semelhantes, próximas dos 18,5%. No que diz respeito ao Jornal Nacional e o Jornal das 8 da TVI, o escalão etário dos 45 aos 54 anos e dos que têm 65 anos ou mais são os dois mais representativos, com valores semelhantes. Registe-se, no entanto, a representação alcançada pelo público dos 15 aos 24 anos, que se destaca em relação à que essa faixa etária apresenta nos restantes blocos informativos, em particular em relação aos do operador público.
- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem uma proporção que ultrapassa ligeiramente os 50% apenas entre os telespectadores do Jornal da Noite da SIC, mas que nos restantes blocos informativos se encontra igualmente perto da metade, ou seja, as donas de casa são o público mais destacado de todos os blocos informativos.
- > **Regiões:** As áreas metropolitanas de Lisboa e Porto representam 38,5% e 34,4% nos casos do Telejornal e do Hoje, respetivamente. No Jornal da Noite da SIC, e no Jornal Nacional/Jornal das 8, da TVI, registam-se 36,3% e 41,5%, com destaque quer no público, quer no privado, da região da Grande Lisboa. Essa é a região de proveniência das audiências mais frequente em todos os blocos informativos, à exceção dos da RTP2, onde surge como a segunda mais frequente, imediatamente a seguir ao Litoral Norte.
- > **Classe social:** As audiências do Hoje da RTP2 são mais representativas na classe A/B. No Telejornal da RTP1 a representatividade de audiências das classes C2, C1 e D é semelhante. No que se refere ao Jornal da Noite e ao Jornal Nacional/ Jornal das 8 verifica-se que as classes C1 e C2 são as mais expressivas em ambos.

A caracterização do **índice de afinidade** permite, neste caso particular, verificar quais os alvos com maior propensão para um determinado bloco informativo diário de horário nobre, seguindo a interpretação de que valores superiores a 100 representam alvos favoráveis. Refira-se que a caracterização desse índice é feita de acordo com os indicadores sociográficos especificados na tabela anterior. Deste modo, conclui-se que:

- > **Género:** O bloco noticioso Hoje da RTP2, tem o género masculino como alvo favorável, enquanto nos restantes noticiários de horário nobre se verifica um índice de afinidade positivo para o género feminino, que se acentua nos operadores privados. Com efeito, o

Fig. 12 – Caracterização do índice de afinidade por alvos dos blocos informativos diários de horário nobre em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	Telejornal	Hoje	Jornal da Noite	J. Nacional / Jornal das 8	
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Sexo					
Masculino	97,4	116,7	85,7	81,7	90,3
Feminino	102,8	82,2	115,2	119,5	110,3
Grupos etários					
4-14	44,5	37,5	53,0	71,0	52,4
15-24	39,0	40,7	57,3	86,5	55,1
25-34	63,2	64,0	90,8	65,1	75,7
35-44	81,4	96,2	107,5	95,1	95,7
45-54	106,4	170,2	128,6	128,3	122,2
55-64	173,4	142,4	130,7	119,3	144,4
>64	262,7	190,7	153,1	161,0	194,8
Situação no lar					
Dona de Casa	134,5	136,3	138,0	124,9	134,5
Outra situação	80,4	79,3	78,4	85,8	80,4
Região					
Grande Lisboa	104,0	96,2	95,6	116,7	102,2
Grande Porto	100,1	80,1	102,2	74,7	96,0
Litoral Norte	96,3	152,5	94,6	86,3	96,0
Litoral Centro	81,8	111,0	112,3	100,9	99,5
Interior	110,5	75,4	89,5	107,0	99,4
Sul	111,9	66,3	110,5	99,8	107,5
Classe social					
Classe A/B	81,9	175,5	96,2	75,2	90,5
Classe C1	90,9	87,6	105,1	89,0	96,7
Classe C2	90,8	68,4	94,2	111,8	95,0
Classe D	158,5	74,8	106,9	133,4	128,5

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Os valores apresentados referem-se a rácios de percentagens.

índice de afinidade em relação ao Telejornal tende aproximar-se em públicos do género feminino e do género masculino.

- > **Grupos etários:** Os blocos informativos Telejornal da RTP1, Hoje da RTP2 e Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI apresentam índices de afinidade favoráveis em idades superiores a 45 anos, mais acentuado em todos, em particular no Telejornal, nos públicos com mais de 65 anos. No Jornal da Noite da SIC, o índice é positivo a partir dos 35 anos, embora nos públicos de faixa etária entre 25 e 34 anos esse índice já chegue aos 90. Note-se que em relação às faixas etárias mais jovens, o índice de afinidade mais elevado registado foi em relação ao Jornal Nacional/ Jornal das 8 na faixa etária dos 15 aos 24 anos. Nos blocos informativos de horário nobre do operador público os índices de afinidade não chegam aos 50.
- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem índices de afinidade dominantes em todos os blocos informativos de horário nobre, com valores semelhantes sobretudo nos do operador público e no Jornal da Noite.
- > **Regiões:** O Litoral Centro destaca-se como alvo favorável no Hoje, no Jornal da Noite (SIC), e o Jornal Nacional/ Jornal das 8 (TVI), sendo que nos dois últimos e no Telejornal o Sul também surge uma região com índice de afinidade favorável. Em comum surge

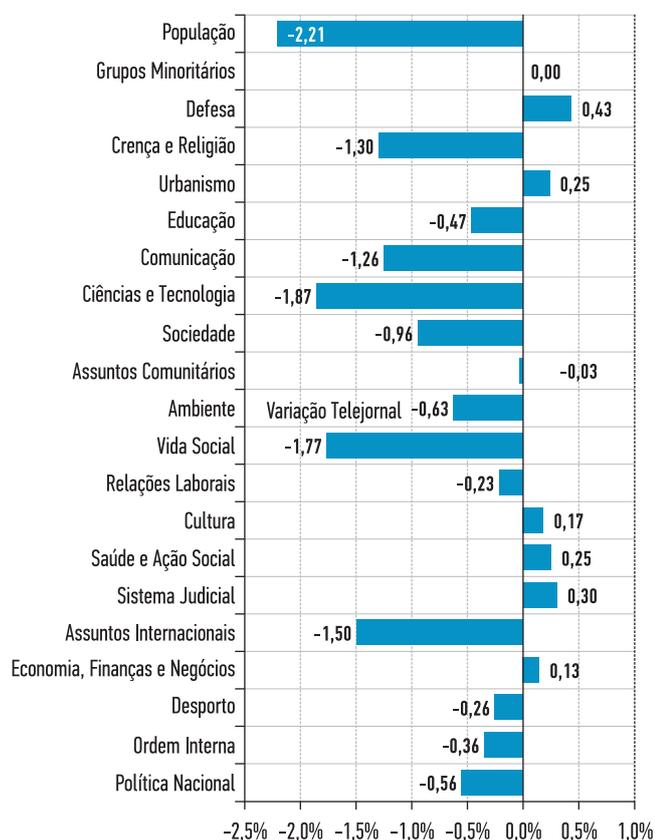
Fig. 13 – Audiência média dos temas dominantes das peças dos blocos informativos diários de horário nobre (média do rating em %) (2010 a 2011).

Temas Dominantes	Telejornal (RTP1)		Jornal 2 / Hoje (RTP2)		Jornal da Noite (SIC)		Jornal Nacional / Jornal das 8 (TVI)	
	%		%		%		%	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Política Nacional	10,6	10,0	1,8	1,6	8,3	8,5	9,1	9,2
Ordem Interna	10,9	10,6	2,0	1,9	9,2	9,3	9,0	9,8
Desporto	10,2	9,9	2,3	1,8	8,4	8,6	9,4	10,2
Economia, Finanças e Negócios	10,1	10,3	1,9	1,7	8,9	8,8	9,1	8,9
Assuntos Internacionais	11,1	9,6	2,1	2,0	10,2	8,8	10,6	9,1
Sistema Judicial	10,5	10,8	1,9	1,9	8,7	9,4	9,6	10,0
Saúde e Acção Social	9,9	10,1	1,9	1,7	9,0	9,3	8,8	9,2
Cultura	9,5	9,6	1,9	1,9	9,6	10,2	10,8	10,5
Relações Laborais	11,0	10,8	1,9	1,5	8,0	9,0	8,8	9,0
Vida Social	11,1	9,4	2,0	1,7	9,6	9,9	9,6	9,6
Ambiente	10,9	10,3	2,2	2,4	9,9	10,4	9,6	9,0
Assuntos Comunitários	10,7	10,7	2,1	1,8	9,1	8,8	9,3	8,7
Sociedade	11,1	10,2	2,3	2,0	10,2	10,4	10,1	10,3
Ciência e Tecnologia	11,2	9,4	2,2	1,9	10,1	10,3	10,4	10,0
Comunicação	11,2	9,9	2,2	2,4	10,3	10,1	10,3	9,9
Educação	10,5	10,0	1,3	1,9	9,3	6,9	9,5	9,5
Urbanismo	10,2	10,5	2,1	2,0	9,1	9,8	9,8	10,3
Crença e Religião	10,4	9,1	1,8	1,7	10,1	10,3	9,0	8,7
Defesa	10,3	10,8	1,7	2,2	10,0	8,9	8,6	12,6
Grupos Minoritários	11,1	–	2,2	–	8,1	8,8	11,8	11,7
População	12,7	10,4	1,6	2,2	10,3	11,0	9,7	–

Fonte: Base de Dados da Monitorização Sistemática da informação televisiva de horário nobre da Unidade de Monitorização e Estatística da ERC.

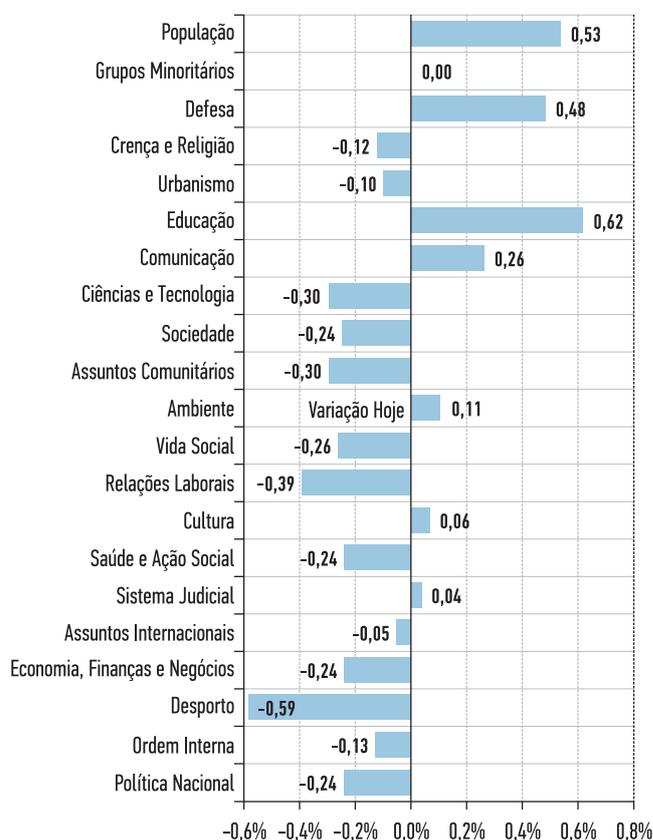
Nota: Valores em percentagem. Refira-se que a média dos diferentes temas depende do número de peças em que esses temas foram classificados como enfoque temático dominante.

Fig. 14 – Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Telejornal da RTP1 com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).



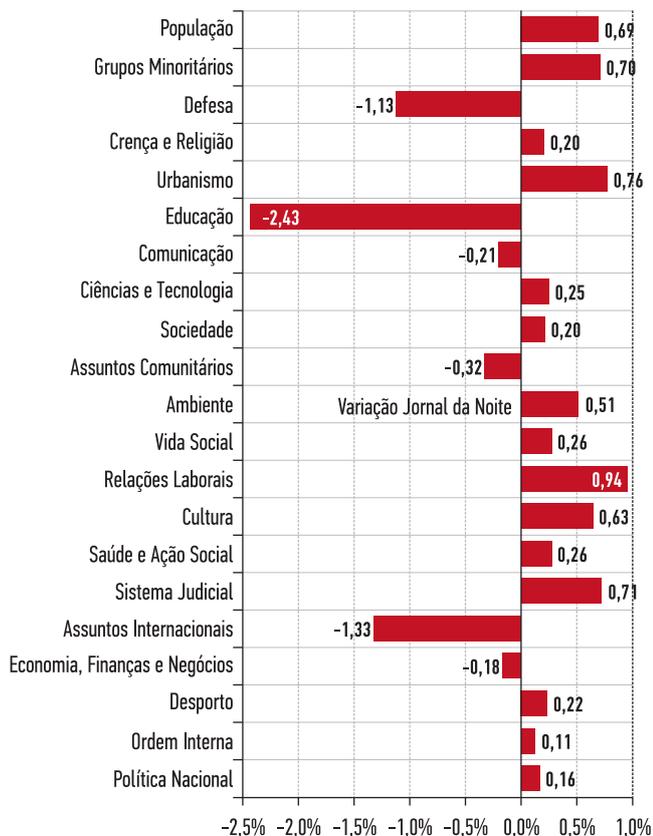
Fonte: Base de Dados da Monitorização Sistemática da informação televisiva de horário nobre da Unidade de Monitorização e Estatística da ERC.

Fig. 15 – Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal 2/ Hoje da RTP2 com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).



Fonte: Base de Dados da Monitorização Sistemática da informação televisiva de horário nobre da Unidade de Monitorização e Estatística da ERC.

Fig. 16 – Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal da Noite da SIC com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).

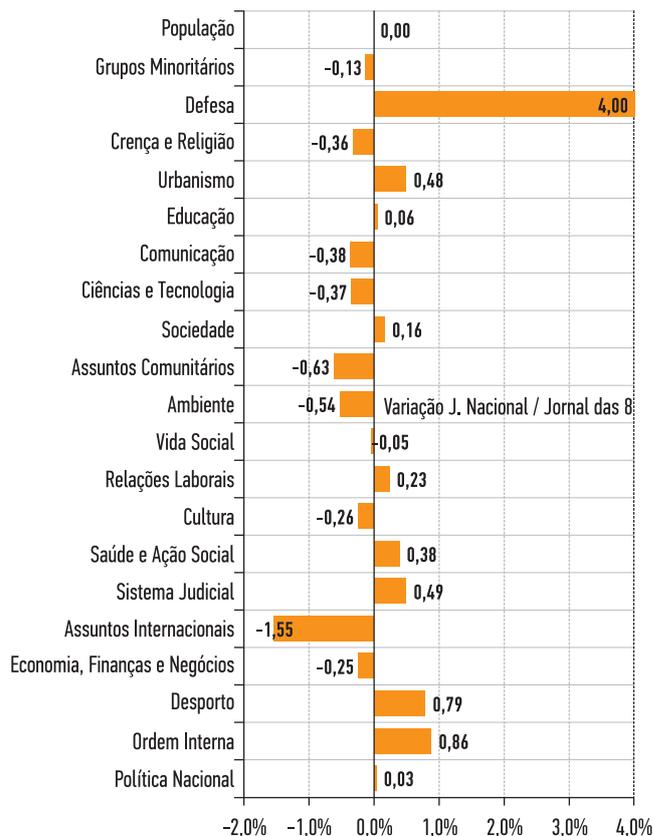


Fonte: Base de Dados da Monitorização Sistemática da informação televisiva de horário nobre da Unidade de Monitorização e Estatística da ERC.

também uma afinidade positiva dos públicos do Interior em relação ao Telejornal e ao Jornal Nacional/ Jornal das 8. Por sua vez, o Hoje destaca-se por ter maior afinidade com os públicos do Litoral Norte. Ambos os públicos da Grande Lisboa e do Grande Porto apresentam afinidade favorável em relação ao Telejornal, sendo que também se registou afinidade deste último em relação ao Jornal da Noite e da Grande Lisboa em relação ao Jornal Nacional/ Jornal das 8, bloco informativo que registou maior afinidade com esta região do país.

- > **Classe social:** O índice de afinidade distingue as classes A/B como as mais favoráveis no Hoje, da RTP2. No que se refere à classe D, o Telejornal da RTP1 e o Jornal Nacional da TVI são os blocos informativos mais relevantes, embora o Jornal da Noite da SIC também apresente valores de afinidade favoráveis. A classe C2 só apresenta valores de afinidade favoráveis no Jornal Nacional/ Jornal das 8 (TVI) e a classe C1 atinge esses valores apenas no Jornal da Noite (SIC).
- > Podemos constatar que, em 2010, as peças com tema *população* apresentam a maior média de rating no Telejornal da RTP1. No que se refere a 2011, as peças com temática dominante sistema *judicial*, *relações laborais* e *defesa* atingem os valores mais elevados, com 10,8% cada.

Fig. 17 – Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).



Fonte: Base de Dados da Monitorização Sistemática da informação televisiva de horário nobre da Unidade de Monitorização e Estatística da ERC.

- > No **Jornal 2/Hoje da RTP2**, em 2010, as peças com maior audiência média são as que se centraram em assuntos de *sociedade* e *desporto*, com 2,3%. Relativamente a 2011, o tema das peças do Hoje com maior audiência média é *comunicação* com 2,4%. Refira-se que, ainda assim, todos os temas mantêm uma audiência média baixa.
- > No **Jornal da Noite da SIC**, em 2010, as peças sobre *comunicação* e *população* lideram com 10,3% de rating, sendo que em 2011, a liderança é assumida novamente pelas peças sobre o tema *população*, com 11%.
- > No **Jornal Nacional da TVI**, em 2010, as peças com tema *grupos minoritários* apresentam o registo mais relevante, com 11,8%, sendo que em 2011, destaca-se o tema *defesa* com 12,6% nos conteúdos desse bloco informativo e do Jornal das 8.
- > Refira-se que a audiência média das peças, independentemente dos temas dominantes, mantém-se relativamente semelhante em nos blocos informativos de horário nobre do operador público, sendo que nos privados as diferenças mínima e máxima de rating registada nas peças, a partir da distribuição temática, são ligeiramente mais acentuadas. Em 2011 a audiência média no Telejornal associada a cada tema varia entre um mínimo de 9,1% e um

máximo de 10,8%. No Jornal 2/Hoje a variação encontra-se entre 1,5% e 2,4%, no Jornal da Noite entre 6,9% e 11% e no Jornal Nacional entre 8,7% e 12,6%.

- No **Telejornal da RTP1**, as peças com tema *defesa* obtiveram a variação positiva mais relevante entre 2010 e 2011, seguido das que abordaram assuntos relacionados com o tema *sistema judicial*. O tema *população* assumiu a variação negativa mais expressiva nas peças, mas também os temas *ciência e tecnologia e vida social*.
- Nos blocos informativos **Jornal 2/Hoje da RTP2**, as peças sobre os temas *educação e população* obtiveram as variações positivas mais relevantes entre 2010 e 2011, seguidas das que tiveram como tema *defesa*. O tema *desporto* assumiu a variação negativa mais expressiva nas peças analisadas.
- Nas peças do **Jornal da Noite da SIC**, o tema *relações laborais* obteve a variação positiva mais relevante entre 2010 e 2011, seguindo-se de perto os temas *urbanismo e sistema judicial*. O tema *educação* assumiu a variação negativa mais expressiva, embora os temas *assuntos internacionais e defesa* também tenham registado decréscimos substanciais.
- Nas peças do **Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI**, o tema *defesa* obteve a variação positiva mais significativa entre 2010 e 2011. O tema *assuntos internacionais* assumiu a variação negativa mais expressiva.

1.2. INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS RTP1, RTP2, SIC E TVI

No presente ponto, será realizada uma análise exclusivamente com base em indicadores fornecidos pela Mediamonitor/Markttest relativos aos serviços de programas generalistas. Neste caso, a análise incide sobre a informação não diária, nomeadamente sobre os programas referidos no 1.6 do presente capítulo).

1.2.1. AUDIÊNCIA GLOBAL DA INFORMAÇÃO NÃO-DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS (RTP1, RTP2, SIC E TVI)

Fig. 18 – Variação anual do tempo médio de visionamento da informação não-diária (2007 a 2011).

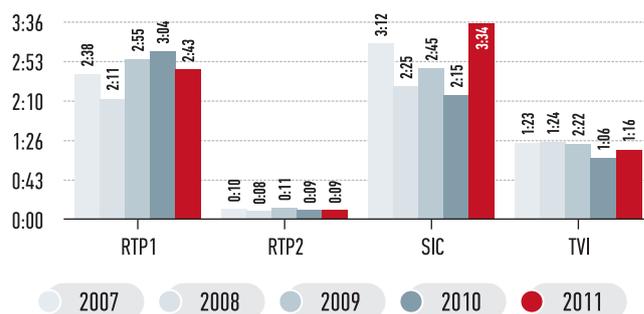
	2007	2008	Var.	2009	Var.	2010	Var.	2011	Var.
			(07/08)		(08/09)		(09/10)		(10/11)
			%		%		%		%
RTP1	2:38	2:11	-17,1	2:55	33,6	3:04	5,1	2:43	-11,4
RTP2	0:10	0:08	-20,0	0:11	37,5	0:09	-18,2	0:09	0,0
SIC	3:12	2:25	-24,5	2:45	13,8	2:15	-18,2	3:34	58,5
TVI	1:23	1:24	1,2	1:22	-2,4	1:06	-19,5	1:16	15,2

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Valores em hh:mm:ss e em percentagem.

- **RTP1:** Entre 2010 e 2011, registou-se uma redução de 11,4% nos **tempos médios de visionamento** dos programas de informação televisiva não diários, tal como havia acontecido entre 2007 e 2008, embora nesse caso mais acentuada. Relativamente à variação entre 2009 e 2010, constatou-se um aumento de 5,1%. Observou-se um acréscimo entre 2008 e 2009 de 33,6%.
- **RTP2:** O valor não se alterou entre os últimos dois anos. Entre 2008 e 2009 registou-se uma variação positiva de 37,5%. Destaca-se ainda que as restantes variações foram negativas.
- **SIC:** Assistiu-se a um aumento de 58,5% entre os dois últimos anos. Verificou-se um aumento de 13,8% de 2008 para 2009 e um decréscimo de 18,2% entre 2009 e 2010, tal como havia acontecido, de forma mais acentuada, entre 2007 e 2008.
- **TVI:** Acréscimo de 15,2% entre 2010 e 2011. As restantes oscilações foram negativas, à exceção do ligeiro acréscimo registado entre 2007 e 2008.

Fig. 19 – Tempo médio de visionamento da informação não-diária (2007 a 2011).

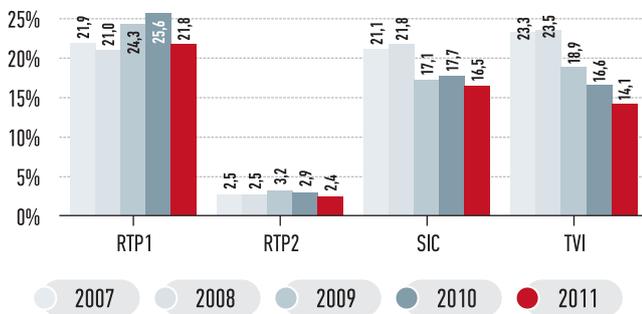


Fonte: Mediamonitor/Markttest.

- Podemos constatar através da fig. 19 que, para a **RTP1**, as variações dos **tempos médios de visionamento** dos programas de informação não diários, em valores absolutos, oscilam entre a diminuição de 27 segundos entre 2007 e 2008 (ano em que atingiu o valor mais baixo) e o aumento de 44 segundos entre 2008 e 2009. O tempo médio de visionamento despendido pelos telespectadores registou um decréscimo de 21 segundos entre 2010 e 2011, depois de em 2010 ter registado o seu valor mais elevado.
- **RTP2:** as variações foram ligeiras ao longo dos cinco anos analisados. A variação mais significativa foi um acréscimo de 3 segundos entre 2008 e 2009. Entre os dois últimos anos não se registaram oscilações.
- **SIC:** Destaca-se o acréscimo de 1 minuto e 19 segundos entre 2010 e 2011, bem como, o decréscimo de 47 segundos entre 2007 e 2008. A informação não diária da SIC é a que apresenta maiores oscilações.

- > **TVI:** Observaram-se, no período em análise, ligeiras reduções. É de salientar a redução de 16 segundos entre 2009 e 2010 e um acréscimo de 10 segundos entre os últimos dois anos.

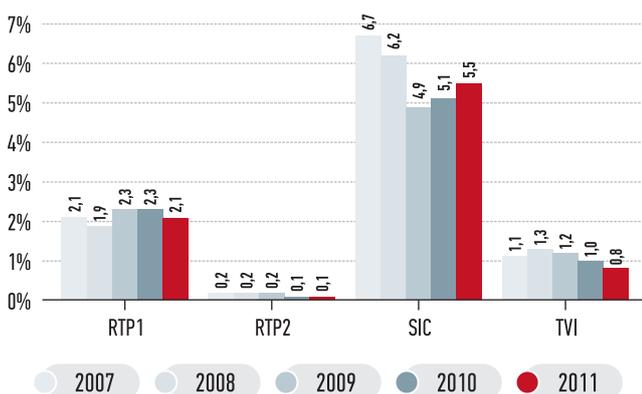
Fig. 20 – Quota de audiência (share %) da informação não-diária (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Markttest. Nota: Valores em percentagem.

- > Entre 2008 e 2010, constatou-se um aumento da **quota de audiência** dos programas de informação não-diários da **RTP1**, registando-se em 2011 uma redução de 3,8 pontos percentuais relativamente ao ano anterior, com os valores a aproximarem-se dos registados em 2007.
- > **RTP2:** Observou-se uma variação negativa de 0,8 pontos percentuais entre 2009 e 2011. As variações, relativas aos restantes anos, nos programas de informação não-diários foram nulas ou ligeiramente ascendentes.
- > **SIC:** Destacou-se uma variação negativa acentuada, de 4,7 pontos percentuais entre 2008 e 2009. Entre os últimos três anos, verificou-se uma estabilização dos valores associados à SIC em torno dos 17%, registando-se um ligeiro decréscimo de 1,2 pontos percentuais entre os 2010 e 2011.
- > **TVI:** Desde 2008 que se verificam variações negativas na quota de audiência dos programas de informação não-diários, sendo

Fig. 21 – Audiência média (rating %) da informação não-diária (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Markttest. Nota: Valores em percentagem.

de salientar a descida de 4,6 pontos percentuais entre 2008 e 2009. De um registo da sua informação não diária de 23,3% em 2007 a TVI passa em 2011 para 14,1%.

- > A **audiência média** dos programas de informação não diária da **RTP1** manteve-se relativamente constante ao longo dos últimos cinco anos. Entre 2010 e 2011, bem como entre 2007 e 2008, constatou-se uma ligeira redução de 0,2 pontos percentuais nos programas de informação não-diários da RTP1, entre 2009 e 2010 não houve qualquer variação.
- > **RTP2:** Observou-se uma variação negativa de 0,1 pontos percentuais entre 2009 e 2010, sendo que as restantes variações foram nulas.
- > **SIC:** Constataram-se descidas ao longo dos primeiros três anos de análise, tendo a redução mais acentuada, de 1,3 pontos percentuais, ocorrido entre 2008 e 2009 e a mais ligeira entre 2007 e 2008, com 0,5 pontos percentuais. Entre os últimos dois anos, registou-se um acréscimo de 0,4 pontos percentuais. A SIC apresenta os valores mais elevados.
- > **TVI:** Desde 2008 que se verificam ligeiras variações negativas. A única subida foi de 0,2 pontos percentuais entre 2007 e 2008.

Fig. 22 – Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva não-diária em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Sexo					
Masculino	48,7	62,2	41,0	42,6	48,0
Feminino	51,3	37,8	59,0	57,4	52,0
Grupos etários					
4-14	3,7	4,5	8,0	6,5	4,4
15-24	4,6	10,6	13,4	16,2	7,1
25-34	12,0	15,8	14,9	13,0	12,4
35-44	14,3	20,2	17,4	18,3	15,3
45-54	17,6	22,5	18,6	19,1	18,1
55-64	17,6	12,7	14,0	11,3	16,2
>64	30,2	13,8	13,6	15,7	26,4
Situação no lar					
Dona de Casa	53,2	43,4	47,1	47,5	51,6
Outra situação	46,8	56,6	52,9	52,5	48,4
Região					
Grande Lisboa	28,6	20,3	24,8	26,2	27,6
Grande Porto	10,1	7,6	13,3	9,4	10,0
Litoral Norte	17,4	18,9	17,5	19,3	17,8
Litoral Centro	14,2	17,7	17,8	19,8	15,4
Interior	15,1	19,7	14,4	12,2	14,8
Sul	14,7	15,8	12,2	13,2	14,4
Classe social					
Classe A/B	21,2	31,5	21,2	13,1	20,4
Classe C1	27,7	24,2	30,7	29,0	27,9
Classe C2	25,0	30,5	29,6	31,4	26,5
Classe D	26,1	13,8	18,5	26,6	25,3

Fonte: Mediamonitor/Markttest.
Nota: Valores em percentagem.

Numa caracterização sociográfica, referente aos públicos da informação televisiva não-diária, verificam-se diferenças e semelhanças entre as audiências dos quatro serviços de programas generalistas analisados.

O **índice de adesão** permite-nos conhecer a proporção de indivíduos de determinado alvo na audiência total do evento.

- > **Género:** Verifica-se que os programas da RTP2 são mais vistos pelo género masculino do que pelo género feminino. Nos restantes serviços de programas sucede o oposto, em particular nos operadores privados, com destaque para a SIC. Na RTP há uma aproximação entre a percentagem referente a cada um dos géneros.
- > **Grupos etários:** Verifica-se que a informação não-diária da RTP1 é mais vista pelo público com idades superiores a 64 anos que representam 30,2%. O grupo etário dos 45 aos 54 anos é o mais representado na SIC e na TVI, a par do grupo entre os 35 e os 44, que apresentam uma representação semelhante. Essa mesma tendência verifica-se em relação à informação não diária da RTP2, que apresenta o grupo etário dos 45 aos 54 anos como o mais frequente, concentrando 22,5% das audiências, valor que se aproxima do alcançado pelo grupo com idades entre os 35 e os 44. Destaque-se ainda a representação alcançada pelo grupo com faixa etária entre os 15 e os 24 anos relativamente à informação não diária da TVI.
- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “Dona de casa” assumem uma proporção acima dos 50% entre os telespectadores da informação não-diária da RTP1. Relativamente aos restantes serviços de programas verifica-se que os privados apresentam valores que se aproximam dos 50% e a RTP2 aproxima-se mais dos 40%, o que permite concluir que em todos as donas de casa são um grupo preponderante nas audiências deste tipo de programas.
- > **Regiões geográficas:** As áreas metropolitanas de Lisboa e Porto representam 38,7% e 27,9% na RTP1 e RTP2, respetivamente. Na SIC e na TVI, as percentagens referidas *alteram-se para* 38,1% e 35,6%. Refira-se, no entanto, que esse valor é marcado pela maior representação de públicos da área da Grande Lisboa, a região de proveniência mais frequente na informação não-diária de todos os serviços de programas. Relativamente às restantes regiões do país, destacam-se as audiências do Litoral Norte e Centro da informação não diária da TVI, da SIC e da RTP2, embora nesta última também se saliente o Interior do país. As audiências do Litoral Norte surgem também destacadas na RTP1.
- > **Classe social:** As audiências dos programas informativos não diários da RTP2 são mais representativas na classe A/B, enquanto

as classes C1 e C2 apresentam maiores proporções na SIC e TVI, respetivamente. A TVI e a RTP1 são as mais expressivas na Classe D, embora na RTP1 haja uma representação relativamente semelhante das diferentes classes sociais em relação a esse tipo de programas.

Fig. 23 – Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva não-diária em 2011.

Indicadores	%				Total 4 canais
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Sexo					
Masculino	94,9	120,7	79,7	82,5	93,3
Feminino	105,4	78,0	121,6	118,6	107,1
Grupos etários					
4-14	29,4	36,5	64,6	52,6	35,2
15-24	28,0	64,1	81,7	98,0	43,5
25-34	66,4	86,8	83,0	72,2	69,1
35-44	83,3	118,1	102,2	105,5	89,4
45-54	121,8	158,3	129,0	131,9	125,4
55-64	167,6	120,4	132,0	107,7	154,1
>64	273,2	122,8	121,1	142,9	238,0
Situação no lar					
Dona de Casa	147,0	120,7	129,7	131,1	142,4
Outra situação	73,3	88,2	83,1	82,3	75,9
Região					
Grande Lisboa	108,9	76,9	90,0	99,8	105,1
Grande Porto	87,6	66,4	109,9	80,9	86,7
Litoral Norte	98,4	106,9	93,7	108,6	100,2
Litoral Centro	81,1	101,8	112,6	114,7	89,0
Interior	97,2	124,1	96,2	78,5	95,4
Sul	127,8	135,5	112,8	113,3	125,1
Classe social					
Classe A/B	91,8	136,8	89,9	56,7	88,1
Classe C1	93,5	81,0	103,2	98,2	94,2
Classe C2	81,0	100,4	98,1	101,1	85,9
Classe D	158,0	82,0	112,3	161,3	152,9

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Rácios de percentagens. Valores superiores a 100 representam índices de afinidade favoráveis.

A caracterização do **índice de afinidade** relativamente à informação televisiva não-diária emitida nos diferentes serviços de programas em 2011, realizada com base nos indicadores especificados na tabela anterior, permitiu concluir o seguinte:

- > **Género:** Os programas de informação não-diários da RTP2 têm o género masculino como alvo favorável, enquanto no mesmo tipo de programas dos restantes serviços de programas generalistas o índice de afinidade é positivo para o género feminino, o que se acentua nos privados.
- > **Grupos etários:** Verifica-se que a RTP2 e os dois serviços de programas privados apresentam índices de afinidade favoráveis em idades superiores a 35 anos, ao passo que na RTP1 esse índice é positivo a partir dos 45 anos. Destaque-se a afinidade dos públicos com idades entre os 15 e os 24 anos relativamente à informação não diária dos privados, em particular da TVI, em que se aproxima do valor 100.

- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem índices de afinidade dominantes em todos os serviços de programas, com especial relevo para a RTP1.
- > **Regiões geográficas:** O Grande Porto destaca-se como alvo favorável apenas da informação não diária SIC, e a região da Grande Lisboa evidencia a RTP1 como alvo positivo, embora nos privados, em particular na TVI, os índices de afinidade dessa região se aproxime do valor favorável. Na RTP2, os alvos geográficos mais favoráveis são o Sul e o Interior, embora todas as regiões, à exceção das grandes áreas metropolitanas, apresentem índices de afinidade favoráveis.
- > **Classe social:** Distinguem-se as classes A/B e C2 como as mais favoráveis à receção dos programas de informação não diários da RTP2, sendo que esta última, a par da D, também se destaca em relação aos da TVI. No que se refere à classe D, a TVI, a RTP1 e a SIC são os serviços de programas com índices favoráveis. A SIC destaca-se ainda por ser a única que apresenta afinidade favorável entre o público da classe C1, embora a informação não diária dos restantes serviços de programas, em particular a da TVI, apresente índices com valores que se aproximam dos favoráveis.

1.3. INFORMAÇÃO DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TEMÁTICOS INFORMATIVOS RTPN/RTP INFORMAÇÃO¹, SIC NOTÍCIAS E TVI24

No presente ponto, serão abordados, de acordo com os mesmos indicadores referidos nos dois pontos anteriores deste capítulo, os dados fornecidos pela Mediamonitor/Markttest exclusivamente para os serviços de programas temáticos, isto porque existem diferenças muito significativas entre a análise de audiências relativa aos serviços de programas generalistas e a referente aos serviços de programas temáticos informativos.

Refira-se que para o serviço de programas TVI 24, do operador TVI, só há dados disponíveis a partir de 2009, ano em que começou a emitir.

1.3.1. Audiência da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos

Fig. 24 – Evolução anual do tempo médio de visionamento da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

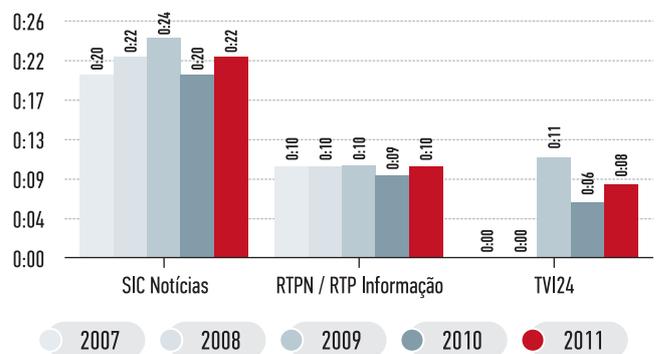
	2007	2008	Var. (07/08)		2009	Var. (08/09)		2010	Var. (09/10)		2011	Var. 10/11	
			%			%			%				
SIC Notícias	0:20	0:22	10,0		0:24	9,1		0:20	-16,7		0:22	10,0	
RTPN / RTP Informação	0:10	0:10	0,0		0:10	0,0		0:09	-10,0		0:10	11,1	
TVI24	-	-	-		0:11	-		0:06	-45,5		0:08	33,3	

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Valores em hh:mm:ss e em percentagem.

- > **SIC Notícias:** Entre 2010 e 2011 registou-se um aumento de 10% nos **tempos médios de visionamento** da informação televisiva diária, acréscimo idêntico ao registado entre 2007/2010 e próximo do registado entre 2008 e 2009. No que diz respeito à variação entre 2009 e 2010, constatou-se uma redução de 16,7%.
- > **RTPN/RTP Informação:** Registou-se uma variação positiva de 11,1% entre 2010 e 2011, ano em que passou a emitir como RTP Informação. Entre 2009 e 2010, observou-se uma variação negativa de 10%, sendo que nos restantes anos as variações foram nulas.
- > **TVI 24:** Entre o primeiro que começou as suas emissões e o ano seguinte observou-se um decréscimo de 45,5%, tendo-se verificado entre 2010/2011 um acréscimo de 33,3%.

Fig. 25 – Tempo médio de visionamento da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

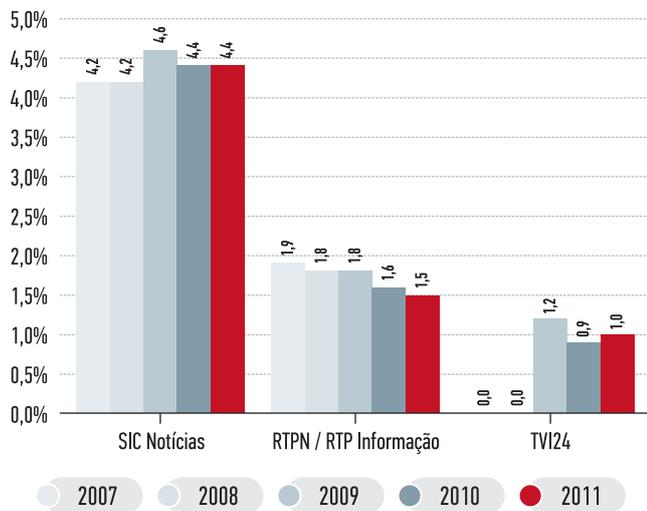


Fonte: Mediamonitor/Markttest. Nota: Valores em hh:mm:ss.

- > **SIC Notícias:** As variações dos **tempos médios de visionamento** da informação diária em valor absoluto oscilam entre a diminuição de 4 segundos entre 2009 e 2010 e o aumento de 2 segundos nos restantes anos, isto é, esses tempos mantêm-se relativamente constantes.
- > **RTPN/RTP Informação:** As variações foram nulas entre 2007 e 2008, bem como, de 2008 para 2009. Constata-se que as oscilações de tempo médio de visionamento da informação diária registadas foram ligeiras, uma redução de 1 segundo entre 2009 e 2010 e um acréscimo de 1 segundo entre 2010 e 2011, ano da já referida passagem a RTP Informação.
- > **TVI24:** Destaca-se o decréscimo de 5 segundos entre o seu primeiro ano de existência, 2009, e 2010. Entre 2010 e 2011, observou-se um ligeiro aumento, de 2 segundos.
- > Genericamente as **quotas de audiência** da informação diária dos três serviços de programas temáticos informativos mantiveram valores semelhantes entre 2007 e 2011, ou, no caso da TVI24, entre 2009 e 2011.

1 A partir de 19 de setembro de 2011 a RTPN passou a designar-se RTP Informação.

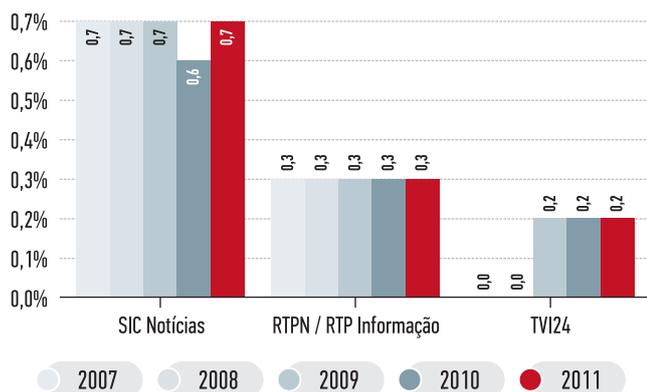
Fig. 26 – Quota de audiência (share %) da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em percentagem.

- > Entre 2009 e 2010, constatou-se um decréscimo na **Sic Notícias** de 0,2 pontos percentuais, fixando nos 4,4% nos últimos dois anos. Entre 2008 e 2009 foi registado um acréscimo de 0,4 pontos percentuais.
- > **RTPN/RTP Informação**: Observou-se uma variação negativa, embora muito ligeira, entre 2007 e 2011. No que diz respeito à TVI24, constatou-se uma descida de 0,3 pontos percentuais entre 2009 e 2010 e um aumento de 0,1 pontos percentuais entre os dois últimos anos.

Fig. 27 – Audiência média (rating %) da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).



Fonte: Mediamonitor/Marktest. Nota: Valores em percentagem.

- > Tal como em relação à **quota de audiência**, também em relação à audiência média se registaram valores semelhantes no período em análise na informação diária da SIC Notícias, da RTPN/RTP Informação e da TVI24. Em todos os casos os valores de audiência média ficaram abaixo do 1%.
- > Entre os últimos dois anos, observou-se um aumento de 0,1 pontos percentuais na **SIC Notícias**, tendo-se fixado nos 0,7%.

Entre 2009 e 2010, constatou-se uma redução de 0,2 pontos percentuais. Nos restantes anos, não se registaram variações no serviço de programas referido.

- > No que se refere à **RTPN/RTP informação** e à **TVI24**, observou-se que todas as variações foram nulas.

Fig. 28 – Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos em 2011.

Indicadores	%			
	SIC Notícias	RTPN / RTP Informação	TVI24	Total 3 canais
Sexo				
Masculino	60,1	64,8	62,4	45,8
Feminino	39,9	35,2	37,6	54,2
Grupos etários				
4-14	2,8	3,3	3,2	6,0
15-24	7,7	7,1	6,3	9,8
25-34	14,1	9,3	9,7	12,7
35-44	16,5	16,4	13,8	15,1
45-54	14,9	14,0	16,0	17,3
55-64	16,3	22,9	17,3	15,4
>64	27,9	27,0	33,6	23,8
Situação no lar				
Dona de Casa	48,9	43,9	51,9	49,0
Outra situação	51,1	56,1	48,1	51,0
Região				
Grande Lisboa	38,9	23,7	32,6	25,4
Grande Porto	10,3	14,6	20,2	10,7
Litoral Norte	13,0	20,4	12,1	18,0
Litoral Centro	16,2	12,5	14,8	17,4
Interior	13,0	20,1	12,7	15,7
Sul	8,7	8,7	7,6	12,8
Classe social				
Classe A/B	37,1	33,0	23,0	18,8
Classe C1	28,4	25,1	33,8	27,3
Classe C2	20,9	22,1	25,2	30,1
Classe D	13,6	19,8	18,0	23,7

Fonte: Mediamonitor/Marktest.

Nota: Valores em percentagem.

Numa caracterização sociográfica dos públicos dos blocos informativos diários, verificam-se diferenças e semelhanças entre as audiências dos três serviços de programas temáticos analisados. Analisam-se as principais tendências identificadas:

O **índice de adesão** permite-nos conhecer a proporção de indivíduos de determinado alvo na audiência total do evento.

- > **Género**: A informação diária nos três serviços de programas foi dominada pelo género masculino. Note-se que em termos de representação, é semelhante a distribuição de homens e mulheres nas audiências pela informação diária dos três serviços de programas em análise, isto é o género masculino entre os 60% a 65% e o feminino entre os 38% e os 40%.
- > **Grupos etários**: Verifica-se que a informação diária dos três serviços de programas foi mais vista pelo público com mais de 65 anos, com particular evidência na TVI24, na qual a representação

desse grupo se destaca em relação aos restantes. Note-se que no caso da RTPN/ RTP Informação, a representação do grupo etário dos que tem mais de 65 anos não é tão dominante, aproximando-se da registada relativamente ao grupo dos 55 aos 64 anos.

- > **Situação no lar:** os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem uma representação expressiva relativamente à informação diária dos três serviços de programas, que entre os telespectadores da informação diária da TVI24 chega a ultrapassar os 50%.
- > **Regiões geográficas:** os públicos da área metropolitana de Lisboa são os mais representados na informação diária de todos, embora se evidenciem na SIC Notícias onde representam quase 40%. Na RTPN/RTP Informação, as percentagens mais relevantes referem-se à Grande Lisboa, Litoral Norte e Interior com 23,7%, 20,4% e 20,1%, respetivamente. Relativamente à informação diária da TVI24, destaque-se a representação alcançada pelo público do Grande Porto. Sublinhe-se ainda como tendência comum à informação diária dos três serviços de programas a menor representação da região Sul.
- > **Classe social:** As audiências da SIC Notícias e da RTPN/RTP Informação são mais representativas na classe A/B, enquanto as classes C1 e C2 apresentam maiores proporções na TVI24. A classe

D tem maior adesão à informação diária dos serviços de programas da RTPN/ RTP Informação e da TVI24.

A partir dos mesmos indicadores analisados na tabela anterior, realizou-se a caracterização do **índice de afinidade** das audiências, que permite, neste caso particular, verificar quais os alvos com maior propensão para a informação diária de um determinado serviço de programas temático informativo em 2011. Desta forma, valores superiores a 100 representam alvos favoráveis:

- > **Género:** dos públicos: Todos os serviços de programas têm o género masculino como alvo favorável da sua informação diária, ligeiramente superior na RTPN/ RTP Informação, com um índice de afinidade de 125,5.
- > **Grupos etários:** A SIC Notícias e a TVI24, no que se refere a blocos informativos diários, apresentam índices de afinidade favoráveis em idades superiores a 45 anos, sendo possível estabelecer uma relação positiva entre idade e afinidade, isto é, quanto mais velhos são os telespectadores maior a sua adesão à sua informação diária. Na RTPN/ RTP Informação, a evidência positiva dos índices só é alcançada no grupo a partir dos 55 anos, embora tanto nos públicos dos 45/54 anos como no dos 35/44 os valores se tenham aproximado do valor 100.
- > **Situação no lar:** Os telespectadores identificados na categoria “dona de casa” assumem índices de afinidade dominantes relativamente à informação diária de todos os serviços de programas.
- > **Regiões geográficas:** Os telespectadores da Grande Lisboa e do Grande Porto destacam-se ambos como alvos favoráveis na TVI24. Os do Grande Porto, do Litoral Norte e do Interior são, na RTPN/RTP Informação, os alvos geográficos mais favoráveis. Os da Grande Lisboa foram os únicos que apresentaram afinidade favorável com a informação diária da SIC Notícias.
- > **Classe social:** O índice de afinidade distingue as classes A/B como a única favorável na SIC Notícias e a mais favorável na RTPN/ RTP Informação, embora a classe D também tenha afinidade positiva com a informação diária com este serviço de programas. Esta classe também apresenta valores favoráveis em relação aos blocos informativos da TVI24, que tem como alvo mais favorável audiências da classe C1. A classe C2 não apresentou índice de afinidade favorável relativamente à informação diária de nenhum dos serviços de programas temáticos informativos.

Fig. 29 – Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos em 2011.

Indicadores	%			Total 3 canais
	SIC Notícias	RTPN / RTP Informação	TVI24	
Sexo				
Masculino	116,4	125,5	120,9	89,0
Feminino	82,6	72,9	77,7	111,7
Grupos etários				
4-14	22,3	27,5	25,7	48,4
15-24	47,1	43,7	38,4	59,6
25-34	79,3	51,9	53,9	70,5
35-44	95,4	95,2	80,3	87,7
45-54	103,2	97,2	111,2	119,8
55-64	155,5	219,0	164,2	146,6
>64	249,2	241,2	304,4	214,2
Situação no lar				
Dona de Casa	134,5	121,3	143,4	135,3
Outra situação	80,4	87,9	75,3	79,9
Região				
Grande Lisboa	148,9	91,4	124,4	97,3
Grande Porto	90,3	130,1	176,3	94,7
Litoral Norte	73,7	117,0	68,7	102,3
Litoral Centro	94,5	69,7	83,5	98,8
Interior	83,3	128,4	81,0	100,6
Sul	74,6	73,1	64,4	110,3
Classe social				
Classe A/B	160,2	141,9	98,8	81,4
Classe C1	96,1	85,1	115,6	92,4
Classe C2	67,9	72,1	81,3	97,8
Classe D	82,4	120,2	108,5	143,6

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

Nota: Rácio de percentagens.

1.4. SÍNTESE CONCLUSIVA

Neste ponto registam-se apenas as principais tendências verificadas em relação ao comportamento das audiências da informação televisiva

— emitida pelos serviços de programas generalistas e pelos temáticos informativos dos operadores RTP, SIC e TVI — entre **2010 e 2011**, isto é, entre os dois anos mais recentes. Relativamente ao ano de 2011, salientam-se também as principais tendências na caracterização sociográfica dessas audiências, bem como da sua afinidade em relação à informação que foi emitida.

Refira-se que esta síntese conclusiva não dispensa, para uma informação mais desenvolvida e contextualizada em relação à evolução do comportamento das audiências entre **2007 e 2011**, a leitura dos pontos que constituem este capítulo. Em termos de estrutura, a síntese tende a seguir a ordem pela qual foram analisados esses pontos.

Serviços de programas generalistas — análise e caracterização das audiências da informação diária

Entre 2010 e 2011, os **tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas generalistas**, desceram 16% na RTP2 e aumentaram na RTP1 (1,9%), na SIC (27,8%) e na TVI (19,5%).

Em 2011, RTP1 foi o serviço de programas que mais reduziu a sua **quota de audiência (Share)** de informação diária, em 1,6 pontos percentuais, fixando-se nos 24,8%. Os restantes serviços de programas apresentaram oscilações mínimas nas suas quotas de audiência. A RTP2 reduziu essa quota em 0,4 pontos percentuais (com uma quota de 2,9%), a TVI em 0,1 (com 23% de quota). Para o mesmo período, a SIC registou uma variação nula, mantendo-se com uma quota de 21,7% da informação diária.

No que se refere aos valores da **audiência média (Rating)** de informação diária, os serviços de programas do operador apresentaram variações quase nulas entre 2011. A RTP1 registou um aumento de 0,1 pontos percentuais e a RTP2 uma redução de 0,1, apresentando valores de audiência média de 6,1% e 1%, respetivamente. A SIC e a TVI registaram uma subida de 0,5 (com uma audiência média de 3,9%) e de 0,7 pontos percentuais (com uma audiência média de 6,6%), respetivamente, entre 2010 e 2011.

Considerando, a análise isolada para os **noticiários emitidos em horário nobre**, observa-se um aumento dos **tempos médios de visionamento** do Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI (34,8%), do Jornal da Noite da SIC (18,5%) e do Telejornal da RTP1 (5,1%). Já o Jornal 2/Hoje da RTP2 regista um decréscimo de 19,2%. Refira-se que em maio de 2011, a informação de horário nobre da TVI apresentou uma alteração, com a substituição do Jornal Nacional por um novo bloco informativo, o Jornal das 8.

Entre 2010 e 2011, as quotas de audiência da informação de horário nobre dos serviços de programas generalistas mantiveram-se relativamente constantes. Em 2011, o Telejornal da RTP1 reduziu a sua

quota de audiência (Share) de informação diária em 1 ponto percentual, o Jornal 2/Hoje da RTP2 em 0,4, e o Jornal da Noite da SIC em 1, apresentando quotas de audiência de 24,4%, 2,9% e 22%, respetivamente. O Jornal Nacional/Jornal das 8 da TVI registou uma ligeira subida de 0,2 pontos percentuais e fixou a sua quota de audiência em 23,7%.

Em relação aos valores de audiência média da informação de horário nobre, à exceção da TVI, os serviços de programas mantiveram comportamentos das audiências constantes entre os dois anos mais recentes. Considerando os valores da **audiência média (Rating)** dos noticiários em horário nobre, o Telejornal da RTP1 (uma audiência média de 8,4%) e o Jornal da Noite da SIC registaram aumentos de 0,2 pontos percentuais (uma audiência média de 7,8%). No Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI constatou-se um acréscimo de 1,3 pontos percentuais, registando uma audiência média de 9%. O Jornal 2/Hoje da RTP2 registou uma descida de 0,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011 e fixou a sua audiência média em 1%.

Constata-se ainda que os temas mais noticiados, em termos de número de peças, nos blocos informativos de horário nobre (ver fig. 13 e capítulo sobre a análise temática da informação de horário nobre) raramente coincidiram com os mais vistos pelos telespectadores em 2010 e 2011. No Telejornal da RTP1, as peças jornalísticas que obtiveram maiores valores de audiência média enquadram-se na temática *Sistema Judicial, Relações Laborais e Defesa*; no Jornal 2/Hoje da RTP2 em *Ambiente e Comunicação*; no Jornal da Noite da SIC em *População* e no Jornal Nacional/Jornal das 8 da TVI em *Defesa*.

No que respeita à caracterização dos públicos da informação televisiva dos diferentes serviços de programas em termos de afinidade com a informação diária emitida, saliente-se que a RTP2 tem os telespectadores do género masculino como alvo mais favorável ao contrário dos restantes serviços de programas, em particular dos privados.

Os públicos dos grupos etários mais elevados parecem ter mais afinidade com a informação da RTP1 e RTP2 enquanto os mais jovens parecem preferir a informação da SIC e da TVI.

A heterogeneidade geográfica permite, no entanto, destacar o Grande Porto, o Sul e o Interior como mais favoráveis à RTP1; a Grande Lisboa à TVI; o Litoral Norte à RTP2 e o Litoral Centro revela mais afinidade com a SIC. Apesar da maior afinidade dos serviços de programas com essas regiões do país, importa salientar que todos eles registaram índices de afinidade positivos também em relação a outras regiões.

As classes A/B distinguem-se na afinidade com a RTP2 enquanto a D é mais favorável à RTP1 e à TVI. A classe C1 não revelou índices de afinidade elevados com a informação diária de nenhum dos serviços de

programas, tendo registado o único valor positivo em relação à SIC. Por sua vez, a classe C2 só apresentou índice de afinidade favorável na TVI.

Serviços de programas generalistas — análise e caracterização das audiências da informação não-diária

Entre 2010 e 2011 registou-se uma redução de 11,4% nos **tempos médios de visionamento dos programas de informação não-diários** da RTP1. Na SIC e na TVI, os tempos médios de visionamento, aumentaram 58,5% e 15,2% respetivamente. Na RTP2, não se verificaram oscilações entre os dois últimos anos.

Em 2011, a RTP1 diminuiu a sua **quota de audiência** (*Share*) de programas de informação não-diária em 3,8 pontos percentuais, e a RTP2 em 0,5 pontos percentuais, apresentando quotas de audiência de 21,8% e 2,4%, respetivamente. A SIC e a TVI registaram descidas de 1,2 e de 2,5 pontos percentuais e quotas de audiência de 16,5% e 14,1%, respetivamente.

Considerando os valores da **audiência média** (*Rating*) dos programas de informação não-diários, na RTP1 e na TVI observou-se um decréscimo de 0,2 pontos percentuais entre os últimos dois anos, registando valores de audiência média de 2,1% e 0,8%, respetivamente. A SIC registou uma subida de 0,4 pontos percentuais face a 2010 (com uma audiência média de 5,5%) enquanto a RTP2 manteve a audiência média nos 0,1%.

Serviços de programas temáticos informativos — análise e caracterização das audiências da informação diária

Os **tempos médios de visionamento da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos**, aumentaram na TVI24 (33,3%), na SIC Notícias (10%) e na RTPN/RTP Informação (11,1%) entre 2010 e 2011.

Em 2011, a SIC Notícias manteve a sua **quota de audiência** (*Share*) de informação diária nos 4,4%. A RTPN/RTP Informação registou uma descida de 0,1 pontos percentuais (com uma quota de 1,5%) e a TVI24 obteve uma subida no mesmo valor entre 2010 e 2011, registando uma quota de 1%.

No que se refere aos valores da **audiência média** (*Rating*) de informação diária, a SIC Notícias registou um ligeiro acréscimo de 0,1 pontos percentuais (com uma audiência média de 0,7%). Na RTPN/RTP e na TVI24 não se registam variações entre 2010 e 2011, apresentando audiências médias da informação diária de 0,3% e 0,2%, respetivamente.

No que respeita à caracterização dos públicos da informação televisiva dos serviços de programas temáticos informativos em termos

de afinidade com a informação diária emitida, saliente-se que os três têm o género masculino como alvo mais favorável.

Os públicos dos grupos etários mais elevados (acima dos 55 anos) parecem ter mais afinidade com a informação diária destes serviços de programas do que os mais jovens.

Em termos geográficos, as audiências da Grande Lisboa destacam-se como único alvo favorável na SIC Notícias. O Grande Porto, o Litoral Norte e o Interior são, para a RTPN/RTP Informação, os alvos geográficos mais propícios. O Grande Porto e a Grande Lisboa apresentam afinidade positiva com a TVI24.

O índice de afinidade distingue as classes A/B como as mais favoráveis à SIC Notícias e à RTPN/RTP Informação. No que se refere à classe D, a RTPN/RTP Informação e a TVI24 são os serviços de programas em que apresenta afinidade favorável. A classe C1 só apresenta afinidade positiva em relação à informação diária da TVI24, ao passo que a classe C2 não se apresenta como alvo favorável em nenhum dos serviços de programas.

1.5. NOTA METODOLÓGICA

As variáveis utilizadas na análise deste capítulo permitem caracterizar os dados referentes às audiências. Essas variáveis foram obtidas através do MMW (Markdata Media Workstation) da MediaMonitor.

No presente capítulo foram analisadas as seguintes variáveis:

Atv#

Tempo médio que cada indivíduo (independentemente de ser considerado telespectador ou não) **despendeu a ver um evento/canal** (*Average time viewing*).

$$\text{Atv\#} = \frac{\text{Total de segundos contactados pelo evento/canal}}{\text{número de indivíduos do alvo}}$$

Shr%

Share de audiência de um evento/canal. É calculado a partir do tempo total despendido a ver esse evento/canal relativamente ao tempo total despendido a ver televisão (Canal Base).

$$\text{Shr\%} = \frac{\text{Rat\% do evento/canal}}{\text{Tvr\%}} \times 100$$

Rat%

Taxa média de audiência (*Rating* – audiência média por segundo). Para o seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o evento/canal.

$$\text{Rat\%} = \frac{\text{Total de segundos contactados}}{\text{Duração do programa} \times \text{n.º de indivíduos do alvo}} \times 100$$

Adh%

Índice de Adesão (*Adhesion index*). Mede a estrutura da audiência de um evento, ou seja a proporção de indivíduos de determinado alvo na audiência total do evento.

$$\text{Adh\%} = \frac{\text{Rat\% do evento no alvo} \times \text{n.º de indivíduos do alvo}}{\text{Duração do programa} \times \text{n.º de indivíduos do alvo}} \times 100$$

Aff%

Índice de Afinidade (*Affinity index*). Mede a "Afinidade" de um evento com um alvo, isto é, a relação entre a audiência média num alvo e a audiência média no alvo base.

$$\text{Aff\%} = \frac{\text{Rat\% do evento no alvo}}{\text{Rat\% do evento no alvo base}} \times 100$$

1.6. ANEXO I

Programas constantes da análise da **informação não-diária entre 2007 e 2011**

Programas constantes da análise da Informação Não-Diária entre 2007 e 2011.				
Informação Não-Diária	RTP1	RTP2	SIC	TVI
1 MINUTO DE ECONOMIA				
2007 – UM RETRATO DE PORTUGAL				
2007 – UM RETRATO DE PORTUGAL (R)				
2008, UM ANO DE EXTREMOS				
2008, UM ANO DE EXTREMOS (R)				
2010: O ANO EM QUE CHEGOU A FATURA				
2011: O ANO DA CRISE				
30 MINUTOS				
50 ANOS 50 NOTÍCIAS				
A ENTREVISTA				
A ENTREVISTA DO PRESIDENTE				
A POSSE DO PRESIDENTE				
A ÚLTIMA FRONTEIRA				
ALBERT E CHARLENE: O CASAMENTO				
ANTES PELO CONTRÁRIO				
AQUI & AGORA				
AS ESCOLHAS DE MARCELO REBELO DE SOUSA				
AS NOTAS SOLTAS DE ANTONIO VITORINO				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – APRESENTAÇÃO MOÇÃO CENSURA				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – DEBATE MENSAL				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – DEBATE PEC				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – DEBATE QUINZENAL				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – ORÇAMENTO DE ESTADO				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – SESSÃO SOLENE 25 DE ABRIL				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – DEBATE ESTADO DA NAÇÃO				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – FÓRUM CIDADÃOS JOVEM EUROPA				
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA – PROGRAMA DO GOVERNO				
AUTÁRQUICAS 2009				
AUTÁRQUICAS 2009: HORA DECISIVA				
AUTÁRQUICAS LISBOA 2007				
BALANÇO & CONTAS				
BALANÇO & CONTAS (R)				
BOLETIM AGRÁRIO				
BOLETIM DAS PESCAS				
BOM DIA PORTUGAL				
BOM DIA PORTUGAL – FIM DE SEMANA				
CAMPANHA ELEITORAL PARA A ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA				
CAMPANHA ELEITORAL PARA O PARLAMENTO EUROPEU				
CAPITAL				
CAPITAL (R)				
CARTAS NA MESA				

CONTINUA

Programas constantes da análise da Informação Não-Diária entre 2007 e 2011.				
Informação Não-Diária	RTP1	RTP2	SIC	TVI
CONTINUAÇÃO				
CASA PIA – A DECISÃO				
CERIMONIAS OFICIAIS DO 10 DE JUNHO				
CIMEIRA DA NATO LISBOA 2010				
CLUBE DE IMPRENSA				
CLUBE DE IMPRENSA (R)				
CLUBE DE JORNALISTAS				
CLUBE DE JORNALISTAS (R)				
COMEMORAÇÕES 25 DE ABRIL				
COMEMORAÇÕES CENTENÁRIO DA REPÚBLICA				
COMEMORAÇÕES DA REPÚBLICA				
COMO NUNCA OS VIU				
CONDENADOS				
CONVERSAS DE ESCRITORES				
CONVERSAS DE MÁRIO SOARES				
CORREDOR DO PODER				
DEBATE CAPITAL PORTUGAL'09				
DEBATE DA NAÇÃO				
DEBATE ESPECIAL				
DEBATE EUROPA				
DEBATE: DIA MUNDIAL DO TEATRO				
DEPOIS DO ADEUS				
DEPOIS DO ADEUS (R)				
DIA D				
DIÁRIO DA MANHÃ				
DIGA LÁ EXCELÊNCIA!				
DIGA LÁ EXCELÊNCIA! (R)				
ECONOMIA DO MÊS				
ECONOMIA DO MÊS (R)				
EDIÇÃO ESPECIAL				
EDIÇÃO ESPECIAL				
ELEIÇÕES 2011: A CAMPANHA				
ELEIÇÕES 2011: A GRANDE DECISAO				
ELEIÇÕES 2011: NOITE ELEITORAL				
ELEIÇÕES 2011: PORTUGAL E O FUTURO – A HORA DECISIVA				
ELEIÇÕES 2011: PORTUGAL E O FUTURO – O DEBATE				
ELEIÇÕES AMERICANAS 2008				
ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS 2009				
ELEIÇÕES EUA 2008				
ELEIÇÕES EUROPEIAS 2009				
ELEIÇÕES LEGISLATIVAS 2009				
ELEIÇÕES LISBOA				
ELEIÇÕES MADEIRA 2007				
EM REPORTAGEM				
EM REPORTAGEM (R)				
EM REPORTAGEM – ESPECIAL				
ENTREVISTA A JOSÉ SOCRATES				
ENTREVISTA SIC/EXPRESSO				
ESPECIAL ENTREVISTA				
ESPECIAL INFORMAÇÃO				
ESPECIAL INFORMAÇÃO (R)				
ESPECIAL INFORMAÇÃO: ELEIÇÕES LEGISLATIVAS				
ESPECIAL INVESTIGAÇÃO: MADDIE				
ESPECIAL MADDIE				
ESPECIAL MENINO HERÓI				
ESPECIAL MENINO HERÓI (R)				
ESPECIAL REPORTAGEM				
ESPECIAL REPORTAGEM (R)				
ESPECIAL TVI				
EURODEPUTADOS				
EURODEPUTADOS (R)				
EURONEWS				
EUROPEIAS 09				
EUROPEIAS 2009				
FARRAH FAWCETT: O FIM DE UM ANJO				
FÁTIMA EM DAKAR				

CONTINUA

Programas constantes da análise da Informação Não-Diária entre 2007 e 2011.				
Informação Não-Diária	RTP1	RTP2	SIC	TVI
CONTINUAÇÃO				
FÁTIMA EM DAKAR (R)				
FESTA DE LANÇAMENTO TVI24				
FESTIVAL SUDOESTE				
FICHEIROS MÉDICOS				
FORUM ÁFRICA				
FRENTE A FRENTE				
GERAÇÃO SCOLARI				
GRANDE ENTREVISTA				
GRANDE ENTREVISTA (R)				
GRANDE REPORTAGEM				
GRANDE REPORTAGEM (R)				
GRANDE REPORTAGEM – AÇORES				
GUERRA A CIÊNCIA				
HISTÓRIAS COM GENTE DENTRO				
INAUGURAÇÃO DOS NOVOS ESTÚDIOS DA RTP PORTO				
INFOPRAIAS				
JOSE MOURINHO: O MELHOR TREINADOR DO MUNDO				
JOSE MOURINHO: O MELHOR TREINADOR DO MUNDO (R)				
JUSTIÇA CEGA				
LEGISLATIVAS 2009				
LEGISLATIVAS 2009: A HORA SEGUINTE				
LEGISLATIVAS 2009: FRENTE A FRENTE				
LEGISLATIVAS 2009: HORA DECISIVA				
LEGISLATIVAS 2011				
LEGISLATIVAS 2011: A HORA DA DECISÃO				
LEGISLATIVAS 2011: A NOITE DA DECISÃO				
LINDA DE SUZA				
LINHA DA FRENTE				
LINHA DA FRENTE (R)				
LISBOA 2007 – A HORA DA DECISÃO				
LX – O GRANDE DEBATE				
MARIA ELISA ENTREVISTA TINA BROWN				
MARIA FLOR PEDROSO ENTREVISTA				
MARIA FLOR PEDROSO ENTREVISTA (R)				
MÁRIO CRESPO ENTREVISTA				
METEO				
METEOROLOGIA				
MICHAEL JACKSON: O QUE ACONTECEU?				
MUDAR DE VIDA				
NAÇÕES UNIDAS EM AÇÃO				
NAÇÕES UNIDAS EM MOVIMENTO				
NAÇÕES UNIDAS EM AÇÃO				
NOBEL MINDS				
NOITE DA EUROPA				
NOITES DA 2:				
NÓS POR CÁ				
O ADEUS AO REI				
O CAMINHO FAZ-SE CAMINHANDO				
O CÓDIGO DE CRISTO – O TÚMULO PERDIDO (DEBATE)				
OBAMA, ÍNTIMO E PESSOAL				
OLHAR O MUNDO				
OLHAR O MUNDO (R)				
OS GRANDES PORTUGUESES				
OS PRÍNCIPES DE DIANA				
CONTINUA				

Programas constantes da análise da Informação Não-Diária entre 2007 e 2011.				
Informação Não-Diária	RTP1	RTP2	SIC	TVI
CONTINUAÇÃO				
OS PRÍNCIPES DE DIANA (R)				
OS SEGREDOS DA CASA DOS HORRORES				
PANORAMA BBC				
PAPA BENTO XVI				
PAPA BENTO XVI: PORTUGAL 2010				
PAPA EM PORTUGAL				
PAPARAZZI – CULPADOS OU INOCENTES				
PARLAMENTO				
PARLAMENTO (R)				
PENSAR O PAÍS				
PORTUGAL 2011				
PORTUGAL E O FUTURO				
PORTUGAL EM 2009				
PORTUGAL HOJE				
PORTUGAL'09				
PORTUGAL'09: AUTÁRQUICAS				
PORTUGAL'09: FRENTE-A-FRENTE				
PORTUGAL'09: NOITE ELEITORAL				
PORTUGUESES EXTRAORDINÁRIOS				
PRESIDENCIAIS 2011				
PRESIDENCIAIS 2011: A HORA DECISIVA				
PRIMEIRA PESSOA				
PRÓS E CONTRAS				
PSD: O DEBATE DECISIVO				
RECLAME				
RECLAME (R)				
REFERENDO 2007				
REFERENDO' 07				
REGISTO CRIMINAL ESPECIAL				
REPORTAGEM				
REPORTAGEM ESPECIAL				
REPORTAGEM RTP				
REPORTAGEM SIC				
REPORTAGEM SIC (R)				
REPORTAGEM TVI				
REPÓRTER ÁFRICA 7 DIAS				
REPÓRTER TVI				
REVISTA DO ANO 2009				
REVISTA DO ANO 2009 (R)				
RTP 50 ANOS – BEM-VINDOS AO FUTURO				
SANTANDER TOTTA: EMPRESAS RUMO AO FUTURO				
SINAIS DE FOGO				
SOS TERRA – LIVE EARTH				
SOS TERRA – O DEBATE				
TEMPO DE ANTENA				
TOMADA DE POSSE DO XIX GOVERNO CONSTITUCIONAL				
TOMADA DE POSSE DO XVIII GOVERNO CONSTITUCIONAL				
TRANSLADAÇÃO DO CORPO DE AQUILINO RIBEIRO				
TVI NEGÓCIOS				
UM DIA NOS EMMYS				
UMA QUESTAO DE FÉ				
UNIÃO EUROPEIA/BRASIL – UM ENCONTRO EM PORTUGUÊS				
VIDAS CONTADAS				
WILLIAM & KATE: CASAMENTO REAL				
WILLIAM & KATE: O CASAMENTO REAL				

Fonte: Mediamonitor/Markttest.

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.1 – Página 203

Evolução anual do tempo médio de visionamento da informação diária (2007 a 2011).

Fig. 2 – Página 204

Tempo médio de visionamento da informação diária (2007 a 2011).

Fig. 3 – Página 204

Quota de audiência (Share %) da informação diária (2007 a 2011).

Fig. 4 – Página 205

Audiência média (Rating %) da informação diária (2007 a 2011).

Fig. 5 – Página 205

Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva diária em 2011.

Fig. 6 – Página 206

Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva diária em 2011.

Fig. 7 – Página 207

Evolução anual do tempo médio de visionamento dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

Fig. 8 – Página 207

Tempo médio de visionamento dos blocos Informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

Fig. 9 – Página 207

Quota de audiência (Share %) dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

Fig. 10 – Página 208

Audiência média (Rating %) dos blocos informativos diários de horário nobre (2007 a 2011).

Fig. 11 – Página 208

Caracterização sociográfica dos públicos dos blocos informativos diários de horário nobre em 2011.

Fig. 12 – Página 209

Caracterização do índice de afinidade por alvos dos blocos informativos diários de horário nobre em 2011.

Fig. 13 – Página 210

Audiência média dos temas dominantes das peças dos blocos informativos diários de horário nobre (média do rating em %) (2010 a 2011).

Fig. 14 – Página 210

Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Telejornal da RTP1 com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).

Fig. 15 – Página 210

Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal 2/ Hoje da RTP2 com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).

Fig. 16 – Página 211

Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal da Noite da SIC com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).

Fig. 17 – Página 211

Variação 2010/2011 da audiência média das peças do Jornal Nacional/ Jornal das 8 da TVI com base nos seus temas dominantes (média do rating em %).

Fig. 18 – Página 212

Variação anual do tempo médio de visionamento da informação não-diária (2007 a 2011).

Fig. 19 – Página 212

Tempo médio de visionamento da informação não-diária (2007 a 2011).

Fig. 20 – Página 213

Quota de audiência (Share %) da informação não-diária (2007 a 2011).

Fig. 21 – Página 213

Audiência média (Rating %) da informação não-diária (2007 a 2011).

Fig. 22 – Página 213

Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva não-diária em 2011.

Fig. 23 – Página 214

Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva não-diária em 2011.

Fig. 24 – Página 215

Evolução anual do tempo médio de visionamento da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

Fig. 25 – Página 215

Tempo médio de visionamento da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

Fig. 26 – Página 216

Quota de audiência (Share %) da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

Fig. 27 – Página 216

Audiência média (Rating %) da informação diária dos serviços de programas temáticos informativos (2007 a 2011).

Fig. 28 – Página 216

Caracterização sociográfica dos públicos da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos em 2011.

Fig. 29 – Página 217

Caracterização do índice de afinidade por alvos da informação televisiva diária dos serviços de programas temáticos informativos em 2011.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

1. INTRODUÇÃO

O presente capítulo articula uma análise da distribuição do investimento publicitário pelos vários suportes — televisão, rádio, imprensa, *internet*, cinema e *outdoor* —, avaliando-se a evolução desse investimento no período entre 2002 e 2011, com base em diferentes fontes de informação.

A determinação das receitas dos meios de comunicação social e, em particular, daquelas provenientes da publicidade tem constituído um aspecto abordado pela ERC nos seus relatórios de **regulação**.

Contudo, avaliar o investimento publicitário em Portugal é uma tarefa complexa, devido sobretudo à volatilidade de um conjunto de variáveis, designadamente: i) a **determinação do mercado avaliado** (os valores divergirão se se incluir, ou não, o “cabo”, os classificados, a imprensa regional, as rádios locais, a *internet*, o cinema, etc.); e ii) a forma de apurar os **preços praticados no mercado publicitário** (os valores divergirão se se calcular o investimento a preços de tabela ou a valores líquidos). Posto isto, é fácil defrontarmo-nos com uma **ampla variação das estimativas, que resultam da aplicação de fórmulas, metodologias e fontes de informação distintas**.

Ora, atendendo às diferentes possibilidades de se tentar apurar os valores das receitas publicitárias, opta-se, como no Relatório de Regulação do ano anterior, por confrontar duas fontes de informação. Por um lado, as estimativas apresentadas pela **Marktest/MediaMonitor**, baseadas nos preços constantes das tabelas publicadas e em vigor para cada um dos anos, sem considerar os possíveis descontos obtidos nos processos negociais de aquisição de espaço/tempo publicitário. Por outro lado, as estimativas apuradas pelo grupo **Omnicom**, entidade especializada em consultadoria na área dos média, baseadas em diversas fontes, nomeadamente nos valores de receitas de grupos de média cotados em bolsa e nos valores constantes dos relatórios e contas dos grupos que não se encontram cotados, ambos cotejados com as estimativas de crescimento ou mesmo com dados de receitas anuais fornecidos pelos diversos operadores.

Por conseguinte, são notórias as discrepâncias entre uma e outra fonte, tanto no que respeita à avaliação do mercado publicitário como à distribuição do investimento por meio de comunicação e à evolução de cada meio enquanto suporte publicitário.

Ainda no plano metodológico, note-se que, além da forma de apuramento do investimento publicitário, Marktest e Omnicom divergem também na circunscrição dos meios que consideram nas suas estimativas.

- i) A Marktest não apresenta valores de investimento publicitário na *internet* e agrega as estimativas para a televisão, distinguindo os três principais canais de televisão generalista — *RTP1*, *SIC* e *TVI* — dos restantes. Por outro lado, separa o investimento na imprensa em imprensa de informação geral e imprensa especializada.
- ii) A Omnicom apresenta estimativas para a *internet* e separa em duas subcategorias o investimento publicitário na televisão (canais generalistas de acesso não condicionado livre — *RTP1*, *SIC* e *TVI* —, por um lado, e canais de televisão por subscrição, vulgo “cabo”, por outro). Separa ainda o investimento publicitário no sector da imprensa em publicações diárias e não-diárias.

2. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

De acordo com as estimativas da Marktest, o investimento publicitário, avaliado a preços de tabela, terá registado uma tendência de crescimento entre 2003 e 2010. Contudo, no ano de 2011, regista-se um ligeiro decréscimo.

O investimento publicitário terá **totalizado**, em 2011, aproximadamente 5 mil milhões de euros, o que representa uma diferença de 2,3 mil milhões de euros face a 2003.

A **televisão**, englobando-se aqui os três canais generalistas e o “cabo”, concentrou 75,2 % das receitas publicitárias (3,7 mil milhões de euros, em 2011), verificando-se um aumento da quota de mercado publicitário deste segmento, que, em 2003, se situaria nos 63,2 %.

A **imprensa** acolheu 13,6 % do investimento publicitário em 2011 (673 milhões de euros). Este suporte manifesta uma curva descendente no *share* do investimento, observável nos vários tipos de publicações: de informação geral, especializadas e regionais. Em 2011, a imprensa de informação geral apresentava 6,6 % do total do investimento publicitário, a imprensa especializada 6,1 %, e a imprensa regional 0,8 %.

Fig. 1 – Repartição do investimento publicitário por meio – 2003-2004.

Meio	Investimento (em milhões de euros)			
	2003		2004	
Televisão	1 672,374	63,2%	1 892,813	63,2%
Imprensa	592,549	22,4%	675,473	22,6%
Outdoor	200,145	7,6%	224,770	7,5%
Rádio	172,080	6,5%	189,031	6,3%
Cinema	9,903	0,4%	13,392	0,4%
Total	2 647,051	100,0%	2 995,479	100,0%

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade dos anos 2006, 2010, 2011.
 Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

A **rádio** representou, em 2011, uma quota de 4,4 % do investimento publicitário (219 milhões de euros), ocorrendo, na generalidade, uma variação negativa no intervalo temporal analisado, com um decréscimo entre 2003 e 2008 e uma ligeira recuperação em 2011.

De acordo com os dados da Marktest, o investimento publicitário em **outdoor** representou, em 2011, 6,3 % do investimento global. Numa década, o investimento neste suporte registou variações, tendo ocorrido uma quebra de 1,3 pontos percentuais entre 2003 e 2011. O **cinema** manteve-se o suporte publicitário menos significativo, com uma quota, em 2011, de 0,6 % (figs. 1, 2 e 3).

2.1. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

Em 2011, o **TVI** canalizou a maior fatia do investimento publicitário em televisão, na ordem dos 49,5 % (1 850 milhões de euros), seguindo-se o **SIC** (23,4 %; 876 milhões de euros) e o **RTP1** (14,2 %; 530 milhões de euros). Os canais de cabo (juntamente com o **RTP2**) receberam 12,8 % do investimento publicitário em televisão (cerca de 479 milhões de euros) (fig. 4).

No mesmo ano, o **SIC Notícias** acolheu a maior fatia do investimento publicitário entre os serviços de programas distribuídos por cabo/satélite (2,8 %), seguindo-se o **AXN** (1,7 %) e o **TV Record** (1,5 %) (fig. 5).

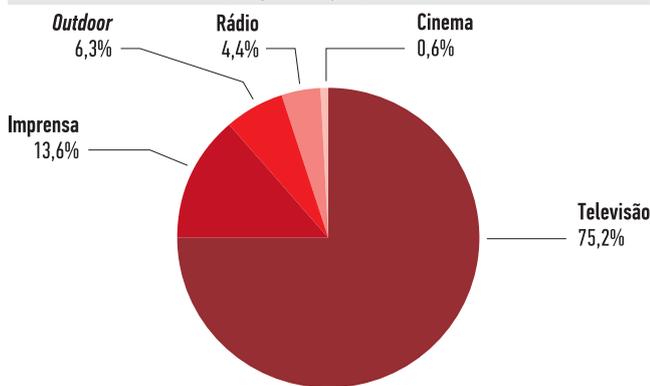
Observando a distribuição do investimento publicitário em televisão entre 2005 e 2011, verifica-se que o **TVI** é, em geral, líder (com exceção de 2005), e regista um progressivo aumento da quota de mercado ao longo dos anos. Esta progressão regista-se, de certo modo, em detrimento do **share** do **SIC**, que em 2005 se situava nos 41,3 % e em 2011 nos 23,4 %, uma diferença de cerca de 18 pontos percentuais.

Fig. 2 – Repartição do investimento publicitário por meio (em milhões de euros e em percentagem) – 2005-2011.

Meio	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Milhões de euros	%												
Televisão	2 483,635	68,3	2 840,206	70,1	3 085,780	70,3	3 330,911	71,3	3 517,230	73,4	3 797,464	75,4	3 735,207	75,2
Imprensa informação geral	344,939	9,5	332,766	8,2	348,702	7,9	340,402	7,3	390,351	8,2	355,302	7,1	328,155	6,6
Imprensa especializada	303,690	8,4	320,237	7,9	332,718	7,6	327,079	7,0	304,582	6,4	323,206	6,4	303,819	6,1
Imprensa regional	51,977	1,4	80,909	2,0	135,126	3,1	167,742	3,6	46,784	1,0	43,431	1,0	41,587	0,8
Outdoor	250,590	6,9	276,730	6,8	283,984	6,5	303,504	6,5	311,407	6,5	294,186	5,8	312,483	6,3
Rádio	187,322	5,2	184,883	4,6	183,458	4,2	178,760	3,8	196,229	4,1	200,128	4,0	219,055	4,4
Cinema	13,596	0,4	14,491	0,4	21,976	0,5	23,427	0,5	22,864	0,5	23,485	0,5	29,200	0,6
Total	3 635,750	100,0	4 050,223	100,0	4 391,744	100,0	4 671,825	100,0	4 789,447	100,0	5 037,203	100,0	4 969,505	100,0

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade dos anos 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.
 Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

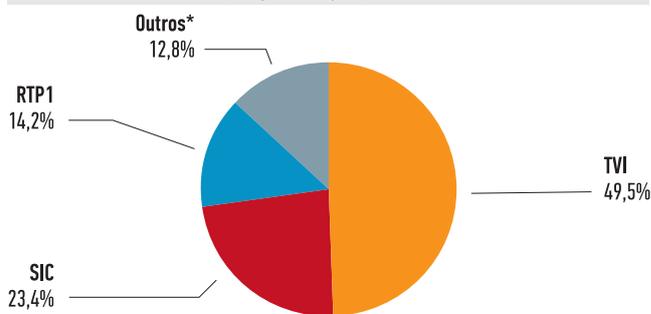
Fig. 3 – Repartição do investimento publicitário por meio (em percentagem) – 2011.



Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.
 Total do investimento, 4 969,505 milhões de euros.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 4 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (em percentagem) – 2011.



Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

Total do investimento, 3 735,207 milhões de euros.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.
 * "Outros" "Outros" — inclui AXN; Disney Channel; Fox; Fox Life; Hollywood; MOV; MTV Portugal; Panda; Panda Biggs; RTP2; RTP Memória; RTPN; SIC Mulher; SIC Notícias; SIC Radical; TVI 24; TV Record.

Fig. 5 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (em milhões de euros e em percentagem) – 2011.

Serviço de programas	2011	
	Milhões de euros	%
TVI	1 850,157	49,5
SIC	875,784	23,4
RTP1	529,852	14,2
SIC N	105,155	2,8
AXN	62,605	1,7
TV Record	56,463	1,5
FOX	40,565	1,1
SIC Mulher	32,852	0,9
Panda	32,808	0,9
RTPN	29,967	0,8
Fox Life	20,047	0,5
TVI24	18,949	0,5
RTP Memória	16,979	0,5
Disney Channel	15,243	0,4
SIC Radical	14,305	0,4
Hollywood	12,015	0,3
MTV Portugal	7,670	0,2
RTP2	4,751	0,1
Panda Biggs	4,359	0,1
MOV	1,849	0,0
Total	3 735,207	100,0

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

O **RTP1** apresenta um comportamento misto, notando-se o aumento da sua quota de mercado em 1,5 pontos percentuais entre 2009 e 2010, e decrescendo 1,2 pontos percentuais em 2011 (fig. 6).

2.2. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

Em 2011, a **TSF** liderou a captação do investimento publicitário em rádio, com uma quota de 26,6 %, seguindo-se a **Rádio Comercial** (MCR) e a **RFM** (Grupo Renascença), com um *share* de, respetivamente, 24,5 % e 23,9 %. As três estações de rádio concentraram, em 2011, 75 % do investimento publicitário em rádio. Registe-se ainda que a quota de investimento da **M80** fixou-se nos 8,3 % e a da **RR** nos 7,9 % (fig. 7). Entre 2005 e 2011, a **TSF** liderou a captação dos investimentos publicitários em rádio, apesar de uma quebra da respetiva quota de mercado, entre 2008 e 2009, contrabalançada com uma subida em 2010 e 2011. Em matéria de receitas publicitárias, a **RFM** e a **Rádio Comercial** secundaram a **TSF** ao longo de todo o período. Verifica-se uma tendência de decréscimo do *share* da **Rádio Renascença** e, no sentido contrário, uma subida da **Cidade FM**, de 2006 a 2008, seguida de uma tendência de decréscimo, a partir de 2009 (fig. 8).

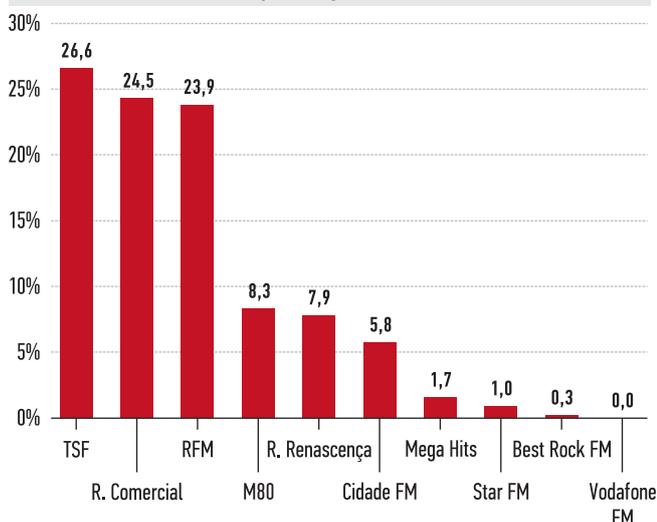
Fig. 6 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (em milhões de euros e em percentagem) – 2005-2011.

Serviço de programas	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Milhões de euros	%												
RTP1	351,323	14,2	386,732	13,6	421,227	13,7	455,640	13,7	489,245	13,9	584,714	15,4	529,852	14,2
SIC	1 024,983	41,3	934,427	32,9	970,078	31,4	951,984	28,6	901,648	25,6	945,775	24,9	875,784	23,4
TVI	924,599	37,2	1 258,851	44,3	1 379,080	44,7	1 612,178	48,4	1 737,196	49,4	1 851,819	48,8	1 850,157	49,5
Outros	182,730	7,4	260,196	9,7	315,395	10,2	311,109	9,3	389,141	11,1	415,156	10,9	479,414	12,8
Total	2 483,635	100,0	2 840,206	100,0	3 085,780	100,0	3 330,911	100,0	3 517,230	100,0	3 797,464	100,0	3 735,207	100,0

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade dos anos 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 7 – Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (em percentagem) – 2011.



Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2011.

Total do investimento, 219,055 milhões de euros.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

2.3. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA (ESTIMATIVAS MARKTEST)

De acordo com os dados da Marktest, as publicações de informação geral captaram, em 2011, 48,7 % do total do investimento publicitário em imprensa (328 milhões de euros), seguindo-se os títulos de economia/negócios/gestão (10,1 %; 68,2 milhões de euros), desporto/veículos (8,4 %; 56,6 milhões de euros), femininas/moda (7,8 %; 52,4 milhões de euros) e sociedade (7,0 %; 47 milhões de euros). A imprensa regional granjeou 6,2 % do investimento publicitário em imprensa (41,6 milhões de euros) (figs. 9 e 10).

3. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO (ESTIMATIVAS DO OMNICOM MEDIA GROUP)

A Marktest calcula as suas estimativas do investimento publicitário com base em preços de tabela, o que se reflete numa visão inflacionada do valor deste mercado. Por sua vez, acrescentam-se as estimativas

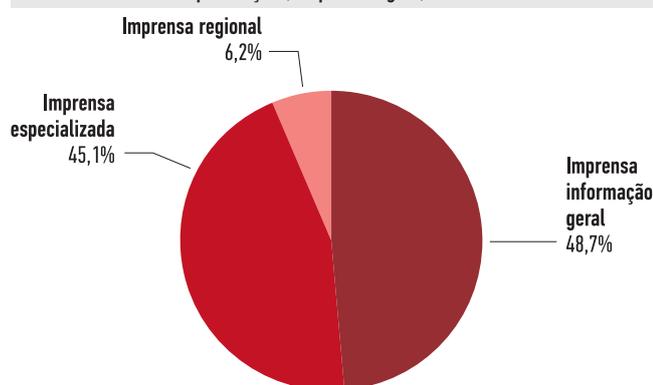
Fig. 8 – Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (em milhões de euros e em percentagem) – 2005-2011.

Meio	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Milhões de euros	%												
Cidade FM	13,099	7,0	11,841	6,4	13,364	7,3	16,672	9,3	17,954	9,1	15,578	7,8	12,800	5,8
RC	47,069	25,1	42,316	22,9	40,932	22,3	38,196	21,4	43,187	22,0	48,019	24,0	53,585	24,5
RFM	45,076	24,1	45,761	24,8	46,124	25,1	45,843	25,6	47,427	24,2	48,846	24,4	52,372	23,9
RR	14,534	7,8	12,691	6,9	14,056	7,7	13,770	7,7	13,943	7,1	13,326	6,7	17,322	7,9
TSF	53,487	28,6	57,214	30,9	55,454	30,2	52,927	29,6	47,765	24,3	52,981	26,5	58,243	26,6
Outros	14,057	7,5	15,060	8,1	13,528	7,4	11,352	6,4	25,953	13,2	21,380	10,7	24,732	11,3
Total	187,322	100,0	184,883	100,0	183,458	100,0	178,760	100,0	196,229	100,0	200,128	100,0	219,055	100,0

Fonte: Markttest – Anuários de Média e Publicidade dos anos 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2011.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 9 – Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (em percentagem) – 2011.



Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

Total do investimento, 673,561 milhões de euros.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 10 – Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (em percentagem) – 2011.

Tipo de publicação	2011	
	Milhões de euros	%
Imprensa de informação geral	328,155	48,7
Imprensa especializada	303,819	45,1
Economia, Negócios e Gestão	68,168	10,1
Desporto/Veículos	56,639	8,4
Femininas/Moda	52,439	7,8
Sociedade	47,033	7,0
Televisão e Jogos	10,186	1,5
Saúde/Educação	10,145	1,5
Lazer	7,798	1,2
Cultura/Espectáculo	7,278	1,1
Sectorial	7,184	1,1
Tecnologias de Informação	6,696	1,0
Decoração	5,599	0,8
Masculinas	5,122	0,8
Interesse Geral	4,420	0,7
Culinária	3,831	0,6
Ambiente / Divulgação Científica	1,684	0,3
Juvenis	1,420	0,2
Para Crianças	524	0,1
Viagens e Turismo	7,512	1,1
Imprensa regional	41,587	6,2
Total	673,561	100,0

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2011.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

do Omnicom Media Group (já anteriormente, e doravante, referido como Omnicom), grupo especializado em consultadoria no sector dos média, as quais pretendem aproximar-se dos preços realmente praticados.

A primeira divergência entre as duas fontes supracitadas verifica-se no valor total anual do investimento publicitário: segundo a Markttest, esse investimento representa 4 970 milhões de euros, em 2011; já a Omnicom estima um valor na ordem dos **618 milhões de euros**, uma diferença de aproximadamente 4 352 milhões de euros.

A segunda diferença respeita à evolução do mercado: para a Markttest, o investimento publicitário aumentou entre 2002 e 2010 (assinalado-se, contudo, um decréscimo em 2011); já o grupo Omnicom estima que o investimento publicitário tenha sofrido **quebras dramáticas no período de uma década**, concentradas entre 2008 e 2009 e entre 2010 e 2011, e que as perdas foram de, respetivamente, 14,6 % e 11 %.

Assim, apesar de um crescimento, de 2009 para 2010, na ordem dos 1,5 %, verificou-se, em 2011, segundo a Omnicom, novo decréscimo, de 11 %.

A terceira diferença prende-se com a distribuição do investimento por suportes. A **televisão** concentra a maior fatia do investimento publicitário. No entanto, segundo os dados da Markttest, a fatia do investimento publicitário em televisão foi crescente e tornou-se dominante no período de uma década, atingindo os 75,2 % em 2011. Já segundo a Omnicom, no mesmo ano, a televisão teve um peso de cerca de 54 % (seria de 50 %, em 2002). **A discrepância de valores entre as duas estimativas é de cerca de 90 %**, o que indicia que a prática de descontos é particularmente pronunciada na televisão.

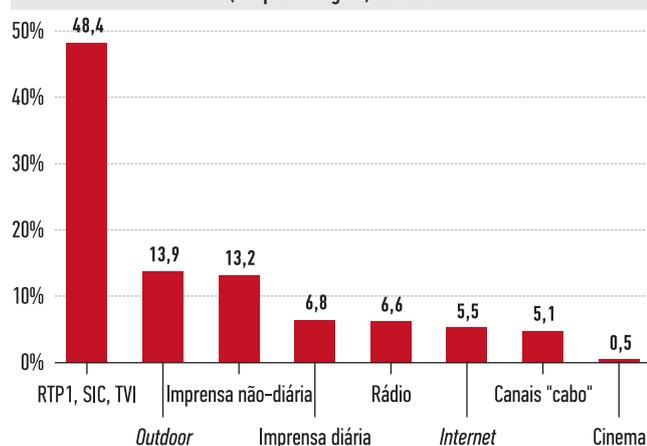
As estimativas da Markttest e da Omnicom divergem no que respeita aos valores do investimento publicitário em **outdoor** (peso de 14 %, em 2011, segundo a Omnicom; e de 6,3 %, segundo a Markttest). As duas fontes apresentam ainda evoluções contraditórias para este suporte (tendência de subida, para a Omnicom, e de descida, para a Markttest).

Fig. 11 – Repartição do investimento publicitário por meio (em milhares de euros e em percentagem) – 2002-2011.

Meios	2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Milhões de euros	%																		
RTP1, SIC e TVI	305,864	47,5	327,986	49,1	362,425	47,7	367,861	47,8	371,540	48,1	382,686	47,4	379,754	47,6	331,347	48,7	339,299	49,1	298,794	48,4
Canais "cabo"	16,491	2,6	19,795	3,0	27,119	3,6	31,187	4,1	29,940	3,9	33,832	4,2	36,498	4,6	30,816	4,5	31,309	4,5	31,575	5,1
Imprensa diária	64,452	10,0	57,800	8,7	68,493	9,0	69,520	9,0	68,825	8,9	69,513	8,6	68,959	8,6	54,166	8,0	50,645	7,3	42,137	6,8
Imprensa não-diária	129,159	20,0	128,186	19,2	139,722	18,4	140,421	18,3	138,315	17,9	144,462	17,9	131,614	16,5	102,261	15,0	100,829	14,6	81,672	13,2
Rádio	43,425	6,7	45,922	6,9	53,729	7,1	51,580	6,7	48,743	6,3	48,743	6,0	45,661	5,7	39,953	5,9	40,552	5,9	40,958	6,6
Outdoor	75,401	11,7	79,351	11,9	99,189	13,1	98,197	12,8	101,143	13,1	106,200	13,2	108,008	13,5	93,427	13,7	95,763	13,9	85,899	13,9
Cinema	4,635	0,7	4,243	0,6	4,264	0,6	4,349	0,6	4,306	0,6	4,478	0,6	4,456	0,6	4,099	0,6	2,956	0,4	2,880	0,5
Internet	4,800	0,7	4,342	0,7	4,212	0,6	5,686	0,7	9,235	1,2	16,622	2,1	22,398	2,8	24,638	3,6	29,443	4,3	33,679	5,5
Total	644,228	100,0	667,625	100,0	759,153	100,0	768,802	100,0	772,045	100,0	806,536	100,0	797,349	100,0	680,708	100,0	690,796	100,0	617,595	100,0

Fonte: Omnicom Media Group / OPera.

Fig. 12 – Repartição do investimento publicitário por meio (em percentagem) – 2011.



Fonte: Omnicom Media Group / OPera.
Total do investimento, 617,595 milhões de euros.

De acordo com os dados do grupo Omnicom, o mercado publicitário totalizou, em 2011, cerca de 618 milhões de euros, o que representou um decréscimo de 11 % em relação a 2010.

Ainda de acordo com a citada fonte, RTP1, SIC e TVI representaram a principal fatia do investimento publicitário, no valor de 48,4 % (299 milhões de euros).

O outdoor terá sido o segundo mais importante suporte publicitário (13,9 %; 86 milhões de euros), seguindo-se a imprensa não-diária, com um peso de 13,2 % (cerca de 82 milhões de euros).

A imprensa diária totaliza 6,8 % do investimento publicitário (cerca de 42 milhões de euros), seguindo-se a rádio (6,6 %; 41 milhões de euros) e a internet (5,5 %, 33,7 milhões de euros).

No que respeita à *internet*, não há comparabilidade possível quanto ao investimento publicitário, dado que, como referido, este não é avaliado pela Marktest. Segundo a Omnicom, este meio contrariou a tendência de descida do mercado publicitário, registando um aumento progressivo das suas receitas. Em 2011, a *internet* acolheu 5,5 % do "bolo" de investimento publicitário.

Ocorrem, ainda assim, **pontos de convergência** entre as estimativas da Marktest e da Omnicom.

Em primeiro lugar, registre-se a descida do investimento publicitário na **imprensa**: de acordo com a Marktest, esse decréscimo verificou-se tanto na imprensa de informação geral, como na especializada; no que respeita aos dados fornecidos pelo grupo Omnicom, o decréscimo registou-se tanto nas publicações diárias como nas não-diárias.

Ambos os dados da Marktest e da Omnicom demonstram a importância relativamente marginal, em termos globais, do **cinema** enquanto meio de investimento publicitário (fig. 11).

4. SÍNTESE CONCLUSIVA

De modo a avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, com as do grupo Omnicom. Ambas as fontes adotam métodos claramente distintos, divergindo assim nas estimativas que apresentam para a avaliação do mercado publicitário.

A análise dos dados da Marktest sobre a evolução deste mercado ao longo da última década demonstra uma tendência de crescimento ininterrupto: em 2003, atingia 2,6 mil milhões de euros; já em 2011, ascendia a 5 mil milhões de euros. Porém, de acordo com a Omnicom, o mercado publicitário representava 644 milhões de euros em 2002 e atingiu um montante inferior em 2011 (618 milhões de euros), tendo sofrido, durante a última década, alguns períodos de quebras bastante acentuadas. O valor global do investimento publicitário em 2011 representa um decréscimo de 11 % relativamente a 2010, atingindo o valor mais baixo da última década (2002–2011), e encontrando-se 14 % abaixo da média de investimento global nesse período.

Deste modo, em 2011, entre as duas estimativas sobre o montante global do investimento publicitário encontra-se um diferencial de 4,4 mil milhões de euros.

A televisão é apontada pelas duas fontes como o meio que centraliza a maior fatia do investimento publicitário. A televisão evoluiu de uma quota de 63,2 % para 75,2 %, entre 2003 e 2011, segundo a Marktest; nas estimativas do grupo Omnicom, ocorreu um acréscimo mais subtil, de 52,1 % para 53,5 %.

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

As duas fontes (Marktest e Omnicom) coincidem ainda no que respeita à descida do investimento publicitário na imprensa, o qual incide tanto nas publicações de informação geral como nas especializadas, nos títulos regionais, e na imprensa diária e não-diária.

A rádio tem vindo a perder importância enquanto suporte publicitário — segundo a Marktest, representava um *share* de 6,5 % em 2003, e

de 4,4 % em 2011; segundo o Omnicom, tem vindo a sofrer pequenas flutuações, encontrando-se em 2011 (6,6 %) perto dos valores de 2002 (6,7 %) e de 2003 (6,9 %).

Os dados da Marktest demonstram que, desde 2005, a *TSF* recolhe a maior fatia do investimento publicitário em rádio.

Os dados da Omnicom sugerem que o investimento publicitário na *internet* tem vindo a aumentar de modo progressivo. Relembre-se que a Marktest não avalia o investimento publicitário naquele meio, pelo que não é possível estabelecer uma comparação a este nível.

Os dados avançados pela Marktest e pela Omnicom divergem quanto ao peso do mercado do *outdoor*. Para a Marktest, este suporte atingiu 6,3 % em 2011, depois de uma evolução negativa nos últimos anos. Por sua vez, para o Omnicom, trata-se do segundo principal suporte publicitário, com um *share* de perto de 13,9 %, seguido de perto pela imprensa não-diária, com 13,2 %.

Refira-se ainda que as estimativas das duas entidades comprovam a diminuta importância do cinema enquanto suporte publicitário.

ANÁLISE EVOLUTIVA DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO TELEVISIVA (DE 2007 A 2011)

Nos pontos que se seguem, apresenta-se uma análise evolutiva do investimento publicitário em informação televisiva, de 2007 a 2011. A análise baseia-se em dados fornecidos pela MediaMonitor/Marktest que permitem caracterizar os intervalos publicitários associados à informação no que se refere à sua duração e ao respetivo investimento, bem como à relevância dos anunciantes (evidenciando os dez principais anunciantes na informação — diária e não-diária — de cada um dos serviços de programas, generalistas e temáticos, analisados).

Deverá salientar-se, antes de mais, que os valores do investimento publicitário apresentados são **calculados a preços de tabela**, pelo que não contemplam os descontos resultantes das negociações. Embora se reconheça que estes valores estão inflacionados (uma vez que, genericamente, não incorporam descontos), os mesmos permitem uma aproximação à distribuição do investimento publicitário pelos meios de comunicação social nacionais. Não sendo a solução ideal, é a que se afigura viável, atendendo à inexistência de valores reais na avaliação do mercado publicitário em Portugal.

No cálculo do investimento publicitário em informação televisiva diária e não-diária apresentado neste relatório, foram considerados todos os anúncios publicitários emitidos imediatamente antes do início de cada bloco informativo, bem como aqueles que foram emitidos nos intervalos dos mesmos, de acordo com a contabilização realizada pela MediaMonitor/Marktest. Excluíram-se desse cálculo as autopromoções a conteúdos produzidos pelos próprios serviços de programas.

1.1. INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INFORMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS (RTP1, SIC E TVI)

NOTA PRÉVIA

Na medida em que existem diferenças muito significativas entre a análise da publicidade nos serviços de programas generalistas face aos serviços de programas temáticos informativos, no presente ponto serão abordados indicadores fornecidos pela MediaMonitor/Marktest exclusivamente para os primeiros.

1.1.1. INFORMAÇÃO DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS (RTP1, SIC E TVI)

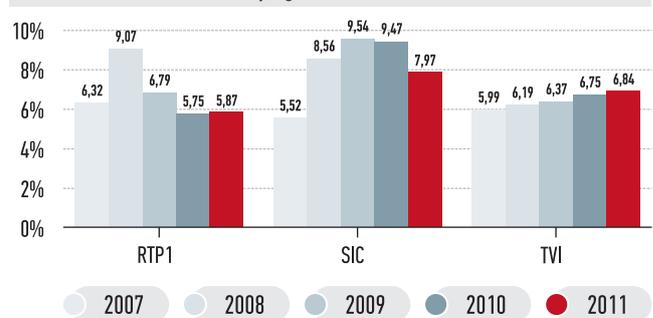
Fig. 1 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas televisivos de informação diária.

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	6,32	9,07	2,8	6,79	-2,3	5,75	-1,0	5,87	0,1
SIC	5,52	8,56	3,0	9,54	1,0	9,47	-0,1	7,97	-1,5
TVI	5,99	6,19	0,2	6,37	0,2	6,75	0,4	6,84	0,1

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos diários pelo total dos tempos associados a toda a programação. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 101 horas, 32 minutos e 8 segundos de intervalos associados a informação diária e um total de 1 731 horas, 0 minutos e 34 segundos associados a toda a programação.

Fig. 2 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- RTP1** — Aumento de 0,1 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários**. No que diz respeito à variação entre 2009 e 2010, verificou-se um decréscimo de 1 ponto percentual. Já entre 2008 e 2009, observou-se o maior decréscimo na RTP1, de 2,3 pontos percentuais. Observou-se ainda um acréscimo de 2,8 pontos percentuais entre 2007 e 2008.
- SIC** — Verificam-se as maiores oscilações, assistindo-se a variações positivas de 3 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 1 ponto percentual entre 2008 e 2009, contrariando a tendência negativa de 0,1 pontos percentuais entre 2009 e 2010 e de 1,5 pontos percentuais entre os últimos dois anos.

- > **TVI** — Observaram-se, ao longo do período analisado, acréscimos pouco significativos, que não excederam os 0,4 pontos percentuais (entre 2009 e 2010).

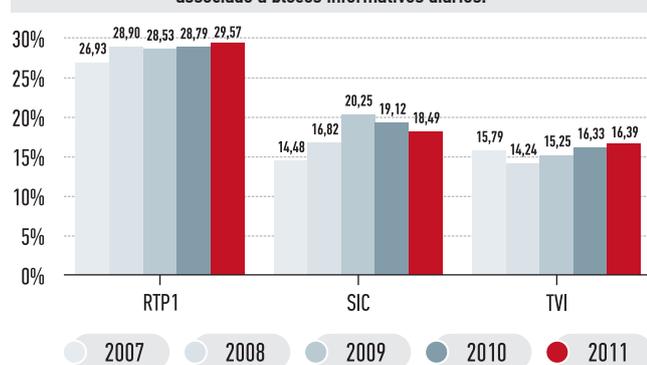
Fig. 3 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	26,93	28,90	2,0	28,53	-0,4	28,79	0,3	29,57	0,8
SIC	14,48	16,82	2,3	20,25	3,4	19,12	-1,1	18,49	-0,6
TVI	15,79	14,24	-1,5	15,25	1,0	16,33	1,1	16,39	0,1

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos diários pelo total do investimento publicitário associado a toda a programação. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 156 651 205,50 euros em investimento publicitário associado a informação diária e um total de 529 829 176,74 euros em investimento publicitário associado a toda a programação.

Fig. 4 – Percentagens do investimento publicitário associado a blocos informativos diários.



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP1** — Nos cinco anos analisados, verifica-se que a **percentagem da duração dos intervalos publicitários associados aos programas informativos diários** apresenta os valores mais elevados em 2008, representando 9,07 % do total associado a esse serviço de programas. Nos últimos dois anos, pelo contrário, registam-se as representações mais baixas dos intervalos publicitários que antecedem e integram os programas informativos diários, embora a percentagem se aproxime daquela registada em 2007.
- > **SIC** — Verifica-se que é esse o serviço de programas que, nomeadamente em 2009 e 2010, concentra mais tempo dos seus intervalos publicitários junto a programas informativos. Observa-se que em 2011 a proporção estudada desce para menos de 8 %, o que não se registava desde 2007.
- > **TVI** — Mantém uma representação semelhante ao longo dos cinco anos analisados, sendo observáveis aumentos ligeiros ao longo do período em análise.
- > **RTP1** — Entre 2010 e 2011, registou-se um aumento de 0,8 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado a programas informativos diários**. Também a variação entre 2009 e 2010 revela um acréscimo de 0,3 pontos percentuais.

Entre 2007 e 2008, registou-se um acréscimo de 2 pontos percentuais.

- > **SIC** — Assistiu-se a um aumento de 2,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008, um acréscimo de 3,4 pontos percentuais entre 2008 e 2009, e uma diminuição de 1,1 pontos percentuais de 2009 para 2010. Entre os últimos dois anos, observou-se um decréscimo menor face ao biénio anterior, de 0,6 pontos percentuais.
- > **TVI** — Observou-se um decréscimo de 1,5 pontos percentuais entre 2007 e 2008. As restantes variações corresponderam a acréscimos que oscilaram entre os 1,1 pontos percentuais, entre 2009 e 2010, e os 0,1 pontos percentuais verificados entre os últimos dois anos.
- > Os dados apresentados na fig. 3 permitem concluir que a percentagem dos três serviços de programas analisados não registou oscilações acentuadas ao longo dos últimos quatro anos.

- > Em 2011, a RTP1 apresentou a maior **percentagem do investimento publicitário associado a blocos informativos diários** (29,57 %). Seguiram-se a SIC (18,49 %) e a TVI (16,39 %). Podemos observar, através da fig. 4, que, na RTP1, os valores oscilam entre o mínimo de 26,93 % em 2007 e o máximo de 29,57 % observado em 2011, isto é, assumem uma tendência ligeiramente crescente ao longo dos cinco anos analisados.

- > **SIC** — O ano de 2009 apresenta o registo mais elevado, com 20,25 %. Em oposição, registam-se 14,48 % em 2007, o valor mais baixo dos cinco anos. Entre 2009 e 2011, a SIC registou variações negativas, apesar de ligeiras.
- > **TVI** — Verificam-se acréscimos entre 2008 e 2011, tendo os valores oscilado entre os 14,24 % em 2008 e os 16,39 % em 2011.
- > De acordo com a fig. 4, pode concluir-se que a **RTP1** é o serviço de programas que regista a maior percentagem nos últimos cinco anos.
- > A SIC e a TVI registam percentagens mais próximas nos cinco anos estudados. Ao contrário da SIC, que regista um ligeiro decréscimo entre 2009 e 2011, a TVI apresentou nesses três anos aumentos marginais.

- > Podemos observar, a partir da fig. 5, que o anunciante com maior **investimento publicitário em 2011** na informação diária do conjunto dos três serviços de programas foi o Modelo Continente – Hipermercados, S.A., com um valor de 48 942 332,93 euros, tendo anunciado em todos os operadores, destacando-se a TVI em termos de volume de investimento.

- > **RTP1** — Dois anunciantes ultrapassaram o investimento de 10 milhões de euros. A liderança foi assumida pelo Modelo Continente – Hipermercados, S.A., seguido pela Portugal Telecom, SGPS, S.A.
- > **SIC** — A quase totalidade dos anunciantes estavam associados a investimentos entre 4 milhões e quinhentos mil euros e 6 milhões de euros. A exceção foi o líder Modelo Continente – Hipermercados, S.A., que registou um valor investido de 8 278 870,19 euros.

Fig. 5 – Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário associado à informação diária dos serviços de programas generalistas, em 2011.

Anunciantes	RTP1	SIC	TVI	Total
Modelo Continente – Hipermercados, S.A.	18 756 971,29 €	8 278 870,19 €	21 906 491,45 €	48 942 332,93 €
Procter & Gamble	–	4 887 017,03 €	19 100 521,22 €	23 987 538,25 €
Pingo Doce – Distribuição Alimentar, S.A.	8 299 045,62 €	5 197 756,83 €	5 992 579,68 €	19 489 382,13 €
Portugal Telecom, SGPS, S.A.	13 032 737,99 €	6 252 585,16 €	–	19 285 323,15 €
L'Oréal – Portugal, Lda.	4 208 487,13 €	5 996 404,71 €	8 479 270,25 €	18 684 162,09 €
Optimus – Telecomunicações, S.A.	–	5 971 520,55 €	8 110 101,20 €	14 081 621,75 €
Unilever Jerónimo Martins	7 212 912,28 €	5 134 146,37 €	–	12 347 058,65 €
Lactogal – Produtos Alimentares, S.A.	–	4 340 125,59 €	7 903 581,12 €	12 243 706,71 €
Reckitt Benckiser Portugal, S.A.	–	4 989 272,63 €	6 611 762,73 €	11 601 035,36 €
Grupo Caixa Geral de Depósitos	4 340 196,21 €	–	5 980 323,20 €	10 320 519,41 €
ITMI Norte Sul Portugal, S.A.	–	–	9 371 104,28 €	9 371 104,28 €
TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, S.A.	7 984 525,54 €	–	–	7 984 525,54 €
Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	–	–	6 742 141,41 €	6 742 141,41 €
Johnson & Johnson, Lda.	6 699 053,04 €	–	–	6 699 053,04 €
ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.	5 287 361,05 €	–	–	5 287 361,05 €
Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A.	–	4 541 263,76 €	–	4 541 263,76 €
Danone Portugal, S.A.	3 590 203,73 €	–	–	3 590 203,73 €

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: valores calculados a preço de tabela.

- TVI** — O Modelo Continente – Hipermercados, S.A. e a Procter & Gamble destacam-se, tal como sucedeu no ano 2010, com investimentos no valor de 21 906 491,45 euros e 19 100 521,22 euros, respetivamente.

Dos anunciantes que apresentam mais publicidade junto a blocos informativos dos serviços de programas generalistas, três são comuns entre os dez maiores anunciantes associados à informação da RTP1, da SIC e da TVI: o Modelo Continente – Hipermercados, S.A., o Pingo Doce – Distribuição Alimentar, S.A. e a L'Oréal – Portugal, Lda.

Fig. 6 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
Telejornal RTP1	27,97	29,65	1,7	27,83	-1,8	26,17	-1,7	27,86	1,7
Jornal da Noite SIC	47,00	40,27	-6,7	34,09	-6,2	30,35	-3,7	29,51	-0,8
Jornal Nacional / Jornal das 8 - TVI	42,12	39,36	-2,8	40,97	1,6	42,77	1,8	42,10	-0,7

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

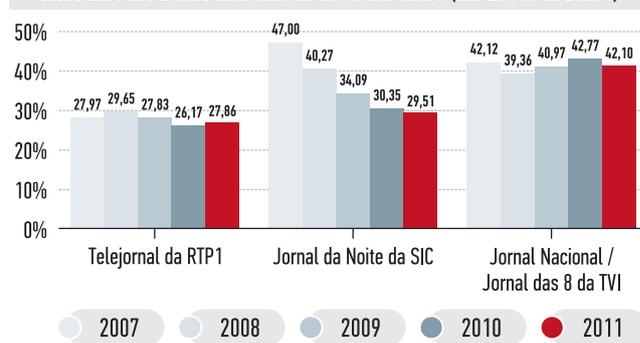
Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a blocos informativos diários de horário nobre pelo total dos tempos associados a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 28 horas, 17 minutos e 26 segundos de intervalos associados a blocos informativos diários de horário nobre e um total de 101 horas, 32 minutos e 8 segundos associados a toda a informação diária.

- Telejornal da RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 1,7 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre**, à semelhança do verificado entre 2007 e 2008. As variações entre 2008 e 2009 e entre 2009 e 2010 foram negativas, de 1,8 e 1,7 pontos percentuais, respetivamente.
- Jornal da Noite da SIC** — Assistiu-se a uma redução de 6,7 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 6,2 pontos percentuais

entre 2008 e 2009. Essa tendência para a diminuição continuou a verificar-se, mas de forma mais ligeira, fixando-se em -0,8 pontos percentuais entre os dois últimos anos.

- Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI** — Observou-se um decréscimo de 2,8 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 0,7 entre 2010 e 2011. Em oposição, observaram-se acréscimos próximos dos dois pontos percentuais entre 2008 e 2009, bem como entre 2009 e 2011.

Fig. 7 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- Em 2011, o Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI apresentou a maior **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a blocos informativos diários de horário nobre** (42,10 %). Tal significa que este é o espaço informativo que concentra a maior percentagem de publicidade face aos restantes serviços de informação diários em 2011. Seguiram-se o Jornal da Noite da SIC (29,51 %) e o Telejornal da RTP1 (27,86 %).
- Telejornal da RTP1** — As percentagens associadas aos blocos informativos de horário nobre oscilam entre o mínimo de 26,17 % em 2010 e o máximo de 29,65 % observado em 2008, mantendo-se aproximadamente constante nos cinco anos analisados.

- > **Jornal da Noite da SIC** — O ano de 2007 apresenta o registo mais elevado, com 47 %. Em oposição, temos 29,51 % observados em 2011. Este serviço de programas tem registado uma tendência decrescente.
- > **Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI** — Observam-se pequenos acréscimos entre 2008 e 2010, tendo os valores oscilado entre os 39,36 % em 2008 e os 42,77 % em 2010.
- > No cômputo geral, é o Jornal da Noite da SIC que regista os decréscimos mais acentuados no período compreendido entre 2007 e 2011.

Fig. 8 – Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
Telejornal RTP1	47,42	49,32	1,9	47,38	-1,9	47,10	-0,3	52,71	5,6
Jornal da Noite SIC	63,34	65,67	2,3	62,41	-3,3	61,02	-1,4	60,61	-0,4
Jornal Nacional / Jornal das 8 - TVI	61,98	59,84	-2,1	62,94	3,1	64,51	1,6	61,79	-2,7

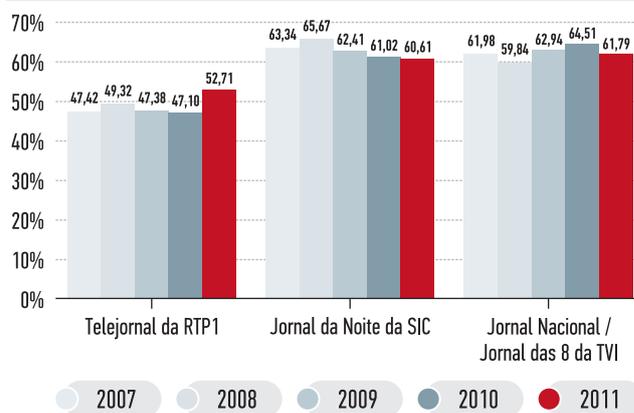
Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos diários de horário nobre pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 82 570 701,64 euros em investimento publicitário associado a blocos informativos diários de horário nobre e um total de 156 651 205,50 euros associados a toda a informação diária.

- > **Telejornal da RTP1** — Entre 2010 e 2011, registou-se um aumento de 5,6 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos de horário nobre**. Relativamente à variação entre 2009 e 2010, verificou-se um decréscimo de 0,3 pontos percentuais, menos acentuado do que o observado entre 2008 e 2009 (1,9). Entre os dois primeiros anos analisados, observou-se um acréscimo de 1,9 pontos percentuais.
- > **Jornal da Noite da SIC** — Assistiu-se a um aumento de 2,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008, o único biénio com variação positiva. Registou-se, entre 2008 e 2009, um decréscimo de 3,3 pontos percentuais. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi de -1,4 pontos percentuais e, entre os últimos dois anos, de -0,4 pontos percentuais.
- > **Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI** — Observou-se um decréscimo de 2,7 pontos percentuais entre 2010 e 2011, bem como uma redução de 2,1 pontos percentuais entre 2007 e 2008. As restantes variações corresponderam a acréscimos entre 1,6 (2009 e 2010) e 3,1 (2008 e 2009) pontos percentuais.
- > Verifica-se que nos primeiros quatro anos analisados a evolução dos investimentos publicitários associados ao Jornal da Noite da SIC e ao Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI assume sinais opostos, isto é, no ano em que um regista subidas, o outro apresenta descidas numa ordem de grandeza semelhante. Entre os últimos dois anos, observaram-se decréscimos de 0,4 e 2,7 pontos percentuais nos investimentos publicitários associados ao Jornal da

Noite da SIC e ao Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI, respetivamente. Em termos de percentagem, verifica-se que ambos registam percentagens próximas dos investimentos publicitários que lhes estão associados.

Fig. 9 – Percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- > Podemos observar através da fig. 9 que, para o Telejornal da RTP1, as **percentagens do investimento publicitário associados aos blocos informativos de horário nobre** se mantêm aproximadamente constantes ao longo dos primeiros quatro anos analisados, verificando-se, no entanto, um acréscimo acentuado no último ano, atingindo os 52,71 %.
- > **Jornal da Noite da SIC** — O ano de 2008 apresenta o valor mais elevado, com 65,67 %, registando ligeiras descidas entre 2008 e 2011.
- > **Jornal Nacional / Jornal das 8 da TVI** — Observa-se que, à semelhança do Jornal da Noite da SIC, os valores também se aproximam dos 60 %, mas registando, ao invés, um crescimento médio positivo entre 2008 e 2010. No último ano, observou-se o decréscimo mais acentuado do quinquénio analisado.

Fig. 10 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	77,77	77,48	-0,3	78,36	0,9	78,23	-0,1	77,59	-0,6
SIC	75,50	78,60	3,1	80,09	1,5	81,39	1,3	82,06	0,7
TVI	70,17	68,53	-1,6	67,01	-1,5	68,14	1,1	68,54	0,4

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

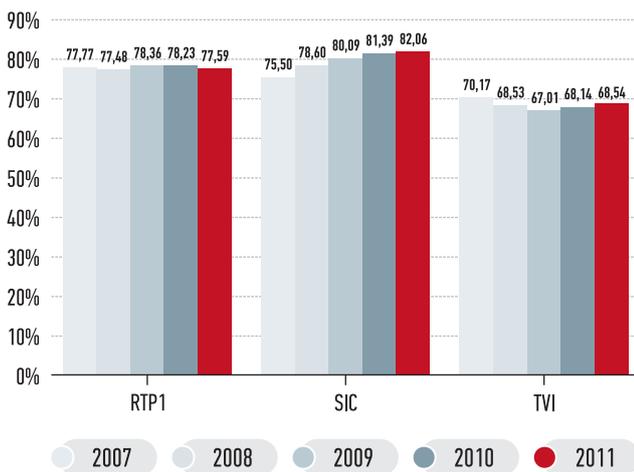
Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a blocos informativos diários emitidos aos dias de semana pelo total dos tempos associados a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 78 horas, 46 minutos e 37 segundos de intervalos associados a blocos informativos diários emitidos aos dias de semana e um total de 101 horas, 32 minutos e 8 segundos associados a toda a informação diária.

- > **RTP1** — Entre 2010 e 2011, registou-se uma redução de 0,6 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)**, à semelhança do decréscimo de 0,1 pontos percentuais verificado entre 2009 e 2010 e de 0,3

entre 2007 e 2008. Entre 2008 e 2009, observou-se um acréscimo de 0,9 pontos percentuais.

- > **SIC** — As variações são positivas ao longo dos cinco anos analisados: 3,1 pontos percentuais entre 2007 e 2008, 1,5 entre 2008 e 2009, 1,3 entre 2009 e 2010 e 0,7 entre os últimos dois anos, o acréscimo menos significativo.
- > **TVI** — Verificaram-se decréscimos de 1,6 e 1,5 pontos percentuais em 2007–2008 e 2008–2009, e variações ligeiramente positivas, observadas entre 2009 e 2010 (1,1 pontos percentuais), bem como entre 2010 e 2011 (0,4 pontos percentuais).
- > Estes dados permitem concluir que os serviços de programas privados apresentam pequenas oscilações positivas das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados à informação diária que emitem de segunda a sexta-feira nos últimos dois biénios analisados, enquanto o operador de serviço público, para o mesmo período, regista variações ligeiramente negativas.

Fig. 11 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP1** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira) oscilam entre os 77,48 % em 2008 e os 78,36 % observados em 2009, isto é, apresentam valores semelhantes nos cinco anos analisados.
- > **SIC** — O ano de 2011 apresenta a percentagem mais elevada, com 82,06 %. Em oposição, registam-se 75,5 % em 2007. Este serviço de programas foi o único que registou aumentos, ainda que ligeiros, desde 2007.
- > **TVI** — Observam-se decréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores oscilado entre os 67,01 % em 2009 e os 70,17 % em 2007. No entanto, os valores mantêm-se próximos nos cinco anos em análise. Refira-se que sobretudo os blocos informativos emitidos de segunda a sexta-feira na RTP1 e na SIC apresentam percentagens semelhantes, sendo que os blocos informativos da TVI apresentam valores, em geral, mais baixos.

Fig. 12 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

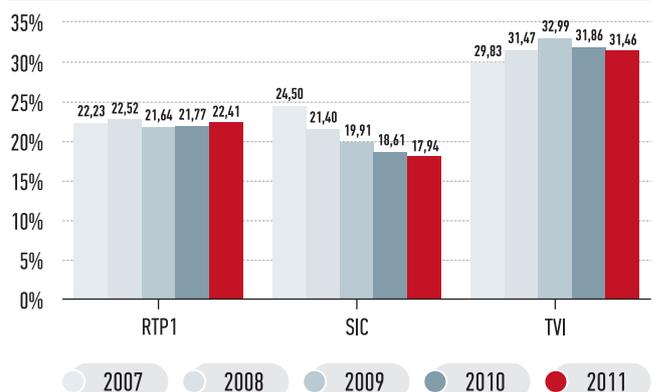
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	22,23	22,52	0,3	21,64	-0,9	21,77	0,1	22,41	0,6
SIC	24,50	21,40	-3,1	19,91	-1,5	18,61	-1,3	17,94	-0,7
TVI	29,83	31,47	1,6	32,99	1,5	31,86	-1,1	31,46	-0,4

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a blocos informativos diários emitidos aos fins de semana pelo total dos tempos associados a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 22 horas, 45 minutos e 31 segundos de intervalos associados a blocos informativos diários emitidos aos fins de semana e um total de 101 horas, 32 minutos e 8 segundos associados a toda a informação diária.

- > **RTP1** — Entre 2010 e 2011, registou-se um ligeiro aumento, de 0,6 pontos percentuais, na percentagem das **durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana**. Relativamente à variação entre 2008 e 2009, verificou-se um decréscimo de 0,9 pontos percentuais, o único biénio com uma variação negativa. As restantes variações corresponderam a acréscimos inferiores ou iguais a 0,3 pontos percentuais.
- > **SIC** — Assistiu-se a decréscimos ao longo dos cinco anos, registando-se uma redução de 3,1 pontos percentuais entre 2007 e 2008, de 1,5 pontos percentuais entre 2008 e 2009, de 1,3 pontos percentuais entre 2009 e 2010, e de 0,7 pontos percentuais entre os últimos dois anos.
- > **TVI** — Verificaram-se acréscimos ligeiros, de 1,6 e 1,5 pontos percentuais, entre 2007 e 2008 e entre 2008 e 2009, e variações negativas ligeiras observadas entre 2009 e 2011.

Fig. 13 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > Por sua vez, os blocos informativos dos fins de semana refletem tendências exatamente opostas em relação aos que são emitidos durante a semana, tendo a TVI registado os valores mais elevados. Pode-se observar através da fig. 13 que, na RTP1, as **percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana** oscilam entre 21,64 % em 2009 e os 22,52 % observados em 2008.

- > **SIC** — O ano de 2007 apresenta o registo mais elevado, com 24,5 %. Em oposição, registam-se 17,94 % em 2011.
- > **TVI** — Observam-se acréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores oscilado entre os 29,83 % em 2007 e os 32,99 % em 2009.

Fig. 14 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

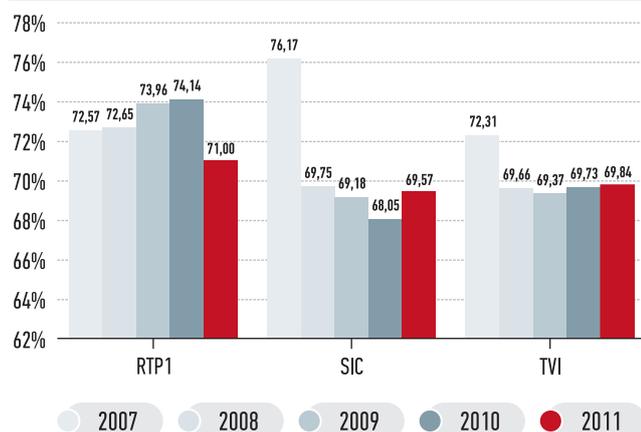
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	72,57	72,65	0,1	73,96	1,3	74,14	0,2	71,00	-3,1
SIC	76,17	69,75	-6,4	69,18	-0,6	68,05	-1,1	69,57	1,5
TVI	72,31	69,66	-2,7	69,37	-0,3	69,73	0,4	69,84	0,1

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos diários emitidos aos dias de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 111 228 499,30 euros em investimento publicitário associado a blocos informativos diários emitidos aos dias de semana e um total de 156 651 205,50 euros associados a toda a informação diária.

- > **RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, uma redução de 3,1 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)**, o único biénio a observar uma variação negativa. Na variação entre 2008 e 2009, a percentagem aumentou 1,3 pontos percentuais, a mais elevada dos cinco anos. As restantes oscilações corresponderam a acréscimos positivos, mas pouco significativos.
- > **SIC** — Entre 2007 e 2010, registou-se uma tendência descendente em relação à percentagem associada a blocos informativos emitidos durante a semana, tendo-se assistido a uma redução de 6,4 pontos percentuais entre 2007 e 2008, de 0,6 pontos percentuais entre 2008 e 2009 e de 1,1 pontos percentuais entre 2009 e 2010. Entre os últimos dois anos, assistiu-se a um acréscimo de 1,5 pontos percentuais.
- > **TVI** — Observou-se um decréscimo de 2,7 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 0,3 entre 2008 e 2009. Desde 2009 que se registam acréscimos, embora ligeiros.

Fig. 15 – Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP1** — As **percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)** oscilam entre 71 % em 2011 e 74,14 % em 2010, tendo-se registado acréscimos ao longo dos primeiros quatro anos analisados.
- > **SIC** — Apresenta decréscimo entre os primeiros quatro anos, sendo o mais acentuado aquele observado entre 2007 e 2008, passando dos 76,17 % para os 69,75 %. Entre 2010 e 2011, regista a única variação positiva: de 68,05 % passou para os 69,57 %.
- > **TVI** — Observam-se decréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores oscilado entre os 72,31 % em 2007 e os 69,37 % em 2009.
- > Os dados permitem verificar que a percentagem associada aos blocos informativos emitidos durante a semana nos três serviços de programas apresenta valores semelhantes entre 2007 e 2011. Refira-se que, à exceção da RTP1, os blocos informativos da SIC e da TVI apresentam decréscimos entre 2007 e 2009. Se, em 2007, é a SIC que regista a maior percentagem, nos restantes anos a RTP1 observa os valores mais elevados.

Fig. 16 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

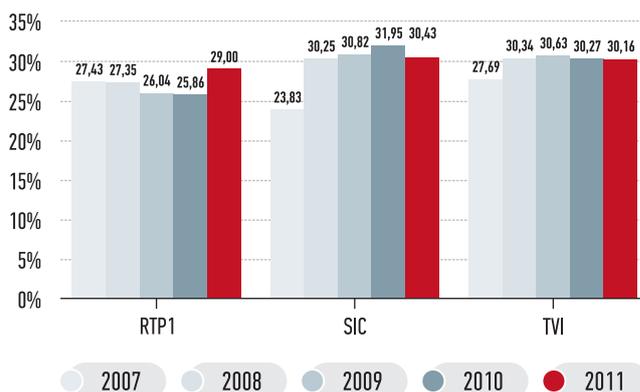
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	27,43	27,35	-0,1	26,04	-1,3	25,86	-0,2	29,00	3,1
SIC	23,83	30,25	6,4	30,82	0,6	31,95	1,1	30,43	-1,5
TVI	27,69	30,34	2,7	30,63	0,3	30,27	-0,4	30,16	-0,1

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos diários emitidos aos fins de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 45 422 706,20 euros em investimento publicitário associado a blocos informativos diários emitidos aos fins de semana e um total de 156 651 205,50 euros associados a toda a informação diária.

- > **RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 3,1 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana**. No que se refere à variação entre 2008 e 2009, verificou-se uma redução de 1,3 pontos percentuais. As restantes variações corresponderam a decréscimos pouco significativos.

Fig. 17 – Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **SIC** — Assistiu-se a um aumento significativo de 6,4 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e menos expressivo entre 2008 e 2009, 0,6. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 também foi positiva [1,1 pontos percentuais]. Entre os últimos dois anos, observou-se um decréscimo de 1,5 pontos percentuais, o único biénio a registar uma variação negativa.
- > **TVI** — Observou-se um acréscimo entre 2007 e 2008 [2,7 pontos percentuais] e mais ligeiro entre 2008 e 2009 [0,3 pontos percentuais]. Desde 2009 que se registam decréscimos ligeiros.
- > **RTP1** — As **percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana** oscilam entre os 25,86 % em 2010 e os 29 % observados em 2011, uma variação positiva que contraria as variações observadas nos restantes quatro anos.
- > **SIC** — O ano de 2010 apresenta a percentagem mais elevada, com 31,95 %. Em oposição, observam-se 23,83 % em 2007. Regista-se um aumento acentuado entre 2007 e 2008, que estabilizou nos três anos seguintes.
- > **TVI** — Observam-se acréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores apresentado oscilações entre os 27,69 % em 2007 e os 30,63 % em 2009.

1.1.2. INFORMAÇÃO NÃO-DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS (RTP1, SIC E TVI)

Fig. 18 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários.

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	7,65	12,61	5,0	9,29	-3,3	7,60	-1,7	7,21	-0,4
SIC	0,45	0,42	0,0	2,28	1,9	0,97	-1,3	0,17	-0,8
TVI	5,46	5,87	0,4	6,25	0,4	5,85	-0,4	5,72	-0,1

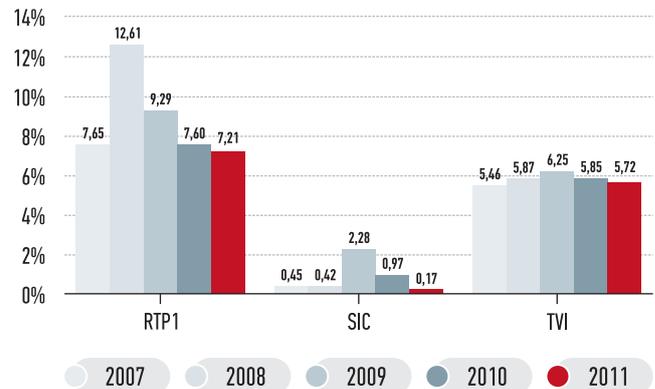
Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos não-diários pelo total dos tempos associados a toda a programação. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 124 horas, 52 minutos e 50 segundos de intervalos associados a informação não-diária e um total de 1 731 horas, 0 minutos e 34 segundos associados a toda a programação.

- > **RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, uma redução de 0,4 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários**. No que diz respeito à variação entre 2009 e 2010, verificou-se um decréscimo de 1,7 pontos percentuais, à semelhança da variação negativa observada entre 2008 e 2009, embora mais acentuada, de 3,3. Entre 2007 e 2008, pelo contrário, observou-se um acréscimo de 5 pontos percentuais.
- > **SIC** — Assistiu-se a uma variação quase nula (de 0,03 pontos percentuais) entre 2007 e 2008, registando-se um acréscimo de 1,9 pontos percentuais no biénio seguinte. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi de -1,3 pontos percentuais e entre 2010 e 2011 de -0,8.

- > **TVI** — Observaram-se oscilações pouco significativas, que se fixaram nos 0,4 pontos percentuais positivos em 2007–2008 e 2008–2009 e negativos em 2009–2010. Entre 2010 e 2011, a variação foi negativa, mas pouco acentuada [0,1].

Fig. 19 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários.



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > Em 2011, a RTP1 apresentou a maior **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária** [7,21 %], seguindo-se a TVI [5,72 %]. A SIC [0,17 %] apresentou percentagens mais reduzidas, quase marginais.
- > **RTP1** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários oscilam entre o mínimo de 7,21 % em 2011 e o máximo de 12,61 % em 2008.
- > **SIC** — É o ano de 2009 que apresenta o registo mais elevado, com 2,28 %. Em oposição, observam-se 0,17 % em 2011.
- > **TVI** — Observam-se ligeiros acréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores oscilado entre os 5,46 % em 2007 e os 6,25 % em 2009. Refira-se que os valores apresentados pela TVI em 2011 são os mais reduzidos, à exceção de 2007.
- > Pode concluir-se que os programas informativos não-diários da TVI são aqueles que apresentam menos oscilações. Por outro lado, é a RTP1 que regista genericamente os valores mais elevados, contrastando com aqueles observados na SIC.

Fig. 20 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários.

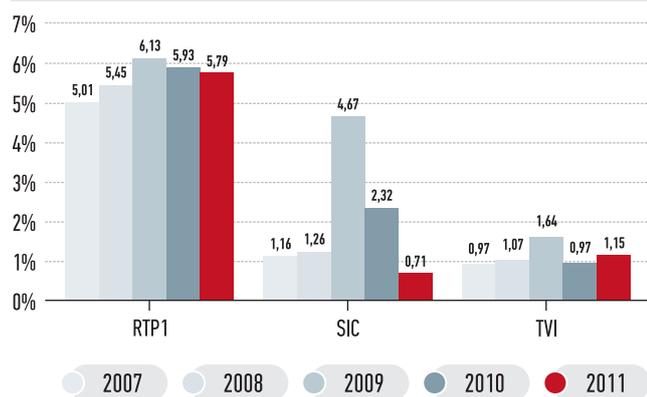
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	5,01	5,45	0,4	6,13	0,7	5,93	-0,2	5,79	-0,1
SIC	1,16	1,26	0,1	4,67	3,4	2,32	-2,4	0,71	-1,6
TVI	0,97	1,07	0,1	1,64	0,6	0,97	-0,7	1,15	0,2

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários pelo total do investimento publicitário associado a toda a programação. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 30 659 499,44 euros em investimento publicitário associado a informação não-diária e um total de 529 829 176,74 euros em investimento publicitário associado a toda a programação.

- RTP1** — Registaram-se, entre 2009 e 2011, reduções muito ligeiras na **percentagem do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários**. No que diz respeito à variação entre 2008 e 2009, verificou-se um acréscimo de 0,7 pontos percentuais e, entre 2007 e 2008, de 0,4 pontos percentuais.
- SIC** — Variações negativas nos últimos dois biénios, de 2,4 e 1,6 pontos percentuais, respetivamente. Entre 2007 e 2008 a variação é positiva, embora ligeira (0,1), e entre 2008 e 2009 verifica-se um acréscimo mais acentuado de 3,4 pontos percentuais.
- TVI** — Acréscimos ligeiros em quase todos os biénios, excetuando 2009–2010, onde a variação foi negativa, mas também pouco acentuada (0,7).
- Os dados permitem verificar que, entre 2009 e 2011, a percentagem associada aos programas informativos não-diários dos três serviços de programas analisados apresenta, genericamente, oscilações negativas, enquanto nos anos anteriores regista variações positivas, ainda que ligeiras.

Fig. 21 – Percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários.



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- Em 2011 a RTP1 apresentou a maior **percentagem do investimento publicitário associado a informação não-diária** (5,79%). Seguiram-se a TVI (1,15%) e a SIC (0,71%).
- RTP1** — As percentagens oscilam entre 5,01% (em 2007) e 6,13% (em 2009), ou seja, mantêm valores próximos ao longo do período analisado e os mais elevados dos três serviços de programas analisados.
- SIC** — O ano de 2009 apresenta a percentagem mais elevada, com 4,67%. Em oposição, o valor mais baixo (0,71%) observa-se em 2011.
- TVI** — Observam-se acréscimos entre 2007 e 2009, tendo os valores oscilado entre os 0,97% em 2007 e os 1,64% em 2009, embora os valores mantenham uma constância relativa.
- Podemos observar, a partir da fig. 22, que o anunciante com maior **investimento publicitário em 2011** na informação não-diária do conjunto dos três serviços de programas analisados foi o Modelo Continente – Hipermercados, S.A., com um valor de 6 197 380,01 euros, tendo anunciado em todos os operadores.
- RTP1** — No que se refere a investimento publicitário associado a informação não-diária, dois anunciantes ultrapassaram o investimento de 2 milhões de euros. A liderança foi assumida pelo Modelo Continente – Hipermercados, S.A., seguido pela Unilever Jerónimo Martins.
- SIC** — A Cofidis, S.A. é líder, com um investimento de 857 862,04 euros, seguida da Artsana Portugal, S.A., com 830 636,21 euros.
- TVI** — A Procter & Gamble e o Modelo Continente – Hipermercados, S.A. destacam-se, com investimentos no valor de 1 750 141,60 euros e 1 550 352,50 euros, respetivamente.
- RTP1** — Entre 2009 e 2011, registaram-se acréscimos muito ligeiros na **percentagem das durações dos intervalos publicitários**

Fig. 22 – Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário em 2011 associado à informação não-diária dos serviços de programas generalistas.

Anunciantes	RTP1	SIC	TVI	Total
Modelo Continente – Hipermercados, S.A.	4 470 719,05 €	176 308,46 €	1 550 352,50 €	6 197 380,01 €
Procter & Gamble	1 821 675,15 €	-	1 750 141,60 €	3 571 816,75 €
Unilever Jerónimo Martins	2 035 727,69 €	140 521,15 €	1 107 575,91 €	3 283 824,75 €
Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A.	940 417,74 €	-	1 137 719,31 €	2 078 137,05 €
Portugal Telecom, SGPS, S.A.	1 630 855,13 €	248 894,99 €	-	1 879 750,12 €
Bayer Portugal, S.A.	-	-	1 405 904,27 €	1 405 904,27 €
Johnson & Johnson, Lda.	1 191 710,18 €	-	-	1 191 710,18 €
L'Oréal – Portugal, Lda.	-	437 139,51 €	609 621,74 €	1 046 761,25 €
Lactogal – Produtos Alimentares, S.A.	862 025,76 €	156 561,54 €	-	1 018 587,30 €
Peugeot Portugal – Automóveis, S.A.	-	-	966 780,67 €	966 780,67 €
Grupo Caixa Geral de Depósitos	891 765,09 €	-	-	891 765,09 €
Johnson's Wax Portugal	-	-	871 739,49 €	871 739,49 €
Cofidis, S.A.	-	857 862,04 €	-	857 862,04 €
Artsana Portugal, S.A.	-	830 636,21 €	-	830 636,21 €
Optimus – Telecomunicações, S.A.	782 782,43 €	-	-	782 782,43 €
Automóveis Citroën, S.A.	-	-	776 536,94 €	776 536,94 €
Danone Portugal, S.A.	759 739,30 €	-	-	759 739,30 €
SUMOL+COMPAL Marcas, S.A.	-	-	600 854,04 €	600 854,04 €
Reckitt Benckiser Portugal, S.A.	-	492 160,19 €	-	492 160,19 €
Pingo Doce – Distribuição Alimentar, S.A.	-	249 884,09 €	-	249 884,09 €
Grupo Crédito Agrícola	-	190 530,39 €	-	190 530,39 €

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: valores calculados a preço de tabela.

Fig. 23 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	5,29	4,53	-0,8	5,33	0,8	5,38	0,1	5,52	0,1
SIC	83,09	91,79	8,7	12,79	-79,0	24,82	12,0	70,79	46,0
TVI	0,25	0,00	-0,3	1,36	1,4	0,25	-1,1	0,93	0,7

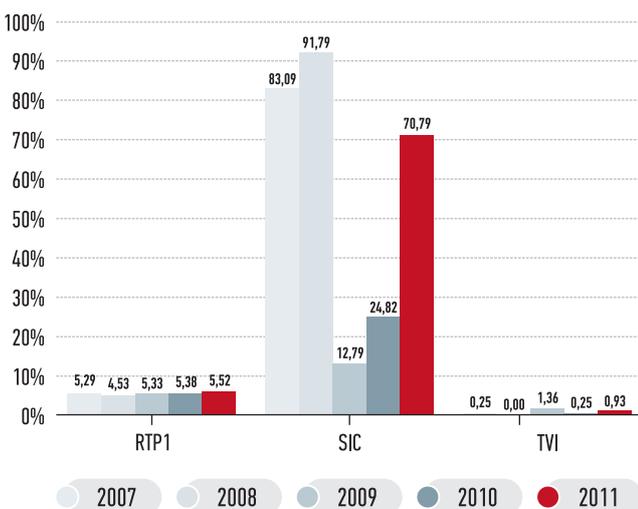
Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos não-diários de horário nobre pelo total dos tempos associados a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 6 horas, 53 minutos e 55 segundos de intervalos associados a programas informativos não-diários de horário nobre e um total de 124 horas, 52 minutos e 50 segundos associados a toda a informação não-diária.

associados a informação não-diária de horário nobre. Relativamente à variação entre 2008 e 2009, é também ela positiva, mas ligeiramente mais acentuada, de 0,8 pontos percentuais. Entre 2007 e 2008, observou-se um decréscimo de 0,8 pontos percentuais.

- > **SIC** — Assistiu-se a um aumento de 8,7 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e, de forma mais significativa entre 2010 e 2011, de 46 pontos percentuais. Observou-se, por outro lado, entre 2008 e 2009 um decréscimo muito acentuado de 79 pontos percentuais. Essa tendência fortemente descendente é contrariada, contudo, nos anos seguintes.
- > **TVI** — Observou-se um decréscimo de 0,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e 1,1 entre 2009 e 2010. Observou-se um acréscimo de 1,4 pontos percentuais entre 2008 e 2009 e um ligeiro aumento, de 0,7 pontos percentuais, nos últimos dois anos.

Fig. 24 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > Em 2011, a SIC apresentou a maior **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre** (70,79 %), seguindo-se a RTP1 (5,52 %) e a TVI (0,93 %).

- > **RTP1** — As percentagens oscilam entre 4,53 % em 2008 e 5,52 % observados em 2011, ou seja, mantêm-se aproximadamente constantes ao longo dos cinco anos analisados.
- > **SIC** — Os anos de 2007 e 2008 apresentam o registo mais elevado com 83,09 % e 91,79 %, respetivamente. Em oposição, temos 12,79 % observados em 2009. No entanto, em 2011 volta a registar valores elevados, chegando aos 70,79 %.
- > **TVI** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários são genericamente inferiores a 1 % nos cinco anos analisados.

Fig. 25 – Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

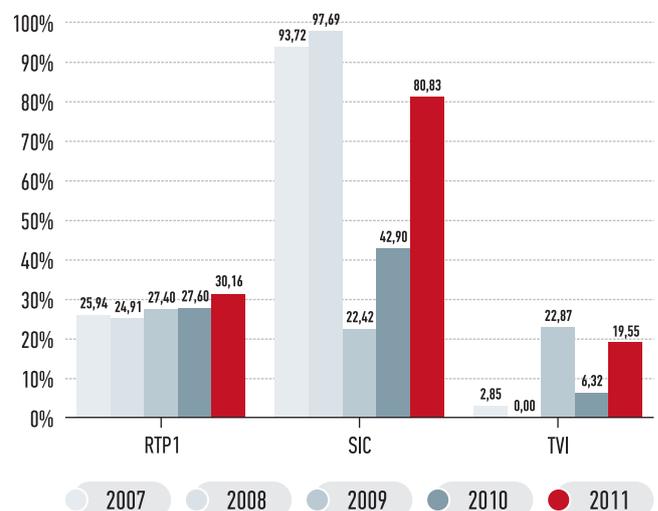
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	25,94	24,91	-1,0	27,40	2,5	27,60	0,2	30,16	2,6
SIC	93,72	97,69	4,0	22,42	-75,3	42,90	20,5	80,83	37,9
TVI	2,85	0,00	-2,8	22,87	22,9	6,32	-16,6	19,55	13,2

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários de horário nobre pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 9 245 799,26 euros em investimento publicitário associado a programas informativos não-diários de horário nobre e um total de 30 659 499,44 euros associados a toda a informação não-diária.

- > **RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 2,6 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado a informação não-diária de horário nobre**, próximo daquele observado entre 2008 e 2009 (2,5). No que se refere à oscilação entre 2009 e 2010, observou-se uma ligeira subida de 0,2 pontos percentuais. Entre 2007 e 2008, observou-se o único decréscimo, de 1 ponto percentual.
- > **SIC** — Assistiu-se a um aumento de 4 pontos percentuais entre 2007 e 2008, contrariado, entre 2008 e 2009, por um decréscimo acentuado de 75,3 pontos percentuais. Entre 2009 e 2010 verificou-se

Fig. 26 – Percentagens dos investimentos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

novamente uma subida da percentagem dos investimentos publicitários, de 20,5 pontos percentuais, e, mais significativa, de 37,9, entre 2010 e 2011.

- > **TVI** — Observou-se um decréscimo de 2,8 pontos percentuais entre 2007 e 2008, tendência inversa àquela registada entre 2008 e 2009, de subida em 22,9 pontos percentuais. O biénio seguinte, no entanto, volta a registar uma diminuição, de 16,6 pontos percentuais. No que diz respeito à oscilação entre os últimos dois anos, registou-se um aumento de 13,2 pontos percentuais.
- > **RTP1** — As **percentagens do investimento publicitário associadas a informação não-diária de horário nobre** oscilam entre 24,91 % em 2008 e 30,16 % em 2011. Este é o serviço de programas onde a percentagem se mantém mais estável no período analisado.
- > **SIC** — Os anos de 2007 e 2008 apresentam os registos mais elevados, com 93,72 % e 97,69 %, respetivamente. Em oposição, em 2009 registou-se 22,42 %. Este é o serviço de programas que apresenta as maiores oscilações ao longo dos cinco anos analisados, mas é também aquele onde genericamente os valores são mais elevados.
- > **TVI** — Observaram-se acréscimos significativos entre 2008 e 2009 e entre 2010 e 2011.

Fig. 27 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

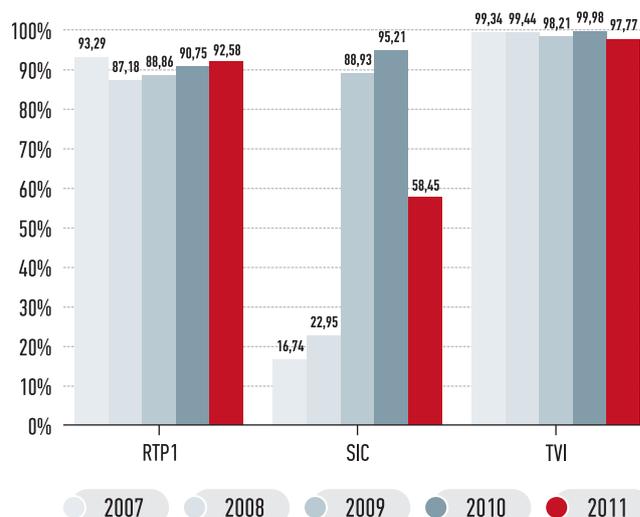
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	93,29	87,18	-6,1	88,86	1,7	90,75	1,9	92,58	1,8
SIC	16,74	22,95	6,2	88,93	66,0	95,21	6,3	58,45	-36,8
TVI	99,34	99,44	0,1	98,21	-1,2	99,98	1,8	97,77	-2,2

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos não-diários emitidos aos dias de semana pelo total dos tempos associados a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 115 horas, 36 minutos e 37 segundos de intervalos associados a programas informativos não-diários emitidos aos dias de semana e um total de 124 horas, 52 minutos e 50 segundos associados a toda a informação não-diária.

- > **RTP1** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 1,8 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana** (de 2.ª a 6.ª feira), variação semelhante àquelas observadas nos dois biénios anteriores. No que diz respeito à variação entre 2007 e 2008, observou-se o único decréscimo, de 6,1 pontos percentuais.
- > **SIC** — Assiuiu-se a um aumento de 6,2 pontos percentuais entre 2007 e 2008, aumento semelhante ao registado entre 2009 e 2010 (6,3 %). Entre 2008 e 2009, o acréscimo foi significativo, de 66 pontos percentuais. Entre os últimos dois anos, por outro lado, observou-se um decréscimo acentuado de 36,8 pontos percentuais.
- > **TVI** — Verificou-se um decréscimo de 1,2 pontos percentuais entre 2008 e 2009, bem como uma redução de 2,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011. Pelo contrário, entre 2009 e 2010 a variação foi positiva, de 1,8 pontos percentuais.

Fig. 28 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- > **RTP1** — As **percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana** (de 2.ª a 6.ª feira) oscilam entre o mínimo de 87,18 % em 2008 e o máximo de 93,29 % observado em 2007.
- > **SIC** — O ano de 2010 apresenta o registo mais elevado, com 95,21%. Em oposição, registou-se 16,74 % em 2007. Este é o serviço de programas que apresenta oscilações mais acentuadas.
- > **TVI** — Observam-se percentagens próximas dos 100 % em todos os anos analisados.

Fig. 29 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária aos fins de semana (sábado e domingo).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	6,71	12,82	6,1	11,14	-1,7	9,25	-1,9	7,42	-1,8
SIC	83,26	77,05	-6,2	11,07	-66,0	4,79	-6,3	41,55	36,8
TVI	0,66	0,56	-0,1	1,79	1,2	0,02	-1,8	2,23	2,2

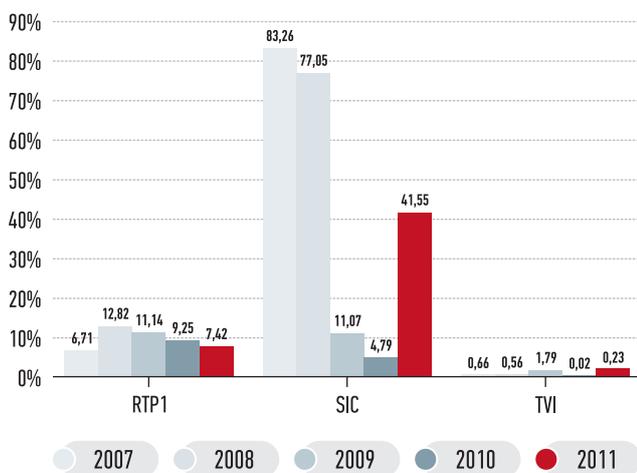
Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos não-diários emitidos aos fins de semana pelo total dos tempos associados a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 9 horas, 16 minutos e 13 segundos de intervalos associados a programas informativos não-diários emitidos aos fins de semana e um total de 124 horas, 52 minutos e 50 segundos associados a toda a informação não-diária.

- > Em relação às **percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos fins de semana** observa-se precisamente o inverso do registado nos dias de semana, apresentando estas percentagens, genericamente, evoluções negativas. Entre 2010 e 2011, na RTP1, registou-se uma redução de 1,8 pontos percentuais, decréscimo semelhante aos verificados entre 2008 e 2009 e entre 2009 e 2010, de 1,7 e 1,9 pontos percentuais, respetivamente. Entre 2007 e 2008, observou-se um aumento de 6,1 pontos percentuais, a única variação positiva.

- > **SIC** — Assistiu-se a uma redução de 6,2 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 6,3 entre 2009 e 2010. Essa tendência descendente acentuou-se entre 2008 e 2009, com um decréscimo significativo de 66 pontos. Entre os últimos dois anos, registou-se um acréscimo acentuado de 36,8 pontos percentuais.
- > **TVI** — Verificou-se um acréscimo de 1,2 pontos percentuais entre 2008 e 2009, bem como um aumento de 2,2 pontos percentuais entre 2010 e 2011. Contrariamente, observou-se uma variação de -1,8 pontos percentuais entre 2009 e 2010 e outra mais ligeira [-0,1] entre 2007 e 2008.

Fig. 30 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP1** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos fins de semana oscilam entre 6,71 % em 2007 e 12,82 % observados em 2008. A partir desse ano, a tendência é decrescente.
- > **SIC** — É o serviço de programas que apresenta as maiores alterações em relação à percentagem das durações dos intervalos publicitários que lhes estão associados. O ano de 2007 apresenta o registo mais elevado, com 83,26 %. Em oposição, registou-se 4,79 % em 2010.
- > **TVI** — Observam-se percentagens inferiores a 2 % em todos os anos analisados, à exceção de 2011, que registou um ligeiro aumento, chegando aos 2,23 %.
- > **RTP1** — Registou-se, entre 2009 e 2010, um aumento de 5,2 pontos percentuais na percentagem do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira), acréscimo idêntico ao verificado entre 2007 e 2008. No que se refere à variação entre 2008 e 2009, a percentagem diminuiu 3,7 pontos percentuais, tendência semelhante à verificada entre os últimos dois anos, com um decréscimo de 2 pontos percentuais.
- > **SIC** — Assistiu-se a um aumento de 3,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008, que se acentuou entre 2008 e 2009, com 64,3 pon-

Fig. 31 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	85,18	90,35	5,2	86,68	-3,7	91,86	5,2	89,85	-2,0
SIC	15,00	18,33	3,3	82,67	64,3	92,21	9,5	55,36	-36,8
TVI	96,78	96,91	0,1	79,35	-17,6	99,98	20,6	71,91	-28,1

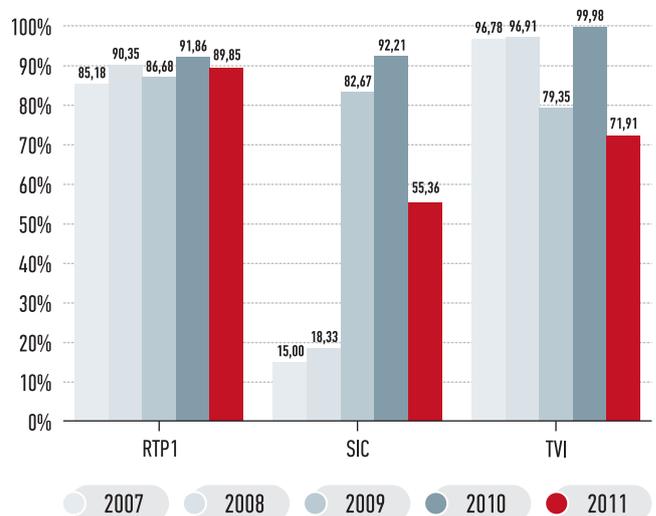
Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários emitidos aos dias de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 27 546 637,54 euros em investimento publicitário associado a programas informativos não-diários emitidos aos dias de semana e um total de 30 659 499,44 euros associados a toda a informação não-diária.

tos percentuais. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi também positiva (9,5 pontos percentuais), mas mais moderada. No que diz respeito à oscilação entre 2010 e 2011, registou-se um decréscimo de 36,8 pontos percentuais.

- > **TVI** — Observou-se um ligeiro acréscimo de 0,1 pontos percentuais entre 2007 e 2008, para, entre 2008 e 2009, se assistir a uma redução acentuada de 17,6 pontos percentuais. No que diz respeito à oscilação entre 2009 e 2010, registou-se um aumento substancial de 20,6 pontos percentuais, contrariado nos últimos dois anos pela queda de 28,1 pontos percentuais.

Fig. 32 – Percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP1** — as percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira) oscilam entre 85,18 % em 2007 e 91,86 % em 2010.
- > **SIC** — O ano de 2010 apresenta o registo mais elevado, com 92,21 %. Em oposição, 2007 apresenta o registo mais reduzido, com 15 %. Este é o serviço de programas que apresenta uma maior oscilação em relação ao investimento publicitário associado a informação não-diária, mais diferenciada entre os três últimos anos analisados e os dois primeiros.

- > **TVI** — Três dos cinco registos estiveram próximo dos 100 % (especialmente em 2010); a exceção foi observada nos anos de 2009 (79,35 %) e de 2011 (71,91 %).

Fig. 33 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).

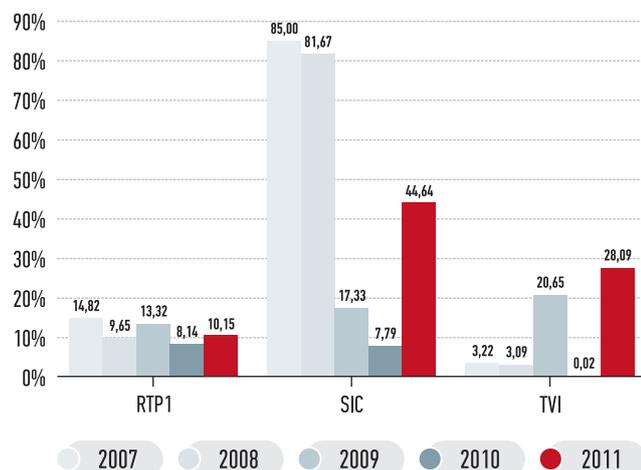
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP1	14,82	9,65	-5,2	13,32	3,7	8,14	-5,2	10,15	2,0
SIC	85,00	81,67	-3,3	17,33	-64,3	7,79	-9,5	44,64	36,8
TVI	3,22	3,09	-0,1	20,65	17,6	0,02	-20,6	28,09	28,1

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários emitidos aos fins de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação não-diária. Por exemplo, no ano de 2011, a RTP1 apresentou um total de 3 112 861,90 euros em investimento publicitário associado a programas informativos não-diários emitidos aos fins de semana e um total de 30 659 499,44 euros associados a toda a informação não-diária.

- > **RTP1** — Registou-se uma redução de 5,2 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana**, variação idêntica à ocorrida entre 2007 e 2008. No que se refere à variação entre 2008 e 2009, registou-se um aumento de 3,7 pontos percentuais, semelhante ao acréscimo de 2 pontos percentuais entre os últimos dois anos.
- > **SIC** — Assistiu-se a uma diminuição de 3,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008, um decréscimo que se acentuou entre 2008 e 2009, com 64,3 pontos percentuais, e que se manteve entre 2009 e 2010, com -9,5 pontos percentuais. No que diz respeito à oscilação entre 2010 e 2011, registou-se um acréscimo significativo de 36,8 pontos percentuais.
- > **TVI** — Observou-se um decréscimo de 0,1 pontos percentuais entre 2007 e 2008. No biénio seguinte, assistiu-se a um aumento acentuado de 17,6 pontos percentuais, contrariado entre 2009 e 2010, onde se registou uma redução substancial de 20,6 pontos percentuais. Por sua vez, a variação entre os dois últimos anos foi positiva (28,1 pontos percentuais).

Fig. 34 – Percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- > **RTP1** — As **percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana** oscilam entre o mínimo de 8,14 % em 2010 e o máximo de 14,82 % em 2007.
- > **SIC** — O ano de 2007 apresenta o registo mais elevado, com 85 %. Em oposição, em 2010 apresenta o registo mais reduzido, com 7,79 %. A SIC é o serviço de programas que regista maiores oscilações a este respeito.
- > **TVI** — Os valores variaram entre os 0,02 % e os 3,22 % na maior parte do período em análise, ao passo que em 2009 e 2011 esses registos se fixaram nos 20,65 % e nos 28,09 %, respetivamente.

1.2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TEMÁTICOS INFORMATIVOS (SIC NOTÍCIAS, RTP INFORMAÇÃO, TVI 24)

NOTA PRÉVIA

No presente ponto, serão abordados indicadores fornecidos pela MediaMonitor/Markttest exclusivamente para os serviços de programas temáticos informativos, isto porque existem diferenças muito significativas entre a análise da publicidade nos serviços de programas generalistas e a da publicidade nos serviços de programas temáticos informativos.

1.2.1. INFORMAÇÃO DIÁRIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TEMÁTICOS (SIC NOTÍCIAS, RTP INFORMAÇÃO E TVI 24)

Fig. 35 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	25,71	23,87	-1,8	35,69	11,8	37,73	2,0	36,51	-1,2
SIC Notícias	24,86	24,72	-0,1	32,03	7,3	32,42	0,4	32,53	0,1
TVI24	-	-	-	4,57	-	11,40	6,8	20,65	9,2

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

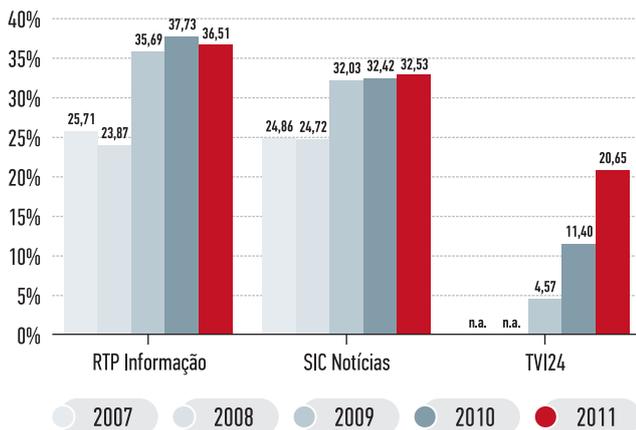
Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a programas informativos diários pelo total dos tempos associados a toda a programação. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Observou-se, entre 2010 e 2011, uma redução de 1,2 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários**, enquanto entre 2009 e 2010 se havia verificado um aumento de 2 pontos percentuais. Também nos dois primeiros anos analisados se observou um decréscimo de 1,8 pontos percentuais, contrariado pelo acréscimo de 11,8 pontos percentuais entre 2008 e 2009, tendo sido o mais significativo do período analisado.
- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a aumentos ligeiros inferiores a 0,5 pontos percentuais entre 2009 e 2011, registando-se, entre 2008 e 2009, um acréscimo de 7,3 pontos percentuais. Entre 2007

e 2008, as percentagens das durações dos intervalos publicitários associadas a programas informativos diários não se alteraram significativamente.

- > **TVI 24** — Observou-se, entre 2009 e 2010, um acréscimo de 6,8 pontos percentuais e outro mais acentuado (9,2) entre os últimos dois anos.

Fig. 36 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.



Fonte: Mediamonitor/Marktest.

- > Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a blocos informativos diários** (36,51 %), próxima da representação apresentada pela SIC Notícias (32,53 %). Por sua vez, a TVI 24 apresentou uma percentagem mais baixa (20,65 %).
- > **RTP Informação** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários apresentam valores próximos em 2007 (25,71 %) e 2008 (23,87 %) e valores semelhantes em 2009 (35,69 %), 2010 (37,73 %) e 2011 (36,51 %).
- > **SIC Notícias** — Os últimos três anos apresentam os registos mais elevados, com percentagens superiores a 32 %. Em oposição, em 2008 e 2007 os valores aproximam-se dos 25 %.
- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo acentuado entre 2009 e 2011, ainda assim com valores abaixo dos apresentados pelos restantes serviços de programas.

Fig. 37 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.

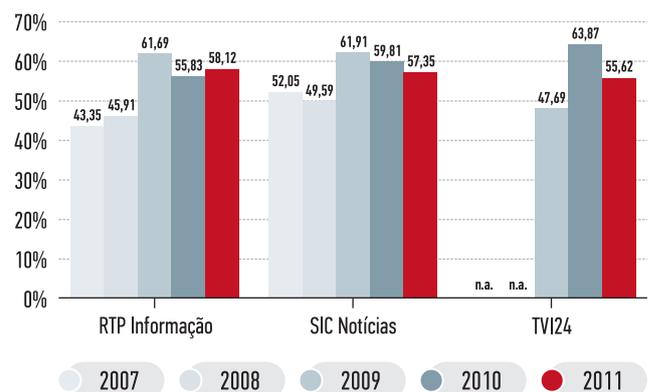
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	43,35	45,91	2,6	61,69	15,8	56,25	-5,4	58,12	1,9
SIC Notícias	52,05	49,59	-2,5	61,91	12,3	60,50	-1,4	57,35	-3,1
TVI24	-	-	-	47,69	-	63,89	16,2	55,62	-8,3

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada serviço de programas, dividindo o total do investimento publicitário associado a programas informativos diários pelo total do investimento publicitário associado a toda a programação. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Entre 2010 e 2011, registou-se um aumento de 1,9 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos seus programas informativos diários**. No que se refere à variação no biénio anterior, verificou-se um decréscimo de 5,4 pontos percentuais. No que diz respeito à oscilação entre 2008 e 2009, observou-se um acréscimo de 15,8 pontos percentuais. No que se refere à alteração entre 2007 e 2008, observou-se uma subida de 2,6 pontos percentuais.
- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a uma redução de 2,5 pontos percentuais entre 2007 e 2008, seguida de um acréscimo de 12,3 pontos percentuais no biénio posterior. Entre 2009 e 2010, voltou a verificar-se um ligeiro decréscimo de 1,4 pontos percentuais, assim como nos últimos dois anos (-3,1).
- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo de 16,2 pontos percentuais entre 2009 e 2010, mas seguido de um decréscimo de 8,3 pontos percentuais nos últimos dois anos.

Fig. 38 – Percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.



Fonte: Mediamonitor/Marktest.

- > Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior **percentagem do investimento publicitário associado a programas informativos diários** (58,12 %), mas seguida de perto pela SIC Notícias (57,35 %) e pela TVI 24 (55,62 %).
- > **RTP Informação** — As percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários oscilam entre 43,35 % em 2007 e os 61,69 % observados em 2009, um triénio onde a evolução foi sempre positiva.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2009 apresenta a percentagem de investimento publicitário mais elevada, com 61,91 %. Em oposição, a mais baixa (49,59 %) observa-se em 2008.
- > **TVI 24** — Os valores oscilaram entre os 47,69 % em 2009 e os 63,89 % em 2010.
- > À exceção da RTP Informação, todos os serviços de programas temáticos informativos observaram variações negativas entre 2010 e 2011.

Fig. 39 – Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário associado a informação diária dos serviços de programas temáticos em 2011.

Anunciantes	RTP Informação	SIC Notícias	TVI24	Total
Medipress – Sociedade Jornalística Editorial, Lda.	–	6 639 093,23 €	–	6 639 093,23 €
Modelo Continente – Hipermercados, S.A.	4 635 041,42 €	1 376 774,59 €	434 082,22 €	6 445 898,23 €
ZON Multimédia	1 377 494,41 €	2 875 305,78 €	–	4 252 800,19 €
Sojornal – Sociedade Jornalística e Editorial, S.A.	–	2 953 755,55 €	–	2 953 755,55 €
Procter & Gamble	–	2 767 239,15 €	–	2 767 239,15 €
Renault Portuguesa – Sociedade Industrial e Comercial, S.A.	–	2 505 585,16 €	–	2 505 585,16 €
Johnson's Wax Portugal	–	–	2 398 536,05 €	2 398 536,05 €
Optimus – Telecomunicações, S.A.	555 989,49 €	1 733 243,91 €	–	2 289 233,40 €
ZON Lusomundo	–	1 658 041,26 €	–	1 658 041,26 €
AEIOU – Investimentos Multimédia S.A.	–	1 651 068,38 €	–	1 651 068,38 €
Automóveis Citroën, S.A.	–	1 356 656,90 €	–	1 356 656,90 €
Unicer – Bebidas de Portugal, S.A.	604 210,83 €	–	293 981,38 €	898 192,21 €
EDP – Energias de Portugal, S.A.	586 846,84 €	–	271 199,68 €	858 046,52 €
Cabovisão – Televisão por Cabo, S.A.	816 800,47 €	–	–	816 800,47 €
Gigashopping.tv	480 373,88 €	–	263 778,47 €	744 152,35 €
Grupo Banco Comercial Português	712 754,50 €	–	–	712 754,50 €
SEAT Portugal, Unipessoal, Lda.	582 394,15 €	–	–	582 394,15 €
Pingo Doce – Distribuição Alimentar, S.A.	502 230,70 €	–	–	502 230,70 €
Prisa Digital SL	–	–	447 127,47 €	447 127,47 €
Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	–	–	439 990,77 €	439 990,77 €
Grupo Banco Espírito Santo	–	–	379 023,65 €	379 023,65 €
VazConstrói, S.A.	–	–	244 059,02 €	244 059,02 €
Portugal Telecom, SGPS, S.A.	–	–	238 709,80 €	238 709,80 €

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: valores calculados a preço de tabela.

- Podemos observar, a partir da fig. 39, que o anunciante com maior investimento publicitário em 2011, no conjunto dos três serviços de programas, foi a Medipress – Sociedade Jornalística Editorial, Lda., com um valor de 6 639 093,23 euros, tendo anunciado apenas na SIC Notícias.
- RTP Informação** — Dois anunciantes ultrapassaram o investimento de 1 milhão de euros. A liderança foi assumida destacadamente pelo Modelo Continente – Hipermercados, S.A., seguido pela ZON Multimédia.
- SIC Notícias** — A Medipress – Sociedade Jornalística Editorial, Lda. foi o anunciante que apresentou maior relevo.
- TVI 24** — A Johnson's Wax Portugal destaca-se com um investimento no valor de 2 398 536,05 euros.
- Dos dez anunciantes que mais investem em publicidade associada à informação diária dos serviços de programas temáticos, verifica-se que apenas um é comum aos três serviços de programas: Modelo Continente – Hipermercados, S.A.

- RTP Informação** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento de 1,8 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre**. Também entre 2007 e 2008 a variação foi positiva (3,3 pontos percentuais). No que diz respeito à oscilação entre 2009 e 2010, observou-se uma redução de 0,4 pontos percentuais. Um decréscimo foi igualmente observado entre 2008 e 2009, mas mais acentuado, de 3,9 pontos percentuais.
- SIC Notícias** — Assistiu-se a uma variação praticamente nula entre 2007 e 2008, seguida de um acréscimo de 1,4 pontos percentuais entre 2008 e 2009. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi ligeira, de -0,8 pontos percentuais, e mais acentuada entre os últimos dois anos, com -2,8 pontos percentuais.

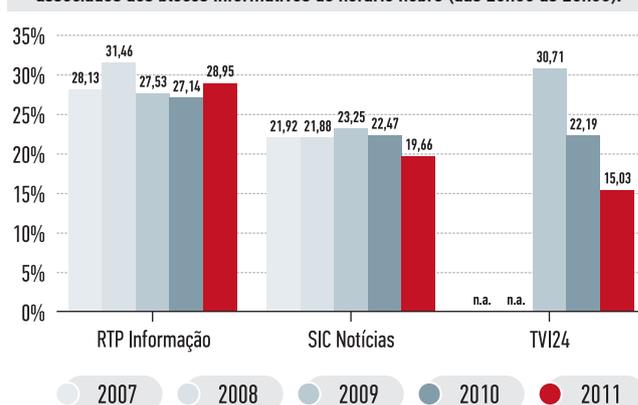
Fig. 40 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	28,13	31,46	3,3	27,53	-3,9	27,14	-0,4	28,95	1,8
SIC Notícias	21,92	21,88	0,0	23,25	1,4	22,47	-0,8	19,66	-2,8
TVI24	–	–	–	30,71	–	22,19	-8,5	15,03	-7,2

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total dos tempos relativos aos intervalos associados a blocos informativos diários de horário nobre pelo total dos tempos associados a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

Fig. 41 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **TVI 24** — Observou-se um decréscimo de 8,5 pontos percentuais entre 2009 e 2010, o decréscimo mais acentuado em relação aos registados nos restantes serviços de programas, seguido de outra redução de 7,2 pontos percentuais no último biénio.
- > Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados a blocos informativos diários de horário nobre** (28,95%). Seguiram-se a SIC Notícias (19,66%) e a TVI 24 (15,03%), com percentagens mais próximas.
- > **RTP Informação** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre são relativamente estáveis, oscilando entre 27,14% em 2010 e 31,46% em 2008.
- > **SIC Notícias** — o ano de 2009 apresenta o registo mais elevado, com 23,25%. Ainda assim, os valores apresentados nos restantes anos analisados aproximam-se, tal como acontece na RTP Informação.
- > **TVI 24** — Os valores variam entre 30,71% em 2009 e 15,03% em 2011, observando-se uma tendência decrescente nesses três anos.
- > Estes dados permitem concluir que os valores assumem uma tendência aproximadamente constante nos cinco anos analisados na RTP Informação e na SIC Notícias, ao passo que na TVI 24 as variações são mais acentuadas e sempre negativas.

Fig. 42 – Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	37,59	44,13	6,5	39,88	-4,3	40,60	0,7	38,95	-1,7
SIC Notícias	29,30	30,80	1,5	30,37	-0,4	38,47	8,1	36,54	-1,9
TVI24	-	-	-	38,31	-	45,03	6,7	19,67	-25,4

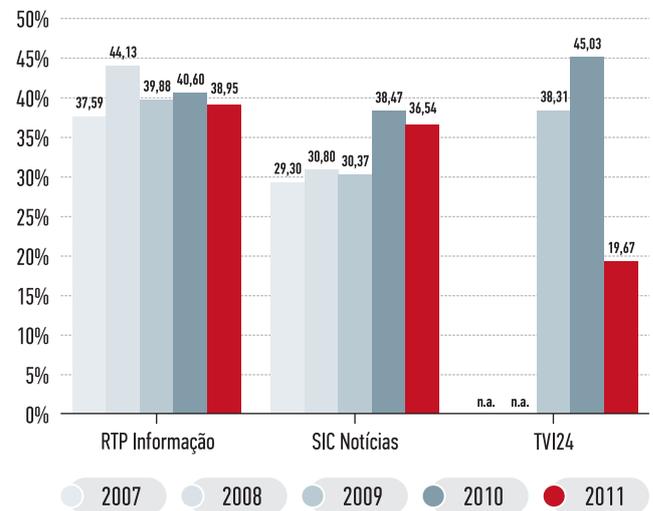
Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos diários de horário nobre pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Registou-se, entre 2010 e 2011, uma redução de 1,7 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas temáticos informativos**. A oscilação no biénio anterior foi contrária, observando-se um ligeiro acréscimo de 0,7 pontos percentuais. Entre 2008 e 2009, verificou-se um decréscimo de 4,3 pontos percentuais, ao contrário da variação positiva de 6,5 pontos percentuais observada entre 2007 e 2008.
- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a um aumento de 1,5 pontos percentuais entre 2007 e 2008, registando-se, entre 2008 e 2009, um ligeiro decréscimo de 0,4 pontos percentuais. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi novamente positiva (8,1 pontos percentuais) e, entre os últimos dois anos, observou-se uma redução de 1,9 pontos percentuais.

- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo de 6,7 pontos percentuais entre 2009 e 2010, e uma descida acentuada de 25,4 pontos percentuais nos últimos dois anos.

Fig. 43 – Percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > **RTP Informação** — As percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos de horário nobre oscilam entre 37,59% em 2007 e 44,13% em 2008, sendo que entre 2009 e 2011 as percentagens se aproximam dos 40%.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2010 apresenta o registo mais elevado, com 38,47%. Observou-se uma ligeira descida em 2011. Nos primeiros três anos, os valores aproximam-se dos 30%.
- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo entre 2009 e 2010; ao invés, em 2011 registou-se uma descida acentuada para uma percentagem inferior a 20%.

Fig. 44 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	72,43	75,77	3,3	72,83	-2,9	77,24	4,4	78,03	0,8
SIC Notícias	73,21	74,40	1,2	74,67	0,3	76,09	1,4	76,77	0,7
TVI24	-	-	-	73,77	-	71,99	-1,8	71,07	-0,9

Fonte: MediaMonitor/Marktest.

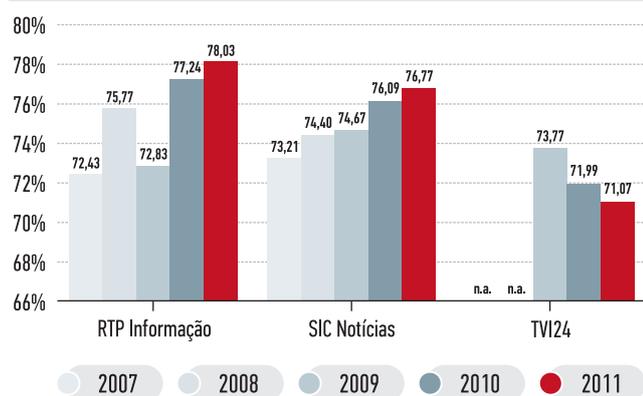
Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos aos dias de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Registou-se, entre 2010 e 2011, um aumento ligeiro de 0,8 pontos percentuais na **percentagem das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)**. No que se refere à oscilação entre 2009 e 2010, observou-se também um acréscimo de 4,4 pontos percentuais, assim como entre 2007 e 2008

(3,3 pontos percentuais). Relativamente à variação entre 2008 e 2009, verificou-se um decréscimo de 2,9 pontos percentuais, sendo este o único biénio com uma variação negativa.

- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a um aumento de 1,2 pontos percentuais entre 2007 e 2008, de 0,3 pontos percentuais entre 2008 e 2009, de 1,4 pontos percentuais entre 2009 e 2010 e de 0,7 pontos percentuais nos últimos dois anos.
- > **TVI 24** — Verificaram-se decréscimos de 1,8 e 0,9 pontos percentuais em 2009–2010 e 2010–2011, respetivamente.

Fig. 45 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- > **RTP Informação** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos durante a semana (de 2.ª a 6.ª feira) oscilam entre 72,43 % em 2007 e 78,03 % em 2011, embora os valores sejam próximos nos cinco anos analisados.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2011 apresenta a percentagem mais elevada, com 76,77 %, sendo 2007 o ano em que essa percentagem regista o valor mais baixo, ainda assim, de 73,21 %. Neste serviço de programas, a evolução foi sempre positiva ao longo dos cinco anos.
- > **TVI 24** — Os valores oscilam entre 71,07 % em 2011 e 73,77 % em 2009.
- > Os dados permitem concluir que a percentagem durante a semana é semelhante nos três serviços de programas temáticos. Tanto a RTP Informação como a SIC Notícias apresentam variações crescentes entre 2009 e 2011, ao contrário do observado na TVI 24.

Fig. 46 – Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

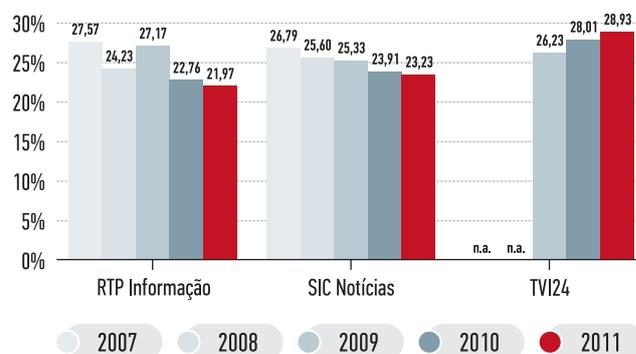
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	27,57	24,23	-3,3	27,17	2,9	22,76	-4,4	21,97	-0,8
SIC Notícias	26,79	25,60	-1,2	25,33	-0,3	23,91	-1,4	23,23	-0,7
TVI24	-	-	-	26,23	-	28,01	1,8	28,93	0,9

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos aos fins de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Entre 2010 e 2011, registou-se uma redução de 0,8 pontos percentuais na percentagem das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana. Este biénio apresentou a variação negativa menos significativa, se atentarmos nas reduções de 3,3 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 4,4 entre 2009 e 2010. Já no que respeita à variação entre 2008 e 2009, verificou-se um ligeiro acréscimo de 2,9 pontos percentuais.
- > **SIC Notícias** — As diminuições foram ligeiras, mas constantes ao longo dos cinco anos, sendo a mais acentuada a observada entre 2009 e 2010 (1,4 pontos percentuais).
- > **TVI 24** — Verificou-se um ligeiro aumento de 1,8 pontos percentuais entre 2009 e 2010 e outro de 0,9 pontos percentuais entre os dois últimos anos.

Fig. 47 – Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Markttest.

- > **RTP Informação** — As percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana oscilam entre 21,97 % em 2011 e 27,57 % em 2007.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2007 é aquele que apresenta o registo mais elevado, com 26,79 %. Em oposição, registam-se 23,23 % em 2011.
- > **TVI 24** — Os valores oscilaram entre 26,23 % em 2009 e 28,93 % em 2011, sendo este o único serviço de programas temático que regista uma evolução positiva nesse triénio.

Fig. 48 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

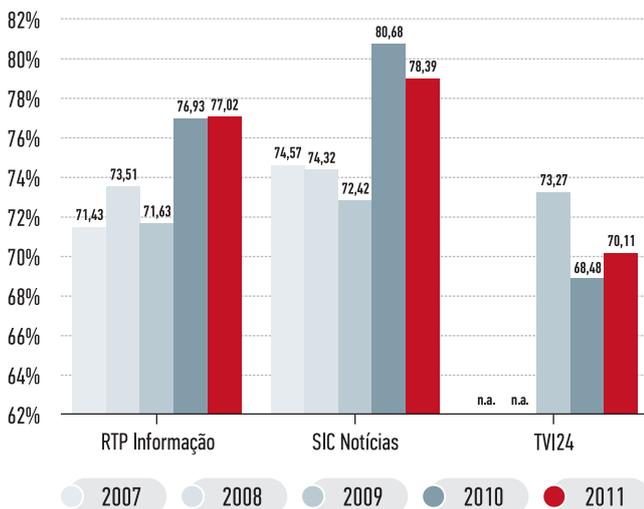
Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	71,43	73,51	2,1	71,63	-1,9	76,93	5,3	77,02	0,1
SIC Notícias	74,57	74,32	-0,2	72,42	-1,9	80,68	8,3	78,39	-2,3
TVI24	-	-	-	73,27	-	68,48	-4,8	70,11	1,6

Fonte: MediaMonitor/Markttest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos aos dias de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo, não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

- > **RTP Informação** — Entre 2010 e 2011, registou-se um ligeiro acréscimo de 0,1 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)**. No que diz respeito à oscilação entre 2009 e 2010, observou-se um aumento de 5,3 pontos percentuais, assim como já registado entre 2007 e 2008 (2,1 pontos percentuais). No que se refere à variação entre 2008 e 2009, a percentagem diminuiu 1,9 pontos percentuais.
- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a reduções ligeiras em três dos biénios analisados, e a um aumento acentuado entre 2009 e 2010, de 8,3 pontos percentuais.
- > **TVI 24** — Observou-se um decréscimo de 4,8 pontos percentuais entre 2009 e 2010, ao que se seguiu um aumento entre os dois últimos anos, de 1,6 pontos percentuais.

Fig. 49 – Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > Pode-se observar através da análise da fig. 49 que as **percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos na RTP Informação aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira)** oscilam entre 71,43 % em 2007 e 77,02 % em 2011, sendo os valores registados em 2007 e 2009 quase idênticos.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2010 apresenta a percentagem mais elevada, com 80,68 %, e a subida mais acentuada ao longo dos primeiros quatro anos, tendo voltado a descer em 2011.
- > **TVI 24** — Observou-se um decréscimo entre 2009 e 2010 e uma subida entre os últimos dois anos. A TVI 24 foi, no período analisado, o serviço de programas com menor percentagem de investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos durante a semana.
- > **RTP Informação** — Entre 2010 e 2011, registou-se um ligeiro decréscimo de 0,1 pontos percentuais na **percentagem do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos**

Fig. 50 – Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Serviços de programas	2007	2008	Var. 07/08	2009	Var. 08/09	2010	Var. 09/10	2011	Var. 10/11
	%	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.	%	p.p.
RTP Informação	28,57	26,49	-2,1	28,37	1,9	23,07	-5,3	22,98	-0,1
SIC Notícias	25,43	25,68	0,2	27,58	1,9	19,32	-8,3	21,61	2,3
TVI24	-	-	-	26,73	-	31,52	4,8	29,89	-1,6

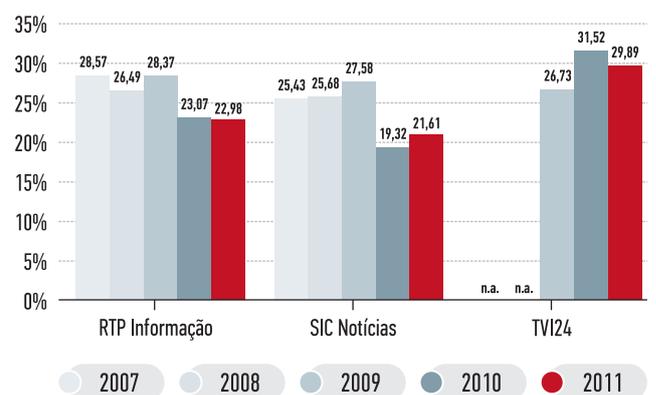
Fonte: MediaMonitor/Marktest.

Nota: as percentagens são calculadas, para cada bloco informativo diário, dividindo o total do investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos aos fins de semana pelo total do investimento publicitário associado a toda a informação diária. A TVI24 iniciou as suas emissões em fevereiro de 2009, logo não existem dados para 2007 e 2008 relativamente a este serviço de programas.

aos fins de semana, o mais ligeiro dos observados no período em análise. Entre 2007 e 2008 a diminuição foi de 2,1 pontos percentuais e entre 2009 e 2010 foi de 5,3. Na variação entre 2008 e 2009, a única positiva, a percentagem aumentou 1,9 pontos percentuais.

- > **SIC Notícias** — Assistiu-se a uma ligeira subida de 0,2 pontos percentuais entre 2007 e 2008 e de 1,9 pontos percentuais entre 2008 e 2009. A variação ocorrida entre 2009 e 2010 foi negativa e acentuada, em 8,3 pontos percentuais. No que se refere à oscilação entre os últimos dois anos, verificou-se novamente um aumento de 2,3 pontos percentuais.
- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo de 4,8 pontos percentuais entre 2009 e 2010, ao que se seguiu uma descida de 1,6 pontos percentuais entre os dois últimos anos.

Fig. 51 – Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).



Fonte: MediaMonitor/Marktest.

- > Pode-se observar através da análise da fig. 51 que as **percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos na RTP Informação aos fins de semana** oscilam entre 22,98 % em 2011 e 28,57 % em 2007, sendo os valores registados em 2007 e 2009 muito próximos. Entre 2009 e 2011 este serviço de programas observou sempre descidas, mas mais acentuadas entre 2009 e 2010.
- > **SIC Notícias** — O ano de 2010 apresenta a percentagem mais reduzida, com 19,32 %, e a descida mais acentuada ao longo período analisado.

- > **TVI 24** — Observou-se um acréscimo entre 2009 e 2010, contrariando a descida entre os últimos dois anos. A TVI 24 foi, no período analisado, o serviço de programas com maior percentagem de investimento publicitário associado a blocos informativos emitidos durante os fins de semana.

1.3. SÍNTESE CONCLUSIVA

Serviços de programas generalistas — investimento publicitário em informação diária.

Em 2011, a SIC apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários (7,97 %), seguindo-se a TVI (6,84 %) e a RTP1 (5,87 %).

A RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a blocos informativos diários em 2011 (29,57 %), seguida da SIC (18,49 %) e da TVI (16,39 %).

Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação diária em 2011, no conjunto dos três serviços de programas, destaca-se o Modelo Continente – Hipermercados, S.A., que anunciou e liderou em todos os serviços de programas.

Em 2011, o Jornal Nacional / Jornal das 8 (da TVI) apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários de *horário nobre* (42,10 %). Tal significa que este é o espaço informativo diário que aglutina maior percentagem de publicidade neste período horário face aos restantes. Seguiu-se o Jornal da Noite (da SIC) (29,51 %) e o Telejornal (da RTP1) (27,86 %).

Entre 2010 e 2011, a RTP1 registou uma ligeira redução na percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *dias de semana* (de 2.ª a 6.ª feira), enquanto a SIC e a TVI registaram variações positivas marginais.

Por oposição, no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC e a TVI registaram uma redução marginal, enquanto a RTP1 registou uma variação positiva, mas ligeira.

Serviços de programas generalistas — investimento publicitário em informação não-diária.

Em 2011, a RTP1 apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a informação não-diária (7,21 %), seguida da TVI (5,72 %). A SIC apresenta uma percentagem substancialmente mais baixa (0,17 %).

Em 2011, a RTP1 apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a informação não-diária (5,79 %), seguida da TVI (1,15 %) e da SIC (0,71 %).

Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação não-diária

em 2011, no conjunto dos três serviços de programas, destaca-se o Modelo Continente – Hipermercados, S.A., que anunciou em todos os serviços de programas. Na RTP1, a liderança foi assumida também pelo Modelo Continente – Hipermercados, S.A. Na SIC, foi a Cofidis, S.A. No que se refere à TVI, destacou-se a Procter & Gamble.

Em 2011, a SIC apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a sua *informação não-diária de horário nobre* (70,79 %). Seguiram-se a RTP1 (5,52 %) e a TVI (0,93 %). Entre 2010 e 2011, nos dias de semana, todos os operadores, à exceção da RTP1, registaram uma variação negativa na percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados a informação não-diária, mas mais acentuada na SIC.

Por oposição, no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados a informação não-diária emitida aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC e a TVI registaram um aumento (mais expressivo na SIC), enquanto a RTP1 observou um decréscimo ligeiro.

Serviços de programas temáticos — investimento publicitário em informação diária.

Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários (36,51 %), seguida da SIC Notícias (32,53 %) e da TVI 24 (20,65 %).

Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem do investimento publicitário* associado a programas informativos diários (58,12 %). Seguiram-se de perto a SIC Notícias (57,35 %) e a TVI 24 (55,62 %).

Considerando os *dez maiores anunciantes* em informação diária em 2011, no conjunto dos três serviços de programas temáticos, destaca-se a Medipress – Sociedade Jornalística Editorial, Lda., isto apesar de ter anunciado em apenas um dos serviços de programas temáticos (SIC Notícias). Na RTP Informação, a liderança foi assumida pelo Modelo Continente – Hipermercados, S.A., e na TVI 24 pela Johnson's Wax Portugal.

Em 2011, a RTP Informação apresentou a maior *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados a blocos informativos diários de *horário nobre* (28,95 %). Seguiram-se a SIC Notícias (19,66 %) e a TVI 24 (15,03 %).

Entre 2010 e 2011, a TVI 24 registou uma redução, apesar de ligeira, na *percentagem das durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *dias de semana* (de 2.ª a 6.ª feira), enquanto a RTP Informação e a SIC Notícias registaram uma variação positiva.

Inversamente, e já no que respeita à percentagem das *durações dos intervalos publicitários* associados aos blocos informativos emitidos aos *fins de semana* (sábado e domingo), entre 2010 e 2011, a SIC Notícias e a RTP Informação registaram uma redução, enquanto a TVI 24 registou uma variação positiva.

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 – Página 231

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas televisivos de informação diária.

Fig. 2 – Página 231

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.

Fig. 3 – Página 232

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.

Fig. 4 – Página 232

Percentagens do investimento publicitário associado a blocos informativos diários.

Fig. 5 – Página 233

Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário associado à informação diária dos serviços de programas generalistas, em 2011.

Fig. 6 – Página 233

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 7 – Página 233

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 8 – Página 234

Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 9 – Página 234

Percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 10 – Página 234

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 11 – Página 235

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 12 – Página 235

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 13 – Página 235

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 14 – Página 236

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 15 – Página 236

Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 16 – Página 236

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 17 – Página 236

Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 18 – Página 237

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários.

Fig. 19 – Página 237

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos não-diários.

Fig. 20 – Página 237

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários.

Fig. 21 – Página 238

Percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos não-diários.

Fig. 22 – Página 238

Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário em 2011 associado à informação não-diária dos serviços de programas generalistas.

Fig. 23 – Página 239

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 24 – Página 239

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 25 – Página 239

Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 26 – Página 239

Percentagens dos investimentos publicitários associados a informação não-diária de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 27 – Página 240

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 28 – Página 240

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 29 – Página 240

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 30 – Página 241

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 31 – Página 241

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 32 – Página 241

Percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 33 – Página 242

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 34 – Página 242

Percentagens do investimento publicitário associado a informação não-diária emitida aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 35 – Página 242

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.

Fig. 36 – Página 243

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados a programas informativos diários.

Fig. 37 – Página 243

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.

Fig. 38 – Página 243

Percentagens do investimento publicitário associado a programas informativos diários.

Fig. 39 – Página 244

Apresentação dos 10 anunciantes com maior investimento publicitário associado a informação diária dos serviços de programas temáticos em 2011.

Fig. 40 – Página 244

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 41 – Página 244

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 42 – Página 245

Evolução anual das percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 43 – Página 245

Percentagens dos investimentos publicitários associados aos blocos informativos de horário nobre (das 20h00 às 23h00).

Fig. 44 – Página 245

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 45 – Página 246

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 46 – Página 246

Evolução anual das percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 47 – Página 246

Percentagens das durações dos intervalos publicitários associados aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 48 – Página 246

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 49 – Página 247

Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos dias de semana (de 2.ª a 6.ª feira).

Fig. 50 – Página 247

Evolução anual das percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

Fig. 51 – Página 247

Percentagens do investimento publicitário associado aos blocos informativos emitidos aos fins de semana (sábado e domingo).

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. INTRODUÇÃO

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque espelha a situação real das entidades a ele sujeitas e garante a transparência da propriedade desses órgãos (dando a conhecer a titularidade e respetivas participações, permitindo, deste modo, o controlo das concentrações dos meios e órgãos de comunicação social); por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas e a denominação das entidades emissoras de rádio e de televisão.

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

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas — e, consequentemente, assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados —, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização registal, de modo a eliminar os falsos registos, como é, por exemplo, o caso do cancelamento oficioso para as publicações que não respeitem a periodicidade, ou para as empresas jornalísticas que deixem de titular registos de publicações periódicas, ou ainda para os operadores de rádio ou televisão com a cessação da validade da licença.

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas por força do n.º 1 do art. 1.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, a ERC, no decurso do ano de 2011, teve como uma das suas grandes prioridades a consolidação do edifício registal dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

2. ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTOS

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:

- > as publicações periódicas;
- > as empresas jornalísticas;
- > as empresas noticiosas;
- > os operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas;
- > os operadores de televisão e respetivos serviços de programas;
- > os operadores de distribuição;
- > os serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente por *internet*.

Cumpre definir cada um dos conceitos em presença:

a) Publicações periódicas

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos arts. 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de “imprensa” todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis para o público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado. São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo. São portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer estado da União Europeia, desde que este tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional.

Em conclusão, nenhuma das reproduções impressas de textos ou imagens editadas em série contínua e em Portugal sob a marca de editor português pode iniciar a sua publicação sem que previamente tenha efetuado o registo na ERC.

b) Empresas jornalísticas

São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art. 7.º da Lei de Imprensa).

c) Empresas noticiosas

São empresas noticiosas as que têm por objeto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (art. 8.º da Lei de Imprensa)

d) Operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos

São operadores de rádio as entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com carácter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio (alínea e) do n.º 1 do art. 2.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

Por “serviço de programas radiofónicos”, entende-se o conjunto dos elementos de programação sequenciais e unitários fornecido por um operador de rádio (alínea i) do n.º 1 do art. 2.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

e) Operadores de televisão e serviços de programas televisivos

São operadores de televisão as pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n) do n.º 1 do art. 2.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Por “serviço de programas televisivos”, entende-se o conjunto dos elementos de programação sequenciais e unitários fornecido por um

operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t) do n.º 1 do art. 2.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

f) Operadores de distribuição

São operadores de distribuição as pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos, e pela sua disponibilização ao público através de redes de comunicações eletrónicas (alínea l) do n.º 1 do art. 2.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

g) Serviço de programas televisivos distribuídos exclusivamente por internet

Este serviço consiste na difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através de *internet* e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8 do art. 13.º da Lei 27/2007, de 30 de julho).

3. ATOS REGISTAIS PRATICADOS EM 2011 — INSCRIÇÕES, AVERBAMENTOS E CANCELAMENTOS

Os atos registais, em regra, dependem da iniciativa do interessado, à exceção dos que, por lei, são lavrados oficiosamente, como é o caso dos relativos aos operadores de rádio, televisão e aos respetivos serviços de programas que tenham sido objeto de procedimentos

Fig. 1 – Publicações periódicas inscritas por distrito, em 2011.

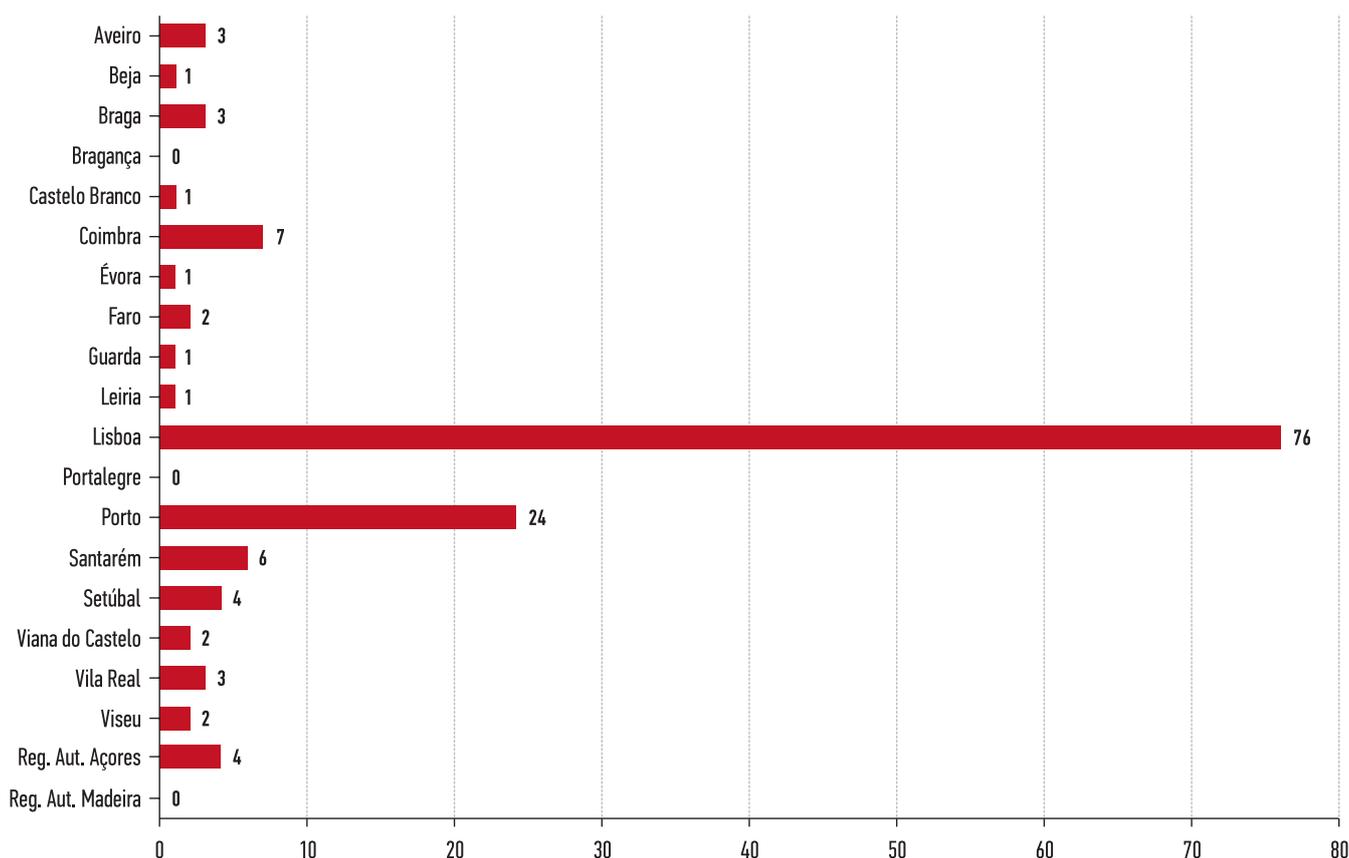
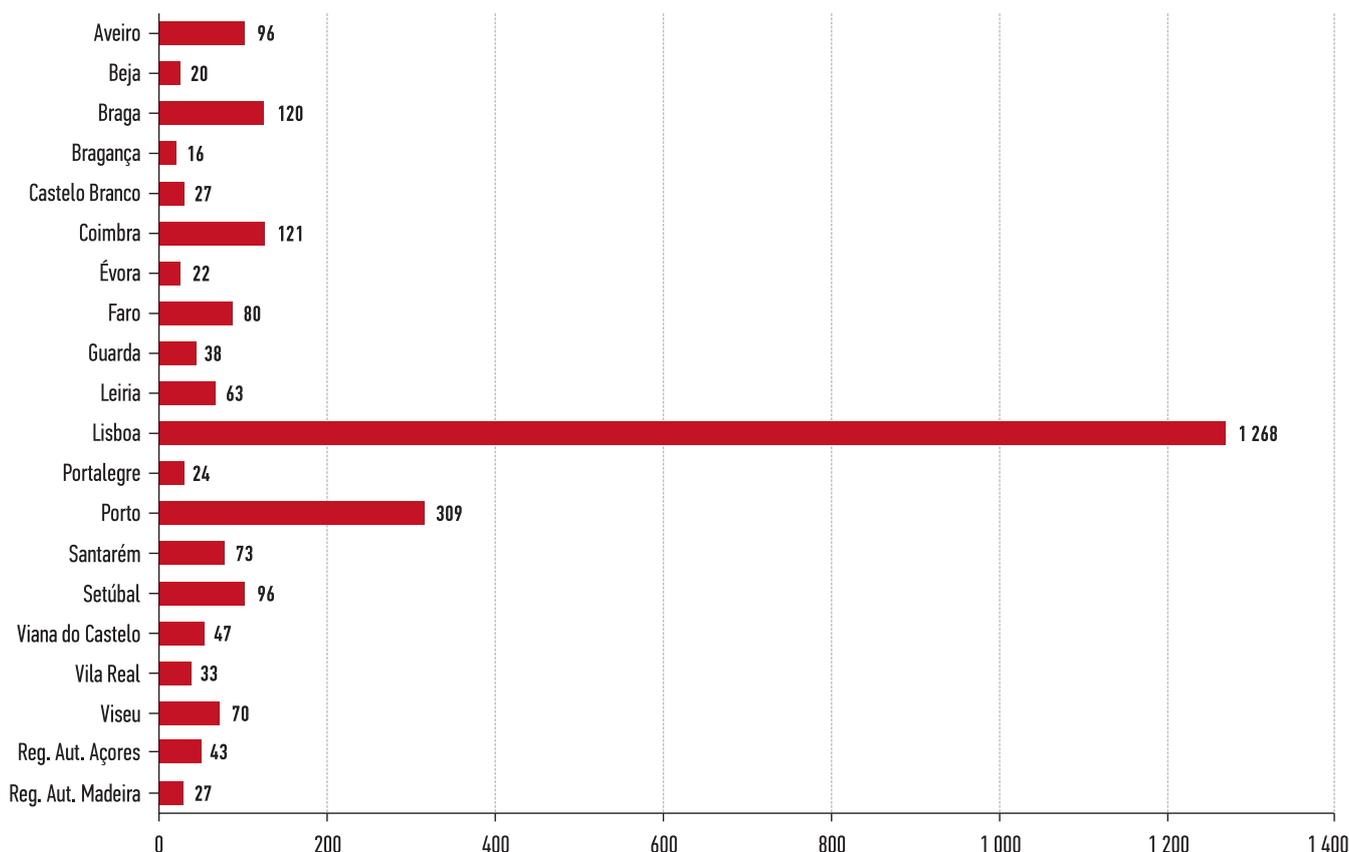


Fig. 2 – Publicações ativas por distrito, em 2011.



prévios de licenciamento ou de autorização, bem como os operadores de distribuição que tenham sido licenciados ao abrigo da lei da televisão [vide art. 5.º, n.º 2, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

3.1. INSCRIÇÕES

a) Publicações periódicas

As publicações periódicas não podem iniciar a sua edição sem que previamente tenham sido registadas [vide art. 13.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente, por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias, contados a partir da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial (n.º 2 do art. 15.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Nesta conformidade, durante o ano de 2011, foram registadas provisoriamente 141 novas publicações, das quais já se converteram em definitivas 97, e caducaram 19 por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo para o efeito estabelecido.

É de realçar que só no distrito de Lisboa foram registadas 76 publicações, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números, como se pode verificar pelo distrito do Porto, que aparece em segundo lugar, com apenas 24 publicações registadas.

Como resulta da leitura do gráfico da fig. 1, os distritos com mais inscrições no ano de 2011 foram Lisboa e Porto, apresentando um ligeiro decréscimo em termos absolutos, quando comparados com o ano anterior. Conforme se pode observar da análise da fig. 2, os distritos com maior concentração de publicações periódicas são Lisboa, Porto, Coimbra e Braga, em linha com a tendência do ano anterior. Da análise do gráfico da fig. 3, constata-se que, ao longo do triénio, houve um decréscimo no registo de novas inscrições de jornais regionais.

b) Empresas jornalísticas

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 21 empresas, durante o ano de 2011.

Fig. 3 – Representatividade dos jornais regionais ativos, no triénio de 2009–2011.

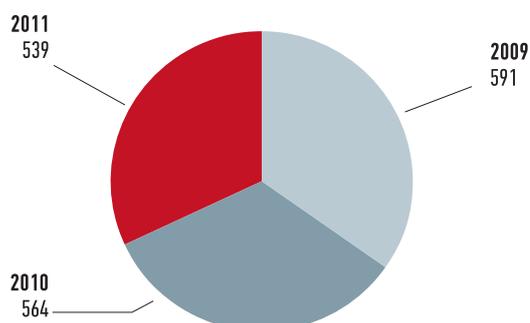


Fig. 4 – Representatividade da periodicidade dos jornais regionais, em 2011.

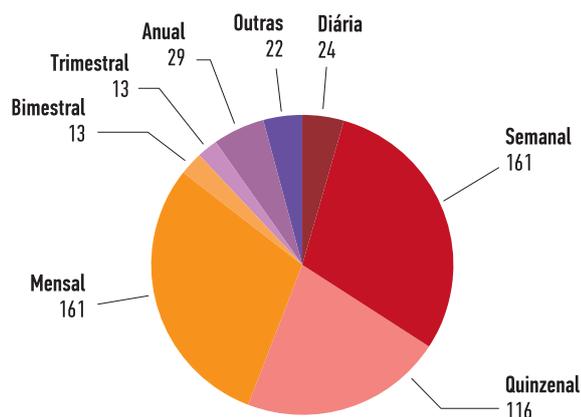
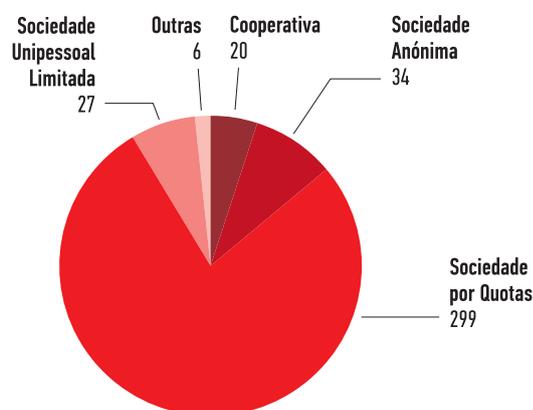


Fig. 5 – Natureza jurídica das empresas jornalísticas ativas, em 2011.

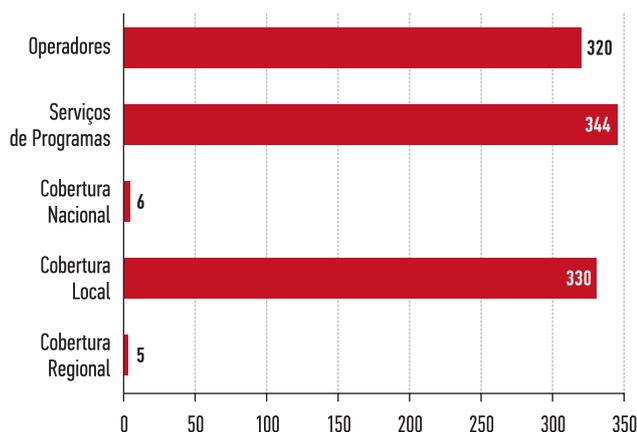


Da leitura da fig. 5, infere-se que, no ano de 2011, as empresas jornalísticas que revestem a natureza jurídica de sociedades por quotas foram as que tiveram maior expressão, tal como tem vindo a acontecer em anos anteriores.

c) Operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas

No exercício das suas competências, a ERC, durante o ano de 2011, inscreveu 6 operadores de radiodifusão.

Fig. 6 – Operadores de radiodifusão ativos, em 2011.



Em 31 de dezembro de 2011, encontravam-se registados 320 operadores de radiodifusão, sendo 3 de cobertura nacional, 3 de âmbito regional e 314 de cobertura local.

Relativamente aos respetivos serviços de programas, encontravam-se registados, em 2011, 341 serviços de programas, sendo 6 nacionais, 5 regionais e 330 de âmbito local.

A fig. 6 representa a tipologia dos operadores de radiodifusão.

d) Operadores de televisão e respetivos serviços de programas

No decurso do ano de 2011, a ERC inscreveu 6 operadores de televisão.

Em 2011, encontravam-se ativos 17 operadores de televisão e 52 serviços de programas.

e) Operadores de distribuição

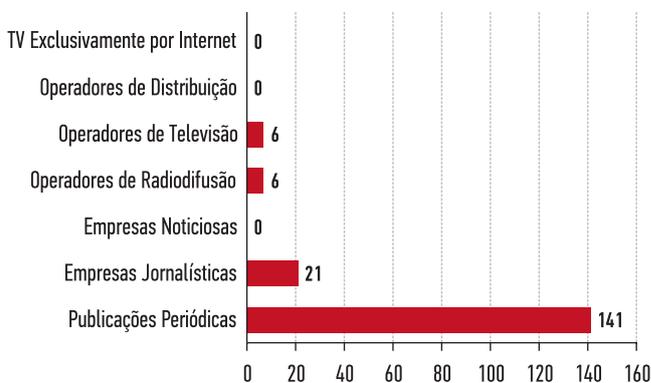
Durante o ano de 2011, não foi requerida à ERC qualquer inscrição de operadores de distribuição, tendo-se mantido o mesmo número de operadores que existia em 2010, a saber: 9.

f) Serviços de programas transmitidos exclusivamente por internet

Durante o ano de 2011, não foi requerida à ERC qualquer inscrição de serviços de programas transmitidos exclusivamente por internet, tendo-se mantido o número de serviços existentes em 2010, a saber: 12.

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, durante o ano de 2011, a 274 inscrições no universo dos órgãos sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na fig. 7.

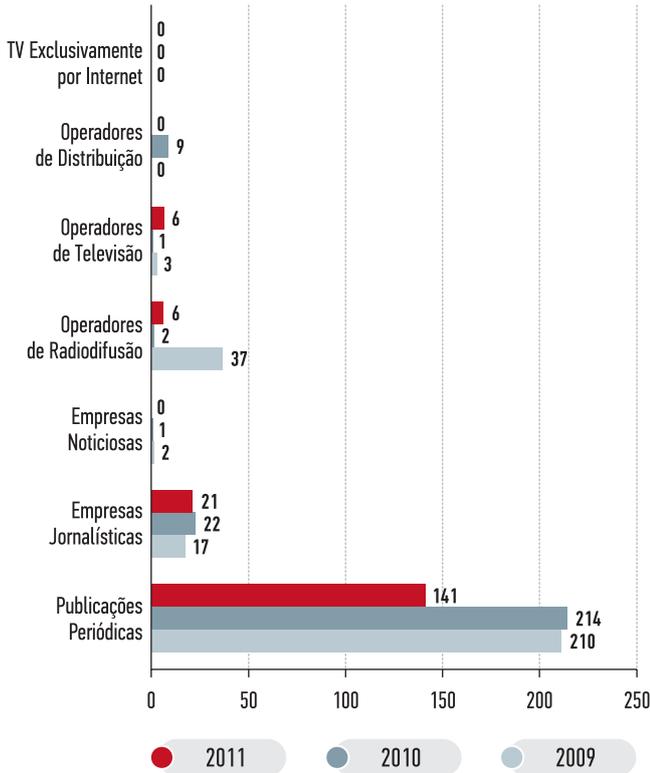
Fig. 7 – Inscrições dos órgãos de comunicação social, em 2011.



Comparando estes valores com os do triénio de 2009–2011 (fig. 8), verifica-se que, desde 2009, há um decréscimo nas inscrições dos diversos órgãos de comunicação social, com maior impacto nas publicações periódicas (vide fig. 8).

A fig. 8 mostra a variação do número de órgãos de comunicação social inscritos no triénio de 2009–2011.

Fig. 8 – Inscrições, no triénio de 2009–2011.



3.2. AVERBAMENTOS

O averbamento é um ato registal complementar, que visa consignar uma alteração à inscrição preexistente.

Assim sendo, para que o registo da ERC cumpra a sua função de espelhar fidedignamente a realidade do sector, o legislador, no art. 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, prevê que as alterações supervenientes aos elementos constantes do registo sejam efetuadas no prazo máximo de 30 dias após a sua verificação.

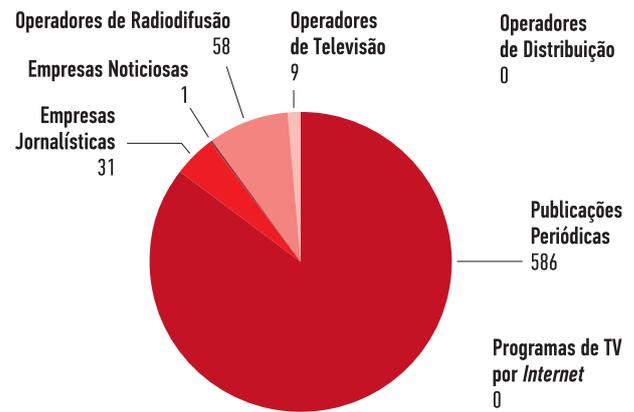
Durante o ano de 2011, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 685 averbamentos aos elementos constantes dos registos que se encontram refletidos na fig. 9.

3.3. CANCELAMENTOS

O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou a cessação da atividade da sua empresa (arts. 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Fig. 9 – Averbamentos efetuados, em 2011.



Assim, a ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das situações seguintes.

a) Nas publicações periódicas:

- > cessação da publicação periódica;
- > inobservância da periodicidade;
- > exceder os períodos legais de suspensão da edição.

b) Nas empresas jornalísticas:

- > cessação da atividade da empresa;
- > deixe de ser proprietária de publicações periódicas.

c) Empresas noticiosas:

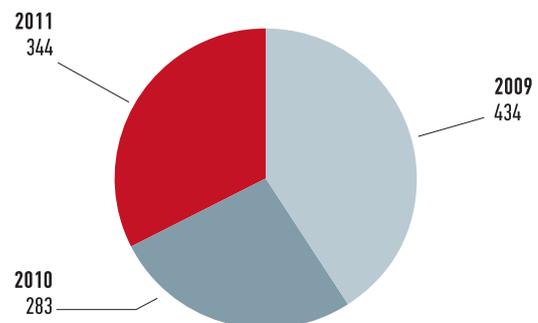
- > cessação da atividade da empresa.

d) Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:

- > cessação da validade da licença ou da autorização.

No ano de 2011, foi na imprensa escrita que se verificou o maior número de cancelamentos, a saber: 344, dos quais 147 foram oficiosos.

Fig. 10 – Cancelamentos ocorridos, no triénio de 2009–2011.



Da análise da fig. 10, constata-se que, durante o ano de 2009, houve um elevado número de cancelamentos, em resultado da verificação efetuada pela ERC, no âmbito das suas atribuições, das publicações periódicas que estavam efetivamente a ser editadas. Daí que, em

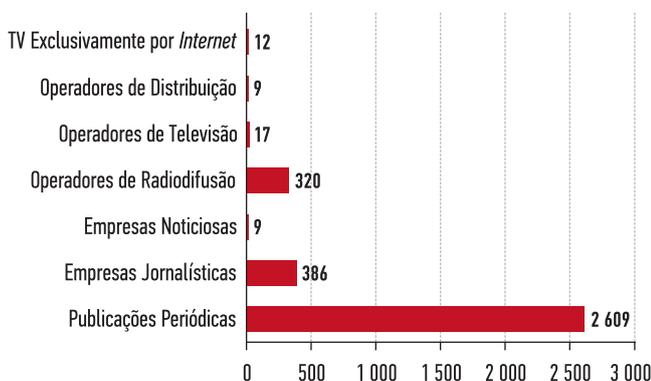
2010, tenha havido uma diminuição acentuada do número de cancelamentos.

Em 2011, assiste-se novamente a um aumento dos cancelamentos, em virtude da conjuntura económica.

4. CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social, em 2011, encontram-se ativas 3 362 inscrições, distribuídas pelas diversas categorias sujeitas a registo (vide fig. 11).

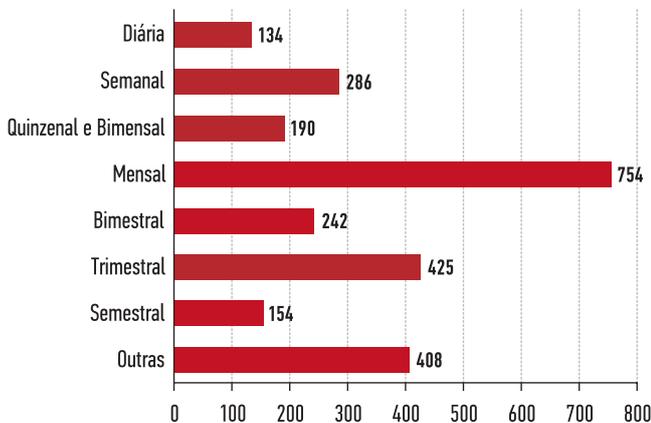
Fig. 11 – Registos ativos, em 2011.



4.1. PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

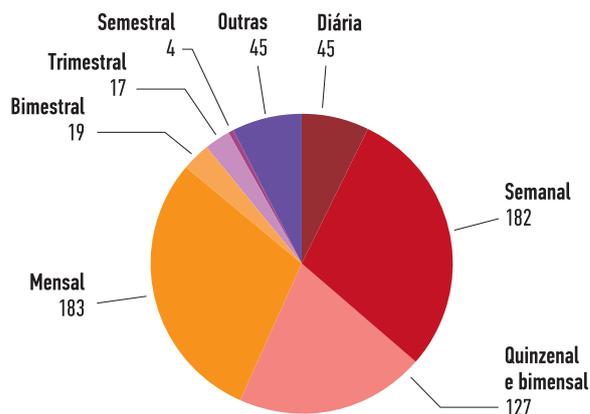
Em 2011, encontram-se ativas 2 609 publicações, que, quanto à sua periodicidade, estão distribuídas de acordo com a representação gráfica constante na fig. 12.

Fig. 12 – Periodicidade das publicações ativas, em 2011.



Do universo das publicações editadas em 2011, 622 são jornais, sendo 45 diários, 182 semanais, 127 quinzenais e 183 mensais (vide fig. 13).

Fig. 13 – Periodicidade dos jornais.



4.2. EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Em 2011, encontram-se ativas 386 empresas jornalísticas, sendo 299 sociedades por quotas, 27 unipessoais, 34 sociedades anónimas, 20 cooperativas de responsabilidade limitada e indiferenciadas 6.

4.3. EMPRESAS NOTICIOSAS

Em 2011, encontravam-se inscritas 9 empresas noticiosas.

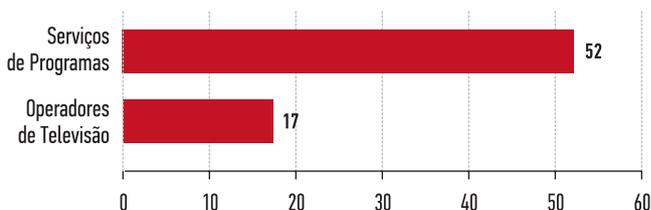
4.4. OPERADORES RADIOFÓNICOS

Em 2011, encontram-se ativos 341 serviços de programas, distribuídos por 320 operadores radiofónicos (vide fig. 6).

4.5. OPERADORES DE TELEVISÃO

Em 2011, encontram-se inscritos 17 operadores e 52 serviços de programas, dos quais 8 classificados como generalistas e 36 como temáticos (vide fig. 14).

Fig. 14 – Serviços de programas televisivos.



4.6. OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Durante o ano de 2011, encontram-se inscritos 9 operadores de distribuição.

4.7. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DISTRIBUÍDOS EXCLUSIVAMENTE POR INTERNET

Em 2011, não houve inscrições de novos serviços de programas distribuídos exclusivamente por internet.

Os elementos obrigatórios de registo, relativamente a cada um dos meios e órgãos de comunicação social estão elencados no anexo único.

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Durante o ano de 2011, a fim de garantir a fiabilidade e a segurança jurídica dos elementos registados na sua Unidade de Registos, a ERC deu continuidade ao trabalho de verificação dos órgãos que pela sua natureza se encontram sujeitos a registo e que continuam ativos, no sentido de proceder ao cancelamento oficioso de todos aqueles que cessaram a sua atividade ou que não observaram a periodicidade que consta do seu registo, ou ainda quando se tenha verificado a cessação da validade da licença ou autorização sem que de tal tivessem dado conhecimento à ERC.

A ERC, no uso das suas competências, neste período praticou um total de 1 203 atos registais, a saber: 685 averbamentos, 174 inscrições e 344 cancelamentos, dos quais 147 foram efetuados oficiosamente.

Em relação ao ano transato, houve uma diminuição significativa (na ordem dos 15 %) do número de pedidos de registos que deram entrada na Unidade de Registos.

Assim, em 31 de dezembro de 2011, encontram-se ativas as seguintes inscrições:

- a) publicações Periódicas — 2 609;
- b) empresa jornalísticas — 386;
- c) empresas noticiosas — 9;
- d) operadores de radiodifusão — 320;
- e) serviços de programas de radiodifusão — 344;
- f) operadores de Televisão — 17;
- g) serviços de programas de televisão — 52;
- h) operadores de distribuição — 9;
- i) serviços de programas difundidos exclusivamente por internet — 12.

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

ANEXO ÚNICO

Elementos dos registos:

- > **Publicações periódicas** — título, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal (n.º 1 do art. 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- > **Empresas jornalísticas** — denominação da empresa e sua natureza jurídica, sede, capital social, relação discriminada dos seus titulares e identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 2 do art. 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- > **Empresas noticiosas** — nome ou denominação da entidade

proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, domicílio ou sede da entidade proprietária, capital social, relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais e nome do diretor de informação [art. 24.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

- > **Operadores de rádio** — identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, localização das instalações emissoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como

a data das respetivas renovações, identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão (art. 28.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio são oficiosamente efetuados pela ERC (segunda parte do art. 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

- > **Operadores de televisão** — identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações (art. 33.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou sobre este assunto para os operadores de rádio.

- > **Operadores de distribuição** — identificação e sede do operador, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, serviços de programas que compõem a sua oferta e respetiva ordenação, data de emissão e prazo da licença, bem como das suas renovações, quando aplicáveis (art. 36.º-A do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- > **Serviço de programas distribuídos exclusivamente por internet** — designação do serviço de programas, identificação do operador e do seu domicílio ou sede, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 3 do art. 5.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, conjugado com o n.º 8 do art. 13.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

SONDAGENS

1. INTRODUÇÃO

O objetivo central do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas à ação reguladora em 2011, procurando identificar algumas tendências evolutivas do sector.

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise desenvolvida neste capítulo resultam na íntegra do tratamento de informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens, os quais acompanham o modelo de análise anterior¹, relevando-se sempre que tal se justificar as alterações de nomenclatura resultantes da adaptação das informações existentes ao Portal das Sondagens.

O ano de 2011 representou uma retoma na produção e divulgação de estudos de índole política, plenamente justificada pelos três atos eleitorais realizados, dois dos quais de âmbito nacional e um outro de enquadramento regional.

Entre janeiro e junho desenvolveram-se inúmeros estudos de antecipação dos dois escrutínios que se realizaram durante esse período (Presidenciais 2011 e Legislativas 2011), com a introdução de abordagens para monitorização das tendências de voto, para além dos barómetros regulares das principais empresas de sondagens.

Entre 2010 e 2011 o número de estudos submetidos à apreciação desta Entidade Reguladora cresceu 52,5%, representando um acréscimo de 31 depósitos (de 59 para 90). Da sua apreciação e análise, concluiu-se que apenas 87 estavam no âmbito da atividade reguladora da ERC, no modo como surge definido o objeto da sua intervenção, através do Art. 1.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

O volume de estudos submetidos à apreciação da ERC em 2011 foi, não obstante, significativamente inferior ao de outros anos em que se realizaram atos eleitorais de igual importância, o que pode ser interpretado como um indicador da retração do mercado que se tem vindo a verificar também em anos anteriores, à qual não será estranha a conjuntura económica que o País atravessa desde 2009.

O aumento de estudos de índole política durante o ano de 2011 teve como reflexo um crescimento muito significativo do número de divulgações de sondagens pelos órgãos de comunicação social. Foram

identificadas pela ERC, em 2011, 2844 peças noticiosas relativas às sondagens depositadas, o que representa um aumento de 44,7% em relação ao número apurado em 2010 (1966).

O capítulo encontra-se estruturado em torno de cinco pontos centrais:

- > Caracterização geral das sondagens
- > Caracterização dos métodos utilizados
- > Divulgação de sondagens
- > Caracterização dos estudos eleitorais (2011)
- > Ação reguladora de sondagens (2011)

2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

2.1. EMPRESAS CREDENCIADAS

À data de 31 de dezembro de 2011, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 16 entidades (fig. 1).

Fig. 1 – Empresas credenciadas pela ERC em 31 de dezembro de 2011.

Aximage - Comunicação e Imagem, Lda.
Consulmark2 - Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.
DOMP - Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.
Eurequipa - Opinião, Marketing e Consultoria, Lda.
Euroexpansão - Análises de Mercado e Sondagens, S.A.
Eurosondagem - Estudos de Opinião, S.A.
G.TRIPLLO - Estudos e sondagens de Opinião, Lda.
GBN - Gabinete de Estudos de Mercado, Lda.
GEMEO - Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda.
Intercampus - Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.
IPOM - Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.
Ipsos - Apeme, Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.
Marktest - Marketing, Organização, Formação, Lda.
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.
Pitagórica - Investigação e Estudos de Mercado, S.A.
Universidade Católica Portuguesa / CESOP

Duas das 17 empresas — G.Tripllo e Consulmark2 — renovaram as suas credenciações em 2011, tendo a caducidade da credenciação da empresa Netsonda sido confirmada em junho de 2011, por ausência de divulgações nos dois anos anteriores.

Manteve-se em 2011 o número de empresas de sondagens (9) que procederam ao depósito de estudos (fig. 2), sendo de relevar os seguintes aspetos:

1 Suportado pela base de dados ERC/Sondagens.

Fig. 2 – Número de sondagens depositadas por empresa (2010 e 2011).

Empresa	2010	%	2011	%	Var. Abs.
Eurosondagem	18	30,5	35	38,9	+
Intercampus	7	11,9	17	18,9	+
Aximage	14	23,7	14	15,6	=
Markttest	11	18,6	10	11,1	-
UCP	3	5,1	10	11,1	+
Euroexpansão	2	3,4	1	1,1	-
IPOM	0	0,0	1	1,1	+
DOMP	0	0,0	1	1,1	+
GFK Metris	0	0,0	1	1,1	+
Pitagórica	2	3,4	0	0,0	-
APEME	1	1,7	0	0,0	-
Norma Açores	1	1,7	0	0,0	-
Total	59		90		

Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

As empresas mais representativas do sector dos estudos de opinião e políticos dos últimos anos — Eurosondagem, Intercampus, Aximage, Markttest e Universidade Católica — veem reforçada a sua posição no mercado, representando a quase totalidade (95,6%) dos estudos depositados na ERC;

A Eurosondagem depositou na ERC em 2011 cerca do dobro dos estudos de 2010 (+17), representando agora perto de 40% do total. Para este número muito contribuíram os estudos de monitorização diária da intenção e sentido de voto para as eleições legislativas de 5 de junho de 2011;

De modo semelhante, a Intercampus registou em 2011 um aumento muito significativo dos estudos depositados, por via do seu barómetro regular bissemanal em antecipação das eleições legislativas;

Embora devidamente depositados e, como tal, objeto de análise detalhada por parte da ERC, dois estudos da empresa Eurosondagem e um outro da Euroexpansão foram considerados fora do âmbito de intervenção da Entidade Reguladora;

Embora não credenciada pela ERC, a empresa GFK Metris procedeu ao depósito de um estudo enquadrável no âmbito de intervenção da Lei das Sondagens, em resultado das diligências processuais relativas à divulgação irregular do mesmo.

Para compreender melhor os contornos da evolução deste mercado entre 2006 e 2011, atente-se nas figs. 3 e 4. Da sua leitura pode concluir-se que as cinco entidades acima indicadas têm uma importância preponderante no cômputo dos depósitos, ultrapassando recorrentemente 80% dos totais apurados em cada um dos anos, aproximando-se do pleno de depósitos em 2011.

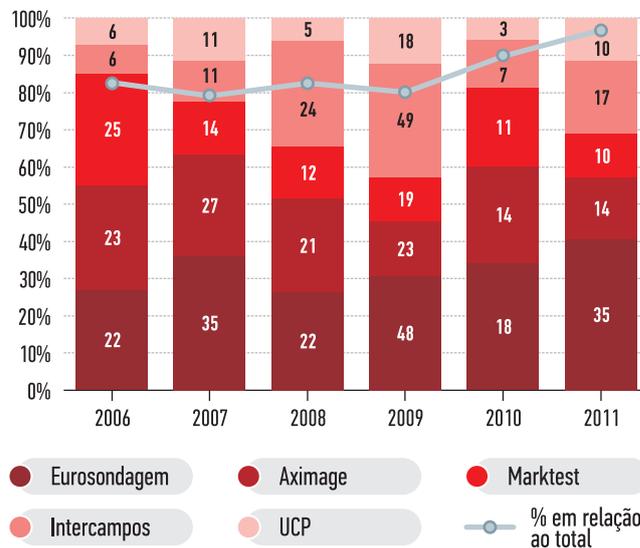
Durante os últimos seis anos, foram depositadas 670 sondagens, representando aquelas cinco entidades 83,6% do total de estudos (560). Eurosondagem e Aximage mantêm uma distribuição mais

Fig. 3 – Número de sondagens depositadas pelas cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2011).

Empresa	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Eurosondagem	22	35	22	48	18	35
Intercampus	6	11	24	49	7	17
Aximage	23	27	21	23	14	14
Markttest	25	14	12	19	11	10
UCP	6	11	5	18	3	10
Depósitos no ano	99	124	102	196	59	90
Depósitos das 5 empresas mais representativas	82	98	84	157	53	86
Depósitos das outras empresas	17	26	18	39	6	4
% em relação ao total	82,8	79,0	82,4	80,1	89,8	95,6

Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010); N=196 (2009); N=102 (2008); N=124 (2007); N=99 (2006).

Fig. 4 – Importância relativa das cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2011).



Total de depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N= 59 (2010); N= 90 (2011).

regular, como se pode constatar na fig. 3, sendo também as únicas que têm mantido, sem interrupções, os seus barómetros mensais.

De notar que a tendência de especialização que se tem vindo a observar no mercado dos estudos de opinião e políticos nos últimos anos, fenómeno já evidenciado pela ERC em relatórios anteriores, surge espelhada na manutenção de um núcleo de cinco empresas fortemente representativas do sector entre 2006 e 2011, o qual é reforçado pela redução significativa do número de entidades credenciadas, menos oito do que em 2006 (24 em 31 de dezembro de 2006, e 16 em 31 de dezembro de 2011).

Confrontados os elementos compilados no ano de 2011 com aqueles que foram obtidos em 2010 (fig. 5), serão de relevar os seguintes aspetos:

- Um aumento significativo das sondagens contratadas pela parceria representada pela SIC, Expresso e Rádio Renascença, particularmente através de trabalhos desenvolvidos pela empresa Eurosondagem em antecipação das eleições legislativas de junho de 2011;

Fig. 5 – Principais clientes das sondagens depositadas (2010 e 2011).

Empresa	2011	2010
SIC	27	16
Rádio Renascença	25	15
Expresso	24	16
TVI	17	6
Correio da Manhã	14	14
Jornal de Negócios	14	15
TSF	11	10
RTP1	10	3
Diário Económico	10	10
Público	9	1
RDP/Antena 1	8	3
Diário de Notícias	7	3
Jornal de Notícias	6	2
DN Madeira	3	0
Direcção-Geral de Saúde	2	0
Outros clientes (n.º) *	9	0

Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

* Este indicador refere-se apenas ao número de clientes com expressão reduzida em termos de sondagens contratadas individualmente, representando um total de 39 estudos.

- > O aumento acentuado dos estudos contratados pela TVI, a qual contratou à Intercampus, em parceria com o Público, um conjunto de 9 sondagens pré-eleitorais relativas às eleições legislativas de 2011;
- > O ligeiro aumento dos estudos contratados por órgãos de comunicação social não enquadrados em parcerias, as quais, não obstante, e em ano de eleições nacionais, reforçam a sua importância na contratação e divulgação dos estudos de opinião políticos.

2.2. DEPÓSITOS²

Em 2011 foram efetuados 90 depósitos de sondagens, mais 31 (+52,5%) do que no ano anterior, três dos quais foram considerados, após análise interna, não enquadráveis no objeto de aplicação da Lei n.º 10/2001, de 21 de junho (Lei das Sondagens). A distribuição mensal das sondagens depositadas foi a correspondente ao identificado nas figs. 6 e 7.

Contrariamente ao verificado em 2010, em que apenas a eleição do líder do Partido Social Democrata, em março desse ano, motivou a atenção dos órgãos de comunicação e a concomitante contratação de sondagens políticas, a primeira metade do ano de 2011 foi fértil em acontecimentos e debates de cariz político-partidário, os quais se iniciaram com as eleições presidenciais de 23 de janeiro, e culminaram na eleição dos deputados da Assembleia da República, em 5 de junho.

Assim, do conjunto de dados recolhidos, serão de relevar os seguintes aspetos:

Uma grande irregularidade na distribuição mensal dos estudos depositados, com forte incidência nos meses de janeiro, maio e junho, por via dos atos eleitorais nacionais indicados;

Uma grande flutuação no número de estudos depositados entre

Fig. 6 – Número de sondagens depositadas mensalmente (2011).

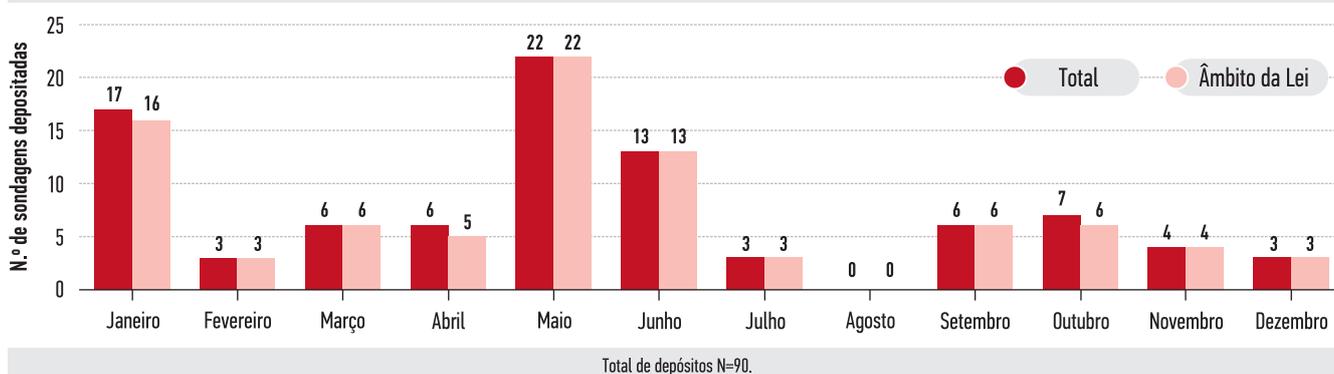
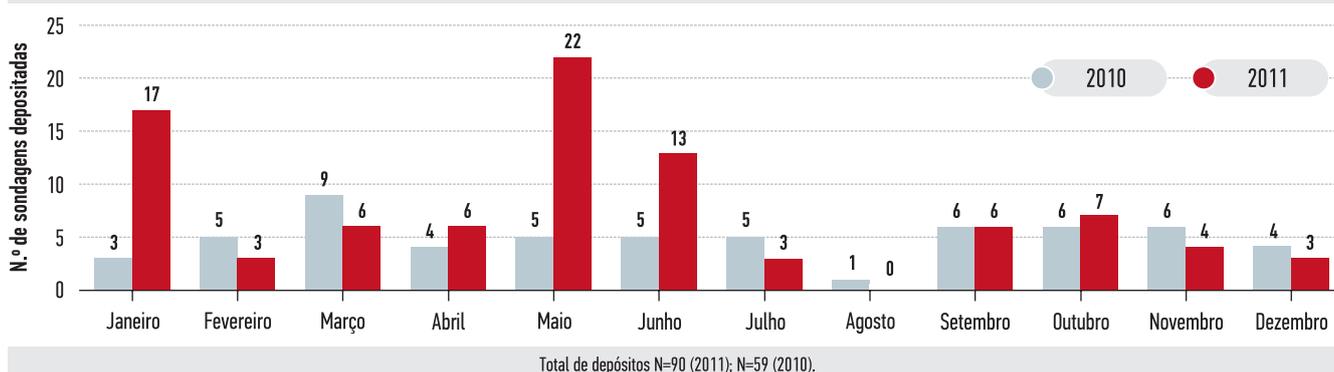


Fig. 7 – Número de sondagens depositadas mensalmente (2010 e 2011).



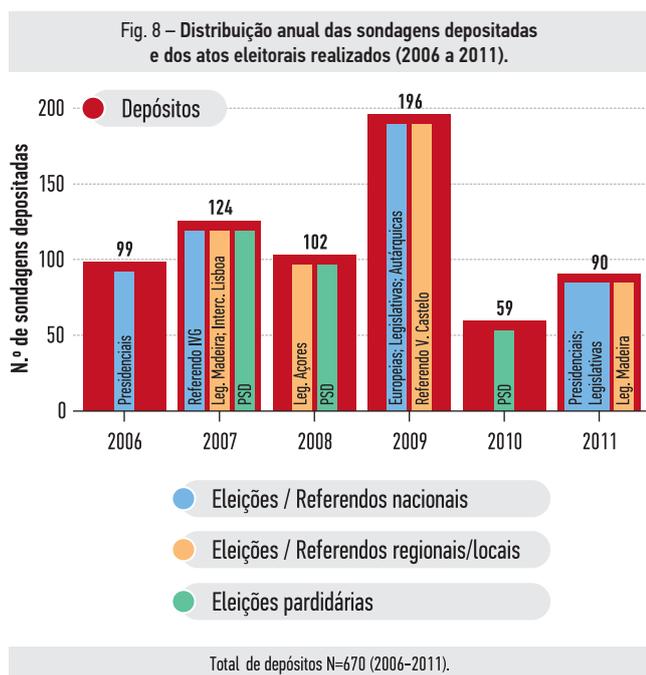
2 Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

o primeiro e o segundo semestres de 2011 (67 e 23, respetivamente), revelando-se o período decorrido entre julho e dezembro de 2011 muito próximo do perfil do ano anterior;

A eleição da Assembleia Regional da Madeira, em outubro de 2011, com apenas cinco depósitos a ela dedicados em junho (1) julho (1) e outubro (3), não constituiu fator muito motivador para a abordagem das empresas de sondagens e dos órgãos divulgadores, pelo que a sua presença no cômputo dos depósitos de 2011 não atinge grande expressão, contrariamente ao ocorrido em 2007 (figs. 8 e 9).

As figs. 8 e 9 espelham a relação existente entre o aumento da incidência de depósitos e a realização de atos eleitorais, que se torna particularmente evidente nos períodos que antecedem as eleições presidenciais de 2006 e de 2011, as eleições legislativas de 2009 e 2011 (repartido pelos meses de maio e junho) e as eleições autárquicas de 2009. Agosto afigura-se como o mês mais atípico de todos, mas também o de maior regularidade, com apenas 4 depósitos registados nos seis anos reportados.

Da análise do número de depósitos, é facilmente demonstrável a redução substancial da contratação deste tipo de estudos para divulgação em órgãos de comunicação social ao longo dos últimos dez anos, relembrando-se que, por exemplo, em 2005, ainda sob a alçada da atividade reguladora da antiga AACS, foram registados 336 depósitos de sondagens e estudos de opinião, com forte incidência nos estudos de antecipação para as eleições autárquicas e legislativas realizadas nesse ano³.



2.3. TEMAS ABORDADOS

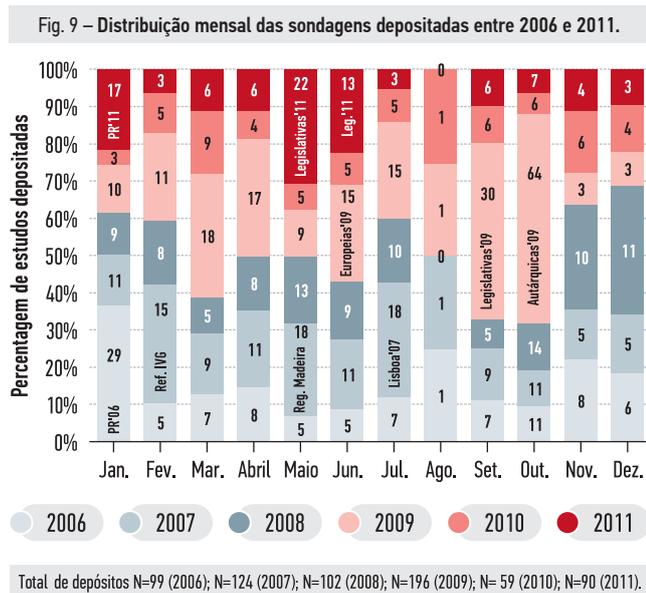
2.3.1. Um novo paradigma na abordagem os temas das sondagens

A introdução do novo suporte de gestão das bases de dados relativas ao registo das empresas, dos depósitos e das divulgações de sondagens, que constituem o atual Portal das Sondagens, justificou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na anterior base de dados, desenvolvida com suporte na aplicação informática Access.

Para além da normalização de muitas categorias e listas de valores que haviam sido criadas pelos técnicos da ERC no anterior suporte, foi necessário depurar muita da informação nele constante, processo que ainda decorre para os anos anteriores a 2010.

A alteração da classificação temática dos depósitos submetidos à apreciação da ERC foi uma dessas tarefas, justificando-se pela necessidade de aligeirar a anterior lista existente até então, com o objetivo de a ajustar de uma forma mais prática e eficiente ao objeto de aplicação da Lei das Sondagens.

Deste modo, o modelo seguido nesta nova classificação dos temas das sondagens, o qual justificou a recodificação de todos os depósitos de 2011 e 2010 e que permitirá no futuro uma apreciação mais acessível e correta dos temas abordados pelas sondagens de opinião ao longo dos anos, desde 1991, responde aos termos daquilo que



3 Note-se que a ERC desconhece o número de estudos realizados sem o intuito de divulgação, e que, como tal, não estão sujeitos à prerrogativa de submissão à sua ação reguladora. De qualquer modo, a contratação deste tipo de estudos é recorrente de ano para ano, sendo particularmente acentuada em períodos eleitorais mais intensos, como terá ocorrido certamente em 2011.

está definido no Artigo 1.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens) como objeto de intervenção da ERC no domínio das sondagens e inquéritos de opinião, complementado pela diversidade de distintas abordagens que as empresas de sondagens têm vindo a desenvolver ao longo dos anos.

A nova grelha de codificação dos temas das sondagens está, deste modo, desagregada em nove grandes grupos (fig. 10).

Fig. 10 – Grandes grupos temáticos de classificação das sondagens de opinião.

Grupos temáticos	Classificação das sondagens de opinião
Grupo 1	Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes
Grupo 2	Competências e organização dos órgãos constitucionais e dos seus representantes
Grupo 3	Avaliação dos órgãos e atores políticos
Grupo 4	Atividades e organização dos partidos políticos (e dos seus representantes)
Grupo 5	Intenção e sentido do voto
Grupo 6	Cenários e representações relacionadas com escrutínios
Grupo 7	Sistema político
Grupo 8	Outros temas relacionados com órgãos constitucionais
Grupo 9	Temas dos estudos que não estão no âmbito da Lei das Sondagens

Cada um destes Grupos agrega, respetivamente, 80 categorias distintas e 227 temas específicos (Níveis 2 e 3), servindo estes últimos efetivamente para a codificação de cada um dos estudos submetidos à apreciação da ERC.

2.3.2. Os temas abordados em 2010 e 2011

Para além da manutenção dos barómetros regulares, com as suas abordagens temáticas recorrentes em torno da monitorização do sentido do voto e da imagem das principais figuras do Estado e dos atores políticos, os estudos depositados no ano de 2011 foram fortemente condicionados pelos atos eleitorais realizados em janeiro (eleições presidenciais), junho (eleições legislativas) e outubro (eleições para a Assembleia Regional da Madeira), donde resulta o grande número de sondagens que foram enquadradas no Grupo 5 (80 estudos — 88,9% do total), como se pode constatar no quadro da fig. 11.

De notar que já em 2010, aliás como em anos anteriores, a abordagem da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi o tema mais visitado pelos questionários depositados na ERC, o que resulta, no caso vertente, não apenas dos estudos de monitorização mensal daqueles indicadores, vulgarmente designados *barómetros*, mas também das sondagens realizadas a partir do último trimestre desse ano, em antecipação das eleições presidenciais de janeiro de 2011.

O Grupo 3 tem sido, recorrentemente, aquele que tem recolhido, em segundo lugar, a maior atenção das empresas de sondagens e dos órgãos divulgadores, pela abordagem da imagem e avaliação da atuação dos principais órgãos constitucionais e dos atores políticos. Não obstante recolherem a atenção de cerca de um pouco menos da metade das sondagens (46,7%), este é o grupo que regista o maior número de referências temáticas distintas, devido às abordagens recorrentes da imagem dos líderes partidários, Presidente da República e primeiro-ministro, presentes nos barómetros políticos regulares, para além da avaliação de outros órgãos e atores políticos.

A leitura do quadro da fig. 12 permite-nos obter uma indicação precisa dos temas mais frequentes em 2011, sendo de relevar, em particular, o número de sondagens (66) que abordaram o voto legislativo, representando 74,4% dos estudos depositados.

Na ausência de eleições nacionais, a manutenção dos barómetros políticos regulares em 2010 foi determinante para a presença mais forte das sondagens que abordaram os temas recorrentes deste tipo de estudos naquele ano, como sejam a intenção e o sentido de voto e a imagem dos órgãos e principais atores políticos. De relevar também a forte presença dos estudos de antecipação das eleições presidenciais em 2010, o que se reflete no número significativamente superior de estudos que abordaram o voto presidencial, as expectativas eleitorais, bem como a imagem dos candidatos presidenciais, temas que apresentam menor expressão em 2011.

De relevar ainda a presença recorrente de temas relacionados com as expectativas em relação à ação governativa, bem como relativos

Fig. 11 – Grandes grupos temáticos abordados pelas sondagens em 2011 e 2010*.

Empresa	2011		2010		Dif. (2011-2010)	
	Depósitos	Referências temáticas	Depósitos	Referências temáticas	Depósitos	Referências temáticas
Grupo 1 – Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	37	71	36	77	3%	-8%
Grupo 2 – Competências e organização dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	12	20	16	32	-25%	-38%
Grupo 3 – Avaliação dos órgãos e atores políticos	42	166	40	182	5%	-9%
Grupo 4 – Atividades e organização dos partidos políticos (e dos seus representantes)	21	32	23	32	-9%	0%
Grupo 5 – Intenção e sentido do voto	80	108	53	86	51%	26%
Grupo 6 – Cenários e representações relacionadas com escrutínios	27	58	28	76	-4%	-24%
Grupo 7 – Sistema político	3	3	6	9	-50%	-67%
Grupo 8 – Outros temas relacionados com órgãos constitucionais	28	49	22	43	27%	14%
Grupo 9 – Temas dos estudos que não estão no âmbito da Lei das Sondagens	1	1	0	0	-	-

Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010). Total de temas distintos registados – 82 (2011); 82 (2010). Total de referências temáticas – 508 (2011); 537 (2010).

* O indicador **Referência Temática** representa o somatório global dos diferentes temas identificados em cada uma das sondagens depositadas durante o ano de 2011 e 2010, atendendo a que cada sondagem normalmente aborda mais do que um tema.

Fig. 12 – Principais temas abordados pelas sondagens (2011 e 2010).

	2011	%	2010	%
Voto legislativo	66	73,3	47	79,7
Imagem dos líderes partidários	34	37,8	35	59,3
Imagem do Presidente da República	32	35,6	34	57,6
Imagem do primeiro-ministro	28	31,1	29	49,2
Expectativas em relação à ação governativa	20	22,2	13	22,0
Situação económica pessoal e familiar	19	21,1	14	23,7
Expectativas económicas para o país	18	20,0	15	25,4
Intenção de ir votar	17	18,9	4	6,8
Imagem do governo	16	17,8	18	30,5
Simpatia/proximidade partidária	16	17,8	8	13,6
Cenários pós-eleitorais	16	17,8	5	8,5
Políticas económicas	13	14,4	13	22,0
Imagem do Ministério Público (PGR)	11	12,2	12	20,3
Cenários eleitorais	11	12,2	10	16,9
Confiança para primeiro-ministro	11	12,2	7	11,9
Voto presidencial	10	11,1	20	33,9
Imagem do Parlamento	10	11,1	12	20,3
Imagem dos tribunais	10	11,1	12	20,3
Voto anterior	10	11,1	11	18,6
Imagem dos ministros	9	10,0	11	18,6

Nota: Encontram-se registados os temas que foram abordados em mais de 10% dos depósitos de 2011.

Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010). Total de temas distintos registados – 83 (2011); 82 (2010). Total de referências temáticas – 511 (2011); 537 (2010).

à avaliação da situação económica pessoal/familiar e do País, abordagens que se têm mantido nos barómetros regulares de algumas das empresas credenciadas.

A eleição da Assembleia Regional da Madeira e a concomitante temática da intenção de voto regional foram abordadas em 5 estudos, representando 5,6% do total de sondagens depositadas.

3. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAJENS

3.1. MÉTODO DE RECOLHA

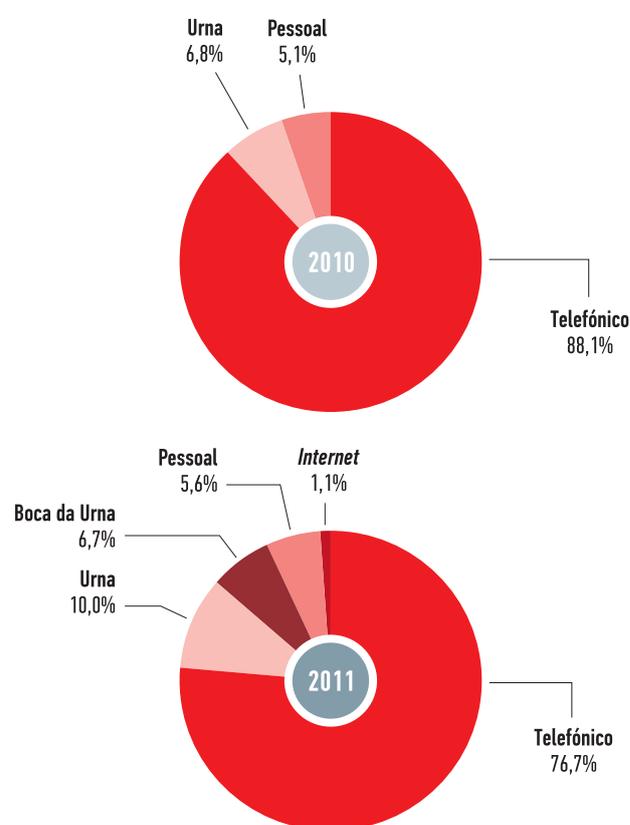
Os dois atos eleitorais nacionais realizados em 2011, e as exigências metodológicas impostas por alguns dos estudos de antecipação eleitoral e de projeção dos resultados nos dias das eleições, vieram alterar significativamente o perfil dos métodos de recolha de informação ao longo do ano.

Não obstante os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efetuados permitirem concluir pela manutenção do contacto telefónico como método de recolha de informação mais frequente, a sua importância relativa no cômputo dos estudos depositados na ERC representou em 2011 menos 11,4% do que em 2010. Este método foi utilizado, através de seleção direta ou em *painel*, em 69 das 90 sondagens depositadas durante o ano de 2011.

Em ano de escrutínios nacionais, com as decorrentes exigências das projeções eleitorais, as empresas de sondagens recorreram com mais frequência a metodologias de abordagem pessoal junto dos eleitores com simulação do voto em *urna*, quer através de estudos nas residências dos entrevistados (*urna*) ou no dia do ato eleitoral, à saída das secções de voto (*boca da urna*⁴).

A percentagem deste tipo de abordagens cresceu cerca de 10% entre 2010 e 2011. Já em 2010, a antecipação das eleições presidenciais de janeiro de 2011 havia justificado o recurso a este método em alguns dos estudos realizados no último trimestre de 2010.

Fig. 13 – Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2010 e 2011).



Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

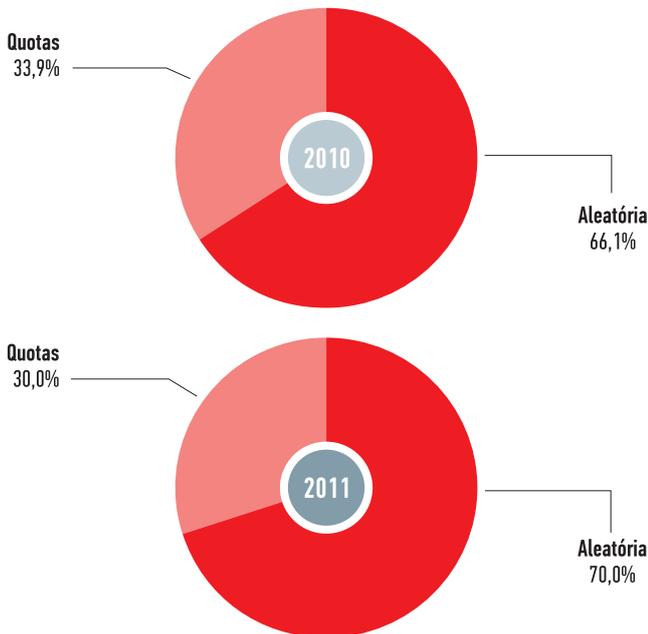
Os 6 estudos realizados com metodologia de recolha à *boca da urna* foram realizados para projeção dos resultados das eleições para a Presidência da República, em Janeiro de 2011 (3), e Assembleia da República, em junho de 2011 (3).

3.2. MÉTODO DE SELEÇÃO

A introdução em 2011 de procedimentos de recolha de informação mais próximos do entrevistado, particularmente no recurso à simu-

⁴ Denominam-se à *boca da urna* as sondagens realizadas em dia de ato eleitoral, junto de locais de escrutínio previamente selecionados, em que é solicitado ao inquirido que replique o sentido de voto que acabou de exercer, através do preenchimento de um boletim de voto idêntico, com deposição em urna selada.

Fig. 14 – Número de sondagens depositadas, por método de seleção das amostras* (2010 e 2011).



Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

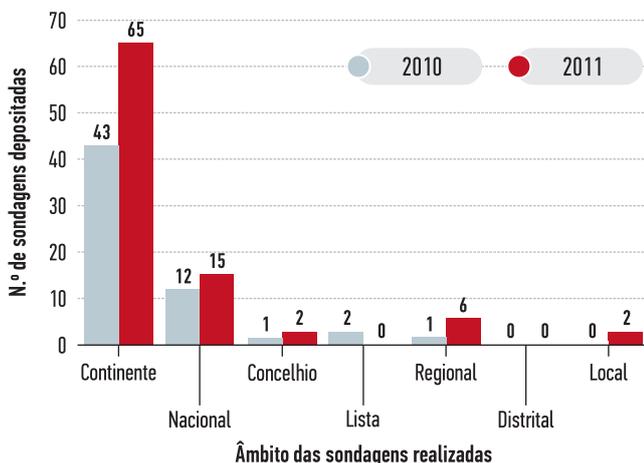
* A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na anterior base de dados. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método misto que vinha sendo apresentado em relatórios anteriores, considerando-se que a seleção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), complementada com o recurso efetivo às quotas para selecionar os indivíduos a entrevistar, se enquadra no método de seleção por quotas.

lação do voto, conduziu a um ligeiro aumento na utilização de métodos puramente aleatórios na seleção dos entrevistados (fig. 14).

3.3. ÂMBITO GEOGRÁFICO DOS ESTUDOS

Muito embora se tenha constatado em 2011 um aumento substancial do número de estudos com recolha de informação realizada junto de

Fig. 15 – Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2010 e 2011).

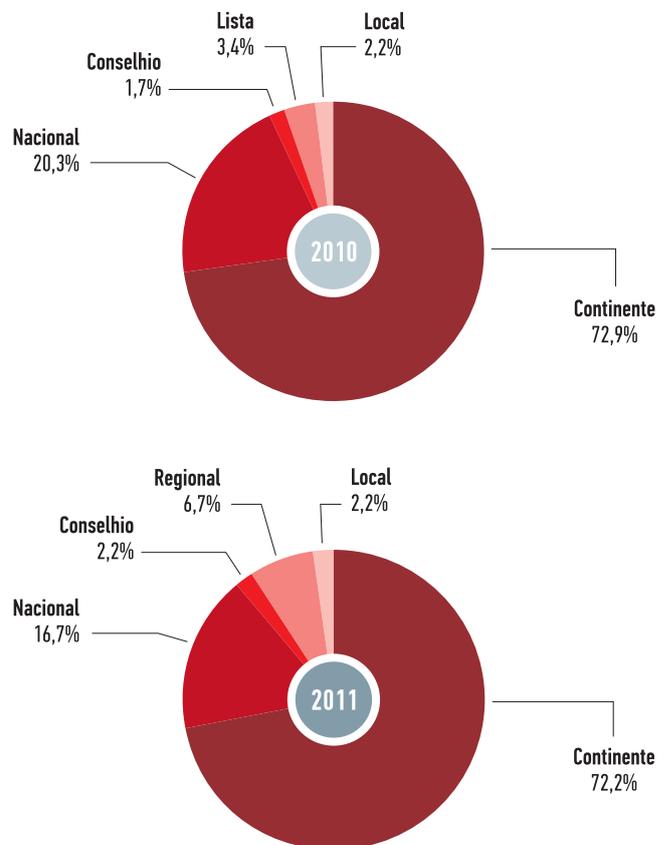


Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

residentes ou eleitores de Portugal Continental, a estrutura não se alterou em relação a 2010, representando este âmbito de abordagem uma percentagem praticamente idêntica nos dois anos.

Verdadeiramente dissonante de um para outro ano, é o crescimento do número e da importância relativa dos estudos de âmbito regional, com cinco sondagens dedicadas à intenção e ao sentido do voto nas eleições para a Assembleia Regional da Madeira, e um outro sobre a implantação de um canal televisivo na região norte.

Fig. 16 – Percentagem de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2010 e 2011).



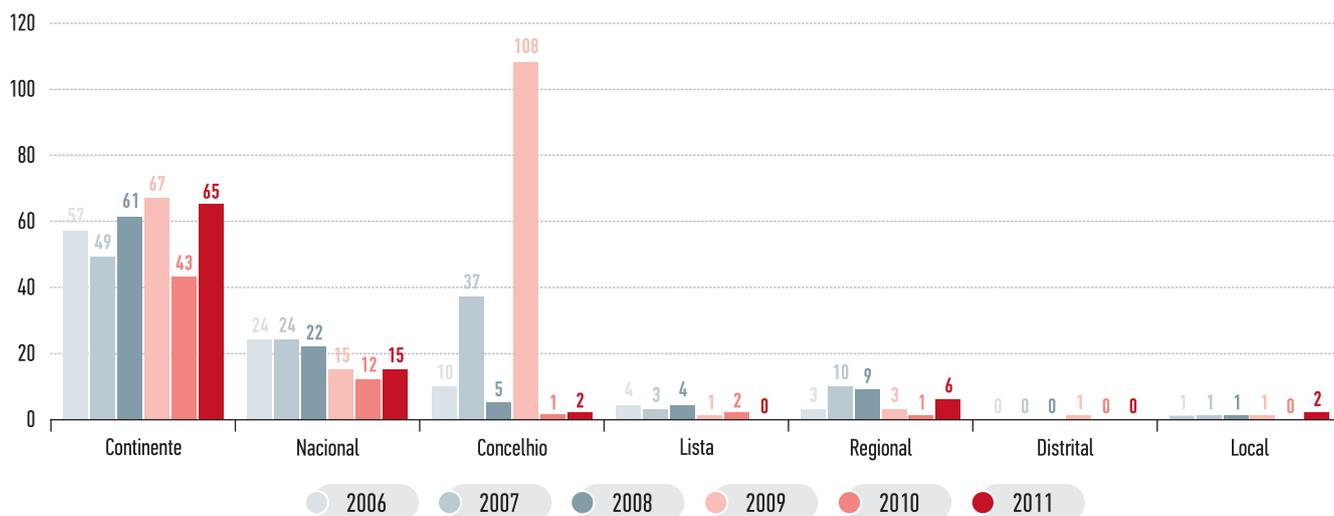
Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

Numa leitura transversal entre 2006 e 2011, e se excetuarmos períodos bem definidos em 2007 e 2009, que coincidiram com a realização de eleições autárquicas e/ou regionais, a grande maioria das sondagens foi realizada junto da população de Portugal Continental ou teve mesmo âmbito nacional (fig. 17).

3.4. DIMENSÃO DAS AMOSTRAS

As sondagens depositadas durante o ano de 2011 compreenderam a inquirição total de 245.959 indivíduos, número perto de cinco vezes superior ao total de entrevistados apurados no ano anterior (50.010 indivíduos inquiridos em 2010).

Fig. 17 – Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2006 a 2011).



Total de depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011).

Fig. 18 – Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2010 e 2011).

Escalão de dimensão das amostras	2011	%	2010	%
Menos de 300	0	0,0	1	1,7
300 a 499	0	0,0	1	1,7
500 a 799	31	34,4	24	40,7
800 a 999	11	12,2	13	22,0
1 000 a 1 499	35	38,9	16	27,1
1500 a 1999	3	3,3	1	1,7
2 000 a 9 999	4	4,4	3	5,1
10 000 ou mais	6	6,7	0	0,0
Total	90		59	

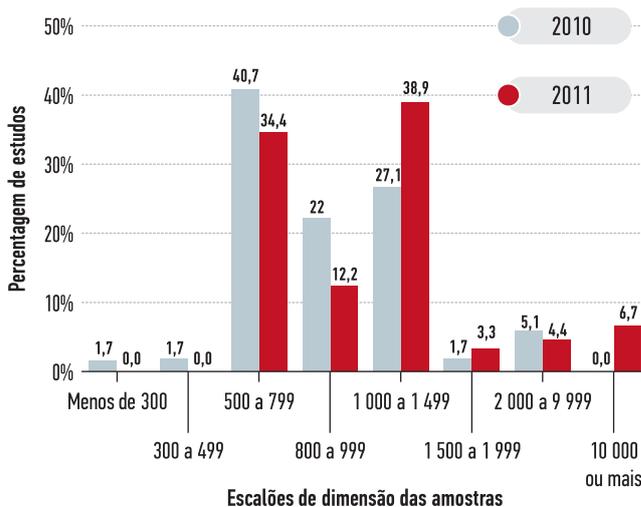
Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

Para esta discrepância de valores contribuiu decisivamente o facto de durante o ano de 2011 terem sido depositadas 6 sondagens realizadas em dia de ato eleitoral, com metodologia *à boca da urna*, contrariamente ao verificado em 2010, no qual não se registou nenhum estudo com estas características. A maior destas amostras nos estudos depositados em 2011 compreendeu 42.712 indivíduos, num estudo realizado para projeção dos resultados eleitorais da eleição para a Assembleia da República, em 5 de junho de 2011.

A dimensão de amostra mais frequente foi, à semelhança do apurado em 2010 e em anos anteriores, de 600 entrevistas. Devido à grande dispersão das amostras, a mediana⁵ das amostras posicionou-se no escalão entre as 1000 e as 1.499 entrevistas, apurando-se um valor mediano de 1004 entrevistas, significativamente superior àquele que foi apurado em 2010 (803 entrevistas).

Calculou-se para o ano de 2011 uma média de 2.965 entrevistas para a totalidade dos 90 estudos depositados, tendo as amostras variado

Fig. 19 – Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2010 e 2011).



Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).

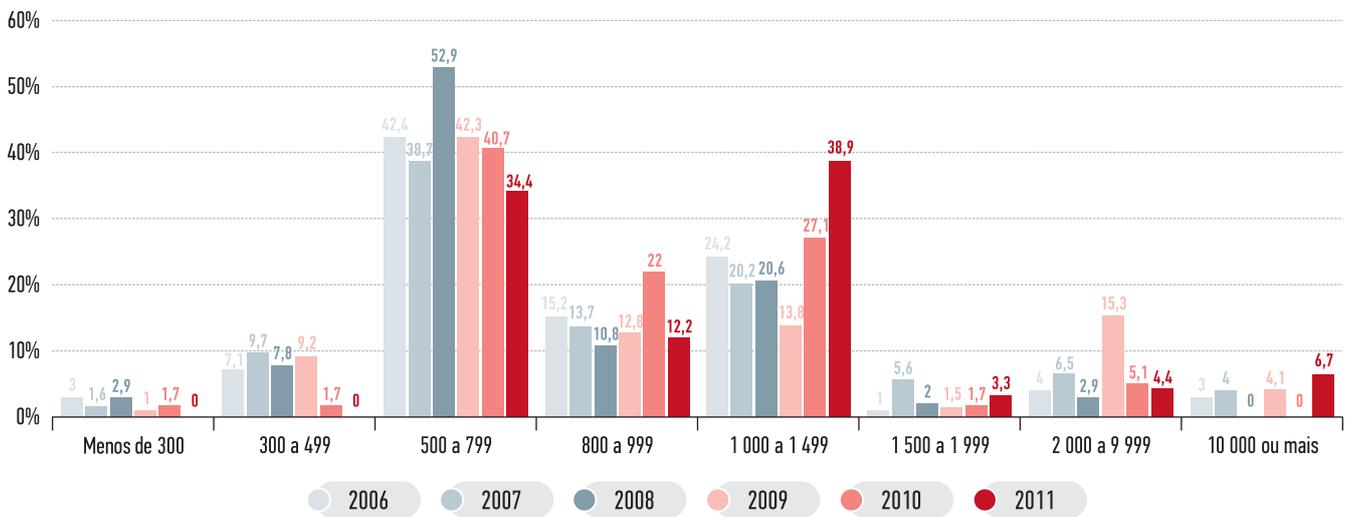
entre um mínimo de 500 e um máximo de 42.712 entrevistas num dos estudos de projeção do resultado eleitoral em dia de eleições.

Se excluirmos do ano de 2011 os estudos realizados em dia de ato eleitoral, cujas amostras, recolhidas através do método *“à boca da urna”*, inflacionam substancialmente os valores obtidos, podemos concluir que a média geral de 2011 (915 entrevistas, em média, por estudo) é ainda significativamente superior à de 2010 (848 entrevistas, em média).

A fig. 20 apresenta a distribuição da dimensão das amostras entre 2006 e 2011, apontando perfis semelhantes, com discrepâncias re-

5 Mediana é uma medida de tendência central, um número que separa a metade inferior da amostra, população ou probabilidade de distribuição, da metade superior. Mais concretamente, metade da população em estudo, neste caso o número de depósitos observados terá valores inferiores ou iguais à mediana e a outra metade terá valores superiores.

Fig. 20 – Dimensão das amostras (2006 a 2011).



Total de depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011).

conhecidas em anos de maior atividade eleitoral, como o foram os anos de 2007, 2009 e 2011.

A redução paulatina dos estudos contratados, mesmo tendo em consideração as variações positivas em períodos de forte atividade eleitoral, tem provocado a deslocação do perfil das amostras no sentido crescente, sendo perceptível um aumento da percentagem de estudos na faixa das amostras entre os 1.000 e 1.499 indivíduos inquiridos. Tal é visível nos dois últimos anos, muito embora a realização em 2011 de um grande número de estudos de antecipação dos atos eleitorais justifique em parte o crescimento observado nesta faixa.

3.5. PERÍODOS DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO

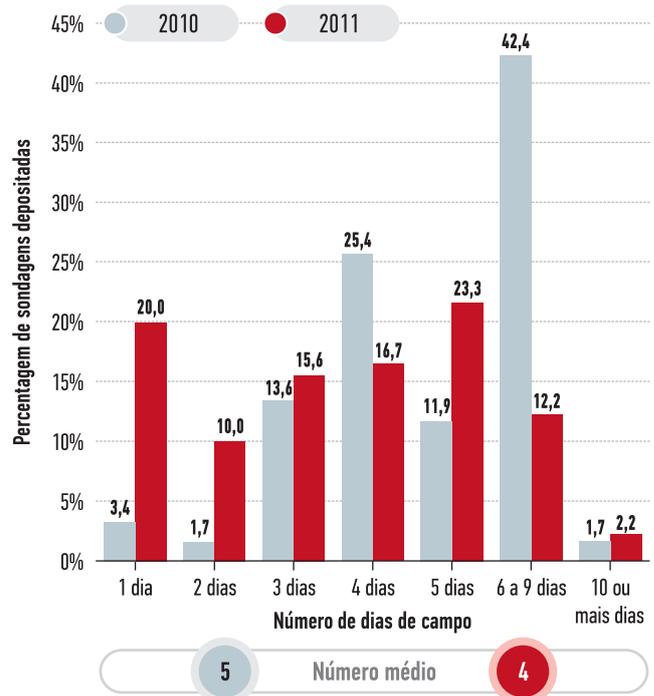
Têm sido recorrentes as alterações observadas neste indicador entre os anos de forte atividade eleitoral e outros em que aquela é nula ou quase nula. Assim, os dados apurados permitem concluir que entre 2010 e 2011 os períodos de recolha de informação apresentam variações muito significativas.

Fruto das características dos estudos realizados num e noutro ano, particularmente as inerentes aos estudos de antecipação e projeção eleitoral de 2011, observou-se uma redução dos tempos médios de recolha de informação de um para outro ano, como se pode constatar na fig. 22.

Em 2011, cerca de 85% dos estudos foram desenvolvidos em 5 dias ou menos, enquanto tal percentagem excedeu pouco mais de 55% dos depósitos de 2010.

A forte incidência de sondagens realizadas em dia de ato eleitoral em 2011, através da metodologia de recolha de voto à boca da urna, re-

Fig. 21 – Percentagem de sondagens, por períodos de recolha de informação (2010 e 2011).

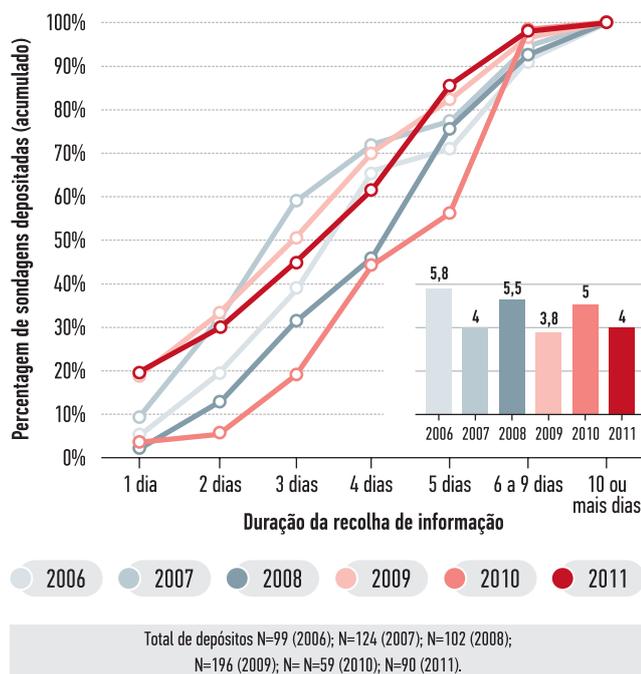


Total de depósitos N=59 (2011); N=90 (2010).

sultou num número muito elevado de estudos com um dia de campo, atingindo 20% das sondagens depositadas. Em 2010, esse tipo de sondagens representou apenas 3,4% dos estudos depositados (fig. 21).

A observação dos perfis apresentados na fig. 22 permite distinguir perfeitamente a duração de recolha de informação dos estudos realizados em 2011 da de 2010, aproximando-se de 2009 e de 2007, anos de forte incidência eleitoral. Tal é observável no gráfico relativo aos períodos médios de recolha.

Fig. 22 – Percentagem de sondagens, por períodos de recolha de informação. Percentagem acumulada e tempos médios de recolha (dias) (2006 a 2011).



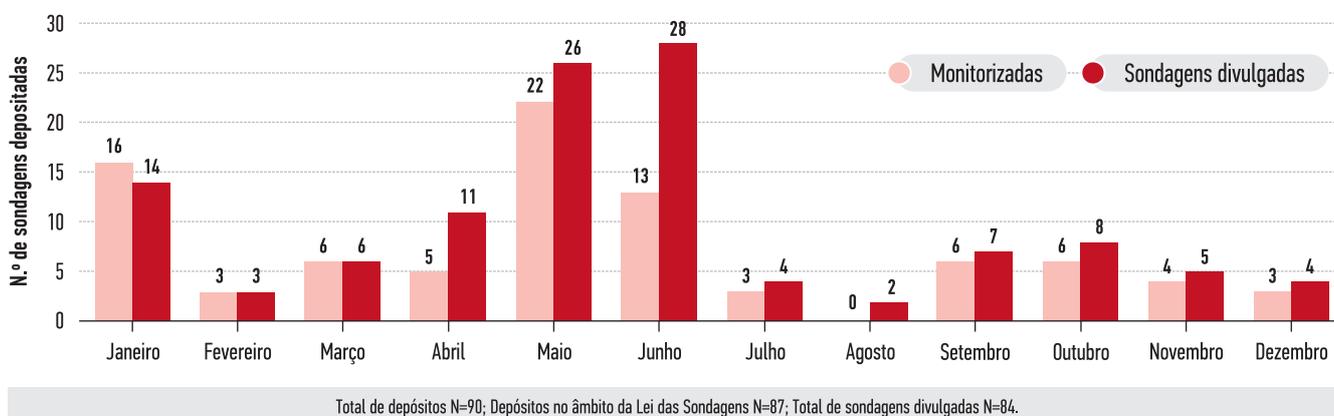
4. DIVULGAÇÃO DE SONDAgens⁶

4.1. ENQUADRAMENTO

Fig. 23 – Número de sondagens divulgadas (2010 e 2011).

	2011	2010
Sondagens depositadas (no âmbito da Lei das Sondagens)	87	59
Sondagens divulgadas	84	57
Percentagem	96,6%	96,6%

Fig. 24 – Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2011).



Foram divulgadas em órgãos de comunicação 84 das 87 sondagens depositadas durante o ano de 2011 que se enquadraram no âmbito da Lei das Sondagens⁷. A percentagem de estudos divulgados é, assim, rigorosamente idêntica à apurada para o ano de 2010.

A um aumento do número de estudos depositados em 2011, correspondeu um crescimento concomitante do número de peças noticiosas recolhidas e analisadas. Assim, foram identificadas 2.844 peças noticiosas, mais 878 (+44,7%) do que em 2010 (1966).

Como em anos anteriores, o elevado número de divulgações reflete um conjunto de situações:

- > Determinadas sondagens, particularmente os estudos regulares de opinião política (barómetros) são encomendados, em parceria, por mais do que um órgão de comunicação social (normalmente, imprensa, televisão e rádio), o que se traduz, em consequência, num número de divulgações significativamente superior ao dos depósitos⁸;
- > A temática e o forte impacto dos resultados obtidos e apresentados em algumas sondagens gera interesse na sua divulgação por parte de outros suportes de comunicação social, o que provoca a multiplicação de divulgações de um único estudo⁹;
- > Os resultados obtidos nos barómetros políticos são, normalmente, desdobrados e, como tal, apresentados em múltiplas edições dos órgãos de comunicação que os contrataram.

A fig. 24 demonstra a relação entre os estudos depositados e os estudos divulgados durante o ano, confirmando-se, através da leitura da

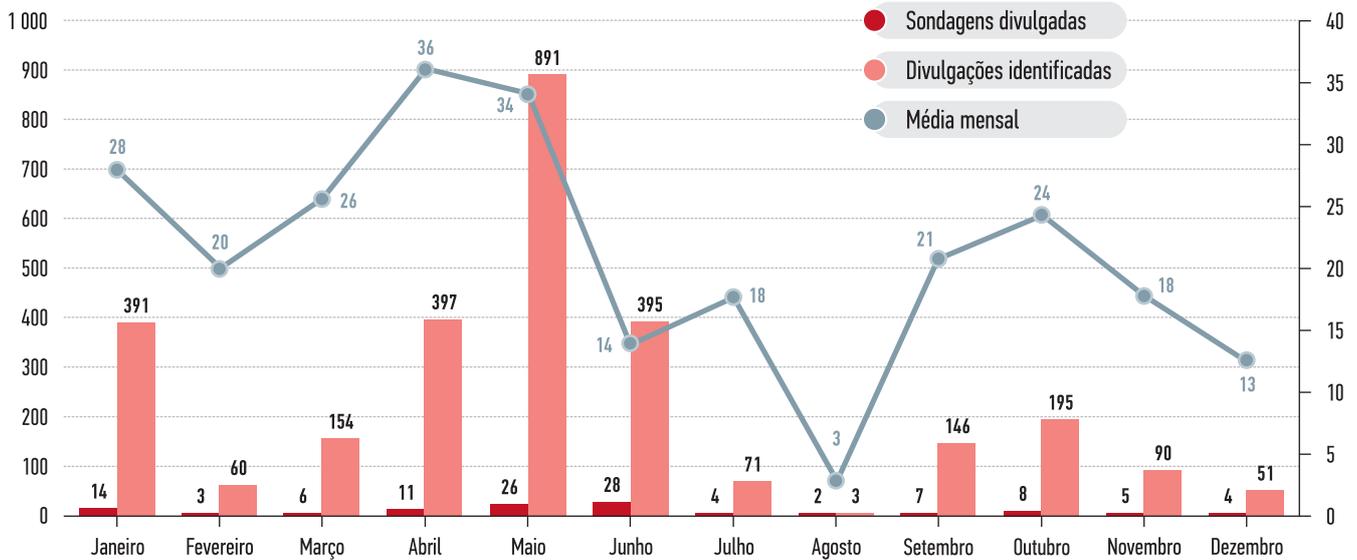
⁶ A análise envolve as sondagens divulgadas em órgãos de comunicação social nacionais em 2011, com correspondência nos depósitos concretizados no mesmo período temporal.

⁷ Consideram-se para efeitos de análise apenas as sondagens que foram enquadradas no âmbito de aplicação da Lei das Sondagens, em número de 87, não tendo sido acompanhadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social as eventuais divulgações dos restantes três estudos.

⁸ Refira-se, a título de exemplo, que determinadas sondagens, contratadas por parcerias de órgãos de comunicação social, chegam a obter um número de divulgações muito superior à média anual.

⁹ O ano de 2011, com muitos estudos de antecipação eleitoral, apresenta divulgações mais circunscritas no tempo, em resultado da sua rápida desatualização pelo surgimento de novas sondagens.

Fig. 25 – Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2011).

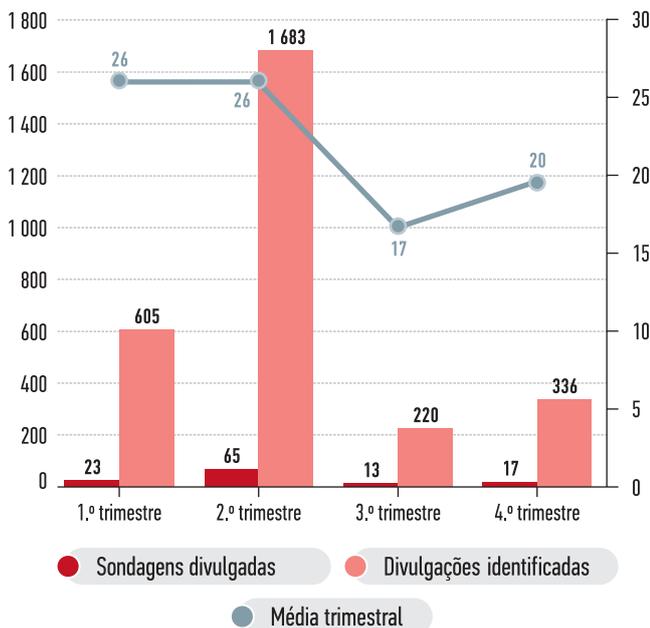


Total de sondagens divulgadas N=84 (2011); Divulgações identificadas N=2 844 (2011).

fig. 25, o número elevado de peças noticiosas por sondagem depositada, particularmente nos meses que antecedem os atos eleitorais de janeiro (eleições presidenciais) e de junho (eleições legislativas).

O número médio de divulgações por sondagem manteve-se rigorosamente idêntico entre 2010 e 2011 (34). Acompanhando a antecipação e o desenrolar dos atos eleitorais de janeiro e junho, foi nos dois primeiros trimestres do ano que se registou o maior número de divulgações, tendo sido recolhidas nesse período 80,5% do total anual de peças noticiosas sobre sondagens.

Fig. 26 – Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre (2011).



Divulgações identificadas N=2 844 (2011).
Total de sondagens divulgadas N=84 (2011).

Não obstante apresentar um número muito superior, a média de divulgações por sondagem no segundo trimestre é idêntica à do primeiro (fig. 26).

Das entidades que realizaram depósitos de sondagens durante o ano de 2011, regista-se para a Marktest (64), Universidade Católica Portuguesa (55) e Intercampus (42) o número médio de peças por sondagem divulgada mais elevado.

Não obstante, a Eurosondagem, com 848 peças noticiosas para um total de 32 sondagens divulgadas, é, indubitavelmente, a empresa com maior expressão junto dos órgãos de comunicação social em 2011, posicionamento que tem sido recorrente de ano para ano (fig. 27).

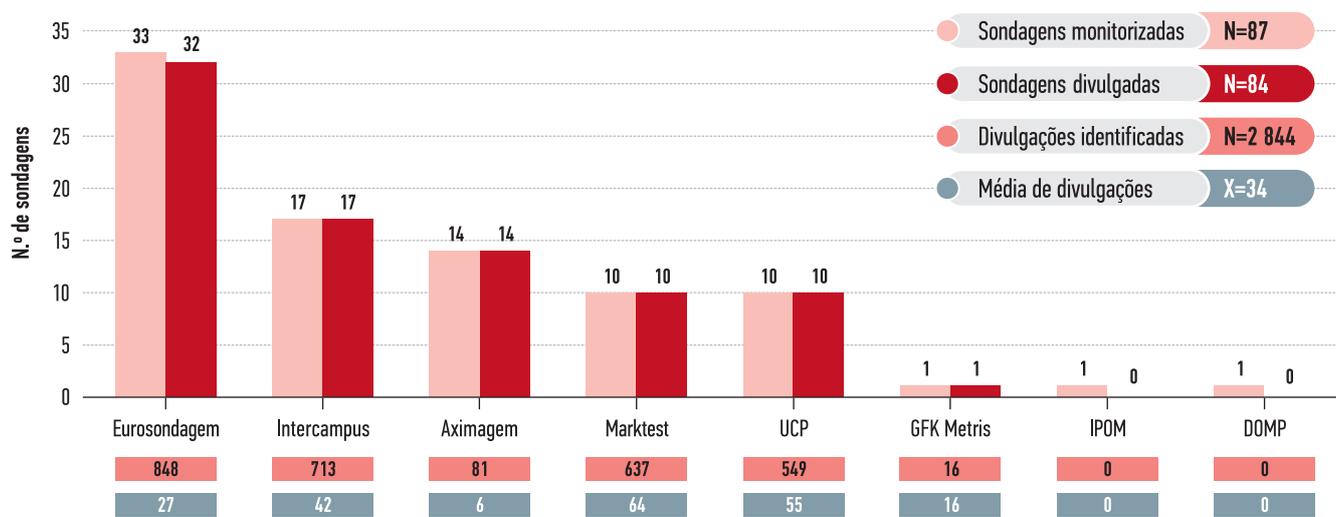
4.2. ÓRGÃOS DIVULGADORES

Na sequência do acompanhamento verificado, identificou-se um total de 71 órgãos de comunicação que procederam à divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2011, um número sensivelmente idêntico ao apurado em 2010 (68).

Numa apreciação global do gráfico da fig. 28, pode-se constatar uma presença muito forte das peças sobre sondagens em todos os canais televisivos de informação dos diversos operadores, públicos ou privados. Neste contexto, TVI 24 e SIC Notícias destacaram-se dos restantes órgãos de comunicação social em 2011, ultrapassando ambos as 300 peças anuais.

Em ano de eleições presidenciais e legislativas, muito contribuiu para este posicionamento cimeiro dos canais televisivos dos grupos Media Capital (TVI 24 e TVI) e Impresa (SIC notícias e SIC) as parcerias feitas

Fig. 27 – Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e número médio de peças por sondagem divulgada (2011).



Total de depósitos N=90; Depósitos no âmbito da Lei das Sondagens N=87; Total de sondagens divulgadas N=84.

com as empresas Intercampus e Eurosondagem nos estudos pré-eleitorais de monitorização da intenção e sentido de voto.

TSF, na divulgação dos estudos da Marktest, RTP Informação (Universidade Católica Portuguesa), Rádio Renascença (Eurosondagem) e Económico TV (Marktest), ultrapassaram a centena e meia de peças noticiosas durante o ano de 2011. Este último órgão de comunicação social é, inclusivamente, aquele que, em média, apresenta o maior número de peças divulgadas por sondagem (13), seguindo-se-lhe a TVI 24 (11) e, num mesmo patamar, RTP Informação, TSF e RDP / Antena 1 (10).

Em 2011, 28 órgãos de comunicação social procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião (39,4% do total), percentagem superior à apurada para o mesmo indicador em 2010 (35,3%).

A informação compilada pela ERC ao longo do ano revela ainda que 26,8% dos órgãos (19) procederam à divulgação de apenas um estudo depositado durante o ano de 2011.

O aumento da percentagem representada pelos principais órgãos divulgadores que se tem vindo a constatar nos últimos anos acompanha um movimento de sinal inverso no número de empresas de sondagens que anualmente procedem ao depósito de estudos junto da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o que revela uma tendência no sentido da concentração do mercado.

O número apreciável de sondagens dedicadas aos atos eleitorais ocorridos em 2011, e as concomitantes divulgações realizadas pelas parcerias que contrataram esses estudos, servirão para explicar parcialmente este fenómeno. É, no entanto, uma tendência que se

tem vindo a acentuar nos últimos anos, à qual não são alheias as alterações na estrutura do mercado dos estudos de opinião e políticos, no sentido de uma maior especialização com bons resultados, bem como a situação económica dos próprios grupos de média, espelhada na redução paulatina das sondagens contratadas e numa maior difusão dos resultados de cada estudo.

Em 2011, os órgãos de comunicação social mais significativos em termos de divulgações publicaram um total de 2.702 peças noticiosas, procedendo os restantes 43 órgãos de comunicação social à divulgação de pouco mais da vigésima parte daquele número, ou seja, 142 peças noticiosas (5,3%).

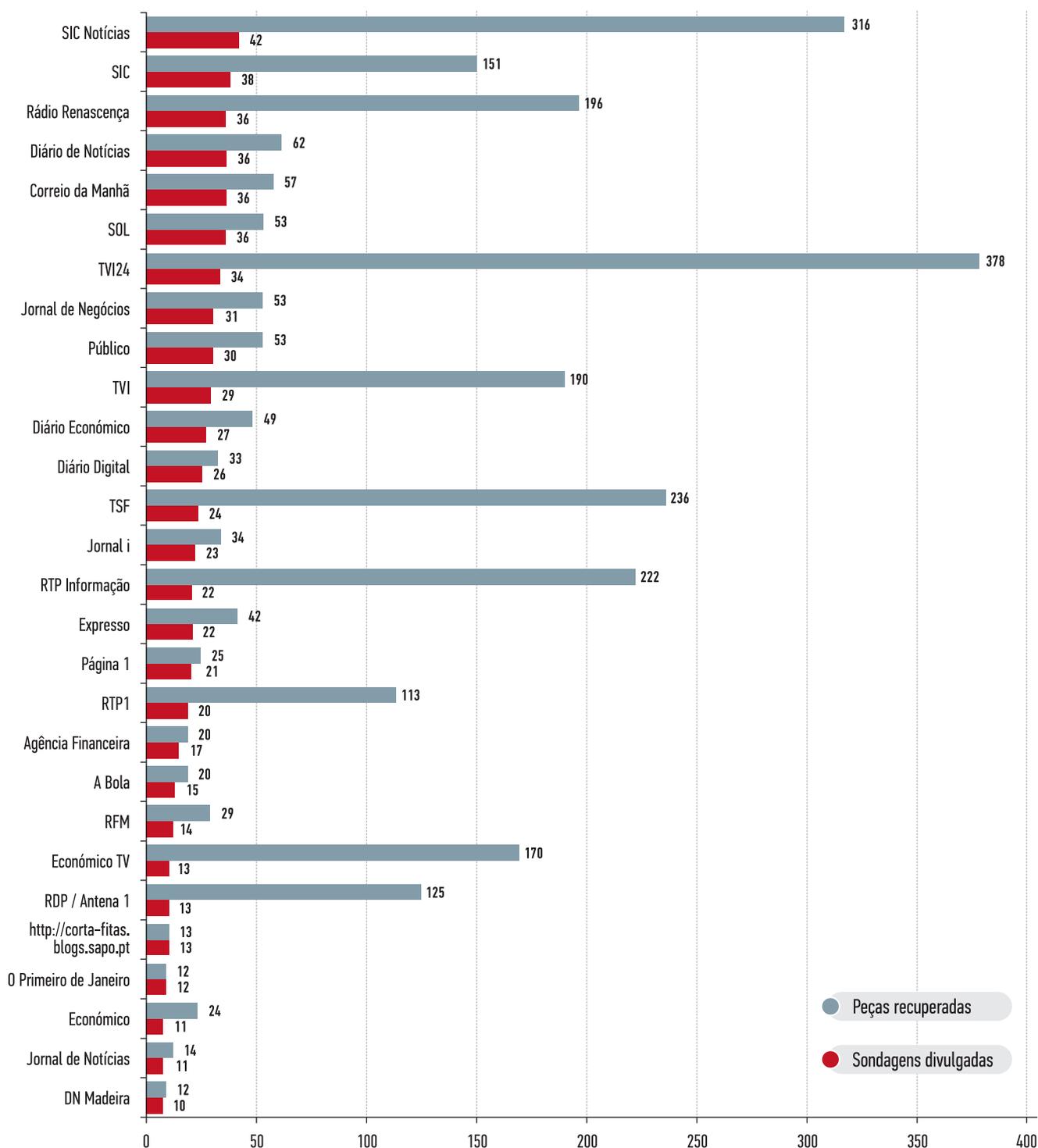
Sendo comum em anos eleitorais, pela realização de inúmeros estudos de antecipação e/ou projeção eleitoral, contratados pelos grupos de média no âmbito das parcerias realizadas com as principais empresas de sondagens, apurou-se em 2011 o maior índice de concentração de divulgações desde 2007.

Assim, em 2011, cerca de 40% dos órgãos de comunicação social que divulgaram sondagens¹⁰ foram responsáveis pela publicação de 95% do total de peças noticiosas identificadas, o que representa um aumento muito significativo em relação a 2010 (fig. 30).

Nos gráficos das figs. 31 e 32 são perfeitamente visíveis as linhas de tendência apresentadas anteriormente — o crescimento ao longo dos anos do número de órgãos de comunicação social que procedem à divulgação de 10 ou mais sondagens e o aumento substancial do número de peças noticiosas por estes produzidas, no sentido de uma maior replicação dos resultados de cada estudo.

10 Para efeitos desta apreciação, consideraram-se os OCS que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

Fig. 28 – Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2011) *.



Total de sondagens divulgadas N=84. Total de divulgações identificadas N=2 844.

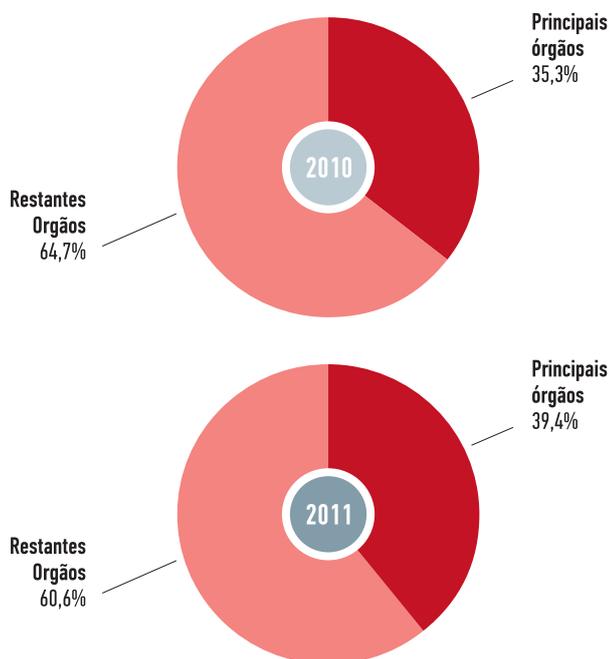
* Consideram-se "principais órgãos", e para efeito de análise, todos aqueles que em 2011 procederam à divulgação de dez ou mais sondagens.

4.3. TIPOLOGIA DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO

Televisão e rádio continuam a ser as principais fontes de divulgação de sondagens de opinião, representando no seu conjunto 74% do total das peças noticiosas identificadas para o ano de 2011. Face ao ano

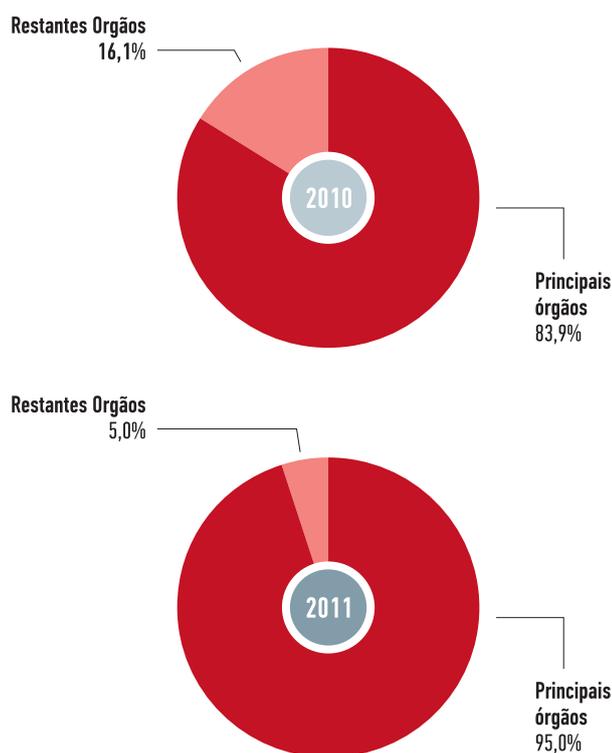
transato, 2010, verifica-se um aumento expressivo no peso da televisão enquanto meio divulgador (+17,9 p.p.), dilatando a sua importância relativa face à rádio (se em 2010 a importância destes dois meios era aproximada, 36% e 31,6%, respetivamente, em 2011 a televisão assumiu claramente a liderança, com 53,9% do total das peças divulgadas contra 20,1% da rádio) (fig. 33).

Fig. 29 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2010 e 2011).



Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=71 (2011); N=68 (2010) *.
 * Para efeitos da análise, consideram-se principais órgãos aqueles que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

Fig. 30 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

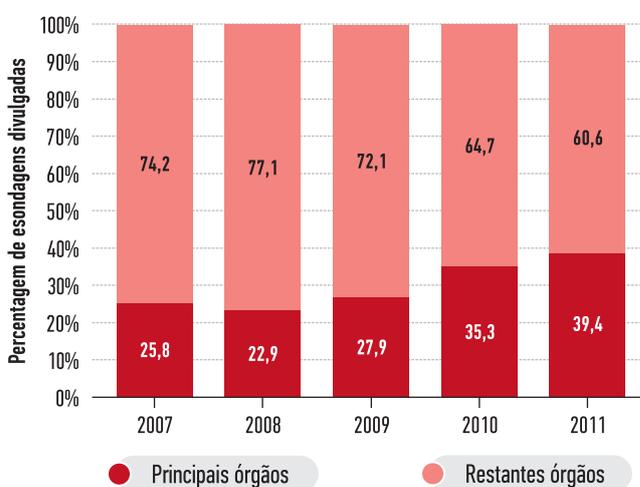


Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=71 (2011); N=68 (2010).
 Total de divulgações identificadas N=2 844 (2011); N=1 966 (2010).

Olhando com mais detalhe os meios de comunicação social (fig. 34), verifica-se que o aumento de importância da televisão enquanto meio divulgador ocorreu sobretudo através da ação dos canais generalistas, onde a presença de sondagens registou um crescimento na casa dos 80% (passando de 9,3% em 2010 para 16,7% em 2011).

Fazendo uma retrospectiva dos últimos cinco anos, observa-se o declínio acentuado da imprensa enquanto meio de comunicação privilegiado para a publicação de sondagens. Se em 2007 mais de metade das divulgações identificadas pela ERC eram realizadas pela imprensa (57,4%), em 2011 este meio apenas comportava pouco mais do que

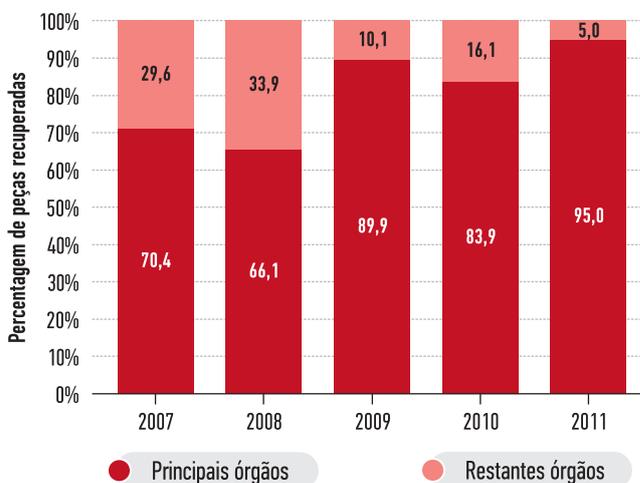
Fig. 31 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 a 2011) *.



Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=66 (2007); N=48 (2008); N=86 (2009); N=68 (2010); N=71 (2011).

* Exclui-se, para efeitos da análise, o ano de 2006, em virtude da ERC ter iniciado apenas em 2007 o registo sistemático desta informação em base de dados.

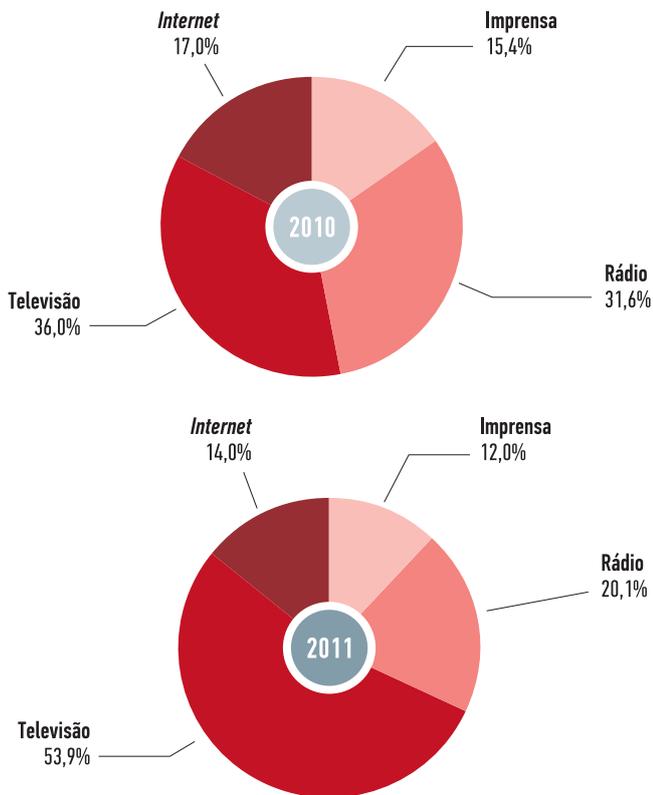
Fig. 32 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de peças noticiosas divulgadas (2007 a 2011).



Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=66 (2007); N=48 (2008); N=86 (2009); N=68 (2010); N=71 (2011). Consideram-se "principais órgãos" aqueles que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

Total de divulgações identificadas N=621 (2007); N=626 (2008); N=1 879 (2009); N=1 966 (2010); N=2 844 (2011).

Fig. 33 – Percentagem de peças noticiosas, segundo o meio de comunicação (2010 e 2011).



Total de peças noticiosas identificadas N=2 844 (2011); N=1 966 (2010).
Incluem-se nas percentagens referentes a *internet*, N=8 (2010) e N=28 (2011)
peças recuperadas de *blogs* / redes sociais, representando 0,4 % e 1 %, respetivamente.

a décima parte do total das divulgações de sondagens políticas (12%) (fig. 35). Em movimento contrário está a *internet*, a qual ganhou alguma expressão nos dois últimos anos enquanto meio divulgador de sondagens (17% em 2010 e 14% em 2011, contra 4,7% em 2009).

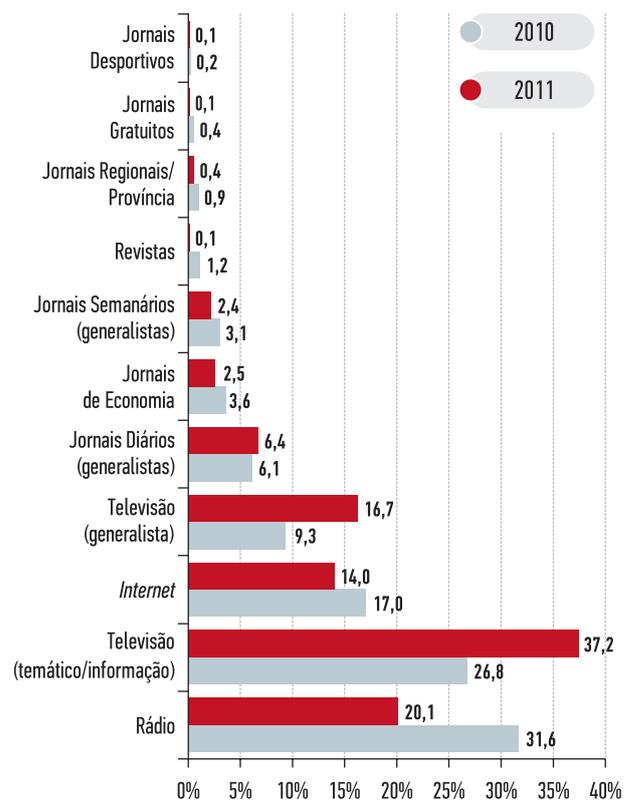
4.4. IMPRENSA

As divulgações realizadas pela imprensa em 2011 exibem um aumento de 12,6% face a 2010, fixando-se o número total de peças identificadas pela ERC em 340, para o ano de 2011, e 302, para 2010.

Observando a evolução por tipo de órgão, verifica-se um aumento do peso das divulgações realizadas por jornais diários generalistas, passando de 39,4% em 2010 para 53,5% em 2011, o que lhes confere ainda maior destaque face às restantes categorias de imprensa na publicitação de sondagens políticas. Excetuando as revistas, onde se denota um decréscimo expressivo face ao ano anterior (1,2% contra os anteriores 7,6%), não se verificam grandes diferenças nos pesos relativos dos restantes tipos de órgãos, mantendo-se os jornais de economia e os jornais semanários, como os segundos e os terceiros maiores divulgadores de sondagens na categoria da imprensa (fig. 36).

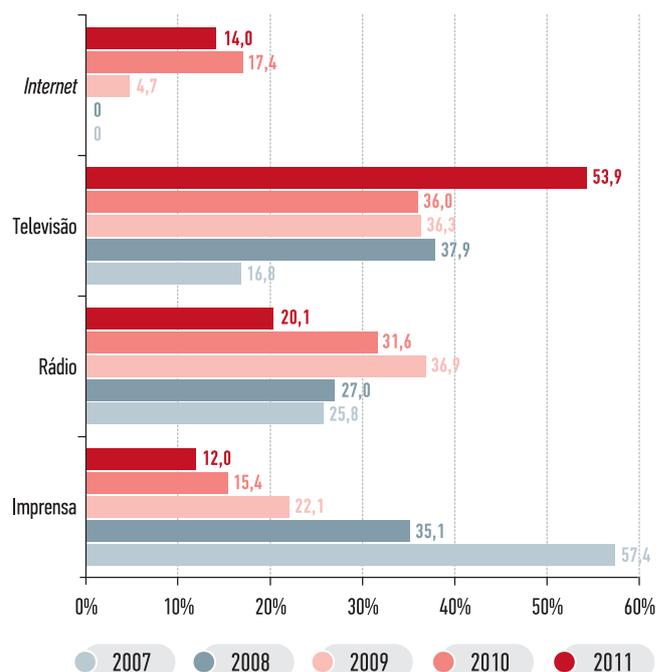
Em termos de volume de divulgações é de destacar o acréscimo registado para os jornais diários (+52,9%) e jornais de semanários

Fig. 34 – Percentagem de peças noticiosas, segundo o meio de comunicação (2010 e 2011).



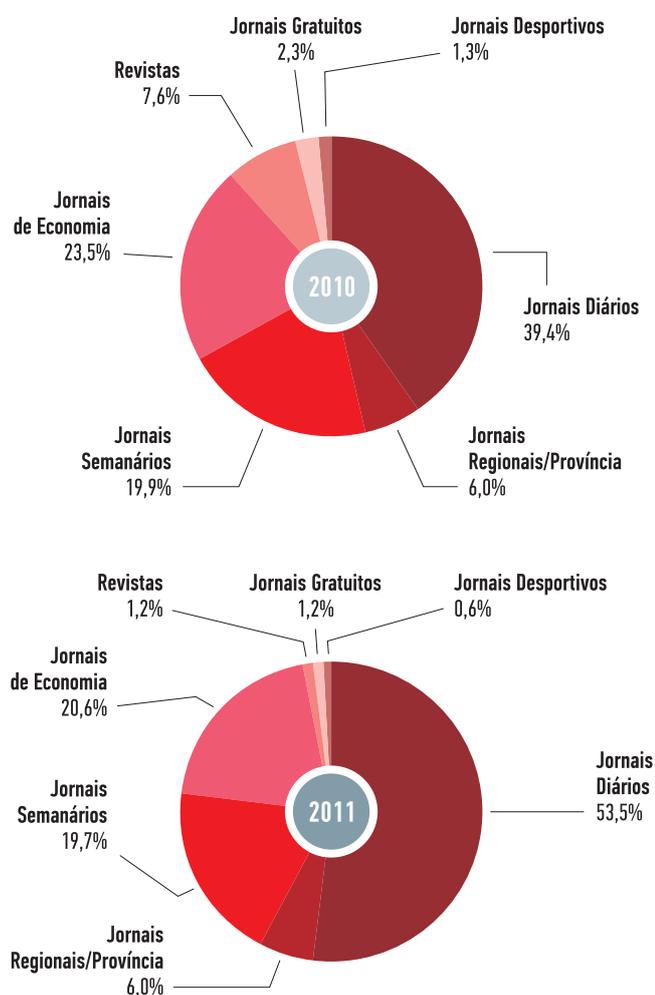
Total de divulgações identificadas N=2 844 (2011); N=1 966 (2010).
* A tipologia utilizada procura distinguir os meios de comunicação, de acordo com a sua natureza, periodicamente, e, quando relevante, vocação editorial.

Fig. 35 – Importância relativa dos diferentes meios de comunicação, em peças noticiosas (2007 a 2011).



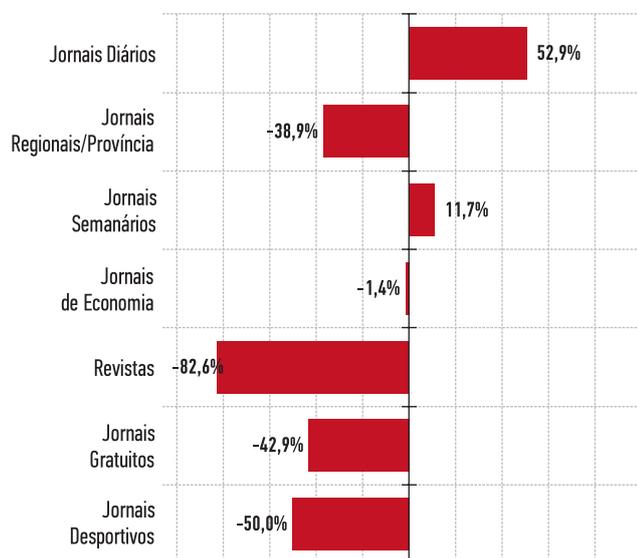
Total de divulgações identificadas N=621 (2007); N=626 (2008);
N=1 879 (2009); N=1 966 (2010); N=2 844 (2011).

Fig. 36 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2010 e 2011).



Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de imprensa N=340 (2011); N=302 (2010).

Fig. 37 – Variação do número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2010 e 2011).



Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de imprensa N=340 (2011); N=302 (2010).

(+11,7%), bem como o decréscimo das restantes categorias, onde não se deve valorizar as variações registadas para os jornais desportivos e jornais gratuitos, já que o seu peso total é meramente residual (figs. 36 e 37).

Quanto aos jornais, e tal como no ano de 2010, os dois maiores divulgadores de sondagens foram o Diário de Notícias e o Diário Económico (51 e 49 divulgações em 2011 e 43 e 54 divulgações em 2010, respetivamente) (fig. 38). Em termos médios estes dois órgãos publicaram, em 2011, mais de 4 peças por mês sobre sondagens. São ainda de destacar, como órgãos com encomenda e publicitação regular de sondagens, o Correio da Manhã, o Expresso e o Jornal de Negócios (os quais totalizaram em 2011 de 43, 22 e 21 divulgações, respetivamente).

Fig. 38 – Principais órgãos de imprensa em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Empresa	2011	%	2010	%	Dif. (11-10)
Diário de Notícias	51	15,0	43	14,2	8
Diário Económico	49	14,4	54	17,9	-5
Correio da Manhã	43	12,6	26	8,6	17
Sol	42	12,4	12	4,0	30
Público	30	8,8	22	7,3	8
Jornal "i"	24	7,1	17	5,6	7
Expresso	22	6,5	34	11,3	-12
Jornal de Negócios	21	6,2	16	5,3	5
O Primeiro de Janeiro	12	3,5	4	1,3	8
Jornal de Notícias	11	3,2	9	3,0	2
DN Madeira	11	3,2	2	0,7	9
Jornal da Madeira	4	1,2	1	0,3	3
O Diabo	3	0,9	14	4,6	-11
Outras divulgações	17	5,0	48	15,9	-31

Total de peças noticiosas em órgãos de imprensa N=340 (2011); N=302 (2010).

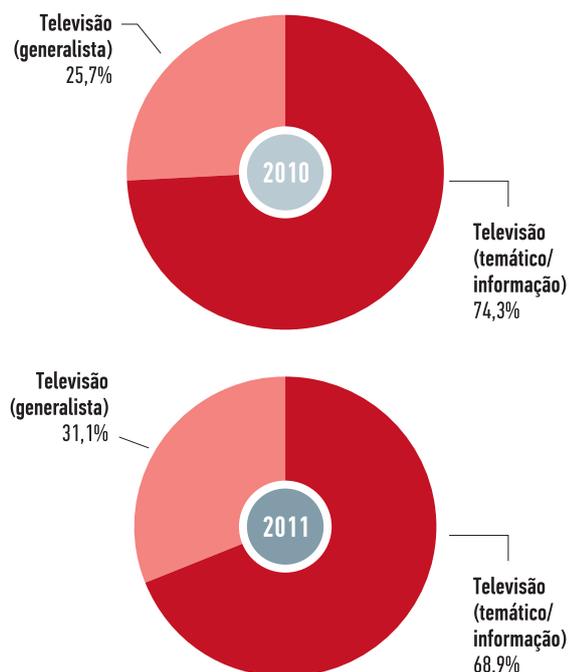
Com uma relação diferente com o mercado dos estudos de opinião, são também de relevar os casos do Sol, Público e jornal "i", os quais apesar de não serem habitualmente clientes de sondagens, apresentam números significativos de divulgações, noticiando, sobretudo nos períodos pré-eleitorais, as várias sondagens publicadas por outros órgãos.

4.5. TELEVISÃO

No ano de 2011 foram divulgadas 1533 notícias sobre sondagens na televisão, o que representa um aumento na ordem dos 117% face às 708 peças identificadas para o ano de 2010. Os canais temáticos/generalistas continuam a liderar de forma muito expressiva as difusões no meio televisivo (68,9%), ainda assim é de assinalar a subida dos valores relativos às televisões generalistas (de 25,7% para 31,1% entre 2010 e 2011, respetivamente) (fig. 39).

No cômputo geral, e com exceção da RTP Açores, todas as estações televisivas aumentaram o número de notícias sobre sondagens face ao ano precedente (2010) (fig. 40). Os canais de informação (TVI 24, SICN e RTPN) continuam a destacar-se como os maiores divulgadores, apresentando no seu conjunto um valor médio mensal de 25 divulgações por canal.

Fig. 39 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de televisão (2010 e 2011).



Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de televisão N=1 533 (2011); N=708 (2010).

Considerando apenas os canais generalistas de sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI) essa média mensal cai para as 10 peças por operador. Esta diferença não espelha uma maior aposta dos canais informativos na divulgação de sondagens, antes dá conta das especificidades de uma grelha de programação mais preenchida com serviços noticiosos do que as televisões generalistas.

Fig. 40 – Principais órgãos de televisão em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Empresa	2011	%	2010	%	Dif. (11-10)
TVI24	356	23,2	168	23,7	188
SIC Notícias	309	20,2	219	30,9	90
RTPN	222	14,5	75	10,6	147
TVI	189	12,3	61	8,6	128
ETV	170	11,1	64	9,0	106
SIC	149	9,7	76	10,7	73
RTP 1	113	7,4	40	5,6	73
RTP 2	23	1,5	4	0,6	19
RTP Internacional	1	0,1	0	0,0	1
RTP Madeira	1	0,1	0	0,0	1
RTP Açores	0	0,0	1	0,1	-1

Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de televisão N=1 533 (2011); N=708 (2010).

4.6. RÁDIO

O número de difusões de sondagens radiofónicas em 2011 registou nova diminuição (-49 do que em 2010), consolidando assim um movimento já identificado em 2010 e que face a 2009 representa uma variação negativa (-17,3%). O desaparecimento da RCP, responsável por 7,7% das difusões realizadas em 2010, terá contribuído para o acentuar dessa tendência, ainda que esta tenha razões mais fundas, nomeadamente a impossibilidade de a rádio utilizar soluções

gráficas que condensem os resultados e os elementos obrigatórios necessários para a correta interpretação da sondagem. Relativamente ao total de difusões, importa ainda referir que os instrumentos de supervisão da ERC captam essencialmente as estações de cobertura nacional, pelo que o número de difusões real deverá estar subestimado, particularmente no caso das rádios locais.

Excetuando o caso da RDP e da RFM, que aumentaram o número de difusões, a generalidade das emissoras diminuiu a publicitação de sondagens (fig. 41). Não obstante, os principais divulgadores mantiveram-se, continuando a destacar-se a TSF na liderança (224), seguida da RR (182) e RDP/Antena 1 (125). O facto destas três emissoras integrarem consórcios para a aquisição de sondagens com outros órgãos explica a distância, no número de difusões registadas, face às restantes rádios.

Fig. 41 – Principais órgãos divulgadores na rádio, em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Empresa	2011	%	2010	%	Dif. (11-10)
TSF	224	39,1	250	40,2	-26
Rádio Renascença	182	31,8	200	32,2	-18
RDP/Antena 1	125	21,8	67	10,8	58
RFM	29	5,1	28	4,5	1
Rádio Comercial	13	2,3	25	4,0	-12
RCP	0	0,0	48	7,7	-48
Outras	0	0,0	4	0,6	-4

Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de rádio N=573 (2011); N=622 (2010).

4.7. INTERNET

A atenção concedida às divulgações de sondagens em órgãos de comunicação social de natureza ou suporte eletrónico permitiu recolher em 2011 um conjunto apreciável de peças noticiosas (n=372), aprofundando-se uma tendência de crescimento que vinha já de anos anteriores (20,4% face a 2010) (fig. 42).

No total foram identificados quarenta e seis sítios eletrónicos de órgãos de comunicação social com publicação de sondagens em 2011. Ainda que as especificidades deste suporte permitam a utilização de conteúdos audiovisuais, a grande maioria das divulgações assemelha-se às peças de imprensa. A maioria destes sítios divulgadores, 52,7%, pertence aos órgãos que integraram as grandes parcerias de sondagens em 2011 (SIC/Expresso/RR/Eurosondagem, CM / Jornal de Negócios / Aximage, DE/ETV/TSF/Markttest, TVI/Público/Intercampus e RTP/JN/DN/CESOP-UCP), servindo as edições eletrónicas para resumir ou republicar as peças apresentadas nas plataformas clássicas.

O acompanhamento realizado na *internet* permitiu também recolher e observar algumas publicações de sondagens em *blogs* e redes sociais (n=28), sendo possível identificar, em traços genéricos, os seguintes perfis de publicação: i) *promocional*, característico dos órgãos de comunicação social nas redes sociais (ex: *Facebook*),

normalmente incluindo o título, o *lead* e a ligação para a divulgação na plataforma eletrónica do órgão; ii) *referencial*, com presença tanto em *blogs* como em redes sociais, nos quais os autores apenas referenciam resultados de sondagens, identificando o órgão e o responsável do estudo, mas nem sempre disponibilizando a ligação à peça; e iii) *analítico/opinativo*, o qual acresce, às características descritas para o perfil *referencial*, uma análise crítica tanto dos acontecimentos sociopolíticos que podem contribuir para a explicação dos resultados apresentados, como das metodologias utilizadas e suas correlativas limitações ou virtudes.

Fig. 42 – Principais órgãos divulgadores por internet, em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Empresa	2011	%	2010	%	Dif. (11-10)
Diário Digital	33	8,3	14	4,2	19
Jornal de Negócios	33	8,3	15	4,5	18
Página1	25	6,3	11	3,3	14
Económico	24	6,0	17	5,1	7
TVI24	22	5,5	25	7,5	-3
Público	21	5,3	10	3,0	11
Agência Financeira	20	5,0	32	9,6	-12
Expresso	20	5,0	8	2,4	12
A Bola	19	4,8	12	3,6	7
RTP	17	4,3	10	3,0	7
Correio da Manhã	14	3,5	12	3,6	2
Rádio Renascença	14	3,5	28	8,4	-14
Diário de Notícias	11	2,8	11	3,3	0
SOL	11	2,6	2	0,7	9
Jornal i	10	2,5	12	3,6	-2
lol.pt	7	1,8	16	4,8	-9
Jornal Digital	7	1,8	11	3,3	-4
SIC Notícias	7	1,8		0,0	7
TSF	7	1,8	33	9,9	-26
TVNET	7	1,8	7	2,1	0
Outros órgãos com menos de 7 divulgações em 2011	43	10,8	40	11,9	3
Blogs / redes sociais	28	7,0	8	2,4	20

Total de peças noticiosas identificadas em portais da Internet N=400 (2011); N=334 (2010). Incluem-se as peças recuperadas de *blogs* / redes sociais N=28 (2011) e N=8 (2010).

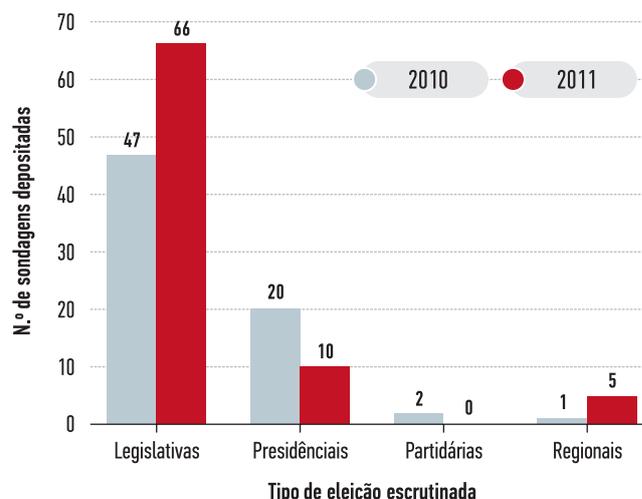
5. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2010 — CARACTERÍSTICAS E PRINCIPAIS RESULTADOS

5.1. CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto de 79 das 90 sondagens depositadas em 2011 (80%), percentagem pouco inferior à verificada no ano de 2010 (84,7%)¹¹. A análise das intenções eleitorais, à semelhança do ano anterior, visou sobretudo os atos legislativos (n=66), o que corresponde a 81,5% do total de estudos que analisaram o comportamento eleitoral no ano de 2011 (fig. 43).

Isolando as sondagens depositadas fora do período eleitoral (desde o início da campanha até ao final do dia das eleições), verifica-se

Fig. 43 – Número de sondagens depositadas, por tipo de intenção de voto estudada (2010 e 2011).



Total de depósitos N=90 (2011); N=59 (2010).
Total de depósitos que abordaram a intenção e o sentido do voto em eleições N=79 (2011); N=50 (2010).
Total de estudos à intenção de voto N=81 (2011); N=70 (2010).

que os estudos que observaram o comportamento eleitoral legislativo foram muito mais regulares ao longo do ano (44 contra 1 sobre voto presidencial e 1 sobre voto regional) (fig. 44). Aliás, a realização de sondagens para divulgação após um escrutínio começa, normalmente, no mês seguinte ao da eleição para as intenções de voto legislativo (fig. 45) e só muito mais tarde, dois a três anos, salvo acontecimentos excecionais, para as restantes intenções de voto.

Fig. 44 – Estudos depositados entre o início da campanha eleitoral e o dia da eleição, por tipo de intenção de voto estudada 2011.

Tipo de eleição	Início da campanha eleitoral	Data da eleição	Depósitos*	Média diária de depósitos
Presidencial	09/01/2011	23/01/2011	9 (1)	0,6
Legislativa	22/05/2011	05/06/2011	22 (44)	1,5
Regional	25/09/2010	09/10/2011	3 (2)	0,4

Total de depósitos considerados por tipo de eleição: presidencial N=10; legislativa N=66; regional N=5.

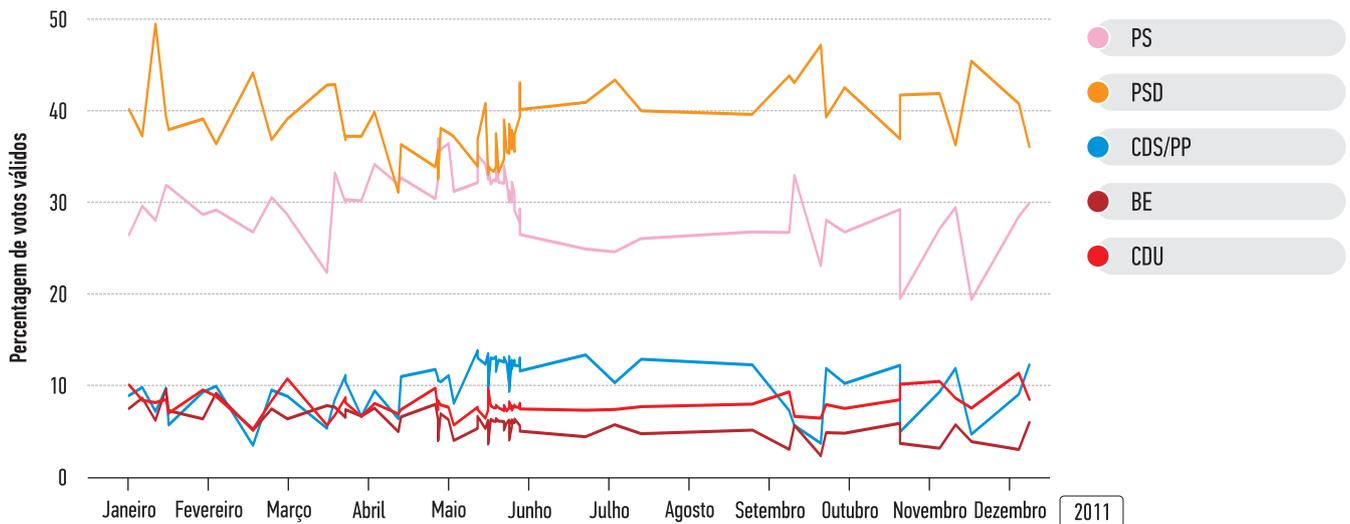
* Número de depósitos efetuados em 2011 fora dos 15 dias que antecedem o final do dia do escrutínio.

Centrando a análise nos quinze dias que culminam no dia da votação (figs. 45, 49, 50 e 51), verifica-se que o estudo do comportamento legislativo também se destaca pela sua maior presença e consequentemente exposição pública, apresentando uma média de 1,5 depósitos diários, cerca de três e quatro vezes mais do que a média verificada nos estudos relativos à intenção de voto presidencial (0,6) e regional (0,4).

A elevada concentração de estudos legislativos neste período deve-se em grande parte às *tracking polls* realizadas pela Intercampus para a TVI/Público e pela Eurosondagem para SIC/Expresso/RR

11 Considerando que no início de 2012 se alterou a forma de codificação do objeto das sondagens, os dados apresentados para os temas e para o estudo da intenção de voto podem apresentar diferenças face aos valores apresentados nos Relatórios de Regulação anteriores ao ano de 2011.

Fig. 45 – Evolução do sentido de voto em 2011 (eleições legislativas).



Depósitos de sondagens que abordam a intenção de voto em eleições Legislativas, N=66 (2011).

Os dados da fig. 46 excluem os não votantes declarados e os não respondentes (Não sabe / Não responde), recalculando-se em conformidade o total de votos validamente expressos. Esta operação tem como objetivo uniformizar os dados de forma a possibilitar a análise evolutiva comparada e é exclusiva responsabilidade da ERC.

(figs. 46 e 47, respetivamente). Este tipo de estudos, por vezes também designados na comunicação social como sondagens contínuas, é utilizado para produzir estimativas diárias (no caso da Inter-campus bissemanais) através da utilização de “médias móveis”, que deixam cair os dias de campo mais antigos à medida que se vão produzindo novas entrevistas (dias de campo). Se considerarmos que as sondagens “normais” nos apresentam uma fotografia do momento, então as *tracking polls* são como um filme em movimento, registando dia a dia a evolução do sentido de voto.

5.2. Principais resultados — breve resumo das sondagens relativas às eleições presidenciais, legislativas e regionais (Madeira)

A retrospectiva das sondagens eleitorais realizadas em 2011 deixa antever padrões de precisão diferenciados consoante a natureza e a proximidade dos estudos face aos respetivos atos eleitorais. De resto, esta não é uma realidade nova, tendo já sido identificada em relatórios anteriores e na literatura da especialidade.

As sondagens à boca de urna, caracterizadas por inquirirem eleitores que já votaram, não só previram corretamente a ordenação das candidaturas legislativas e presidenciais, como exibiram um grau de precisão muito elevado (com resultados dentro dos intervalos projetados) (figs. 48 e 49). Por sua vez, as sondagens pré-eleitorais operam num contexto de maior incerteza (entre outros fatores, porque os

Fig. 46 – Tracking polls legislativas 2011 — Inter-campus.

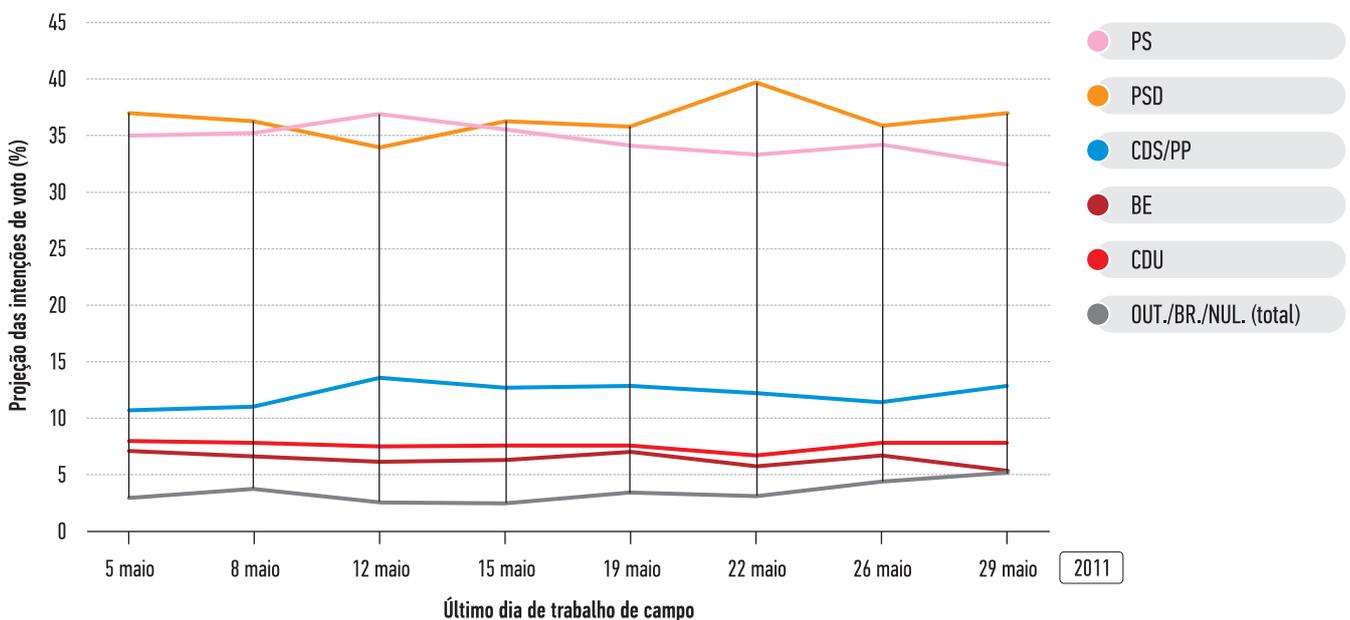


Fig. 47 – Tracking polls legislativas 2011 — Eurosondagem.

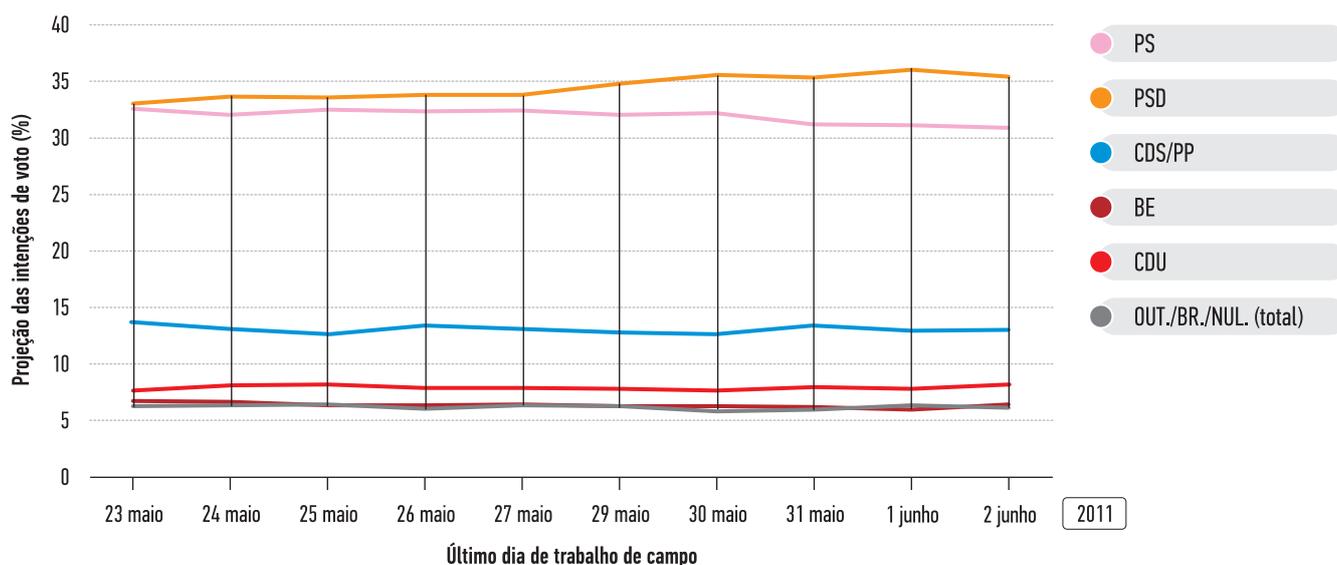


Fig. 48 – Sondagens presidenciais depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por data de trabalho de campo (projeções).

Entidade (período de recolha de dados)	%						
	Erro máximo associado à dimensão da amostra	Cavaco Silva	Manuel Alegre	Fernando Nobre	Francisco Lopes	José Manuel Coelho	Defensor de Moura
Resultados eleitorais	–	52,95	19,74	14,07	7,14	4,51	1,59
CESOP/UCP (23/01/2011) – Boca de urna	0,6	52 – 58	18 – 21	13,5 – 16,5	5 – 8	2 – 4	1 – 2
Eurosondagem (23/01/2011) – Boca de urna	0,5	51,6 – 56	17,1 – 20,9	13,1 – 16,3	6,3 – 7,5	3,3 – 4,5	1,1 – 2,1
Intercampus (23/01/2011) – Boca de urna	0,5	51,4 – 55,4	17,2 – 21,2	12,4 – 16,4	5,8 – 8,8	3,1 – 5,1	0,7 – 2,7
Intercampus (16/01 a 19/01/2011)	3,1	54,6	22,8	9,1	8,2	2,7	2,6
CESOP/UCP (15/01 a 18/01/2011)	1,5	59	22	10	6	1	2
Eurosondagem (13/01 a 18/01/2011)	2,2	56,3	25	10,1	5,2	1,4	2
Marktest (14/01 a 16/01/2011)*	3,5	64,3	15,7	13,3	3,4	2,2	1,3
Aximage (10/01 a 14/01/2011)	3,1	54,7	25,6	10,7	6,3	0,9	1,8

* Para efeitos comparativos redistribuíram-se proporcionalmente os inquiridos que se afirmaram indecisos, abstencionistas ou não respondentes. Esta projeção, realizada sobre as intenções diretas de voto, é da exclusiva responsabilidade da ERC.

Fonte dos resultados eleitorais: www.cne.pt

entrevistados não são eleitores que já votaram mas sim potenciais votantes) e não são, na generalidade, tão precisas como as realizadas à boca de urna. No caso das presidenciais, e considerando as últimas projeções antes da eleição realizada dia 23 de janeiro, deve relevar-se: i) o acerto na ordenação da generalidade dos candidatos, com exceção para os dois candidatos menos votados, onde três das cinco projeções consideradas falharam; e ii) um grau de precisão relativamente elevado, não obstante alguns institutos tenham falhado as estimativas para alguns candidatos, fixando-se a média total dos desvios das últimas cinco projeções pré-eleitorais face aos resultados finais em 2,9 p.p. Se se considerarem apenas as diferenças dos resultados dos dois candidatos mais votados, verifica-se que a margem de vitória média das últimas cinco projeções é de uma grandeza similar à verificada na eleição (35,56 p.p. e 33,21 p.p., respetivamente), o que também evidencia um trabalho positivo por parte das empresas de sondagens.

Relativamente às eleições legislativas, a evolução das intenções de voto demonstrou alguma variabilidade entre institutos ao longo do tempo (ocorrência que pode ser considerada normal face às diferen-

tes metodologias praticadas), a qual no entanto foi convergindo à medida que a data das eleições se aproximou.

No final, a precisão do último estudo pré-eleitoral de cada instituto foi bastante elevada, sendo a média total dos desvios das intenções de voto de 1,3 p.p. Nesta eleição é de salientar, sobretudo, o desaparecimento da subestimação das intenções de voto no CDS-PP (fig. 49), fenómeno anteriormente verificado em 2002 e 2009 e para o qual ainda não se identificou uma explicação causal, até porque não se verificaram alterações significativas nas metodologias aplicadas.

No caso das eleições regionais da Madeira a média total dos desvios entre as três últimas sondagens pré-eleitorais e o resultado da eleição é similar à das eleições presidenciais (2,9 p.p.). Todavia, o comportamento das sondagens não é comparável a essa eleição, principalmente porque duas das três sondagens consideradas foram inexatas na ordenação das forças políticas, estimando, por um lado, que o PS (3ª força mais votada) ficaria à frente do CDS-PP (2ª) e, por outro, que a CDU e o BE (5ª e 9ª força, respetivamente) ficariam à frente

Fig. 49 – Sondagens legislativas depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por último dia de trabalho de campo (projeções).

Entidade (período de recolha de dados)	Erro máximo associado à dimensão da amostra	%					
		PSD	PS	CDS/PP	CDU	BE	Outros/ Branco/Nulos
Resultados eleitorais (05/06/2011)	–	38,66	28,05	11,71	7,90	5,17	8,51
Intercampus (05/06/2011) - Boca de urna	0,5	37,7 – 42,5	24,4 – 28,8	10,1 – 13,7	6,2 – 9,4	3,8 – 7	6,6 – 9,8
Eurosondagem (05/06/2011) - Boca de urna	0,5	38,3 – 42,5	25,5 – 29,7	11,1 – 13,9	6,8 – 9	4,5 – 6,7	4,9 – 7,1
UCP/CESOP (05/06/2011) - Boca de urna	0,6	37 – 42	26 – 30	11 – 14	7 – 9	5 – 7	5 – 8
Aximage (31/05 a 02/06/2011)	3,1	37,4	29,2	12,5	8,0	6,7	6,2
Eurosondagem (30/05 a 02/06/2011)	2,2	35,5	31,0	13,0	8,2	6,3	6,0
Intercampus (28/05 a 01/06/2011)	3,1	36,5	31,1	11,6	7,4	6,0	7,3
Aximage (29/05 a 01/06/2011)	2,8	36,3	30,1	12,4	8,1	6,6	6,5
Eurosondagem (29/05 a 01/06/2011)	2,2	35,9	31,1	13,0	7,8	5,9	6,3
Intercampus (25/05 a 29/05/2011)	3,1	37,0	32,3	12,7	7,7	5,2	5,2
Eurosondagem (27/05 a 31/05/2011)	2,2	35,4	31,3	13,4	7,9	6,0	6,0
Markttest (28/05 a 31/05/2011)	2,8	38,5	30,1	9,7	8,5	4,5	8,8
Eurosondagem (26/05 a 30/05/2011)	2,2	35,5	32,2	12,6	7,6	6,3	5,8
Eurosondagem (25/05 a 29/05/2011)	2,2	34,7	32,1	12,9	7,7	6,3	6,3
UCP/CESOP (28/05 a 29/05/2011)	1,6	36,0	31,0	11,0	8,0	7,0	7,0
Eurosondagem (24/05 a 27/05/2011)	2,2	33,7	32,4	13,2	7,8	6,4	6,5
Intercampus (21/05 a 26/05/2011)	3,1	35,8	34,1	11,3	7,7	6,5	4,5
Eurosondagem (23/05 a 26/05/2011)	2,3	33,9	32,3	13,4	7,9	6,3	6,2
Eurosondagem (23/05 a 25/05/2011)	2,7	33,6	32,5	12,8	8,1	6,5	6,5
Eurosondagem (23/05 a 24/05/2011)	3,5	33,7	32,0	13,2	8,1	6,7	6,3
Eurosondagem (23/05/2011)	4,28	33,1	32,6	13,7	7,6	6,6	6,4
UCP/CESOP (21/05 a 22/05/2011)	2,5	36,0	36,0	10,0	9,0	6,0	3,0
Intercampus (18/05 a 22/05/2011)	3,1	39,6	33,2	12,1	6,6	5,6	3,0

Fonte dos resultados eleitorais: www.cne.pt

do PTP (que obteve o 4º lugar na eleição). Pela positiva, deve destacar-se a precisão da sondagem do CESOP/UCP, a qual conseguiu, de forma muito acertada, estimar o sentido de voto contabilizado no final das eleições regionais da Madeira 2011 (fig. 50).

6. AÇÃO REGULADORA¹²

6.1. NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

Foram desencadeados 57 processos¹³ em 2011 relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa um crescimento de 35,7% face ao ano anterior (fig. 51). Este aumento processual encontra-se intimamente ligado aos três atos eleitorais realizados em 2011, concentrando-se o maior volume de processos

em maio (fig. 52), período onde se desenvolveu a maior parte da campanha eleitoral relativa às legislativas de 5 de junho.

Analisando o tipo de procedimentos desencadeados em 2011, verifica-se que a grande maioria (61,4%) decorreu da iniciativa da ERC no âmbito das suas competências de acompanhamento regular da realização e publicação de sondagens e inquéritos de opinião. Esta pró-atividade do Regulador não é nova nem tão-pouco procura ser repressora, inserindo-se antes numa estratégia preventiva e pedagógica, adotada desde 2008, que procura minimizar os incumprimentos à Lei das Sondagens através do esclarecimento e da sensibilização dos atores envolvidos.

Dos restantes procedimentos iniciados em 2011 (fig. 51), são ainda de relevar os originados por pedidos de informação sobre as regras aplicáveis às sondagens políticas (8) e por queixas (7), estas últimas

Fig. 50 – Sondagens regionais (Madeira) depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por último dia de trabalho de campo (projeções).

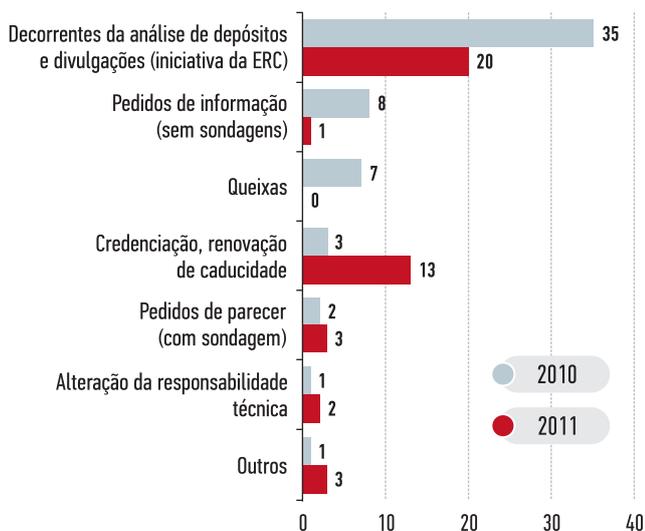
Entidade (período de recolha de dados)	Erro máximo associado à dimensão da amostra	%									
		PSD	CDS/PP	PS	PTP	CDU	PND	PAN	MPT	BE	Outros/ Branco/Nulos
Resultados eleitorais (09/10/2011)	–	48,56	17,63	11,5	6,86	3,76	3,27	2,13	1,93	1,7	2,65
Eurosondagem (02/10 a 04/10/2011)	3,54	50,5	10,5	17,0	2,7	5,5	2,0	2,5	3,3	3,5	2,5
Intercampus (30/09 a 03/10/2011)	3,97	53,5	11,8	16,9	–	3,9	2,8	–	–	2,5	8,5
UCP/CESOP (30/09 a 02/10/2011)	2,40	48,0	16,0	14,0	5,0	5,0	4,0	2,0	2,0	2,0	2,0

Fonte dos resultados eleitorais: <http://regionais.mj.pt/regionais2011>

12 A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas pela ERC em 2010 e 2011 no âmbito da aplicação da Lei n.º 10/2000 (depósitos e divulgação de sondagens, bem como processos de acreditação).

13 De forma a manter os dados comparáveis com os anos precedentes não se incluem, no universo de processos considerados, os procedimentos contraordenacionais instaurados na sequência de atos deliberatórios do CREG.

Fig. 51 – Processos desencadeados (2011 e 2012).



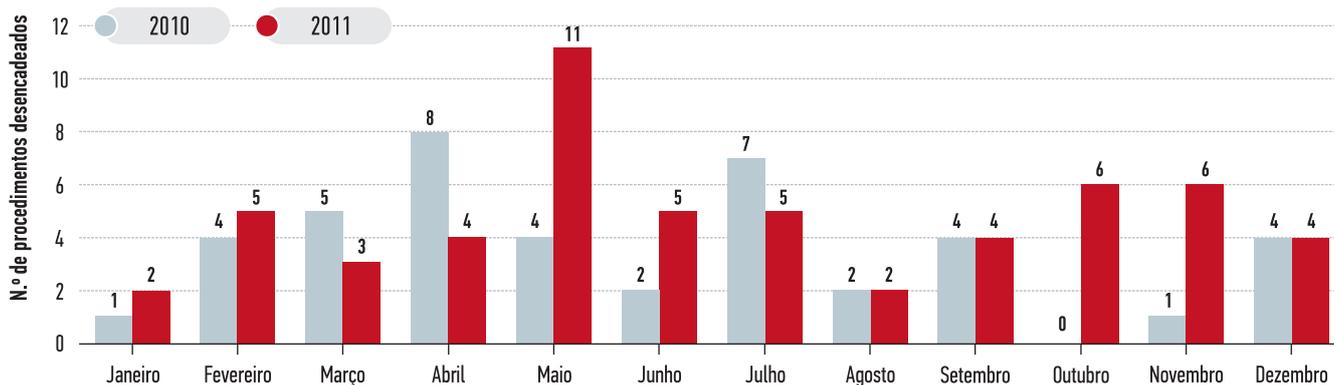
Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=57 (2011); N=42 (2010).

associadas principalmente à realização e publicação de sondagens nas eleições presidenciais e legislativas.

Foram encerrados, em 2011, um total de 60 procedimentos, dos quais 49 foram desencadeados no próprio ano, 2 transitado de 2010, 7 de 2009 e 3 de 2008 (fig. 53). De referir que a taxa de conclusão dos processos iniciados em 2011 se fixou em 86%, sendo o seu tempo médio de resolução inferior a vinte dias.

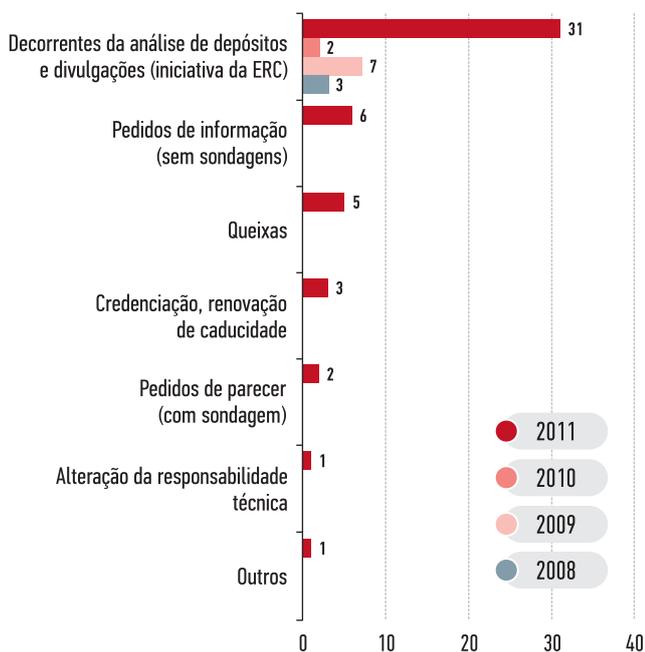
A fig. 54 ilustra bem a atuação preventiva e pedagógica da ERC na regulação das sondagens políticas, já que o encerramento de processos por decisão da UAMS, em matéria de fiscalização de sondagens (18 de um total de 33 no ano de 2011), só acontece quando os factos verificados (em depósitos ou publicações de sondagens) são retificados de forma a respeitar os preceitos estipulados pela Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

Fig. 52 – Procedimentos desencadeados por mês (2010 e 2011).



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=57 (2011); N=42 (2010).

Fig. 53 – Processos encerrados em 2011, por tipo e ano de abertura.



Processos encerrados N=61 (2011).

Em 2011 registaram-se dezasseis deliberações relativas à área das sondagens, as quais por sua vez se desdobraram em vinte e seis atos deliberatórios (número que corresponde ao total de regulados visados pelas deliberações) (fig. 55).

Fig. 54 – Processos encerrados em 2011, por natureza da decisão e ano de abertura.

	2008	2009	2010	2011	Total
Por deliberação do CREG	3	7	–	14	23
Por pronúncia do CREG sobre informações da UAMS	–	–	2	2	5
Por decisão da UAMS	–	–	–	33	32
Total	3	7	2	49	61

Fig. 55 – Deliberações e atos deliberatórios (2006 a 2011)*.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Deliberações	6	30	29	16	26	16	123
Actos deliberatórios	6	32	32	18	28	26	142

* Distinguem-se "Deliberações" de "atos deliberatórios", na medida em que cada Deliberação pode conter mais do que um ato deliberatório relativo às entidades envolvidas (condenatório e/ou não condenatório).

Fig. 56 – Resumo dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2011).

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Condenatórias	3	10	18	11	13	20	75
Não Condenatórias	1	3	2	2	3	4	15
Credenciação (inclui novas, alterações e renovações)	2	17	10	3	12	2	46
Orientações*	0	2	2	2	0	0	6
Total	6	32	32	18	28	26	142

* Denominam-se "Orientações" as deliberações do CREG relacionadas com procedimentos genéricos relativos à interpretação e aplicação da Lei das Sondagens, como sejam, entre outras, as referentes aos atos eleitorais ou mesmo na adoção de um novo modelo de Ficha Técnica.

Fig. 57 – Natureza dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2011).

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Condenatórias	Instar	2	5	15	3	9	13	47
	Instar e Contraordenação	1	3	3	8	4	7	26
	Instar e Retificar	0	1	0	0	0	0	1
	Instar, Retificar e Contraordenação	0	1	0	0	0	0	1
Não condenatórias	Arquivados	1	3	2	2	3	3	14
	Comunicação à entidade competente	0	0	0	0	0	1	1
Aprovadas (relativas a credenciações)		2	17	10	3	12	2	46
Orientações		0	2	2	2	0	0	6
Total		6	32	32	18	28	26	142

De relevar, em 2011, que a grande maioria dos atos deliberatórios que versaram sobre o cumprimento das regras de realização ou publicação de sondagens apresentaram decisões condenatórias (20 de um total de 26) (fig. 56). O elevado número de pronúncias condenatórias não significa, contudo, uma atuação repressiva. Se se atentar na natureza dessas decisões, verifica-se que são mais as situações que privilegiam a admoestação simples dos regulados, reforçando a necessidade de cumprimento das regras aplicáveis à realização e divulgação de sondagens, do que aquelas que determinam a abertura de procedimentos contraordenacionais (13 contra 7 em 2011, respetivamente) (fig. 57). Nas decisões não condenatórias, é de salientar a comunicação ao ministério público de indícios do crime de falsificação de documentos. Esta comunicação derivou de um conjunto de processos de fiscalização abertos à publicação de uma sondagem eleitoral concelhia, em 2009, e cuja retificação de rigor informativo foi produzida na altura com base no depósito do estudo realizado junto da ERC.

6.2. PRINCIPAIS OCORRÊNCIAS

Nos 42 processos desencadeados durante o ano de 2011, por queixa ou por iniciativa da ERC no desempenho das suas funções de acompanhamento regular da realização e divulgação de estudos de opinião, foi detetado um total de 88 situações passíveis de configurarem incumprimentos à Lei das Sondagens¹⁴.

A grande maioria das ocorrências analisadas, 68,2%, está relacionada com o alegado desrespeito às regras aplicáveis à divulgação e interpretação de sondagens (artigo 7.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho) (fig. 58). Dentro desta categoria são identificáveis quinze referências à Lei das Sondagens, sendo de destacar os incumprimentos relativos ao rigor interpretativo (n.º 1), à indicação dos indecisos, não respondentes e abstencionistas (alínea g) do n.º 2) e à redistribuição de indecisos em projeções eleitorais (alínea g) do n.º 2), os quais acabam por configurar os tipos de erros mais recorrentes na divulgação de sondagens.

Fig. 58 – Incumprimentos averiguados em processos desencadeados por queixa e por fiscalização de depósitos ou divulgações de sondagens (2011).

Artigo da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho	Descritivo	N	%
Artigo 3.º	Credenciação	2	2,3
Artigo 4.º	Regras gerais para a realização de sondagens	2	2,3
Artigo 5.º	Regulamentação do depósito das sondagens	3	3,4
Artigo 6.º	Ficha Técnica do depósito	13	14,8
Artigo 7.º	Regras da divulgação ou interpretação de sondagens	60	68,2
Artigo 8.º	Regras a observar na divulgação ou interpretação de inquéritos	5	5,7
Artigo 10.º	Divulgação de sondagens relativas a sufrágios	3	3,4
Total de incumprimentos		88	1

Processos desencadeados em 2011 por queixa e por fiscalização de depósitos e divulgações de sondagens N=42 (2011).

Das restantes ocorrências averiguadas, são ainda de relevar as que se relacionam com incumprimentos na Ficha Técnica do depósito, artigo 6.º, e com a divulgação ou interpretação de inquéritos, artigo 8.º, acumulando, respetivamente, 14,8% e 5,7% do total de referências registadas.

Na fig. 59 detalham-se os incumprimentos averiguados pela ERC nos processos desencadeados por queixa ou fiscalização da ERC, relativamente aos artigos 3.º, 4.º, 5.º, 6.º, 7.º e 8.º da Lei das Sondagens.

7. SÍNTESE CONCLUSIVA

O ano de 2011 representou uma retoma na produção e divulgação de estudos de índole política, ancorada nas três eleições que marcaram o calendário eleitoral (presidenciais, legislativas e regionais), não obstante continuar muito visível a tendência de retração do mercado das sondagens.

Assim, em 2011, foram depositadas noventa sondagens de opinião, número que apesar de representar um crescimento de 52,5% face a 2010, fica abaixo da média registada na última década (139,4 depósitos por ano).

14 O número de referências à Lei das Sondagens é superior ao número de processos gerados, pelo facto de que cada processo pode ser motivado pela constatação de mais do que um incumprimento.

Fig. 59 – Detalhe dos incumprimentos averiguados em processos desencadeados por queixa e por queixa e por fiscalização de depósitos ou divulgações de sondagens (2011).

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total
Artigo 3.º, n.º 1	Requisito de credenciação	2
Artigo 4.º, n.º 2, alínea b)	Representatividade da amostra	1
Artigo 4.º, n.º 2, alínea c)	Interpretação dos resultados brutos	1
Artigo 5.º, n.º 1	Depósito de sondagens	1
Artigo 5.º, n.º 2	Regras relativas ao depósito de sondagens	2
Artigo 6.º, n.º 1, alínea b)	Técnico responsável e das entidades que colaboraram de forma relevante no estudo	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea g)	Amostra, sua distribuição geográfica e composição	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea h)	Metodologia de seleção da amostra	2
Artigo 6.º, n.º 1, alínea n)	“Resultados brutos” da sondagem	2
Artigo 6.º, n.º 1, alínea p)	Indicação dos indecisos, não respondentes e abstencionistas	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea q)	Método de redistribuição de indecisos em projeções eleitorais	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea r)	Questionário e documentos apresentados aos inquiridos	3
Artigo 6.º, n.º 1, alínea t)	Métodos e coeficientes de ponderação	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea u)	Data(s) da recolha de informação	1
Artigo 7.º, n.º 1	Rigor interpretativo em divulgações de sondagens	8
Artigo 7.º, n.º 2, alínea a)	Entidade responsável	1
Artigo 7.º, n.º 2, alínea b)	Cliente da sondagem	4
Artigo 7.º, n.º 2, alínea c)	Objecto da sondagem	2
Artigo 7.º, n.º 2, alínea d)	Universo alvo da sondagem	5
Artigo 7.º, n.º 2, alínea e)	Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição	6
Artigo 7.º, n.º 2, alínea f)	Taxa de resposta do estudo	4
Artigo 7.º, n.º 2, alínea g)	Indicação dos indecisos, não respondentes e abstencionistas	8
Artigo 7.º, n.º 2, alínea h)	Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	7
Artigo 7.º, n.º 2, alínea i)	Datas do processo de recolha de informação (sondagens)	2
Artigo 7.º, n.º 2, alínea j)	Método de amostragem e taxa de resposta	4
Artigo 7.º, n.º 2, alínea l)	Método de recolha da informação	2
Artigo 7.º, n.º 2, alínea m)	Perguntas básicas formuladas	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea n)	Margem de erro estatístico máximo e níveis de significância	2
Artigo 7.º, n.º 4	Referência a sondagens anteriormente divulgadas	2
Artigo 8.º, n.º 1	Limites interpretativos dos inquiridos	2
Artigo 8.º, n.º 2	Regras de publicitação de inquiridos	2
Artigo 8.º, n.º 3	Datas do processo de recolha de informação (inquiridos)	1
Artigo 10.º, n.º 1	Período de reflexão (Interdição de referência a estudos de opinião em)	3
Total de incumprimentos averiguados		88

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião comportava, a 31 de dezembro de 2011, dezasseis entidades. Excetuando o caso de uma empresa cuja credenciação caducou por ausência de depósitos, não se verificaram alterações significativas face ao ano anterior.

a) Características gerais dos estudos depositados

Foram nove as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2011, posicionando-se a Eurosondagem, a Intercampus, a Aximage, a Markttest e a UCP/CESOP como as mais representativas do sector, já que são responsáveis por 95,6% dos estudos depositados.

Os média constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas em 2011, registando-se nove órgãos de comunicação social com pelo menos dez sondagens contratadas. Como principais clientes, entre 24 e 27 estudos encomendados, são de destacar a SIC, a Rádio Renascença e o Expresso, órgãos que normalmente formam um consórcio de clientes alimentado por estudos da Eurosondagem (entidade que mais estudos deposita por ano, média anual de 30 depósitos entre 2006 e 2011).

Quanto ao objeto dos estudos depositados, os grupos temáticos mais visados em 2011 foram os que se relacionam com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo, e com a avaliação dos órgãos e atores políticos, grupo no qual se destacaram as perguntas relativas à imagem/popularidade dos líderes partidários, Presidente da República e primeiro-ministro.

A centralidade temática em redor das intenções de voto e da imagem/popularidade de titulares de cargos políticos é um fenómeno que não é exclusivo dos anos eleitorais, ainda que nestes seja mais notória, já que os mesmos marcam presença nos barómetros políticos mensais que são produzidos regularmente ao longo do ano. Por fim, é ainda de destacar a presença de temas relacionados com a economia, quer de forma direta, através de questões sobre as atividades e competências do Governo, quer indiretamente por referências à situação económica do País ou dos portugueses.

b) Características gerais dos estudos depositados

O método de recolha de informação mais frequente continua a ser o telefónico (74,7%), ainda que a sua importância relativa seja menor

comparativamente a 2010 (88,1%), movimento que é considerado normal em períodos eleitorais, já que as sondagens pós-eleitorais (à boca de urna) e algumas das últimas sondagens pré-eleitorais tendem a utilizar entrevistas face a face (com ou sem recurso a voto em urna).

Na seleção dos entrevistados, as entidades credenciadas privilegiaram sobretudo a utilização de metodologias puramente aleatórias. Em média o trabalho de campo para uma sondagem realizada em 2011 demorou 4 dias, menos um dia do que em 2010.

c) Divulgações de sondagens

A esmagadora maioria dos estudos depositados, em 2011, ao abrigo da lei das sondagens, foram divulgadas por órgãos de comunicação social (96,6%). O aumento no número de depósitos acabou também por acarretar um aumento no número de divulgações, tendo a ERC conseguido identificar um total de 2844 peças noticiosas (+44,7% do que em 2010).

Em termos médios foram publicadas por dia, em 2011, cerca de 8 peças noticiosas sobre sondagens, número que ilustra a importância conferida a este instrumento pelos órgãos de comunicação.

A televisão assumiu-se como a principal fonte divulgadora de sondagens (53,9%), distanciando-se assim da rádio (20,1%), meio com o qual repartia esse estatuto no ano transato. A *internet* manteve-se em terceiro lugar na hierarquia dos veículos divulgadores (14%), seguida da imprensa (12%), a qual vem perdendo peso há já alguns anos como meio divulgador, não por conferir menos importância às

sondagens, mas porque não pode publicar várias vezes por dia como o fazem os outros suportes.

d) Ação reguladora na área das sondagens

A ação reguladora da ERC na área das sondagens continuou a ser desenvolvida dentro do espírito de correção encetado desde 2008, privilegiando sempre que possível uma atuação pedagógica e preventiva, com impacto esperado a montante (na realização das sondagens e na sua interpretação e transformação em notícia), em detrimento de uma linha de intervenção mais repressiva e reativa.

Foram desencadeados 57 processos em 2011 relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, a grande maioria dos quais, 61,4%, de iniciativa da ERC no âmbito das suas competências de acompanhamento regular da realização e divulgação de sondagens.

A taxa de encerramento dos processos em 2011 foi de 86%, sendo o tempo médio de resolução dos procedimentos finalizados inferior a vinte dias.

No conjunto dos 42 processos desencadeados por queixa ou por iniciativa fiscalizadora da ERC, foi detetado um total de 88 situações passíveis de configurarem incumprimentos à Lei das Sondagens. A grande maioria das ocorrências analisadas relacionou-se com incumprimentos na publicação e interpretação de sondagens (artigo 7.º da Lei das Sondagens) e na ficha técnica de depósito entregue à ERC pelas entidades credenciadas (artigo 6.º da Lei das Sondagens).

8. GLOSSÁRIO

Âmbito geográfico das amostras	Nacional – sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas;
	Continente – sondagens realizadas em Portugal continental;
	Regional – sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores);
	Local – sondagens de âmbito concelhio;
	Lisboa e Porto – sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto;
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa da imprensa, rádio e televisão que consubstancia a divulgação de determinada sondagem, previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico – método de recolha por telefone ou telemóvel;
	Painel Telefónico – método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um subuniverso da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular;
	Boca da Urna – método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada;
	Pessoal – sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal;
	Urna – método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral;
	Postal – estudos com entrega e receção dos questionários por via postal;
	E-mail – estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico;
Internet – estudos realizados <i>on-line</i> através do acesso a um portal localizado na <i>internet</i> .	
Métodos de seleção das amostras	Aleatório – método de seleção em que cada membro do universo (ou subuniverso) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe;
	Quotas – método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas;
	Misto – representa todo o tipo de estudos em que a seleção das amostras se encontra desdobrada em duas fases, através de uma seleção aleatória das unidades de seleção principais, numa primeira fase, e a seleção por quotas dos indivíduos a entrevistar, numa segunda fase (por ex. numa seleção aleatória dos números de telefone dos lares e seleção por quotas do indivíduo a entrevistar dentro do lar);
	Conveniência – é todo o tipo de métodos de seleção das amostras que assentam fundamentalmente na seleção por facilidade de acesso ou de contacto a determinados membros de uma população ou grupo.
Primeiras divulgações	Critério de apreciação estritamente temporal. Consideram-se os suportes ou órgãos de comunicação social que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem, sendo a triagem efetuada com base na data e na hora em que tal ocorreu.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública, através de órgãos de comunicação social nacional.
Tipo de suporte	Imprensa – órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local;
	Rádio – órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais;
	Televisão – serviços de programas, generalistas ou temáticos;
	Internet – portais de <i>internet</i> dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação por <i>internet</i> ;
	Outros – agência noticiosa, órgãos partidários e universitários.

ÍNDICE DE FIGURAS

- Fig. 1 – Página 259
Empresas credenciadas pela ERC em 31 de dezembro de 2011.
- Fig. 2 – Página 260
Número de sondagens depositadas por empresa (2010 e 2011).
- Fig. 3 – Página 260
Número de sondagens depositadas pelas cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2011).
- Fig. 4 – Página 260
Importância relativa das cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2011).
- Fig. 5 – Página 261
Principais clientes das sondagens depositadas (2010 e 2011).
- Fig. 6 – Página 261
Número de sondagens depositadas mensalmente (2011).
- Fig. 7 – Página 261
Número de sondagens depositadas mensalmente (2010 e 2011).
- Fig. 8 – Página 262
Distribuição anual das sondagens depositadas e dos atos eleitorais realizados (2006 a 2011).
- Fig. 9 – Página 262
Distribuição mensal das sondagens depositadas entre 2006 e 2011.
- Fig. 10 – Página 263
Grandes Grupos temáticos de classificação das sondagens de opinião.
- Fig. 11 – Página 263
Grandes grupos temáticos abordados pelas sondagens em 2011 e 2010.
- Fig. 12 – Página 264
Principais temas abordados pelas sondagens em 2011 e 2010.
- Fig. 13 – Página 264
Número de temas abordados e total de referências temáticas distintas (2006 a 2011).
- Fig. 14 – Página 265
Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2010 e 2011).
- Fig. 15 – Página 265
Número de sondagens depositadas, por método de seleção das amostras (2010 e 2011).
- Fig. 16 – Página 265
Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2010 e 2011).
- Fig. 17 – Página 266
Percentagem de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2010 e 2011).
- Fig. 18 – Página 266
Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2006 a 2011).
- Fig. 19 – Página 266
Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2010 e 2011).
- Fig. 20 – Página 267
Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2010 e 2011).
- Fig. 21 – Página 267
Dimensão das amostras (2006 a 2011).
- Fig. 22 – Página 268
Percentagem de sondagens, por períodos de recolha de informação (2010 e 2011).
- Fig. 23 – Página 268
Percentagem de sondagens, por períodos de recolha de informação. Percentagem acumulada e tempos médios de recolha (dias) (2006 a 2011).
- Fig. 24 – Página 268
Número de sondagens divulgadas (2010 e 2011).
- Fig. 25 – Página 269
Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2011).
- Fig. 26 – Página 269
Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2011).
- Fig. 27 – Página 270
Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre (2011).
- Fig. 28 – Página 271
Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e número médio de peças por sondagem divulgada (2011).
- Fig. 29 – Página 272
Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2011).
- Fig. 30 – Página 272
Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2010 e 2011).

Fig. 31 – Página 272

Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 a 2011).

Fig. 32 – Página 272

Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de peças noticiosas divulgadas (2007 a 2011).

Fig. 33 – Página 273

Porcentagem de peças noticiosas, segundo o meio de comunicação (2010 e 2011).

Fig. 34 – Página 273

Porcentagem de peças noticiosas, segundo o meio de comunicação (2010 e 2011).

Fig. 35 – Página 273

Importância relativa dos diferentes meios de comunicação, em peças noticiosas (2007 a 2011).

Fig. 36 – Página 274

Número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2010 e 2011).

Fig. 37 – Página 274

Variação do número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2010 e 2011).

Fig. 38 – Página 274

Principais órgãos de imprensa em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Fig. 39 – Página 275

Número de peças noticiosas segundo o tipo de televisão (2010 e 2011).

Fig. 40 – Página 275

Principais órgãos de televisão em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Fig. 41 – Página 275

Principais órgãos divulgadores na rádio, em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Fig. 42 – Página 276

Principais órgãos divulgadores por internet, em número de peças noticiosas (2010 e 2011).

Fig. 43 – Página 276

Número de sondagens depositadas, por tipo de intenção de voto estudada (2010 e 2011).

Fig. 44 – Página 276

Estudos depositados entre o início da campanha eleitoral e o dia da eleição, por tipo de intenção de voto estudada 2011.

Fig. 45 – Página 277

Evolução do sentido de voto em 2011 (eleições legislativas).

Fig. 46 – Página 277

Tracking Polls Legislativas 2011 – Intercampus.

Fig. 47 – Página 278

Tracking Polls Legislativas 2011 – Eurosondagem.

Fig. 48 – Página 278

Sondagens presidenciais depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por data de trabalho de campo (projeções).

Fig. 49 – Página 279

Sondagens legislativas depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por último dia de trabalho de campo (projeções).

Fig. 50 – Página 279

Sondagens regionais (Madeira) depositadas em período de campanha e no dia das eleições, por último dia de trabalho de campo (projeções).

Fig. 51 – Página 280

Processos desencadeados (2011 e 2012).

Fig. 52 – Página 280

Procedimentos desencadeados por mês (2010 e 2011).

Fig. 53 – Página 280

Processos encerrados em 2011, por tipo e ano de abertura.

Fig. 54 – Página 280

Processos encerrados em 2011, por natureza da decisão e ano de abertura.

Fig. 55 – Página 280

Deliberações e atos deliberatórios (2006 a 2011).

Fig. 56 – Página 281

Resumo dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2011).

Fig. 57 – Página 281

Natureza dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2011).

Fig. 58 – Página 281

Incumprimentos averiguados em processos desencadeados por queixa e por fiscalização de depósitos ou divulgações de sondagens (2011).

Fig. 59 – Página 282

Detalhe dos incumprimentos averiguados em processos desencadeados por queixa e por queixa e por fiscalização de depósitos ou divulgações de sondagens (2011).

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2011

VOLUME 1

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO
DE RADIODIFUSÃO SONORA

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011:
TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA;
ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO; DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. NOTA INTRODUTÓRIA

Desenvolve-se no presente capítulo uma análise das grelhas de programação emitidas em 2011 pelos três principais serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora — Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

Estabelece o Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora (CCSPR), de acordo com a sua cláusula 6.^a, a obrigação de a RTP, S.A., enquanto entidade concessionária, disponibilizar três serviços de programas com determinadas orientações estratégicas:

- a) *“Uma emissão de carácter eminentemente pluritemática, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinada a servir a generalidade da população, atenta às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse público.”*
- b) *“Uma segunda emissão, de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionada para a transmissão de programas de música erudita, atenta às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessada em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberta à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade.”*
- c) *“Uma terceira emissão, vocacionada para o público mais jovem, que tenha em conta a atitude crítica das novas gerações face à realidade envolvente e vá ao encontro das suas aspirações e interesses, refletindo o seu estilo de vida e promovendo ideias ou projetos que estimulem a sua participação na sociedade.”*

A alínea g) da cláusula 4.^a estabelece como uma das missões do serviço público de radiodifusão que a concessionária se afirme como *“uma Rádio tecnologicamente avançada, que incorpore as inovações que contribuam para melhorar a eficiência e a qualidade do serviço público que presta e da radiodifusão em geral.”*

O objetivo central da análise consiste em caracterizar a programação oferecida por esses três serviços de programas, observando em particular a diversidade patente nas respetivas grelhas de programação tendo como principal referente as missões acima descritas.

2. METODOLOGIA

A análise baseia-se no *universo* de programas emitidos em 2011 pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora: Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

O modelo de análise aplicado tem por base a operacionalização de duas categorias centrais: **géneros e funções na programação**. O objetivo central consiste em identificar os *géneros radiofónicos* que constituíram as grelhas de programação e, em segundo lugar, conhecer as *funções* prosseguidas na relação com os públicos por estes três serviços de programas da rádio pública.

Entende-se por **género** o reconhecimento de estruturas e de modelos de apresentação de programas de rádio relativamente padronizados e associados aos conteúdos temáticos que difundem, com base nos quais se estrutura uma grelha de programação.

A identificação dos **géneros radiofónicos** é efetuada a dois níveis:

- i) **Nível I (Macrogéneros)** — consiste na classificação de programas de acordo com grandes **categorias de programação** que agregam diferentes géneros associados à difusão de um determinado conteúdo temático de base; no presente estudo, são considerados seis **macrogéneros: informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso**.
- ii) **Nível II (Géneros)** — consiste no refinamento da classificação de acordo com as categorias de nível I, identificando modelos de apresentação e conceção particulares de programas, os quais se encontram associados à difusão de um determinado conteúdo específico, integrando uma das grandes **categorias de programação** consideradas [por exemplo, a categoria **desportivos** é subdividida em quatro *géneros* particulares: **informação desportiva, transmissão desportiva, resumo desportivo, comentário desportivo**].

A grelha de classificação integra 6 categorias de **macrogéneros** e 31 categorias de **géneros**, conforme se expõe na fig. 1.

Entende-se por **função na programação** a finalidade preponderante

Fig. 1 – Grelha de *macrogéneros* e *géneros* radiofónicos.

Género 1.º nível	Género 2.º nível
Macrogénero	Género
1. Informativo	1.1. Noticiário
	1.2. Reportagem
	1.3. Debate/entrevista
	1.4. Comentário
	1.5. Edição especial
	1.6. Magazine informativo
	1.7. Antena aberta
	1.8. Boletim meteorológico
	1.9. Informação de trânsito
	1.10. Informação bolsista
	1.11. Outro (informação)
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva
	2.2. Transmissão desportiva
	2.3. Resumo desportivo
	2.4. Comentário desportivo
3. Música	3.1. Programa de música
	3.2. Música de continuidade
	3.3. Espetáculos
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo
	4.2. Jogo interativo
	4.3. Humor
	4.4. <i>Infotainment</i>
	4.5. <i>Talk show</i>
	4.6. Outro (entretenimento)
5. Cultural/conhecimento	5.1. Artes e média
	5.2. Ciências e humanidades
	5.3. Comemorações e efemérides
	5.4. Educativo
	5.5. Outro (cultural/conhecimento)
6. Institucional/religioso	6.1. Institucional
	6.2. Religioso

de um determinado programa na grelha e que é prosseguida pelo operador na relação com os seus públicos, considerando os seguintes objetivos: **informar, formar, entreter e promover/divulgar**.

A prossecução destas funções, regra geral, encontra-se diretamente ligada à ocorrência de determinados **géneros** na grelha de programação — por exemplo, o *noticiário* associa-se à função *informar*, assim como o programa *educativo* prossegue como função predominante *formar*. Independentemente de cada programa ser apreciado individualmente à luz desta variável, apresenta-se em anexo uma grelha de referência sobre a correspondência entre *géneros* e *funções de programação* (cf. Anexo I — Anexo metodológico).

Entende-se por **unidade de análise** todos os espaços que se apresentam como unidades autónomas, com uma identificação própria e delimitados temporalmente na grelha de programação.

O recenseamento das **unidades de análise** é realizado com base no registo efetuado pela concessionária do serviço público de radiodifusão de todos os programas emitidos pela Antena 1, Antena 2 e Antena 3 durante o ano de 2011.

O registo dos programas emitidos foi remetido pelo operador numa base de dados, sendo que todas as suas entradas foram posteriormente

validadas e codificadas de acordo com o modelo de análise definido pela ERC. Deste processo de validação e codificação resultou uma base de dados nos moldes que constam do documento Anexo I — Anexo metodológico.

São consideradas na análise duas unidades de medida: **frequência** — corresponde ao número de ocorrências de programas emitidos — e **duração** (hh:mm:ss), tendo sido colocado enfoque predominante nesta última. Esta opção justifica-se por dois motivos:

- i) Primeiro, pelo facto de os valores de **frequência** de programas nem sempre espelham o peso relativo que determinado género pode assumir numa grelha de programação, fornecendo um retrato menos aproximado da exposição do público aos vários tipos de conteúdos;
- ii) Segundo, pelo facto de os dados relativos a **música de continuidade** e **passatempos** serem apresentados no registo do operador de forma agregada para cada dia, considerando os valores de **duração**, não discriminado a duração específica de cada ocorrência deste tipo de conteúdos.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no Anexo metodológico que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I — Anexo metodológico).

Fig. 2 – Total de programas e duração das *unidades de análise* recenseadas por serviço de programas – 2011.

Serviço de programas	N.º de programa (N)	Duração (hh:mm:ss)
Antena 1	66 518	8 086:43:06
Antena 2	9 126	8 480:18:11
Antena 3	19 109	8 298:49:47
Total	94 753	24 865:51:04

3. ANTENA 1

O Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão (CCSPR) estabelece, em traços gerais, que a Antena 1 deverá apresentar-se como o serviço de programas da rádio pública com a programação mais diversificada, incluindo nas suas grelhas conteúdos de natureza informativa e de entretenimento, correspondendo aos interesses de públicos diversificados.

Em cumprimento da alínea g) da cláusula 4.ª do CCSPR, a Antena 1 encontra-se *on-line* através do sítio www.rtp.pt/antena1/, com emissão em direto e programação *on demand*. A atualização dos conteúdos é diária, podendo ser consultada informação noticiosa, grelha e descrição de programas, agenda, rede de frequências. O sítio permite ainda a distribuição de conteúdos através de RSS e *podcasts*.

Para além do sítio, a Antena 1 mantém presença nas redes sociais: Twitter: (<http://twitter.com/antena1rtp>) e Youtube (www.youtube.com/rtp).

3.1. GRELHA SEMANAL

Apresenta-se de seguida a grelha de programação da Antena 1, do ano de 2011, com a distribuição dos programas segundo o seu alinhamento semanal.

A Antena 1 apresenta uma grelha de programação semanal na qual se reconhece a variação clara entre os dias de semana e os fins de

semana. Neste último período é notória a presença mais acentuada de programas de autor, desaparecendo conseqüentemente os períodos alargados que estruturam a programação nos dias de semana — genericamente designados pelo operador de ‘manhã’, ‘tarde’ e ‘noite’ da Antena 1.

É de referir que estes programas apresentam uma estrutura próxima do que se considera um contentor, ou seja, incluem no seu interior

Fig. 3 – Grelha de Programação da ANTENA 1 – 2011.

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Jorge Afonso				Paixões Cruzadas A. Macedo e A. Cartaxo	Ondas Luisianas Luís Filipe Barros	00:00
01:00						Crónicas da Idade Mídia (REP) Ruben de Carvalho e Iolanda Ferreira		01:00
02:00	Visão Global (REP) Ricardo Alexandre	Grandes Adeptos (REP) Tiago Alves	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Classe 70 (REP) Luís Filipe Barros	Vozes da Lusofonia (REP) Edgar Canelas	O Amor é... (REP) Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	A Cena do Ódio (REP) Catarina Limão e David Ferreira	02:00
03:00	Linha do Horizonte						Madrugada A1	03:00
04:00								04:00
05:00	José Candeias					Emoções João Paulo Diniz	A Menina Dança? (REP) José Duarte	05:00
06:00							A Fé dos Homens	06:00
07:00	Manhã A1 António Macedo e Ricardo Alexandre				Entrevista Maria Flor Pedrosa	Lugar ao Sul	Musical	07:00
08:00						A Ilha dos Tesouros (REP) Júlio Isidro	Eucaristia Dominical	08:00
09:00						A Vida dos Sons Ana Aranha e Iolanda Ferreira	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00
10:00					Hotel Babilónia João Govern e Pedro Rolo Duarte	O Amor é... (REP) Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	10:00	
11:00	Antena Aberta António Jorge					A Cena do Ódio David Ferreira	11:00	
12:00	Manhã A1 - 2.ª parte Augusto Fernandes				Este Sábado Rosário Lira	Visão Global Ricardo Alexandre	12:00	
13:00	Portugal em Directo					Em Nome do Ouvinte	Cem anos Portugueses (REP) Eduardo Oliveira e Silva e Fernando Dacosta	13:00
14:00	Tarde A1 Filomena Crespo			Tarde A1 Filomena Crespo	Tarde A1 Filomena Crespo	Os Dias do Futuro Edgar Canelas	Viva à Música (REP) A. Carvalheda	14:00
15:00				Viva à Música A. Carvalheda		Caixa de música Augusto Fernandes	Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra / Musical A1	15:00
16:00					Em Nome do Ouvinte Mário Figueiredo	Classe 70 Luís Filipe Barros		16:00
17:00	Tarde A1 - 2.ª parte Paulo Rocha					Cinemax Tiago Alves		17:00
18:00								18:00
19:00	Grandes Adeptos Miguel Guedes, Jaime Mourão-Ferreira, Telmo Correia e Tiago Alves			O Esplendor de Portugal Ana Almeida, Ronaldo Bonacchi, Juan Goldín e Rui Pêgo	Contraditório Ana Sá Lopes, Luís Delgado, Carlos Magno e João Barreiros	Musical A1 / Desporto		19:00
20:00								20:00
21:00	Noite A1 Rui Santos							21:00
22:00								22:00
23:00	Crónicas da Idade Mídia Ruben de Carvalho e Iolanda Ferreira	Alma Nostra Carlos Magno e Carlos Amaral Dias	A Rede da Rádio Madalena Balça	Cinemax Tiago Alves	Duetos José Nuno Martins	A Ilha dos Tesouros Júlio Isidro	A Menina Dança? José Duarte	23:00

Legenda: Programa Novo

Fonte: RTP

um conjunto de outros programas de pequeno formato, que passam por programas informativos como *noticiários*, *revistas de imprensa*, *boletins meteorológicos*, *informação de trânsito* e ainda outros programas de reduzida duração — por exemplo, Pano para Mangas, Contas do Dia, O Amor é... [rubrica], ou Lugares Comuns, entre outros.

Relativamente ao ano anterior, a grelha acima apresenta seis novos programas, quatro deles inseridos na programação de fim de semana: Emoções, A Vida dos Sons, A Cena do Ódio, Cem Anos Portugueses. Nos dias de semana estrearam: Linha do Horizonte (de segunda a sábado) e Rede da Rádio (quarta).

3.2. DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A análise referente à Antena 1 denota uma diversidade alargada da programação deste serviço de programas do operador público de rádio. Assim, **os conteúdos emitidos cobrem as seis grandes categorias de programação consideradas** (*informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*). **A programação da Antena 1 cobre 29 dos 31 géneros de programas** em que se encontram desdobradas aquelas seis categorias, segundo a grelha de análise adotada.

Importa referir que, na Antena 1, a música definida como de continuidade pelo operador foi agregada em grandes blocos diários, assim como os passatempos. Deste modo, a média diária de música de continuidade neste serviço de programas ronda as cinco horas (4h48m), já os *passatempos* (que integram a categoria *concursos/jogos*) atingem perto de um minuto diário.

As figuras seguintes esquematizam a distribuição da programação do primeiro serviço de programas da rádio pública de acordo com o primeiro nível de **géneros (macrogéneros)**, quer em número de programas, quer em tempo de emissão.

Denota-se, desde logo, uma distribuição mais equilibrada da programação pelos diversos **géneros** no que respeita ao tempo de emissão. Para este facto contribuem essencialmente duas razões: o grande número de programas **informativos** de curta duração que apresentam várias edições diárias, como é o caso do **boletim meteorológico**, da **informação de trânsito**, do **noticiário**, entre outros. Ao invés, a **música**, pelo facto de se encontrar, em parte, contabilizada de forma agregada em grandes blocos diários, leva a que a sua presença seja menor em número de programas, ganhando maior presença em número de horas.

A análise da diversidade dos **macrogéneros** de programação emitidos pela Antena 1, em 2011, mostra que a **música** é a categoria mais destacada em termos de tempo de emissão, atingindo perto de **dois quintos** (38,3 %) do tempo total de programação daquele serviço de programas.

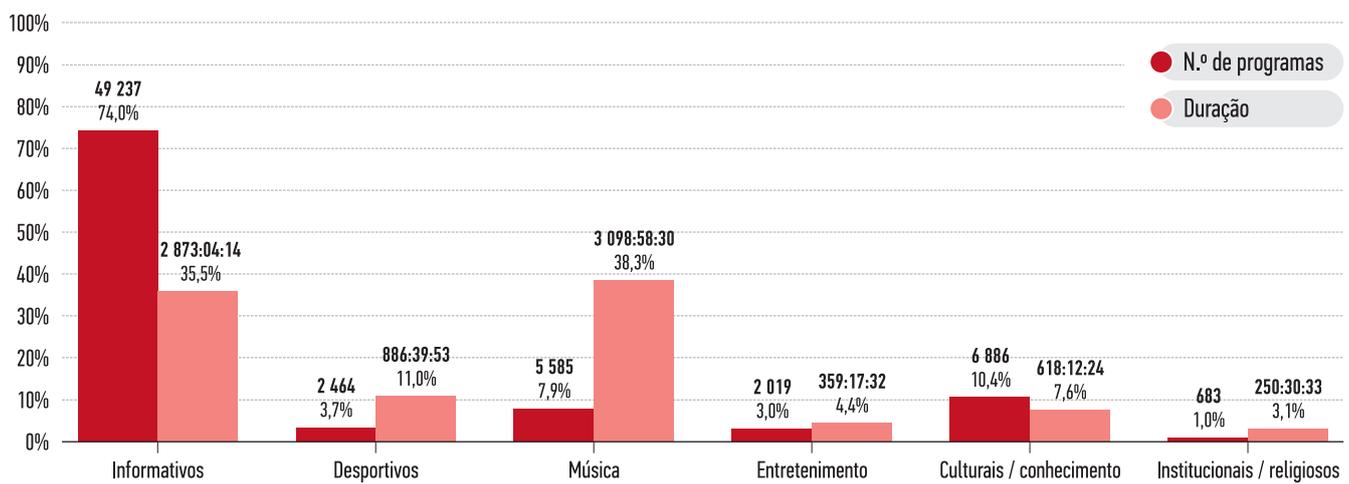
Os programas **informativos** posicionam-se de seguida, representando mais de **um terço** (35,5 %) do total de horas emitidas.

Os conteúdos ligados ao **desporto também ganham maior relevo em número de horas emitidas** (11,0 %), ultrapassando as temáticas culturais (7,6 %). Para este cenário contribuem em boa medida as emissões das tardes de domingo, com o acompanhamento da jornada de futebol da liga portuguesa.

Institucionais/religiosos são o tipo de programação que **ocupa menor número de horas de emissão** na Antena 1, com um peso de 3,1 % no total da programação. Quase ao mesmo nível são colocados os programas de **entretenimento** (4,4 %).

Refira-se que a relação de forças entre os **macrogéneros** acima referidos altera-se um pouco quando se atenta no número de programas classificados em cada uma das categorias. Assim, **o predomínio dos informativos é muito acentuado nas grelhas da Antena 1, atingindo**

Fig. 4 – Frequência e duração de **macrogéneros** na programação da Antena 1 (2011).



N=66 518. Duração=8 086h43m06s.

quase três quartos dos programas emitidos em 2011 (74,0 %). O que coloca a grande distância os restantes quando considerada apenas a **frequência**.

Esta relevância dos programas de informação em número de ocorrências fica a dever-se em grande medida à presença de **noticiários** de hora a hora, assim como de informação meteorológica.

Fig. 5 – Frequência e duração de géneros na programação na ANTENA 1 – 2011.

Género	N.º de programas		Duração	
	N	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	9 818	14,8	1 483:45:03	18,3
Reportagem	587	0,9	59:44:12	0,7
Debate/entrevista	2 252	3,4	290:49:16	3,6
Comentário	1 249	1,9	202:05:16	2,5
Edição especial	38	0,1	54:33:20	0,7
Magazine informativo	163	0,2	63:02:30	0,8
Antena aberta	238	0,4	204:13:21	2,5
Boletim meteorológico	21 069	31,7	274:56:19	3,4
Informação de trânsito	12 545	18,9	197:29:37	2,4
Informação bolsista	722	1,1	13:53:30	0,2
Outro (informativo)	556	0,8	28:31:50	0,4
Informação desportiva	1 962	2,9	259:47:58	3,2
Transmissão desportiva	204	0,3	559:45:32	6,9
Resumo desportivo	57	0,1	5:15:00	0,1
Comentário desportivo	241	0,4	61:51:23	0,8
Programa de música	3 403	5,1	1 266:43:30	15,7
Música de continuidade	1 723	2,6	1 754:38:30	21,7
Espectáculo	103	0,2	77:36:30	1,0
Concurso/jogo	707	1,1	5:40:11	0,1
Humor	591	0,9	33:17:37	0,4
Talk show	690	1,0	303:55:23	3,8
Outro (entretenimento)	31	0,0	16:24:21	0,2
Artes e média	2 289	3,4	264:08:29	3,3
Ciências e humanidades	2 583	3,9	148:58:05	1,8
Comemorações e efemérides	267	0,4	8:51:56	0,1
Educativo	990	1,5	107:12:29	1,3
Outro (cultural/conhecimento)	757	1,1	89:01:25	1,1
Institucional	291	0,4	76:25:15	0,9
Religioso	392	0,6	174:05:18	2,2
Total	66 518	100,0	8 086:43:06	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

Numa análise mais detalhada dos **géneros** presentes na programação emitida pela Antena 1 ao longo de 2011, salienta-se a frequência elevada e a duração reduzida de algumas categorias de programas **informativos** e, em paralelo, o número inferior de ocorrências dos géneros classificados como **música**, mas que detêm durações mais expressivas.

Tomando por referência a **duração**, salienta-se a presença de dois géneros pertencentes à categoria **música**, nas três primeiras posições: **música de continuidade** (21,7 %) e **programas de música** (15,7 %), ocupando respetivamente a primeira e a terceira posições entre os conteúdos que reúnem o maior número de horas de emissão.

Assim, de acordo com a tipologia aplicada aos conteúdos apresentados pelo serviço de programas em 2011, 37,4 % do tempo de programação é dedicado à música, seja pela via da reprodução de obras musicais, seja pela presença de conteúdos dedicados à temática.

Na posição intermédia entre estes dois géneros encontram-se os **noticiários** como segunda categoria com maior peso horário nas grelhas da Antena 1, correspondendo a 18,3 % da programação total, em número de horas emitidas.

Nas posições opostas, com presença menos significativa, constam os **resumos desportivos**, os **concursos/jogos** e as **comemorações e efemérides**, cada caso registando 0,1 % do total de horas emitidas em 2011.

No que respeita ao número de programas colocados em antena pela primeira estação de serviço público de rádio, apura-se que o **boletim meteorológico** é, de entre as 29 categorias presentes na Antena 1, a que apresenta maior número de exibições, atingindo perto de um terço (31,7 %) dos mais de 66 mil programas contabilizados.

À distância, segue a **informação de trânsito** (18,9 %) e o **noticiário** (14,8 %). A preponderância pertence, assim, aos **géneros informativos**, em número de exibições.

3.3. DIVERSIDADE DE GÉNEROS POR PERÍODO HORÁRIO

A análise autónoma de cada um dos blocos horários considerados revela que **a informação é a categoria que se destaca em todos os períodos horários entre as 6h00 e as 20h00**, rondando cerca de metade do tempo total de emissão de cada um destes intervalos.

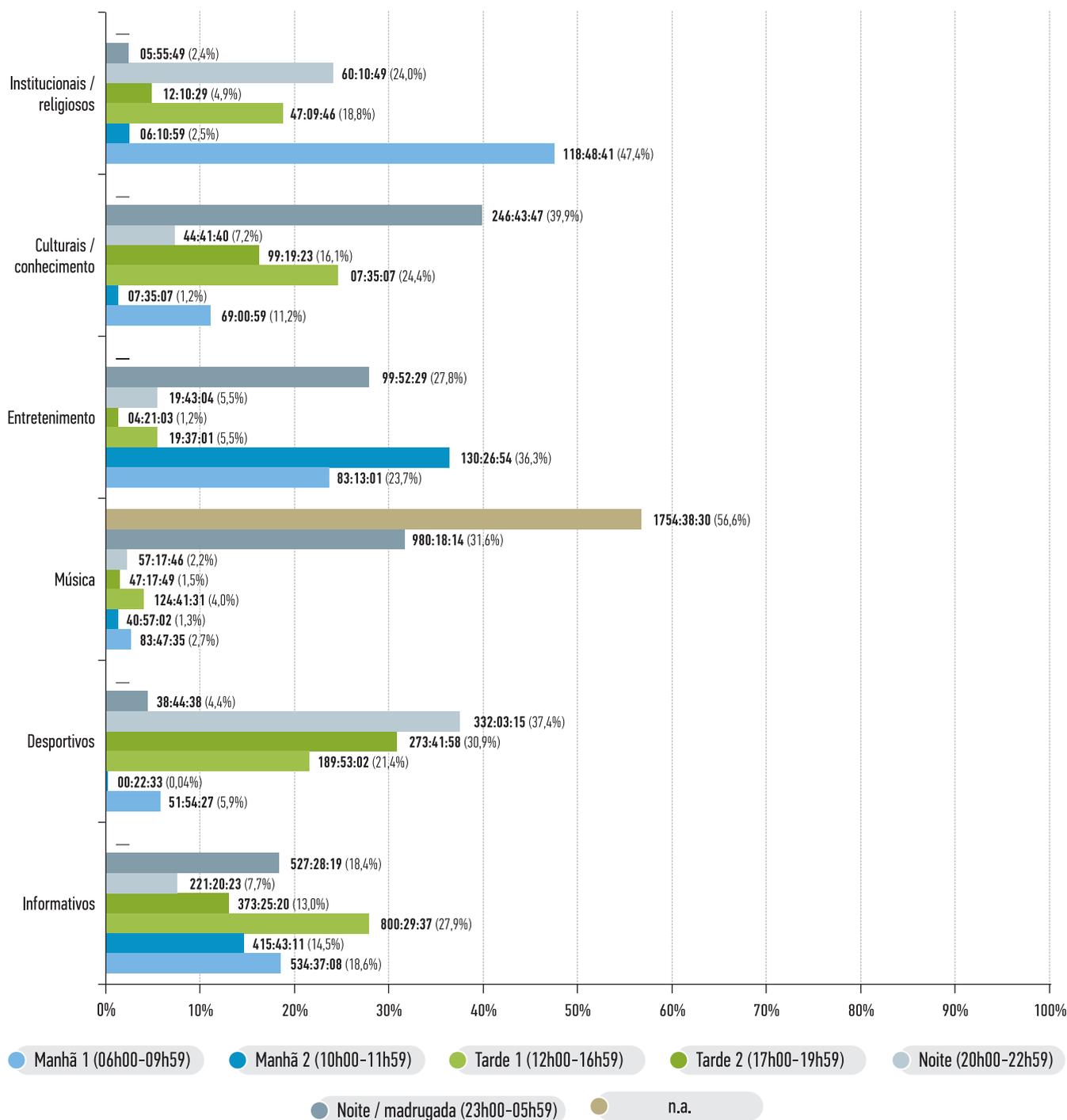
Destaca-se em particular **a relevância que a informação atinge no intervalo 10h00-12h00, no qual representa 69,1 % das horas totais**

Fig. 6 – Duração de **macrogéneros** por período horário na ANTENA 1 – 2011.

Macrogénero	Período horário						
	Manhã 1 (06h00-09h59)	Manhã 2 (10h00-11h59)	Tarde 1 (12h00-16h59)	Tarde 2 (17h00-19h59)	Noite (20h00-22h59)	Noite/madrugada (23h00-05h59)	n.a.
	Duração (%)						
Informativo	56,7	69,1	60,1	46,1	29,7	27,8	–
Desportivo	5,5	0,1	14,2	33,8	44,5	2,0	–
Música	8,9	6,8	9,4	5,8	9,0	51,6	100,0
Entretenimento	9,0	21,7	1,5	0,5	2,6	5,3	–
Cultural/conhecimento	7,3	1,3	11,3	12,3	6,0	13,0	–
Institucional/religioso	12,6	1,0	3,5	1,5	8,1	0,3	–
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

Fig. 7 – Período horário de emissão de cada *macrogénero* na Antena 1 (2011).



N=66518. Duração=8086h43m06s.

de emissão do período. Neste mesmo intervalo, **mais de um quinto do tempo de emissão (21,7%) é ocupado por géneros de entretenimento.**

Saliente-se que no **horário da noite 20h00-22h59 são os conteúdos de natureza desportiva que ganham ascendente nas grelhas de programação (44,5%),** relegando os **informativos** para a posição subsequente (29,7%).

A presença dos conteúdos desportivos é também importante no

período 17h00-20h00, representando mais de um terço do tempo total de programação deste intervalo (33,8%). É também a segunda categoria com maior percentagem de tempo na faixa horária anterior (12h00-17h00), mas com um peso menor (14,2%).

Em horários mais tardios, predomina a programação musical, que entre as 23h00 e as 6h00 representa mais de metade das horas de emissão (51,6%), seguida à distância (27,8%) pelos conteúdos **informativos.**

As especificidades definidas pelo CCSPR para a emissão da Antena 1 estabelecem que o carácter da emissão seja “*eminente pluri-temático, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento*”.

Assim, a figura acima visa ilustrar a distribuição de cada uma das categorias pelas diferentes faixas horárias, permitindo perceber o horário preferencial para a emissão de conteúdos de um determinado tipo. Verifica-se que existem diferenças acentuadas no comportamento de cada um dos grandes géneros relativamente aos horários preferenciais para a sua emissão.

Tomando em consideração **o universo dos informativos difundidos ao longo de 2011, verifica-se que o seu peso horário é maior durante a primeira metade da tarde — 12h00 às 17h00 —, situando-se neste intervalo mais de um quarto (27,9 %) do tempo total deste tipo de conteúdos**. Seguem-se os períodos compreendidos entre as 6h00 e as 10h00 (18,6 %) e entre as 23h00 e as 6h00 (18,4 %). É no horário da noite que esta categoria concentra o menor número de horas (7,7 %).

Relativamente à distribuição horária dos **programas de entretenimento, constata-se que é no intervalo 10h00-12h00 que este género apresenta a sua maior duração total (36,3 %)**. Mais de um quarto da duração total do género (27,8 %) recai sobre as horas mais tardias (23h00-05h59), seguindo-se de perto as primeiras horas da manhã, entre as 6h00 e as 10h00, com 23,7 %.

No que respeita aos programas **desportivos, verifica-se que a maior porção destes conteúdos, ao longo do ano, situa-se no intervalo 20h00-23h00 (37,4 %)**, seguindo-se a tarde entre as 17h00 e as 20h00, período que comporta 30,9 % do total de horas de programação dedicadas ao desporto, facto que ocorre sobretudo devido à transmissão de jogos de futebol, quer nacionais, quer de equipas portuguesas em competições internacionais.

O género **música** apresenta um comportamento *sui generis* no que respeita à distribuição por períodos horários. **Perto de três quintos do tempo total analisado correspondente a este género (56,6 %) não se encontra distribuído por qualquer período horário**. Esta realidade fica a dever-se à fórmula de contagem do tempo dos conteúdos musicais por parte do operador, que procede à agregação de todos aqueles momentos musicais que não se encontram inseridos em programas específicos, ou seja, de toda a música de ligação. A totalidade destes tempos de música dispersos pelas grelhas de programação é apresentada sob a forma de um somatório diário, não sendo possível apurar uma hora específica de emissão.

Não obstante, dos conteúdos de **música** cujo horário de emissão é assinalado, ou seja, aqueles que surgem balizados pela emissão de um espaço concreto de programação, quase um terço (31,6 %) do

tempo total do género situa-se na faixa horária da noite/madrugada (23h05h59m).

A maior parte da **programação de vocação cultural oferecida pela Antena 1 em 2011 — cerca de dois quintos (39,9 %) — ocorre entre as 23h00 e as 6h00**. A segunda faixa horária preferencial para estes conteúdos foi a das primeiras horas da tarde, entre as 12h00 e as 17h00, período em que se situou quase um quinto (24,4 %) desta categoria de programas. A menor incidência ocorre entre as 10h00 e as 12h00 (1,2 %).

É sobretudo nas manhãs, **entre as 6h00 e as 10h00** que ocorrem os programas **institucionais/religiosos**, concentrando-se neste período, **cerca de metade da totalidade do tempo deste género (47,4 %)**, seguindo-se o horário da noite (20h00-22h59), em que ocorre 24,0 % da duração total dos programas institucionais ou religiosos. Saliente-se a menor relevância (2,5 %) do intervalo horário 10h00-12h00.

A análise da presença das categorias de programas em cada um dos períodos horários mostra uma prevalência de géneros **informativos**, enquanto os que ocupam maior porção do tempo total de cada faixa horária. Assim, os **noticiários preenchem mais de um quarto (27,0 %) da duração total do período 06h00-10h00, 36,1 % do período 12h00-17h00 e ultrapassa também um quarto (25,2 %) do tempo total emitido entre as 17h00 e as 20h00**. Na faixa horária **10h00-12h00, por seu turno, a maior relevância cabe à antena aberta (34,0 %)**.

No horário da **noite (20h00-22h59) é a transmissão desportiva que reúne maior percentagem de tempo de emissão (37,8 %)**. Já nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00, são os **programas de música** que assumem o destaque, com quase metade (49,4 %) da totalidade de horas de emissão deste período horário.

Numa segunda linha, no que se refere aos géneros com maior presença em cada período horário, a distribuição mostra-se mais heterogénea. Assim, **são os programas religiosos que seguem os noticiários entre as 6h00 e as 10h00, representando 12,4 % do tempo total emitido**. Refira-se, a este propósito, que a programação típica dos domingos da Antena 1, nesta faixa horária estende por quase três horas a programação de índole religiosa: A Fé dos Homens, Toda a Gente é Pessoa e a Eucaristia Dominical são programas com cerca de uma hora cada, emitidos de forma sequencial, iniciando poucos minutos depois das 6h00. Além destes, a programação de carácter religioso apresenta ainda o programa A Fé dos Homens (rubrica) que atinge durações a rondar os 13 minutos diários, de segunda a sexta-feira, com hora de início perto das 23h00.

Na faixa seguinte (10h00-12h00), os **noticiários secundam a antena aberta** com 12,2 % de tempo total de emissão. Nas primeiras horas da tarde — das 12h00 às 17h00 — os **programas de**

Fig. 8 – Duração de *gêneros* por período horário na ANTENA 1 – 2011.

Macrogênero	Período horário						
	Manhã 1 (06h00-09h59)	Manhã 2 (10h00-11h59)	Tarde 1 (12h00-16h59)	Tarde 2 (17h00-19h59)	Noite (20h00-22h59)	Noite/madrugada (23h00-05h59)	n.a.
	Duração (%)						
Noticiário	27,0	12,2	36,1	25,2	18,1	17,7	–
Reportagem	1,5	2,7	1,7	0,4	0,4	–	–
Debate/entrevista	7,3	11,2	1,3	6,2	0,1	4,5	–
Comentário	4,2	–	8,3	1,6	0,2	1,9	–
Edição especial	–	3,9	1,2	0,4	1,6	–	–
Magazine informativo	0,5	–	3,2	1,2	0,9	–	–
Antena aberta	–	34,0	–	–	–	–	–
Boletim meteorológico	6,4	2,3	4,4	4,5	4,7	3,7	–
Informação de trânsito	6,5	2,8	3,3	5,7	3,8	0,01	–
Informação bolsista	0,4	–	0,3	0,7	–	–	–
Outro (informativo)	2,8	–	0,2	–	–	–	–
Informação desportiva	5,5	0,03	5,8	10,0	6,6	–	–
Transmissão desportiva	–	–	8,3	19,6	37,8	0,4	–
Resumo desportivo	0,01	0,03	0,2	0,3	–	–	–
Comentário desportivo	–	–	–	3,7	0,1	1,6	–
Programa de música	8,9	6,8	9,2	5,1	5,7	49,4	–
Música de continuidade	–	–	–	–	–	–	100,0
Espectáculo	–	–	0,2	0,8	3,3	2,3	–
Concurso/jogo	0,1	0,001	0,3	–	–	–	–
Humor	1,6	–	1,1	0,5	–	–	–
Talk show	6,1	21,7	–	–	2,6	5,1	–
Outro (entretenimento)	1,3	–	0,1	0,3	0,1	0,01	–
Artes e média	1,8	1,2	2,8	6,4	0,6	7,7	–
Ciências e humanidades	2,0	0,0	1,9	2,8	2,0	3,5	–
Comemorações e efemérides	–	–	0,3	–	–	0,2	–
Educativo	3,4	–	4,4	–	1,1	0,4	–
Outro (cultural)	0,1	0,04	1,8	3,0	2,3	1,2	–
Institucional	0,2	1,0	3,5	1,4	1,1	0,1	–
Religioso	12,4	–	0,05	0,1	7,0	0,2	–
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

música (9,2 %) **comentário** e a **transmissão desportiva** dividem o protagonismo enquanto segundo género mais relevante (8,3 %). Esta última categoria é também a segunda mais destacada entre as 17h00 e as 20h00, com perto de um quinto (19,6 %) do total de tempo emitido na faixa horária em causa. No horário da **noite (20h00-22h59)**, os **noticiários assumem-se como segunda categoria** com mais tempo de emissão (18,1 %), o mesmo acontecendo ao longo da madrugada (17,7 %).

Como presenças residuais nas grelhas, detetam-se os **resumos desportivos** no primeiro período matinal (06h00-10h00), com 0,01 % do tempo total. Entre as 10h00 e as 12h00 os **concursos/jogos** apresentam o valor mais reduzido (0,001 %), seguindo-se a **informação desportiva**, o **resumo desportivo** e as **ciências e humanidades** (0,03 %). O intervalo 12h00-17h00 tem nos programas **religiosos** (0,05 %) os que menor fatia de tempo ocupam entre os que ocorreram no referido período. Entre as 17h00 e as 20h00 são os **religiosos** (0,1 %) e os **resumos desportivos e outro entretenimento** (0,3 %) que se destacam pela exiguidade de tempo que lhes é dedicado. No horário da noite, **debate/entrevista**, **comentário desportivo** e **outro (entretenimento)** são os menos presentes, com 0,1 % do tempo emitido naquela faixa. Por fim, a **informação de trânsito** e outros

programas de entretenimento atingem a menor percentagem de tempo de emissão entre as 23h00 e as 6h00 (0,01 %).

Dos seis períodos horários considerados, é na faixa horária 12h00-17h00 que se regista maior diversidade de **gêneros**, uma vez que estão presentes 25 do total de 29 categorias emitidas pela Antena 1 em 2011. Em oposição, noite/madrugada apresenta apenas 18 **gêneros**.

3.4. DIVERSIDADE DE GÊNEROS POR DIAS DE SEMANA E FIM DE SEMANA

Fig. 9 – Frequência e duração de *macrogêneros* por período semanal na ANTENA 1 – 2011.

Macrogênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração
	%	%	%	%
Informativos	73,6	42,4	77,0	19,0
Desportivos	4,0	9,7	1,6	14,0
Música	7,4	36,3	10,9	43,2
Entretenimento	3,1	2,4	2,5	9,4
Culturais/conhecimento	11,2	7,5	4,8	7,9
Institucionais/religiosos	0,7	1,6	3,1	6,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

A programação da Antena 1 mostra algumas diferenças quando se analisa os dias de semana ou os dias de fim de semana. **Nos dias de semana assiste-se a uma bipolarização do tempo de emissão entre os informativos (42,4 %) e a música (36,3 %).** Já nos sábados e domingos destaca-se a prevalência da música, que ocupa 43,2 % do tempo total de programação deste período semanal, surgindo depois os programas *informativos* com cerca de um quinto (19,0 %) da totalidade de horas emitidas nesse mesmo período.

De segunda a sexta-feira, a programação que exhibe menor peso horário consiste naquela que divulga mensagens institucionais ou religiosas (1,6 %), o mesmo acontecendo nos fins de semana, mas atingindo uma relevância percentual mais acentuada (6,6 %).

Postas as considerações acima relativamente à relevância de cada categoria de programas em termos de duração na Antena 1 em 2011, de acordo com o período semanal, não se poderá negligenciar, em matéria de número de programas, a importância dos programas *informativos*, atente-se nas grelhas dos dias de semana (73,6 %) ou, mais ainda, nas de sábados e domingos (77,0 %). Ora, depreende-se

deste facto que, ainda que estes programas registem elevado número de ocorrências, trata-se de programas de curta duração, uma vez que essa prevalência não tem correspondência em termos de relevância horária. Segundo o parâmetro da duração, a programação da Antena 1 mostra-se, assim, um pouco mais equilibrada.

O refinamento dos *géneros* permite conhecer com maior pormenor as categorias de programas mais presentes em cada *período semanal*: dias de semana e fins de semana.

Nos *dias de semana*, considerando a *duração*, a *música de continuidade* (23,6 %), o *noticiário* (21,5 %) e os *programas de música* (11,9 %) dominam a programação.

No que respeita aos dias de fim de semana, são os programas *de música* que **somam maior porção de tempo de emissão**, ocupando **um quarto do total** (24,6 %). Em segundo lugar, apresenta-se a *música de continuidade* (17,1 %), seguidos pela *transmissão desportiva* (13,9 %).

Através da tabela acima, verifica-se que pertencem à categoria *música* os géneros de programas que atingem maior relevância horária, seja nos dias de semana, seja nos sábados e domingos. Já em número de programas, são os *informativos* que atingem o patamar mais alto em número de ocorrências nas grelhas de qualquer um dos períodos semanais.

Regista-se a ausência de alguns programas das grelhas dos fins de semana, relativamente aos dias de semana. De entre os *informativos*, não são emitidos programas de *debate/entrevista*, *antena aberta* e *informação bolsista*. Também se regista a ausência de dois dos quatro géneros de programas *desportivos* — *informação desportiva* e *comentário desportivo* — este facto ficará a dever-se às grandes faixas de tempo dedicadas à transmissão de desafios de futebol, nas quais estarão integradas as informações relativas ao desporto e também o comentário. Assinala-se ainda a ausência de *concursos/jogos* aos sábados e domingos.

3.5. FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

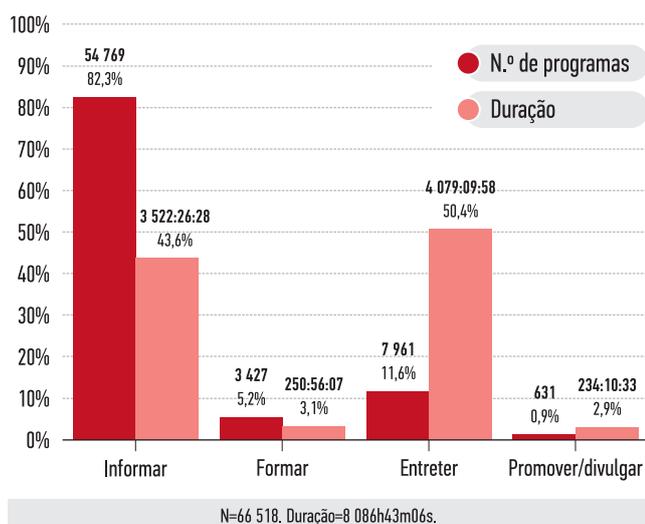
A análise das *funções* da programação da Antena 1 permite desde logo concluir a existência de resultados diversos, consoante a análise incida sobre a frequência ou a duração. Na origem desta variação está o facto de alguns géneros de programas serem mais frequentes do que outros nas grelhas de emissão, embora apresentem durações totais mais reduzidas, e vice-versa.

Entreter é a *função* da programação que **ocupa metade (50,4 %) do tempo total de programação** da Antena 1, em 2011, ultrapassando as 4 mil horas de emissão. Esta *função* é cumprida em grande parte por conteúdos musicais, mas também por uma grande variedade de programas de diversos géneros.

Fig. 10 – Frequência e duração de géneros por período semanal na ANTENA 1 – 2011.

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração
%				
Noticiário	13,3	21,5	24,2	10,7
Reportagem	1,0	1,0	0,2	0,2
Debate/entrevista	3,9	5,1	–	–
Comentário	2,0	2,3	0,9	2,9
Edição especial	0,1	0,7	0,1	0,7
Magazine informativo	0,1	0,4	1,1	1,8
Antena aberta	0,4	3,6	–	–
Boletim meteorológico	30,1	3,9	41,6	2,1
Informação de trânsito	20,4	3,2	8,9	0,6
Informação bolsista	1,3	0,2	–	–
Outro (informativo)	1,0	0,5	0,02	0,1
Informação desportiva	3,4	4,5	–	–
Transmissão desportiva	0,1	4,0	1,4	13,9
Resumo desportivo	0,1	0,1	0,2	0,1
Comentário desportivo	0,4	1,1	–	–
Programa de música	4,8	11,9	7,4	24,6
Música de continuidade	2,5	23,6	2,9	17,1
Espetáculo	0,1	0,8	0,6	1,4
Concurso/jogo	1,2	0,1	–	–
Humor	1,0	0,6	–	–
Talk show	0,9	1,7	2,2	8,7
Outro (entretenimento)	0,0	0,02	0,3	0,6
Artes e média	3,5	2,9	3,2	4,1
Ciências e humanidades	4,4	2,3	0,3	0,8
Comemorações e efemérides	0,5	0,1	0,04	0,1
Educativo	1,5	0,7	1,2	2,8
Outro (cultural)	1,3	1,6	0,1	0,01
Institucional	0,3	0,7	1,6	1,6
Religioso	0,4	1,0	1,5	5,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

Fig. 11 – Frequência e duração das *funções* na programação da Antena 1 (2011).

A segunda *função* mais importante é *informar* (43,6%). Verifica-se que as grelhas deste serviço de programas se encontram polarizadas em torno destas duas *funções*, no que respeita à amplitude horária que atingem no conjunto do ano.

Formar soma 3,1% da duração da emissão, com programas como À Volta dos Livros, O Meu Conselho, Lugares Comuns ou Jogo da Língua.

Promover/divulgar (2,9%) é a *função* com menor expressão horária, correspondendo sobretudo à presença de programas **institucionais** ou **religiosos**: Em Nome do Ouvinte, A Fé dos Homens, Eucaristia Dominicana, Direito de Antena, entre outros.

A distribuição das *funções* da programação segundo a **frequência** inverte as posições verificadas em termos de **duração**. Assim, *informar*, cumprida por quase 55 mil programas, corresponde a mais de três quintos (82,3%) dos programas emitidos pela Antena 1, em 2011.

Segue-se a *função entreter*, liderante em termos de duração, perde protagonismo, em número de programas, recuando para perto dos 12 pontos percentuais. *Formar* é a *função* primordial de 5,2% dos programas emitidos, correspondendo a perto de 3 500. A menor porção cabe à missão de *promover/divulgar*, que não atinge 1% na composição das grelhas do serviço de programas em análise.

A fig. 12 permite perceber quais são os **géneros** que mais contribuem para cada uma das *funções* da programação radiofónica da Antena 1. Assim, conjugando **frequência** e **duração**, verifica-se que a *função informar* é sobretudo cumprida pelos **noticiários**, que representam pouco mais de dois quintos (42,1%) do tempo total dedicado a esta *função*. Este género deixa a grande distância todos os restantes que

Fig. 12 – Frequência e duração das *funções* por *género* na programação da Antena 1 – 2011.

Macrogénero	Funções							
	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração
	(%)							
Noticiário	17,9	42,1	–	–	–	–	–	–
Reportagem	1,1	1,7	–	–	–	–	–	–
Debate/entrevista	4,1	8,3	–	–	–	–	–	–
Comentário	2,3	5,7	–	–	–	–	–	–
Edição especial	0,1	1,5	–	–	–	–	–	–
Magazine informativo	0,3	1,8	–	–	–	–	–	–
Antena aberta	0,4	5,8	–	–	–	–	–	–
Boletim meteorológico	38,5	7,8	–	–	–	–	–	–
Informação de trânsito	22,9	5,6	–	–	–	–	–	–
Informação bolsista	1,3	0,4	–	–	–	–	–	–
Outro (informativo)	1,0	0,8	–	–	–	–	–	–
Informação desportiva	3,6	7,4	–	–	–	–	–	–
Transmissão desportiva	–	–	–	–	2,7	13,7	–	–
Resumo desportivo	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–
Comentário desportivo	–	–	–	–	3,1	1,5	–	–
Programa de música	–	–	–	–	44,2	31,1	–	–
Música de continuidade	–	–	–	–	22,4	43,0	–	–
Espetáculo	–	–	–	–	1,3	1,9	–	–
Concurso/jogo	–	–	–	–	9,2	0,1	–	–
Humor	–	–	–	–	7,7	0,8	–	–
Talk show	–	–	–	–	9,0	7,5	–	–
Outro (entretenimento)	–	–	–	–	0,4	0,4	–	–
Artes e média	3,7	7,3	7,0	3,1	–	–	–	–
Ciências e humanidades	0,7	0,4	64,1	53,6	–	–	–	–
Comemorações e efemérides	0,5	0,2	0,03	0,6	–	–	–	–
Educativo	–	–	28,9	42,7	–	–	–	–
Outro (cultural)	1,4	2,5	–	–	–	–	–	–
Institucional	0,1	0,5	–	–	–	–	37,9	25,7
Religioso	–	–	–	–	–	–	62,1	74,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=66 518; Duração=8 086h43m06s

cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é o **debate/entrevista** (8,3%), seguido por um conjunto de outros géneros muito próximos.

Boletim meteorológico (38,5%) e **informação de trânsito** (22,9%) são os dois géneros mais importantes em **frequência** no que respeita a esta **função**. O **noticiário** (17,9%) vem ocupar a terceira posição enquanto **género** que mais contribui em número de programas para a **função informar**.

Formar é uma **função** cumprida exclusivamente por programas pertencentes à categoria **culturais/conhecimento**, com ênfase para os programas de **ciências e humanidades**, que preenchem mais de metade do tempo de emissão desta função (53,6%), seguindo-se a programação com propósito educativo (42,7%).

Os **programas de música** e a **música de continuidade** destacam-se na **função entreter**. Os primeiros lideram em número de programas (44,2%) e a segunda em duração (43,0%).

Promover/divulgar é preenchida em três quartos (74,3%) por programas **religiosos** tendo em conta a duração, este ascendente recua um pouco em número de programas, representando três quintos (62,1%) dos conteúdos com esta função.

Verifica-se ainda que alguma da programação **institucional** cumpre o propósito de **informar**, consistindo em 0,5% do tempo total da função.

4. ANTENA 2

Fig. 13 – Grelha de Programação da ANTENA 2 – 2011.

ANTENA 2								
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Vias de Facto Paulo Somsen	Raízes Inês Almeida				Raízes Inês Almeida	Fuga da Arte Ricardo Saló	00:05
01:00	Música contemporânea Pedro Coelho				Música contemporânea Pedro Coelho	Música contemporânea Pedro Coelho	01:00	
02:00	Madrugada					Madrugada	Madrugada	02:00
03:00								03:00
04:00								04:00
05:00								05:00
06:00								06:00
07:00	O Império dos sentidos Paulo Alves Guerra					Sol Maior Pedro Rafael Costa	Sol Maior Pedro Rafael Costa	07:00
08:00						Caleidoscópio - 1	Caleidoscópio - 2	08:00
09:00						História Contemporânea de Portugal	FADO - Património da Humanidade	09:00
10:00	Boulevard André Pinto					Matrizes Rui Vieira Nery	Música em Si César Viana	10:00
11:00						Além tempo Luís Ramos	Coreto Jorge Costa Pinto	11:00
12:00						Memória Alexandra Louro de Almeida	Cosmorama Alexandre Branco e Ana Telles	12:00
13:00	Questões de Moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	Véu Diáfano Pedro Amaral	5.ª Essência João Almeida	Música Aeterna João Chambers	Descobertas Maria Augusta Gonçalves	13:00
14:00	Vibrato Pedro Rafael Costa					A Força das Coisas Luís Caetano	A prata da casa António Ferreira	14:00
15:00							Páginas de Português Ciberdúvidas	15:00
16:00							Programa do provedor	16:00
17:00	Baile de Máscaras João Pedro					Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal	17:00
18:00	Concerto Aberto André Cunha Leal e Andrea Lupi							18:00
19:00	Jazz a Dois							19:00
20:00	Grande Auditório Reinaldo Francisco			Teatro imaginário Alexandra Louro de Almeida		Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	20:10
21:00								21:00
22:00						Aqui Jazz José Navarro de Andrade	Um toque de Jazz Manuel Jorge Veloso	22:00
23:00	Questões de Moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	Véu Diáfano Pedro Amaral	5.ª Essência João Almeida			23:00

Legenda: Programa Novo

Fonte: RTP

No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a Antena 2 apresenta-se como o serviço de programas especialmente vocacionado para a emissão da designada música erudita, e para a promoção do conhecimento nos domínios da música e de outras expressões artísticas. É, assim, o serviço de programas que deve ter uma oferta, sobretudo em termos musicais, alternativa àquela que predomina no espaço radiofónico em geral.

Em cumprimento da alínea g) da cláusula 4.^a do CCSPR, a Antena 2 encontra-se *on-line* através do sítio www.rtp.pt/antena2/, com emissão em direto e programação *on demand*. A atualização dos conteúdos é diária, podendo ser consultada informação noticiosa, grelha e descrição de programas, agenda, rede de frequências. O sítio permite ainda a distribuição de conteúdos através de RSS e *podcasts*. Na *homepage* encontram-se quatro ligações para blogs e sítios de programas.

Para além do sítio, a Antena 2 mantém presença nas redes sociais: Twitter: (<http://twitter.com/antena2rtp>) e Facebook (www.facebook.com/#!/antena2) com 12 998 seguidores.

4.1. GRELHA SEMANAL

O alinhamento da emissão semanal da Antena 2 e os respetivos espaços de programação, no ano de 2011, estão patentes na figura abaixo.

A grelha de emissão da Antena 2 revela uma clara diferenciação no alinhamento de programas entre os dias de semana e os dias de fim de semana, sobretudo a partir das 7h00. Os programas emitidos ao longo dos vários dias da semana dão lugar a programas apenas presentes na programação de sábados e de domingos. Relativamente à grelha de 2010, regista-se a entrada de três novos programas: História Contemporânea de Portugal, Fado Património da Humanidade e Jazz a Dois.

Além dos programas que se mantêm constantes de segunda a sexta-feira, esta emissora da rádio pública apresenta ainda duas faixas diárias de programas, às 13h00 e às 23h00, que variam a sua programação diariamente, de segunda-feira a domingo.

4.2. DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

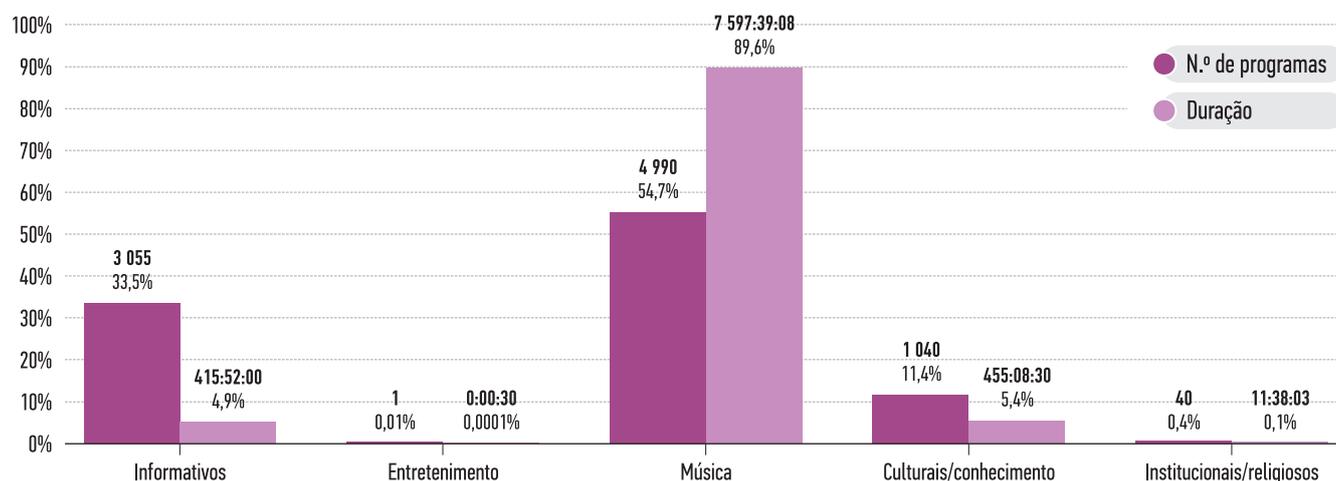
A Antena 2 emite programas que se enquadram em cinco das seis grandes categorias de **géneros** de programação: não apresenta conteúdos de desporto. Por seu lado, considerando a tipologia de 31 géneros radiofónicos previamente definida, verifica-se que a Antena 1 apenas inclui 13 deles.

A especificidade da programação da Antena 2, dedicada essencialmente à divulgação musical, com particular enfoque nos géneros clássico e erudito, reflete-se na fraca diversidade de géneros detetada nas grelhas.

No que se refere à música considerada de continuidade pelo operador, foi agregada em grandes blocos diários. O operador somou ainda a esta porção a duração de alguns programas de música, que considerou serem quase totalmente preenchidos por conteúdos desta natureza.

A programação da Antena 2 é largamente dominada pelos conteúdos de música. Perto de 9 em cada 10 horas emitidas recaem nesta categoria (89,6%), representando quase 7 600 horas no total da emissão anual daquele serviço de programas. Esta larga prevalência relega para durações pouco efetivas todos os restantes **géneros** de programas. Assim, **a categoria que soma a segunda maior porção de horas de programação — culturais/conhecimento — representa apenas 5,4% do tempo total.** Com uma presença próxima, os programas **informativos** totalizam 4,9% do tempo total emitido pela Antena 2 em 2011.

Fig. 14 – Frequência e duração de *macrogéneros* da programação da Antena 2 (2011).



N=9 126. Duração=8 480h18m11s.

Destaque-se a presença muito residual do entretenimento, com apenas uma ocorrência de 30 segundos no conjunto de todo o ano, representada por um passatempo.

Os conteúdos promovidos por instituições ou de índole religiosa ocuparam também uma percentagem diminuta do total de horas de programação da Antena 2, representando 0,1 %.

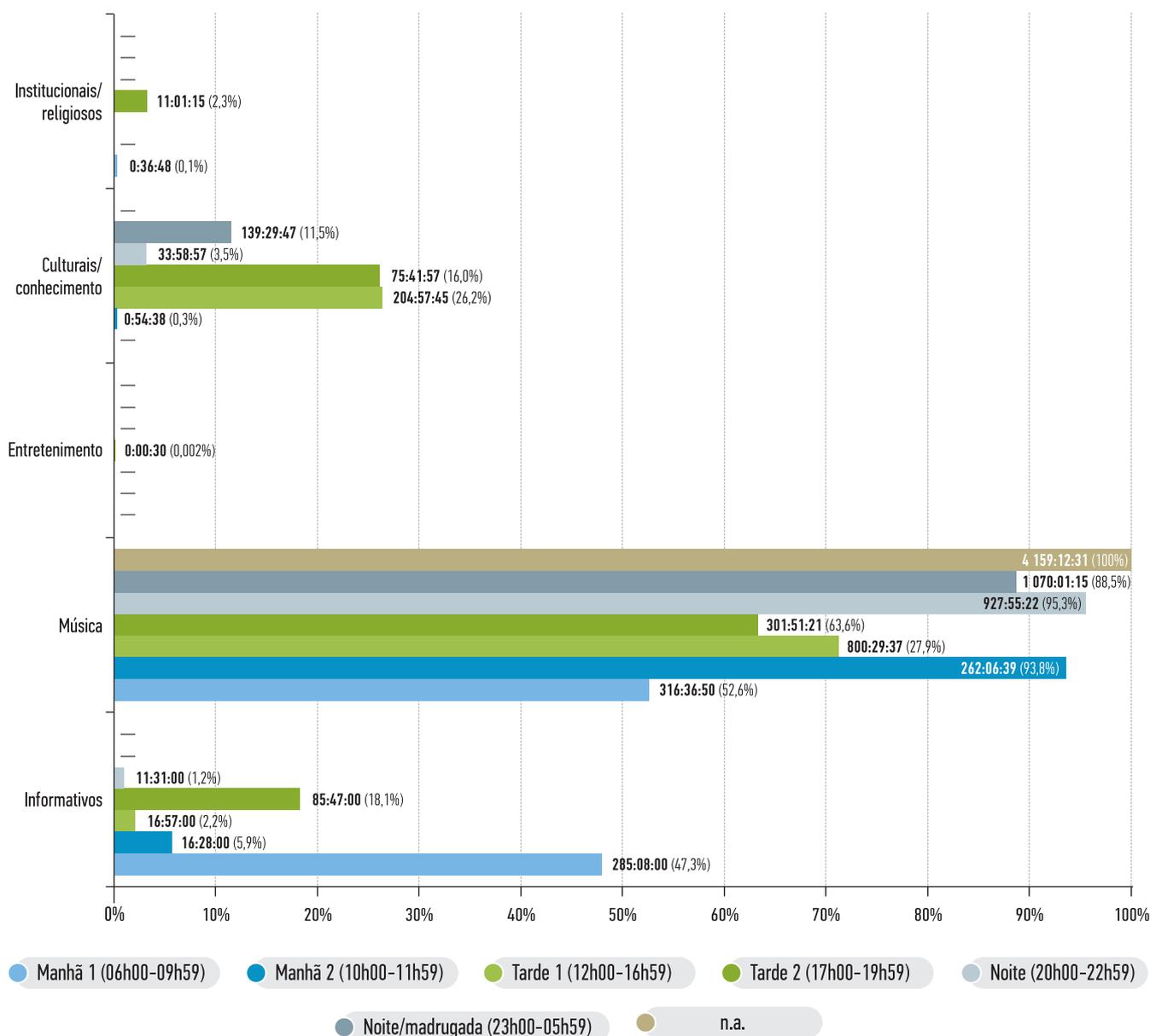
A Antena 2 apresenta 13 géneros de programas nas suas grelhas em 2011. **Cerca de metade do tempo total de programação deste serviço de programas (49,0%) consiste na transmissão de música de continuidade.** Os *programas de música* preenchem também uma parte considerável da emissão, com 29,8 % das horas do serviço de programas ao longo de 2011. Em terceiro lugar, os *espétáculos* atingem

Fig. 15 – Frequência e duração de géneros na programação na ANTENA 2 – 2011.

Género	N.º de programas		Duração	
	N	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	1 149	12,6	100:18:00	1,2
Debate/entrevista	979	10,7	266:04:00	3,1
Boletim meteorológico	249	2,7	4:18:00	0,1
Outro (informativo)	678	7,4	45:12:00	0,5
Programa de música	3 988	43,7	2 527:17:27	29,8
Música de continuidade	365	4,0	4 159:12:31	49,0
Espetáculo	637	7,0	911:09:10	10,7
Concurso/jogo	1	0,01	0:00:30	0,0001
Artes e média	270	3,0	140:40:26	1,7
Ciências e humanidades	706	7,7	282:12:08	3,3
Educativo	48	0,5	31:49:28	0,4
Comemorações e efemérides	16	0,2	0:26:28	0,01
Institucional	40	0,4	11:38:03	0,1
Total	9 126	100,0	8 480:18:11	100,0

N=9 126; Duração=8 480h18m11s

Fig. 16 – Duração de macrogéneros por período horário na programação da Antena 2 (2011).



uma percentagem de 10,7 % da totalidade do tempo emitido pela Antena 2. Consta-se, assim, que a prevalência do *macrogénero música* observado acima (89,6 %) corresponde o destaque das três categorias que a integram como as mais emitidas pelo serviço de programas.

Nas posições opostas, *concurso/jogo* (0,0001 %), *boletim meteorológico* e *institucional* (ambos 0,1 %) são os *géneros* que têm a presença menos efetiva nas grelhas.

Em número de programas emitidos, saliente-se a alteração registada ao nível das três categorias mais importantes na Antena 2. A presença mais acentuada cabe aos *programas de música*, que representam 43,7 % do total. Na hierarquia de importância, seguem-se dois géneros de programas pertencentes à categoria dos *informativos*: *noticiário* (12,6 %) e *debate/entrevista* (10,7 %).

4.3. DIVERSIDADE DE GÉNEROS POR PERÍODO HORÁRIO

A fig. 16 ilustra a evolução dos *géneros* ao longo dos diversos períodos do dia. Verifica-se que a *música* prevalece a grande distância sobre os restantes *géneros* em todos os períodos considerados, com exceção do primeiro período da manhã entre as 6h00 e as 10h00, no qual, embora mantendo a maior porção da horas de emissão daquele período (52,6 %), regista-se um equilíbrio com os programas *informativos* (47,3 %).

A maior diversidade na programação ocorre no intervalo 17h00-20h00, com a presença dos cinco *macrogéneros* emitidos pela Antena 2 e no intervalo 06h00-10h00, no qual ocorrem conteúdos pertencentes a quatro dos cinco *macrogéneros* indicados. No primeiro caso, a *música* corresponde a 63,6 % do tempo total de programação. Seguem-se os *informativos* (18,1 %), os *culturais/conhecimento* (16,0 %), os *institucionais/religiosos* (2,3 %) e, com presença muito residual, o *entretenimento* (0,002 %).

Sublinhe-se a presença de programas *culturais/conhecimento* no período da tarde entre as 12h00 e as 17h00, ultrapassando um quarto do total da emissão (26,2 %).

A partir das 20h00 os conteúdos de *música* apresentam um predomínio quase totalitário, com percentagens de tempo a rondar os 90 %.

Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da Antena 2 em cada período do dia mostra que o *programa de música domina as grelhas entre as 6h00 e as 17h00*, representando 52,6 % do tempo total de emissão entre as 6h00 e as 10h00, 93,4 % das 10h00 às 12h00 e 67,9 % do intervalo 12h00-17h00, voltando a destacar-se entre as 23h00 e as 6h00.

Nos dois períodos seguintes, destaca-se a duração dos *espetáculos*, ultrapassando os três quintos do tempo total de emissão de cada período: 62,4 % no intervalo 17h00-20h00 e 60,1 % entre as 20h00 e as 23h00.

Nas manhãs, entre as 6h00 e as 10h00, os programas de *debate/entrevista ocupam mais de um terço (34,7 %) do tempo de emissão*, colocando-se na segunda posição dos géneros mais exibidos no período referido. Presença residual na mesma faixa horária pertence às *comemorações e efemérides* (0,02 %), que corresponde a 16 programas, que atingiram menos de meia hora de duração, destinados a assinalar o Dia Mundial da Poesia. Estes programas fazem, aliás, com que aquele seja o *género* com a presença mais reduzida em todos os períodos horários, exceto entre as 17h00 e as 20h00, em que o *concurso/jogo* sobressai pela sua reduzida percentagem de tempo (0,002 %).

Entre as 10h00 e as 12h00, são os *noticiários* que representam o segundo género mais emitido, mas com uma presença que não ultrapassa os 5,9 %, na sequência da hegemonia quase total dos *programas de música*, acima referida.

Fig. 17 – Duração de géneros por período horário na ANTENA 2 – 2011.

Género	Período Horário						
	Manhã 1 (06h00-09h59)	Manhã 2 (10h00-11h59)	Tarde 1 (12h00-16h59)	Tarde 2 (17h00-19h59)	Noite (20h00-22h59)	Noite/madrugada (23h00-05h59)	n.a.
	Duração (%)						
Noticiário	4,4	5,9	2,2	6,1	1,2	–	–
Debate/entrevista	34,7	–	–	12,0	–	–	–
Boletim meteorológico	0,7	–	–	–	–	–	–
Outro (informativo)	7,5	–	–	–	–	–	–
Programa de música	52,6	93,4	67,9	1,2	35,2	88,5	–
Música de continuidade	–	–	–	–	–	–	100,0
Espetáculo	–	0,3	3,7	62,4	60,1	–	–
Concurso/jogo	–	–	–	0,002	–	–	–
Artes e média	–	0,3	7,6	3,0	2,0	3,8	–
Ciências e humanidades	–	–	18,5	6,4	1,4	7,7	–
Educativo	–	–	0,1	6,6	–	–	–
Comemorações e efemérides	0,02	0,02	0,02	0,01	0,004	0,002	–
Institucional	0,1	–	–	2,3	–	–	–
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=9 126; Duração=8 480h18m11s

Fig. 18 – Frequência e duração de *gêneros* por período semanal na ANTENA 2 – 2011.

Gênero	Funções							
	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração
	(%)							
Noticiário	29,8	13,8	–	–	–	–	–	–
Debate/entrevista	25,4	36,6	–	–	–	–	–	–
Boletim meteorológico	6,5	0,6	–	–	–	–	–	–
Outro (informativo)	17,6	6,2	–	–	–	–	–	–
Programa de música	–	–	62,4	71,0	78,1	30,0	–	–
Música de continuidade	–	–	0,0	–	8,0	57,4	–	–
Espectáculo	–	–	–	–	13,9	12,6	–	–
Concurso/jogo	–	–	–	–	0,02	0,0001	–	–
Artes e mídia	3,0	6,7	23,7	18,7	–	–	–	–
Ciências e humanidades	17,6	36,2	4,1	3,8	–	–	–	–
Educativo	–	–	7,4	6,5	–	–	–	–
Comemorações e efemérides	–	–	2,5	0,1	–	–	–	–
Institucional	–	–	–	–	–	–	100,0	100,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=9 126; Duração=8 480h18m11s

Ciências e humanidades (18,5 %) são o segundo *gênero* mais importante entre as 12h00 as 17h00, enquanto no horário da noite (20h00-22h59) esse posto é ocupado pelos **programas de música** (35,2 %).

A **música de continuidade**, por razões já identificadas, não tem atribuído qualquer período horário, e apresenta mais de 506 horas de emissão ao longo de 2011, na Antena 2.

4.4. DIVERSIDADE DE GÊNEROS POR DIAS DE SEMANA E FIM DE SEMANA

Ao observar a composição das grelhas da Antena 2, conclui-se que a programação apresentada é mais diversa nos dias de semana, onde apresenta 11 dos 13 *gêneros* transmitidos ao longo do ano, do que nos fins de semana, em que são emitidos conteúdos de sete categorias.

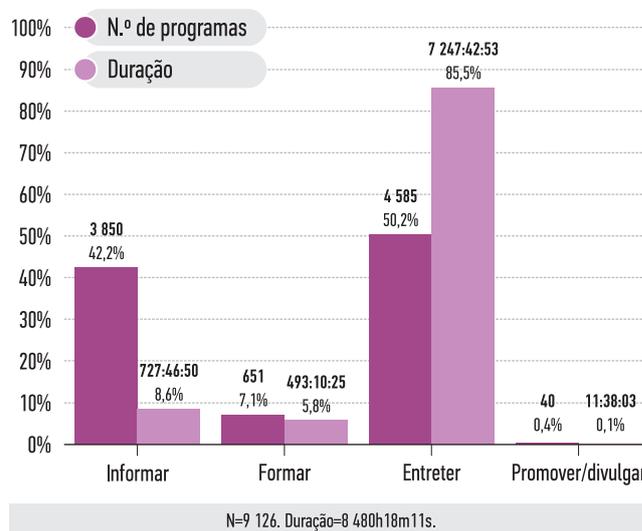
Verifica-se que os *gêneros* da categoria música predominam, quer de segunda a sexta-feira, quer aos sábados e domingos: nos primeiros, a **música de continuidade** é o *gênero* mais proeminente e representa mais de três quintos (60,6 %) do tempo de programação, nos segundos, os **programas de música** situam-se também perto desse valor (59,9 %).

Estes dois *gêneros* trocam posições no que respeita ao segundo mais importante em cada parte da semana: os **programas de música** (17,5 %) são segundos nos dias da semana e a **música de continuidade** (20,8 %) nos fins de semana.

Os **concursos/jogos** (0,0001 %) obtêm a presença mais residual nos dias de semana, enquanto nos sábados e domingos são os conteúdos de cariz **institucional** que ocupam posição semelhante (0,5 %).

4.5. FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A Antena 2 inclui nas suas grelhas programas que desempenham as quatro **funções** tipificadas, embora mostre uma clara prevalência da função **entreter**.

Fig. 19 – Frequência e duração das **funções** na programação da Antena 2 (2011).

A programação da Antena 2 apresenta como função por excelência **entreter**, somando 85,5 % da duração total da programação emitida em 2011. Este predomínio tão acentuado deixa as restantes funções muito distantes. Deste modo, a **função informar**, segunda mais importante em matéria de duração, representa apenas 8,6 % das horas emitidas por este serviço de programas.

Formar (5,8 %) é a terceira função da programação da Antena 2, traduzindo-se em perto de 500 horas, no total do ano.

Por último, **promover/divulgar** é a função menos representada, totalizando 0,1 % da emissão do serviço de programas, correspondendo na íntegra a 40 edições do programa Em Nome do Ouvinte.

Considerando como medida de análise a **frequência**, verifica-se um maior equilíbrio na presença das duas funções mais importantes: **entretêr** representa metade do número total de programas (50,2 %) e **informar** 42,2 %.

Formar (7,1 %) e **promover/divulgar** (0,4 %) ficam relegadas para as posições secundárias.

Fig. 20 – Frequência e duração das funções por género na programação da ANTENA 2 – 2011.

Género	Funções			
	Informar	Formar	Entretêr	Promover/divulgar
	Duração (%)			
Noticiário	13,8	–	–	–
Debate/entrevista	36,6	–	–	–
Boletim meteorológico	0,6	–	–	–
Outro (informativo)	6,2	–	–	–
Programa de música	–	71,0	30,0	–
Música de continuidade	–	–	57,4	–
Espetáculo	–	–	12,6	–
Concurso/jogo	–	–	0,0001	–
Artes e média	6,7	18,7	–	–
Ciências e humanidades	36,2	3,8	–	–
Educativo	–	6,5	–	–
Comemorações e efemérides	–	0,1	–	–
Institucional	–	–	–	100,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

N=8 677. Duração = 8 108h25m16s

Atentando nas funções desempenhadas por cada género, verifica-se que, em termos de duração, a **função informar** é sobretudo desempenhada pelos **debates/entrevistas** (36,6 %), seguidos muito de perto pelos programas de **ciências e humanidades** (36,2 %), os quais inserindo-se na categoria de programas de cultura e conhecimento, não têm na sua base uma orientação claramente pedagógica ou formativa.

Nas grelhas da Antena 2 **formar** é uma **função** assumida em grande parte pelos **programas de música**, consistindo estes em 71,0 % do total do tempo de emissão deste serviço de programas. Este facto fica a dever-se à existência de programas que juntam uma vertente formativa à música que apresentam, incluindo-lhes informação sobre a vida e obra de compositores ou intérpretes, aspetos de correntes estéticas ou períodos históricos específicos — como, por exemplo, A Propósito da Música, Além Tempo, Matrizes ou Música em Si, entre outros.

Artes e média é o segundo género com maior relevância horária na **função formar** (18,7 %). Os programas **educativos** representam apenas 6,5 %.

Os conteúdos de **música** cumprem a quase totalidade da **função**

entretêr, com a **música de continuidade** a preencher 57,4 % o tempo total da função, seguindo-se os **programas de música** (30,0 %) e os **espetáculos** com 12,6 %. Além destes géneros, apenas se regista nesta função a presença ínfima do **concurso/jogo** (0,0001 %).

5. ANTENA 3

A Antena 3 é no contexto das emissões da rádio pública aquela que tem como especial vocação ir ao encontro das faixas de público mais jovens, explorando géneros musicais e outros tipos de conteúdos mais identificados com os gostos e interesses que predominam no quotidiano destas camadas etárias.

Em cumprimento da alínea g) da cláusula 4.ª do CCSPR, a Antena 3 encontra-se *on-line* através do sítio www.rtp.pt/antena3/, com emissão em direto e programação *on demand*. A atualização dos conteúdos é diária, podendo ser consultada informação noticiosa, grelha e descrição de programas, agenda, rede de frequências. O sítio permite ainda a distribuição de conteúdos através de RSS e *podcasts*. Na *homepage* encontra-se ainda ligação a 28 blogues e sítios de programas.

Para além do sítio, a Antena 3 tem presença nas redes sociais: Twitter: (<http://twitter.com/antena3rtp>), no Myspace (www.myspace.com/rtpantena3), no Youtube (www.youtube.com/view_play_list?p=4778F300915F1FB1), e no Facebook (www.facebook.com/#!/rtpantena3) com 206 679 seguidores. Para além da página da rádio, existem ainda páginas individuais de programas da Antena 3 nesta rede social.

5.1. GRELHA SEMANAL

No ano de 2011, as grelhas semanais de programas da Antena 3 tiveram a disposição que a figura seguinte detalha.

A composição da grelha de programação semanal da Antena 3 permite verificar que este serviço de programas mantém uma regularidade de segunda a sexta-feira no período horário entre as 7h00 e as 23h00, intervalo em que são emitidos programas com uma, duas ou três horas de duração a cargo do mesmo locutor. Alguns deles funcionam como grandes períodos horários que integram uma quantidade de outros programas ou rubricas mais pequenos.

São também frequentes os programas apresentados em quatro dos cinco dias de semana: de segunda a quinta-feira surgem Prova Oral, Bons Rapazes, Portugalia, Caixa de Ritmos e Indiegente, e de terça a sexta-feira integram a grelha Alta Tensão e Purpurina. As sextas-feiras apresentam programação mais diversificada do que os restantes dias da semana: incluindo programas como Alvinex, Rui Vargas (em dois horários distintos), Conversa de Raparigas e Party Zone.

Fig. 21 – Grelha de Programação da ANTENA 3 – 2011.



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Indiegente Nuno Calado					Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox	Passagens de Nível Rui Vargas	00:00
01:00	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Alta Tensão António Freitas					Isto é uma Selva! DJ M'pula	Rotations DJ Vibe
02:00		Purpurina Rui Estêvão				Alvinex (REP) Fernando Alvim		MQ3 Miguel Quintão
03:00	Portugália Henrique Amaro				Terminal 3 (REP) Luís Oliveira		Arritmia Rui Estêvão	Sugus
04:00	Coyote (REP) Pedro Costa	M (REP) Mónica Mendes	Música Enrolada (REP) Rádio Fazuma	Rui Vargas		Dance Global DJ The Fox		04:00
05:00	Prova oral Fernando Alvim					DJ Guga	Última Dança Nuno Reis	05:00
06:00	Terminal 3 (REP) Luís Oliveira	Prova oral Fernando Alvim						Última Dança Nuno Reis
07:00	The Diogo Beja Show Diogo Beja					Ambientasons DJ Nuno Miguel	Ambientasons (REP) DJ Nuno Miguel	
08:00	A3 10h00–13h00 Ana Galvão							Ginga Beat Rui Miguel Abreu
09:00	A3 13h00–16h00 Rui Estêvão					Pedro e Inês (REP) P. Boucherie Mendes Inês Menezes	Costa a Costa Pedro Costa e José Paulo Alcobia	
10:00	A3 16h00–19h00 Mónica Mendes							Tapas e Gasosas Diogo Beja
11:00	Prova Oral Fernando Alvim					Portugália Henrique Amaro	Portugália Henrique Amaro	
12:00	Bons Rapazes Álvaro Costa e Miguel Quintão							Cinemax Tiago Alves
13:00	Conversa de Reparigas					O da Joana Joana Dias	Álvaro.com Álvaro Costa	
14:00	Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox							Índice A3 30 Ana Galvão
15:00	Música Enrolada Família Fazuma					Planeta 3 Raquel Bulha	Planeta 3 Raquel Bulha	
16:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira							Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox
17:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira					Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox	Coyote Pedro Costa	
18:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira							Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox
19:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira					Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox	Coyote Pedro Costa	
20:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira							Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox
21:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira					Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox	Coyote Pedro Costa	
22:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira							Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox
23:00	E o Resto é Ruído Luís Oliveira					Party Zone Nuno Miguel, Sugus e The Fox	Coyote Pedro Costa	

Legenda: Programa Novo

Fonte: RTP

A programação dos sábados e domingos não inclui os grandes blocos de programas, recaindo a aposta em programas de música de estilos definidos (Caixa de Ritmos, Hip-hop Mix, Batida, Arritmia, Música Enrolada).

A Antena 3 apresenta, em relação ao ano transato, oito programas novos na sua grelha: Party Zone, Passagens de Nível, Isto é Uma Selva, Sugus, Alvinex, Tapas e Gasosas e E o Resto é Ruído.

5.2. DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A programação da Antena 3 compreende as seis grandes categorias de **géneros** de programas (**informativo**, **desportivo**, **música**, **entretenimento**, **cultural/conhecimento** e **institucional/religioso**), mostrando, assim, um certo grau de diversidade nos conteúdos que veicula.

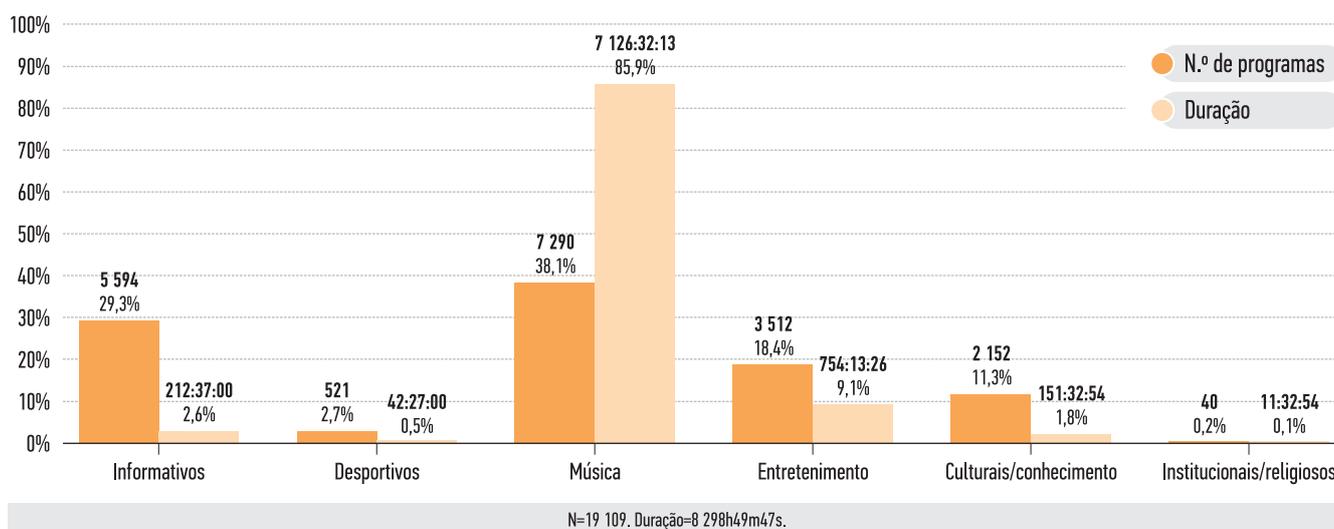
Da aplicação da grelha de **31 géneros** radiofónicos resulta que a Antena 3 emite programação enquadrável em **16** deles.

A Antena 3 coloca diariamente no ar em média 6h22m01s de música considerada pelo operador como sendo de continuidade. Também os passatempos surgem agregados numa soma diária que resulta numa média de 1m13s por dia.

Música é o **género** mais emitido pela Antena 3, predomínio sobretudo relevante quando se considera a duração, colocando-se bem **acima dos quatro quintos** (85,9%) do tempo total de emissão de 2011, com mais de sete mil horas. Esta relevância é também registada ao nível do número de programas (38,1%).

O **entretenimento** é a segunda categoria de programas com maior relevo horário, **não atingindo um décimo da programação** (9,1%).

Fig. 22 – Frequência e duração dos *macrogêneros* na programação da Antena 3 (2011).



Dada a referida prevalência dos conteúdos de música, as restantes categorias de programas apresentam percentagens de duração diminutas: **informativos** (2,6%), **culturais/conhecimento** (1,8%), **desportivos** (0,5%) e **institucionais/religiosos** (0,1%).

O cenário é bastante diverso quando se considera o número de programas emitidos. Ainda que a **música** mantenha a posição mais importante, o segundo **gênero** com maior frequência é o **informativo** (29,3%), depois o **entretenimento** (18,4%), **cultural/conhecimento** (11,3%), **desportivos** (2,7%) e **institucional/religioso** (0,2%).

Fig. 23 – Frequência e duração de gêneros na programação na ANTENA 3 – 2011.

Gênero	N.º de programas		Duração	
	N	%	(hh:mm:ss)	%
Noticiário	3 257	17,0	162:51:00	2,0
Informação trânsito	2 337	12,2	49:46:00	0,6
Resumo desportivo	29	0,2	1:27:00	0,02
Comentário desportivo	492	2,6	41:00:00	0,5
Programa de música	6 411	33,5	4 702:50:44	56,7
Música de continuidade	833	4,4	2 323:53:21	28,0
Espectáculo	46	0,2	99:48:08	1,2
Concurso/jogo	558	2,9	7:22:41	0,1
Humor	2 002	10,5	265:54:53	3,2
Infotainment	30	0,2	0:30:00	0,01
Talk show	515	2,7	469:19:20	5,7
Outro (entretenimento)	407	2,1	11:06:32	0,1
Artes e média	1 164	6,1	82:11:52	1,0
Ciências e humanidades	468	2,4	39:10:54	0,5
Educativo	520	2,7	30:04:28	0,4
Institucional	40	0,2	11:32:54	0,1
Total	19 109	100,0	8 298:49:47	100,0

N=19 109; Duração=8 298h49m47s

A subdivisão das seis grandes categorias numa grelha mais fina resulta numa listagem de **16 gêneros** presentes na programação da Antena 3, em que o mais destacado ao nível da duração é o **programa de música**, que ocupa mais de metade (56,7%) de horas emitidas pela Antena 3 em 2011, seguindo-se a **música de continui-**

dade (28,0%). Estes dois **gêneros** contribuem para a quase totalidade de horas de emissão da categoria **música**.

Atendendo à grande prevalência dos dois gêneros referidos, os restantes apresentam-se muito distantes: o terceiro género mais importante em tempo de emissão na Antena 3 é o **talk show**, que soma 5,7% do tempo total emitido, seguindo-se o humor (3,2%) e os **noticiários** (2,0%).

No polo oposto, saliente-se a presença residual do **infotainment** (0,01%) e do **resumo desportivo** (0,02%).

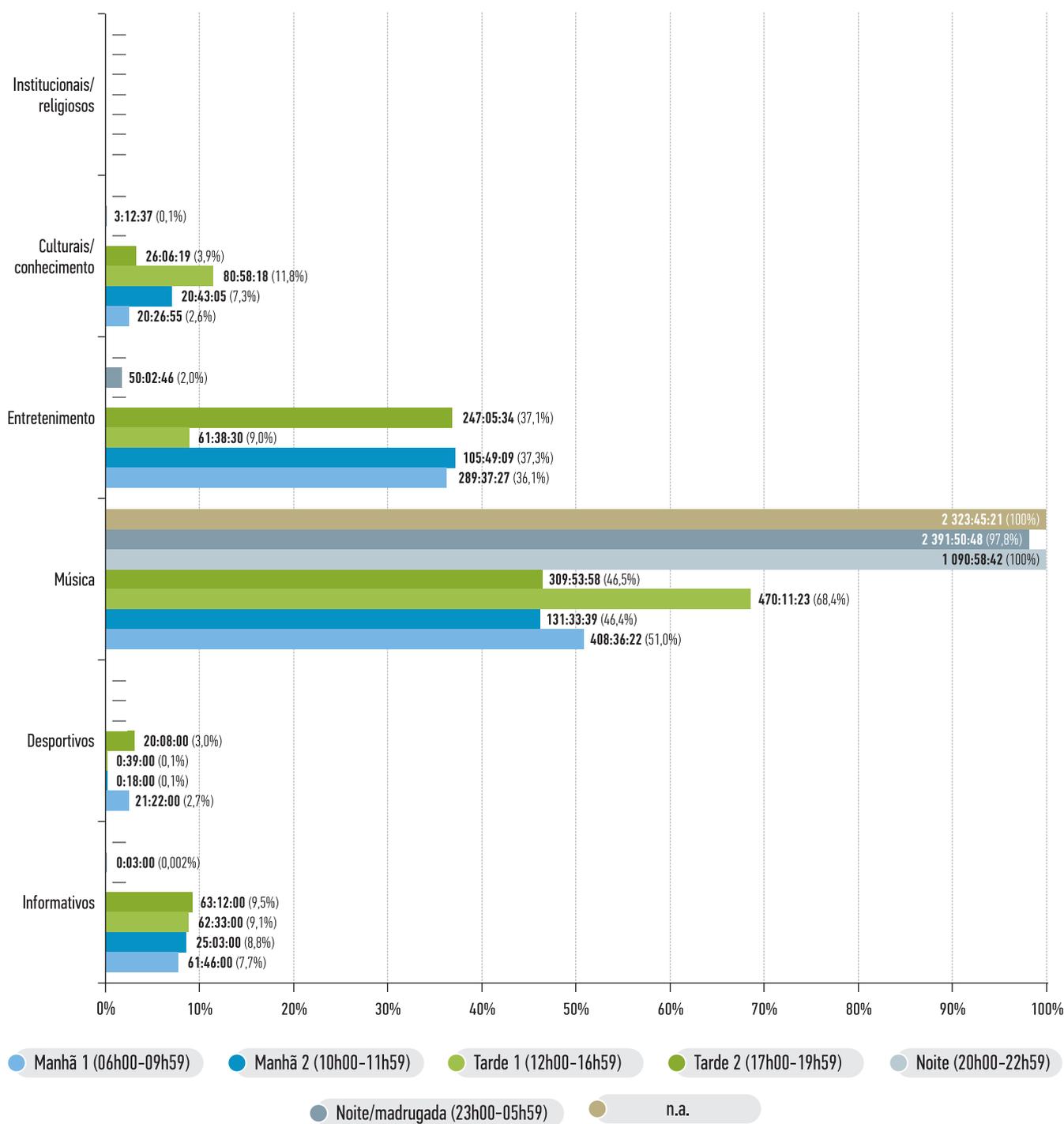
Atendendo ao número de programas emitidos, **programa de música** continua a ser o **gênero** mais destacado na terceira estação do operador público de radiodifusão, com um terço dos programas (33,5%), os programas que se lhe seguem pertencem à categoria dos **informativos**: **noticiário** (17,0%) e **informação de trânsito** (12,2%). Os conteúdos de **humor** ultrapassam um décimo dos programas que compõem as grelhas da Antena 3 (10,5%).

5.3. DIVERSIDADE DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO

Importa ainda atender à forma como a Antena 3 organiza a sua programação ao longo das várias fases horárias do dia. Desta forma, é possível apurar em que momentos o serviço de programas oferece maior diversidade de conteúdos e que género de conteúdos são emitidos em cada parte do dia.

A programação da Antena 3 apresenta-se variada ao longo dos diversos intervalos horários do dia. A primeira característica notória é o facto de a categoria **música** registar um ascendente muito acentuado nos períodos **noite (20h00-22h59)** e **noite/madrugada (23h00-05h59)**, sendo mesmo totalitária entre as 20h00 e as 23h00, onde conta mais de mil horas de programação.

Fig. 24 – Duração de *macrogéneros* por período horário na Antena 3 (2011).



N=19 109. Duração=8 298h49m47s.

É nas manhãs, entre as 10h00 e as 12h00, e ao final da tarde (17h00-20h00) que os conteúdos referidos acima adquirem menor relevância, respetivamente 46,4 % e 46,5 %. Ainda assim, permanecem próximos da metade da programação emitida nesses períodos.

Portanto, pode-se afirmar que a Antena 3 apresenta dois períodos distintos na sua programação diária: é mais variada em termos de **género** durante o dia, apresentando programação pertencente a

cinco ou seis categorias entre as 6h00 e as 20h00 e emite conteúdos quase exclusivamente pertencentes a um único **género** à noite.

No período 06h00-20h00, as duas categorias mais importantes são **música** em primeiro lugar e **entretenimento** em segundo, excetuando aqui o intervalo 12h00-17h00, em que **cultural/conhecimento** (11,8 %) surge como **segunda categoria mais relevante**, relegando o entretenimento para a terceira posição (9,0 %). É também este período

Fig. 25 – Duração de *gêneros* por período horário na ANTENA 3 – 2011.

Gênero	Período Horário						
	Manhã 1 (06h00-09h59)	Manhã 2 (10h00-11h59)	Tarde 1 (12h00-16h59)	Tarde 2 (17h00-19h59)	Noite (20h00-22h59)	Noite/madrugada (23h00-05h59)	n.a.
	Duração (%)						
Noticiário	4,7	8,8	9,1	5,6	–	0,002	–
Informação trânsito	3,0	–	–	3,9	–	–	–
Resumo desportivo	0,02	0,1	0,1	0,05	–	–	–
Comentário desportivo	2,6	–	–	3,0	–	–	–
Programa de música	49,4	46,0	68,2	46,0	93,0	97,6	–
Música de continuidade	–	–	–	–	–	–	100,0
Espetáculo	1,6	0,4	0,2	0,4	7,0	0,2	–
Concurso/jogo	0,1	0,3	0,6	0,2	–	–	–
Humor	6,1	19,4	8,3	8,3	–	2,0	–
Infotainment	0,1	–	–	–	–	–	–
Talk show	29,3	17,7	–	27,5	–	0,04	–
Outro (entretenimento)	0,4	–	–	1,1	–	–	–
Artes e média	0,8	0,4	9,4	1,0	–	0,1	–
Ciências e humanidades	–	6,9	–	2,9	–	–	–
Educativo	1,7	–	2,4	–	–	–	–
Institucional	–	–	1,7	–	–	–	–
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=19 109; Duração=8 298h49m47s

horário o que comporta maior diversidade de conteúdos, sendo o único a registar a presença de programas pertencentes às seis categorias de programação. Portanto, o único em que se regista a presença de conteúdos *institucionais/religiosos* (1,7 %).

A informação está presente em cinco dos seis períodos horários (excetua-se o horário da noite), embora seja residual durante a madrugada (0,002 %). **Estes conteúdos crescem de importância entre as 6h00 e as 20h00, representando 7,7 % da duração total no intervalo 06h00-10h00, 8,8 % entre as 10h00 e as 12h00, 9,1 % das 12h00 às 17h00 e 9,5 % no intervalo 17h00-20h00.**

Programa de música é o *gênero* predominante em todos os períodos horários, destacando-se sobretudo nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00. Estes dados confirmam a vocação do serviço de programas para um público de faixas etárias mais jovens, acentuando as tendências atuais na área da música.

A categoria de programas mais relevante nas primeiras horas das manhãs da Antena 3 é precisamente os aludido *programa de música* (49,4 %) que totaliza metade da programação do período horário, seguido de *talk shows* (29,3 %). A porção alcançada por estes dois *gêneros* relega para percentagens acentuadamente mais baixas os restantes *gêneros*: na terceira posição surge o *humor*, com 6,1 % do tempo total do período horário.

O *humor* é o segundo *gênero* mais importante no intervalo entre as 10h00 e as 12h00, representando 19,4 % da duração total, secundando os 46,0 % dos *programas de música* e antecedendo os 17,7 % dos *talk shows*.

A relevância dos *programas de música* entre as 12h00 e as 17h00, com 68,2 % das horas de emissão, leva a que os conteúdos no segundo e no terceiro lugares nem atinjam um décimo da programação: *artes e média* representa 9,4 % e os *noticiários* 9,1 %.

No intervalo horário entre as 17h00 e as 20h00 a programação volta a polarizar-se entre os *programas de música* (46,0 %) e os *talk shows* (27,5 %), ficando o *humor* com 8,3 % das horas emitidas.

O *resumo desportivo* é o *gênero* com menor presença em todos os períodos horários referidos, especialmente na *manhã (06h00-09h59)* (0,02 %).

As grelhas do horário da *noite* dividem-se apenas entre *programas de música* (93,0 %) e *espetáculos* (7,0 %). Na *noite/madrugada (23h00-05h59)*, ainda que registre a presença de outros *gêneros*, o domínio dos programas de música surge ainda mais acentuado, com 97,6 %, o que significa que as restantes categorias apresentam-se residuais.

5.4. DIVERSIDADE DE GÊNEROS POR DIAS DE SEMANA E FIM DE SEMANA

A Antena 3 apresenta uma grelha de programação mais diversificada nos *dias de semana* do que nos *fins de semana*, em termos de *gêneros*.

Apenas a categoria *música* mantém todos os *gêneros* na programação do *fim de semana*. *Institucional* é o único tipo de programas que apenas figura neste período da semana.

Fig. 26 – Frequência e duração de *gêneros* por período semanal na ANTENA 3 – 2011.

Gênero	Dia de semana				Fim de semana			
	N.º de programas		Duração		N.º de programas		Duração	
	N	%	hh:mm:ss	%	N	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	3 257	19,5	162:51:00	2,8	–	–	–	–
Informação trânsito	2 337	14,0	49:46:00	0,8	–	–	–	–
Resumo desportivo	12	0,1	0:36:00	0,01	17	0,7	0:51:00	–
Comentário desportivo	492	2,9	41:00:00	0,7	–	–	–	–
Programa de música	4 348	26,0	2 520:02:10	43,0	2 063	86,1	2 182:48:34	89,5
Música de continuidade	779	4,7	2 316:43:50	39,5	54	2,3	7:09:31	0,3
Espetáculo	32	0,2	61:19:12	1,0	14	0,6	38:28:56	1,6
Concurso/jogo	555	3,3	4:28:29	0,1	3	0,1	2:54:12	0,1
Humor	1 900	11,4	167:21:04	2,9	102	4,3	98:33:49	4,0
Infotainment	30	0,2	0:30:00	0,01	–	–	–	–
Talk show	462	2,8	418:10:07	7,1	53	2,2	51:09:13	2,1
Outro (entretenimento)	407	2,4	11:06:32	0,2	–	–	–	–
Artes e média	1 115	6,7	37:02:28	0,6	49	2,0	45:09:24	1,9
Ciências e humanidades	468	2,8	39:10:54	0,7	–	–	–	–
Educativo	520	3,1	30:04:28	0,5	–	–	–	–
Institucional	–	–	–	–	40	1,7	11:32:54	0,5
Total	16 714	100,0	5 860:12:14	100,0	2 395	100,0	2 438:37:33	100,0

N=19 109; Duração=8 298h49m47s

A programação da Antena 3 apresenta, nos dias de semana, programação pertencente a 15 **gêneros** dos 16 emitidos ao longo do ano.

Em consonância com as análises acima, verifica-se que **programa de música** é o **gênero** que soma maior porção do tempo total emitido naquele período semanal, atingindo 43,0 %, o que representa mais de 2 500 horas de emissão. Não muito distante segue outro gênero da mesma categoria: **música de continuidade**, com **perto de dois quintos (39,5 %) da duração da programação de segunda a sexta-feira**. Em conjunto, estes dois tipos de programas somam 82,5 % do total da emissão do serviço de programas dos dias de semana.

Os **talk shows**, a grande distância, são o terceiro gênero mais emitido, mas representando apenas 7,1 % das horas de emissão deste serviço de programas.

A menor relevância cabe ao **infotainment** e **resumo desportivo**, que representam ambos 0,01 % da programação, em termos de duração.

Nos fins de semana acentua-se fortemente o predomínio dos programas de música, para uma proporção próxima dos 90 pontos percentuais (89,5 %). Esta circunstância leva a que o segundo gênero com maior duração — o **humor** — represente apenas 4,0 % do tempo total de emissão neste período semanal.

Institucional é um **gênero** apenas detetado nas grelhas dos fins de semana, mais concretamente aos domingos, e totaliza 0,5 % do tempo de emissão dos fins de semana na Antena 3.

A presença menos significativa pertence ao **concurso/jogo** (0,1 %).

Este cenário altera-se de forma significativa quando se considera o número

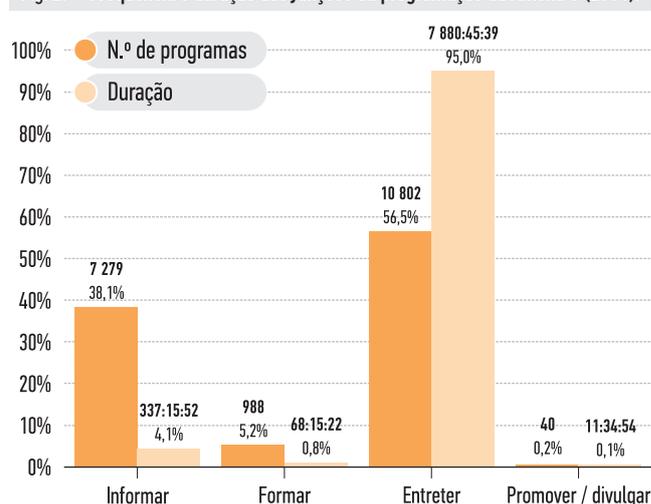
de programas emitidos na Antena 3 nos dias de semana. Nos fins de semana, o comportamento das grelhas em termos de número de programas emitidos é muito similar ao registado em termos de duração.

No período de segunda a sexta-feira, destaca-se a frequência dos **programas de música**, com uma porção um pouco acima de um quarto dos programas emitidos (26,0 %). Nos segundo e terceiro postos encontram-se dois gêneros da categoria **informativos: noticiários** (19,5 %) e **informação de trânsito** (14,0 %).

O menor número de edições coube ao **resumo desportivo** (0,1 %).

5.5. FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A Antena 3 emitiu, em 2011, programas que cumpriram as quatro **funções** da programação tipificadas.

Fig. 27 – Frequência e duração das **funções** da programação da Antena 3 (2011).

N=19 109. Duração=8 298h49m47s.

Fig. 28 – Frequência e duração das funções por *género* na programação na ANTENA 3 – 2011.

Género	Funções							
	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração	N.º de programas	Duração
	(%)							
Noticiário	44,7	48,3	–	–	–	–	–	–
Informação de trânsito	32,1	14,8	–	–	–	–	–	–
Resumo desportivo	0,4	0,4	–	–	–	–	–	–
Comentário desportivo	6,8	12,2	–	–	–	–	–	–
Programa de música	–	–	–	–	59,4	59,7	–	–
Música de continuidade	–	–	–	–	7,7	29,5	–	–
Espetáculo	–	–	–	–	0,4	1,3	–	–
Concurso/jogo	–	–	–	–	5,2	0,1	–	–
Humor	–	–	–	–	18,5	3,4	–	–
Infotainment	–	–	–	–	0,3	0,01	–	–
Talk show	–	–	–	–	4,8	6,0	–	–
Outro (entretenimento)	–	–	–	–	3,8	0,1	–	–
Artes e média	16,0	24,4	–	–	–	–	–	–
Ciências e humanidades	–	–	47,4	56,6	–	–	–	–
Educativo	–	–	52,6	43,4	–	–	–	–
Institucional	–	–	–	–	–	–	100,0	100,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

N=19 109; Duração=8 298h49m47s

A função **entreter** é a mais significativa no conjunto da emissão da Antena 3, em 2011. Saliente-se o predomínio quase total quando considerada a duração, atingindo 95,0 % do tempo total de emissão e perto de 7 900 horas no conjunto do ano.

Informar, a segunda função com maior porção de tempo, recua para 4,1 % das horas emitidas, mercê da grande prevalência de **entreter**. **Formar** (0,8 %) e **promover/divulgar** (0,1 %) são as funções menos relevantes na Antena 3.

No que respeita à frequência, mantém-se a mesma hierarquização de forças entre as quatro funções, com a relevância de **entreter**, cumprida por perto de três quintos dos programas (56,5 %), ou seja, cerca de 11 mil. Cresce a importância da função **informar**, cumprida por 38,1 % na proporção da perda registada por **entreter**, relativamente à análise segundo a duração.

Formar (5,2 %) apresenta uma presença significativamente superior àquela que regista em termos de horas emitidas.

A representatividade de **promover/divulgar** (0,2 %) é a única que não sofre alteração muito significativa comparativamente com a que atinge em duração.

A análise das **funções** da programação de acordo com os géneros dos programas permite verificar que **são os noticiários que cumprem quase metade da duração (48,3 %) da função informar**. Perto de um quarto do tempo total da função (24,4 %) é preenchido por programas de **artes e média**, a única categoria fora dos programas **informativos** a integrar esta função. Compõem este conjunto programas como Cinemax, Fura Redes ou Borda d'Água.

Entreter é a função que integra maior número categorias (oito): todas as de **música** e de **entretenimento**. No entanto, três quintos (59,7 %) do tempo total de emissão destinada a **entreter** é cumprida por **programas de música**, seguindo-se a **música de continuidade** (29,5 %). Em conjunto, as duas categorias constituem 89,2 % do tempo total da **função**, pelo que as restantes assumem valores de duração reduzidos.

Formar conta apenas com duas categorias — **ciências e humanidades** e **educativo** — sendo que a primeira prevalece em termos de duração, somando 56,6 % do tempo total da **função**.

Os programas **institucionais** constituem a totalidade da **função promover/divulgar**.

6. SÍNTESE CONCLUSIVA

A análise apresentada acima aborda o *universo* de programas emitidos em 2011 pelos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 tendo como principal objetivo caracterizar a programação da rádio pública num ano de emissão.

Pretende-se, mais concretamente, atentar na oferta de cada um dos serviços de programas considerados em função das linhas de orientação estabelecidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora.

A análise produzida baseia-se na operacionalização dos conceitos de **género** e **funções na programação**, partindo-se de uma grelha de classificação que considera 6 grandes **categorias de programação**

(*macrogénero*), as quais se subdividem em 31 categorias de *género*. Os programas são também classificados atendendo às *funções* predominantes que visam prosseguir na sua relação com os públicos — *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

Do universo das grelhas de programação de 2011, foram recenseados para análise:

- > **Antena 1** — **66 518** programas, correspondendo a **8 086h43m** de tempo total de emissão;
- > **Antena 2** — **9 126** programas, correspondendo a **8 480h18m** de tempo total de emissão;
- > **Antena 3** — **19 109** programas, correspondendo a **8 298h50m** de tempo total de emissão.

ANTENA 1

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 o maior número de *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.

A análise da diversidade dos grandes *géneros* de programação emitidos pela Antena 1, em 2011, revela que a *música* é o *género* mais destacado em termos de tempo de emissão, atingindo perto de **dois quintos** (38,3 %) do tempo total de programação daquele serviço de programas.

Os programas *informativos* posicionam-se de seguida, representando mais de um terço (35,5 %) do total de horas emitidas.

Os conteúdos ligados ao **desporto também ganham maior relevo em número de horas emitidas** (11,0 %), **ultrapassando as temáticas culturais** (7,6 %). Para este cenário contribuem em boa medida as emissões das tardes de domingo, com o acompanhamento da jornada de futebol da liga portuguesa.

Institucional/religioso é o tipo de programação que **ocupa menor número de horas de emissão** na Antena 1, com um peso de 3,1 % no total da programação. Quase ao mesmo nível são colocados os programas de *entretenimento* (4,4 %).

No que se refere à distribuição dos *géneros* com maior peso horário, salienta-se a presença de dois géneros pertencentes à categoria *música* nas três primeiras posições: *música de continuidade* (21,7 %

e *programas de música* (15,7 %), ocupando respetivamente a primeira e a terceira posições entre os conteúdos que reúnem o maior número de horas de emissão. Na posição intermédia entre estes dois géneros encontram-se os *noticiários* como segunda categoria com maior peso horário nas grelhas da Antena 1 (18,3 %).

A análise da presença das categorias de programas em cada um dos períodos horários mostra uma prevalência de géneros *informativos*, sendo os que ocupam maior porção do tempo total de cada faixa horária. Assim, **os *noticiários* preenchem mais de um quarto (27,0 %) da duração total do período 06h00-10h00, 36,1 % do período 12h00-17h00 e ultrapassa também um quarto (25,2 %) do tempo total emitido entre as 17h00 e as 20h00**. Na faixa horária 10h00-12h00, **por seu turno, a maior relevância cabe à *antena aberta* (34,0 %)**.

No horário da *noite (20h00-22h59)* **é a *transmissão desportiva* que reúne maior percentagem de tempo de emissão (37,8 %)**. Já nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00, são os *programas de música* que assumem o destaque, com quase metade (49,4 %) da totalidade de horas de emissão deste período horário.

As grelhas deste serviço de programas encontram-se polarizadas em torno destas duas *funções*, no que respeita à amplitude horária que atingem no conjunto do ano. *Entreter* é a *função* da programação que **ocupa metade (50,4 %) do tempo total de programação** da Antena 1, em 2011, ultrapassando as 4 mil horas de emissão. A segunda *função* mais importante é *informar* (43,6 %).

ANTENA 2

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 em cinco grandes *categorias de programação*, quando se consideram as 31 categorias de géneros particulares, verifica-se que apenas 13 se encontram representadas.

O baixo grau de diversidade identificado remete para a especificidade da Antena 2, com ênfase particular na divulgação dos géneros de música clássica e erudita.

A Antena 2 emite programas que se enquadram **em cinco das seis grandes categorias de géneros de programação: não apresenta conteúdos de desporto**. Considerando a distribuição dos programas por estas grandes *categorias de programação* radiofónica, resulta que **perto de 9 em cada 10 horas emitidas recaem na categoria *música* (89,6 %)**, representando quase 7 600 horas no total da emissão anual daquele serviço de programas. A **categoria que soma a segunda maior porção de horas de programação — *culturais/conhecimento* — representa apenas 5,4 % do tempo total**. Os programas *informativos* totalizam 4,9 % do tempo.

O serviço de programas apresenta 13 **géneros** de programas. **Música de continuidade (49,0 %)** soma cerca de **metade do tempo total de emissão**. Os **programas de música** preenchem também uma parte considerável, com 29,8 % das horas emitidas ao longo de 2011. Em terceiro lugar, os **espetáculos** atingem uma percentagem de 10,7 % do tempo total. Consta-se, assim, a prevalência do **macrogénero música** (89,6 %) com as três categorias que o compõem a serem as mais dilatadas no serviço de programas.

Uma leitura sobre a composição das grelhas de programação da Antena 2 em cada período do dia mostra que o **programa de música domina as grelhas entre as 6h00 e as 17h00**, representando 52,6 % do tempo total de emissão entre as 6h00 e as 10h00, 93,4 % das 10h00 às 12h00 e 67,9 % do intervalo 12h00-17h00.

Nos dois períodos seguintes, destaca-se a duração dos **espetáculos**, **ultrapassando os três quintos do tempo total de emissão** de cada período: 62,4 % no intervalo 17h00-20h00 e 60,1 % entre as 20h00 e as 23h00.

Nas manhãs, entre as 6h00 e as 10h00, os programas de **debate/entrevista ocupam mais de um terço (34,7 %) do tempo de emissão**, colocando-se na segunda posição dos géneros mais emitidos no período referido. Entre as 10h00 e as 12h00, são os **noticiários** que representam o segundo género mais emitido, mas com uma presença que não ultrapassa os 5,9 %, na sequência da hegemonia quase total **dos programas de música**, acima referida.

A programação da Antena 2 apresenta como função por excelência entreter, somando 85,5 % da duração total da programação emitida em 2011. Este predomínio tão acentuado deixa as restantes funções muito distantes. Deste modo, **a função informar**, segunda mais importante em matéria de duração, representa apenas 8,6 % das horas emitidas por este serviço de programas.

De destacar ainda que nas grelhas da Antena 2, **formar** é uma **função** assumida em grande parte **pelos programas de música** (71,0 %), 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

A programação da Antena 3 compreende as seis grandes categorias de **géneros** de programas (**informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso**), mostrando, assim, um certo grau de diversidade nos conteúdos que veicula.

Da aplicação da grelha de **31 géneros** radiofónicos resulta que a

Antena 3 emite programação enquadrável em **16** deles. São, contudo, os géneros associados à **música** que mais se destacam nas suas grelhas de programação, o que vai ao encontro da sua vocação enquanto emissão destinada aos públicos mais jovens no contexto da rádio pública.

Música é o **género** mais emitido pela Antena 3, colocando-se bem **acima dos quatro quintos** (85,9 %) do tempo total de emissão, em 2011. O **entretenimento** é a segunda categoria de programas com maior relevo horário, **não atingindo um décimo da programação** (9,1 %). **Informativos** (2,6 %), **culturais/conhecimento** (1,8 %), **desportivos** (0,5 %) e **institucionais/religiosos** (0,1 %) apresentam percentagens de duração diminutas.

Olhando para a listagem de **16 géneros** presentes na programação da Antena 3, verifica-se que o mais destacado ao nível da duração é **programa de música, que ocupa quase três quintos** (56,7 %) de horas emitidas pela Antena 3 em 2011, seguindo-se a **música de continuidade** (28,0 %). Atendendo à grande prevalência dos dois géneros referidos, os restantes apresentam-se muito distantes: o terceiro género mais importante é o **talk show**, que soma 5,7 % do tempo total emitido, seguindo-se os **noticiários** (2,0 %).

Programa de música é o **género** predominante em todos os períodos horários, destacando-se sobretudo nas horas mais tardias, entre as 23h00 e as 6h00. Nas primeiras horas das manhãs atingem quase metade (49,4 %) da programação, seguindo-se os **talk shows** (29,3 %). A porção alcançada por estes dois **géneros** relega para percentagens acentuadamente mais baixas os restantes **géneros**: na terceira posição surge o **humor**, com 6,1 % do tempo total.

As grelhas do horário da noite dividem-se apenas entre **programas de música** (93,0 %) e **espetáculos** (7,0 %). A **noite/madrugada (23h00-05h59)**, ainda que registre a presença de outros géneros, o predomínio dos **programas de música** surge ainda mais acentuado, com 97,6 %, o que significa que as restantes categorias apresentam-se residuais.

A **função entreter** é a mais significativa no conjunto da emissão da Antena 3, em 2011. Saliente-se o predomínio quase total quando considerada a duração, atingindo 95,0 % do tempo total de emissão, atingindo perto de 7 900 horas no conjunto do ano. **Informar**, a segunda função com maior porção de tempo, recua para 4,1 % das horas emitidas, mercê da grande prevalência de **entreter**. **Formar** (0,8 %) e **promover/divulgar** (0,1 %) são as funções menos relevantes na Antena 3.

A função predominante na programação da Antena 3 (**entreter**) cumpre-se essencialmente através da emissão de **programas de música** (59,7 %), seguindo-se a **música de continuidade** (29,5 %).

ANEXO I

ANEXO METODOLÓGICO

A) GÊNEROS RADIOFÓNICOS

A noção de *género radiofónico* remete para a classificação dos diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas de rádio, nos quais é possível reconhecer formatos relativamente padronizados e que estruturam as grelhas de programação.

A operacionalização da noção de *género radiofónico* enquanto conceito analítico apresenta-se, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*. A classificação de *géneros radiofónicos* pode colocar-se a vários níveis, tomando em consideração as diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

A presente análise não está orientada para a superação definitiva desta questão problemática. O objetivo central consiste, sim, em aplicar uma tipologia de *géneros radiofónicos* que permita observar as práticas de programação dos serviços de programas considerados.

A grelha de classificação adotada compreende uma análise dos programas de rádio a dois níveis.

Numa primeira abordagem, são consideradas seis grandes *categorias de programação*, designadas por *macrogéneros*, estabelecidas segundo as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativos, desportivos, música, entretenimento, culturais/conhecimento, institucionais/religiosos*.

Para uma análise mais fina, cada uma destas grandes categorias de géneros radiofónicos conhece um desdobramento num segundo nível (*géneros radiofónicos*), em que se procura especificar com maior acuidade os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo*. Esta grelha compreende 31 *géneros radiofónicos*.

B) GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO GERAL DE GÊNEROS RADIOFÓNICOS

Informativos: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade, compreendendo desde *noticiários* a programas de *debate e entrevista*, de *antena aberta*, *comentário*, *edição especial* e *magazines informativos*, mas também informação específica como é o caso da meteorologia, trânsito ou bolsa.

Desportivos: programas vocacionados para conteúdos relacionados com o desporto, seja a informação sobre a atualidade, seja para a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; inclui *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas*, *resumos desportivos* (todas as modalidades) e programas de *comentário desportivo*.

Música: classifica conteúdos de índole musical, estejam eles organizados em programas de música, subordinados a géneros específicos ou programas de autor, mas também inclui os conteúdos musicais transmitidos em *playlist* e a transmissão de espetáculos musicais. Assim, esta categoria encontra-se subdividida nos géneros *programa de música*, *música de continuidade* e *espetáculos*.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante o entretenimento dos ouvintes, compreendendo *concursos/jogos*, *jogos interativos*, programas de *humor*, *talk shows* e *infotainment* (programas que seguem formatos dos géneros *informativos*, mas tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Fig. 1 – Grelha de classificação de géneros radiofónicos.

Género 1.º nível	Género 2.º nível
Macrogénero	Género
1. Informativo	1.1. Noticiário
	1.2. Reportagem
	1.3. Debate/entrevista
	1.4. Comentário
	1.5. Edição especial
	1.6. Magazine informativo
	1.7. Antena aberta
	1.8. Boletim meteorológico
	1.9. Informação de trânsito
	1.10. Informação bolsista
	1.11. Outro (informação)
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva
	2.2. Transmissão desportiva
	2.3. Resumo desportivo
	2.4. Comentário desportivo
3. Música	3.1. Programa de música
	3.2. Música de continuidade
	3.3. Espetáculos
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo
	4.2. Jogo interativo
	4.3. Humor
	4.4. Infotainment
	4.5. Talk show
	4.6. Outro (entretenimento)
5. Cultural/conhecimento	5.1. Artes e média
	5.2. Ciências e humanidades
	5.3. Comemorações e efemérides
	5.4. Educativo
	5.5. Outro (cultural/conhecimento)
6. Institucional/religioso	6.1. Institucional
	6.2. Religioso

Culturais/conhecimento: programas mormente dedicados à apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, música...), bem como para divulgar e informar sobre áreas do conhecimento e da investigação científica em diferentes campos do saber. Incluem-se também nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos. A programação especificamente dedicada a assinalar datas comemorativas e efemérides, fora da vertente institucional, também se inclui nesta categoria. Integram ainda esta categoria os programas dedicados a *artes e média, ciências e humanidades, comemorações e efemérides e educativos*.

Institucionais/religiosos: programas sobretudo desenvolvidos por entidades externas ao operador de rádio pública, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil.

C) FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

Entende-se por *funções* a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da receção, com a seleção de um dado conteúdo radiofónico, tendo como ponto de partida a tríade clássica: *informar, formar e entreter*.

Além destas três *funções* centrais, considera-se ainda uma quarta aplicável a programas cuja finalidade central consiste na *promoção/divulgação*. Trata-se de programas que podem ser produzidos por entidades exteriores ao serviço de programas e que têm como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização da categoria *funções* encontra-se diretamente ligada ao conceito de *género radiofónico*. Parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *géneros radiofónicos* presentes nas grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões da análise. Refira-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é direta, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

D) CORRESPONDÊNCIA ENTRE GÉNEROS RADIOFÓNICOS E FUNÇÕES

A fig. 2 estabelece uma correspondência entre *géneros radiofónicos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação casuística, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise segundo a categoria *funções*.

Fig. 2 – Quadro de referência na relação entre *funções* e *géneros radiofónicos*.

Género	Funções
1. Informativo	
1.1. Noticiário	Informar
1.2. Reportagem	
1.3. Debate/entrevista	
1.4. Comentário	
1.5. Edição especial	
1.6. Magazine informativo	
1.7. Antena aberta	
1.8. Boletim meteorológico	
1.9. Informação de trânsito	
1.10. Informação bolsista	
1.11. Outro (informação)	
2. Desportivo	
2.1. Informação desportiva	Informar
2.2. Transmissão desportiva	Entreter
2.3. Resumo desportivo	Informar
2.4. Comentário desportivo	Informar
3. Música	
3.1. Programa de música	Entreter
3.2. Música de continuidade	
3.3. Espetáculo	
4. Entretenimento	
4.1. Concurso/jogo	Entreter
4.2. Jogo interativo	
4.3. Humor	
4.4. <i>Infotainment</i>	
4.5. <i>Talk show</i>	
4.6. Outro (entretenimento)	
5. Cultural/conhecimento	
5.1. Artes e média	Informar/formar
5.2. Ciências e humanidades	
5.3. Comemorações e efemérides	
5.4. Educativo	Formar
5.5. Outro (cultural/conhecimento)	Informar/formar
6. Institucional / religioso	
6.1. Institucional	Informar/formar/ promover/divulgar
6.2. Religioso	Promover/divulgar

E) INDICADORES MODELO DE ANÁLISE

- > **Unidade de análise** — A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, com um título identificativo e delimitado temporalmente na grelha de programação.

São excluídos os espaços dedicados a Publicidade e Autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

- > **Indicadores base de dados** — A análise partiu da codificação de todos os programas que constam das grelhas de programação dos três serviços de programas de rádio conforme o registo disponibilizado pela Rádio e Televisão de Portugal em 2011, constituindo-se a partir daí uma base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

Serviço de programas — indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido o programa.

Data — indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa).

Nome do programa — indica o nome do programa tal como é apresentado na grelha.

Duração — indica a duração total do programa (hh:mm:ss).

Período horário — indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando seis períodos: *período da manhã 1* (06h00-09h59), *período da manhã 2* (10h00-11h59), *período da tarde 1* (12h00-16h59), *período da tarde 2* (17h00-19h59), *período da noite* (20h00-22h59), *período da noite/madrugada* (23h00-05h59).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa com início às 19h15 e fim às 21h30 é classificado como pertencendo ao período da *noite*).

Género nível I — indica o *macrogénero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Género nível II — indica o *género radiofónico* do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Função — indica o fim predominante que o programa visa prosseguir

na relação com o ouvinte, atendendo às quatro funções consideradas — *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

Período semanal — indica o dia da semana em que o programa foi exibido (dias de semana e fins de semana).

F) FONTES DE INFORMAÇÃO E PROCESSO DE CODIFICAÇÃO

> **Fontes de informação** — A análise compreende o universo de programas emitidos pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora — Antena 1, Antena 2, Antena 3, de acordo com o registo enviado pelo operador.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos em 2011, procede-se a um trabalho de validação dos dados obtidos de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise ou da segmentação de alguns programas em partes e outros elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (p. ex. autopromoções).

> **Processo de codificação** — A codificação implica a verificação direta do registo áudio dos programas, coadjuvada pela descrição disponibilizada *on-line* e pela classificação disponibilizada pelo operador, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada pelos serviços técnicos da ERC, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011

ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O exercício da atividade de radiodifusão sonora está sujeito, na medida em que esteja em causa a utilização do espectro hertziano terrestre, a licenciamento, mediante concurso público.

Cabe à ERC, decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de renovação dos títulos habilitadores para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, conforme disposto na alínea e) do n.º 3 do identificado artigo 24.º dos Estatutos.

No final de 2010, o panorama radiofónico nacional era composto por um total de três operadores de cobertura nacional, dois de âmbito regional e 319 operadores licenciados para cobertura local.

À data de dezembro de 2011, encontravam-se em atividade 330 serviços de programas de âmbito local, disponibilizados por 314 operadores; seis serviços de programas de âmbito nacional disponibilizados por três operadores; e cinco serviços regionais a cargo de três operadores. Saliente-se que os serviços regionais referidos englobam, para além dos disponibilizados pela Radiopress e Rádio Regional de Lisboa, os serviços disponibilizados pela Rádio e Televisão de Portugal apenas nas Regiões Autónomas, a saber: Antena 1 – Açores; Antena 1 – Madeira; Antena 3 – Madeira. A estes acrescem, ainda, dois serviços internacionais, designados RDP África e RDP Internacional.

O total de operadores locais é composto por 282 empresas licenciadas para o exercício da atividade, em 221 concelhos de Portugal Continental, 11 empresas na Madeira e 22 operadores nos Açores. Os dois operadores de âmbito regional são as empresas Radiopress – Comunicação e Radiodifusão, Lda., com cobertura na zona norte do País, e a Rádio Regional de Lisboa, SA, com cobertura na zona sul do País. Por último, os três operadores de radiodifusão sonora com cobertura nacional: a Rádio e Televisão de Portugal, SA, a Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda., e a Rádio Comercial, SA.

O universo de operadores referido reporta-se exclusivamente à pessoa coletiva legalmente habilitada para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, mas importará salientar que tais operadores/empresas/pessoas coletivas poderão ser titulares de mais do que uma licença para o exercício da atividade, licenças essas individualizadas por serviço de programas.

À ERC, no exercício das suas competências e a fim de realizar as suas atribuições, cabe, genericamente, assegurar o cumprimento das normas reguladoras da atividade de comunicação social, incumbindo-lhe, no domínio da atividade de radiodifusão sonora, entre outros, o dever de decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projetos aprovados, os pedidos de renovação dos títulos habilitadores do exercício da atividade, pronunciar-se sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades, fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis, etc.

A lei sectorial — Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio) — define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidam sobre os objetivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

2. ATRIBUIÇÃO E RENOVAÇÃO DE LICENÇAS DE RÁDIO DE OPERADORES DE ÂMBITO LOCAL

De entre as funções cometidas à ERC reveste particular relevo o poder de decisão sobre a atribuição, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da atividade.

O acesso à atividade de radiodifusão está sujeito a licenciamento, mediante concurso público aberto por despacho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações.

O prazo das licenças para o exercício da atividade foi alterado pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, que revogou o anterior diploma sectorial, Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, sendo agora as licenças atribuídas por um prazo de quinze anos, renováveis por igual período, mediante requerimento, o qual deverá ser apresentado no prazo de 240 dias antes do termo da validade do título.

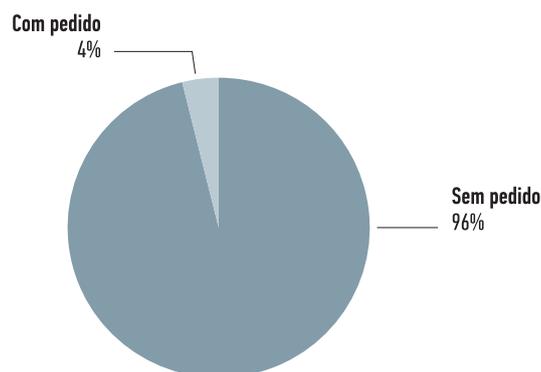
Determina o n.º 3 do artigo 86.º da identificada Lei n.º 54/2010, que os títulos habilitadores atribuídos ou renovados depois de 1 de janeiro de 2008 são atualizados pela ERC, oficiosamente, contemplando já o referido prazo, contando para os demais títulos, até à sua renovação, o prazo em vigor à data da respetiva atribuição.

Dos serviços de âmbito local em atividade em 2011, 86 % foram licenciados ao abrigo do concurso público aberto pelo Despacho de 4 de novembro de 1988¹. Os restantes 14 %, na sua maioria, foram licenciados ao abrigo do Despacho Conjunto n.º 363/98, de 14 de maio, alterado pelo Despacho conjunto n.º 98-A/99, de 11 de Janeiro www.anacom.pt/render.jsp?contentId=958669.

Nos termos do artigo 27.º, n.º 2, da Lei da Rádio, os pedidos de renovação das licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora devem ser apresentados com uma antecedência de 240 dias antes do termo da sua validade. Até ao final do ano de 2011, foram apresentados 25 novos pedidos de renovação de licenças.

Assim, no universo de 330 serviços ativos de âmbito local, foram, entre 2008 e 2011, apresentados à ERC 327 pedidos de renovação de licenças de operadores de radiodifusão local, representativos de 96 % do seu total (fig. 1).

Fig. 1 – Pedidos de renovação apresentados – 2008-2011.

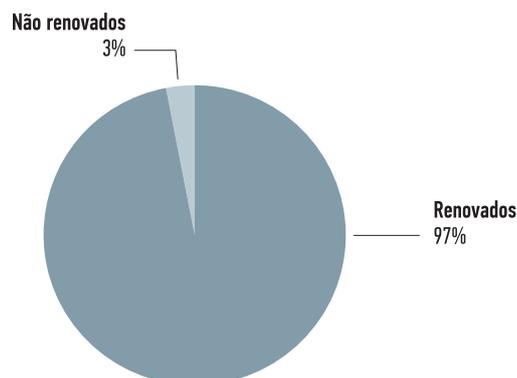


N=330 Serviços de radiodifusão sonora de âmbito local.

De 2008 até ao final de 2011, foram aprovadas 318 deliberações referentes a processos de renovação de licenças para o exercício da atividade de rádio, das quais 307 deferiram o pedido de renovação, tendo as restantes onze determinado a sua não renovação, quatro das quais aprovadas em 2009 e as restantes sete em 2010. Das onze situações de não renovação, foram judicialmente impugnadas cinco deliberações, tendo sido determinada a suspensão da eficácia de duas das deliberações em causa, pelo que até decisão judicial em contrário, os operadores envolvidos mantêm os direitos e obrigações consagrados na lei sectorial.

Numa avaliação global dos 318 pedidos de renovação das licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, apreciados pelo Conselho Regulador da ERC entre 2008 e 2011, verifica-se que em 97 % dos casos, de acordo com os documentos constantes dos processos e dados apurados no decurso da análise efetuada, foram respeitadas as condições e termos dos projetos aprovados, sendo assegurado o horário de programação própria e cumpridas as demais exigências legais decorrentes da Lei da Rádio para os operadores de âmbito local (fig. 2).

Fig. 2 – Processos de renovação deliberados – 2008-2011.



N=318 processos de renovação deliberados.

1 Diário da República, Suplemento, II Série, n.º 255, de 4 de novembro de 1988.

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2011

A ERC, no exercício das suas competências de regulação e supervisão dos meios de comunicação, tem a obrigação de verificar o cumprimento, por parte dos operadores de rádio, dos fins genéricos e específicos da atividade, traduzida no acompanhamento e fiscalização dos serviços de programas, nos termos dos artigos 24.º, n.º 3, alínea i), e 45.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, que aprova a Lei da Rádio, estabelece um conjunto de direitos e obrigações para o exercício da atividade de rádio por parte dos operadores, promovendo condições de equidade e igualdade entre aqueles e garantindo, ainda, que as expectativas dos públicos a que se destinam os respetivos serviços de programas são correspondidas, quanto à utilização do bem do domínio público, que é o espectro hertziano.

De entre as obrigações a assinalar, destaca-se a que determina a tipologia dos serviços de programas, sendo generalista ou temático consoante apresente um modelo de programação diversificado e dirigido à globalidade do público, ou centrado em matérias ou géneros radiofónicos específicos, como o musical, informativo ou outro, conforme estipula o artigo 8.º da Lei da Rádio.

Sem prejuízo das especificidades aplicáveis em função da tipologia e âmbito de cobertura dos serviços de programas, o artigo 12.º da Lei da Rádio define os fins da atividade de rádio, consagrando-se nos artigos 32.º e seguintes as obrigações gerais que impendem sobre os operadores.

A fragmentação do mercado radiofónico verifica-se, sobretudo, no âmbito local, estabelecendo a lei obrigações específicas para estes operadores. Destas é de evidenciar, desde logo, a obrigação de difusão de uma programação com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura, determinando um período mínimo de oito horas de emissão de programação própria, tal como definida pela alínea g) do n.º 1 do artigo 2.º do citado diploma. Durante as referidas oito horas, o serviço de programas, generalista ou temático informativo, está obrigado à difusão de pelo menos três serviços noticiosos (artigo 35.º), com identificação da denominação e frequência do serviço de programas (artigo 37.º).

O respeito pelas obrigações aqui referenciadas é indissociável do respeito pelo projeto licenciado, estando os operadores de rádio obrigados ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas, assegurando a verificação e preenchimento dos requisitos e obrigações legalmente consagrados.

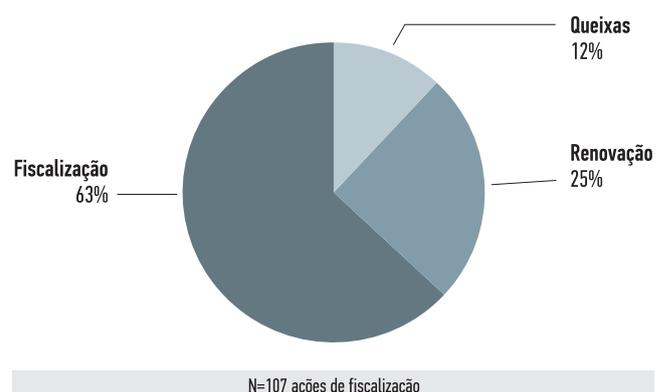
Visando o acompanhamento dos operadores de rádio no quadro do respeito pelas obrigações que sobre os mesmos impendem, a ERC desenvolveu, em 2011, diversas ações de fiscalização junto de operadores do sector de radiodifusão sonora, desencadeadas segundo três critérios:

1. A partir de queixa formulada contra um operador ou serviço de programas.
2. De acordo com o calendário de fiscalização anualmente elaborado pela ERC, visando a verificação do cumprimento da Lei da Rádio.
3. No âmbito de processos de renovação de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão, no sentido de apurar o regular cumprimento das obrigações legais a que estão sujeitos os operadores de rádio e os respetivos serviços de programas.

Em 2011, foram desencadeadas 107 ações de fiscalização, abrangendo um total de 53 operadores em atividade, tendo sido concluídas, até ao final do ano, 91 ações de fiscalização.

1. Com base em queixas apresentadas, foram desencadeadas 14 ações de fiscalização — representativas de 12 % do total de ações desenvolvidas —, que motivaram a instrução do referido processo. Este processo inclui, entre outros, averiguação dos elementos referentes à programação, dos meios técnicos e humanos afetos ao serviço de programas e gravação da emissão de dois dias, das 0h00 às 24h00.
2. Anualmente, é elaborado pela ERC um plano de fiscalização dos operadores de âmbito local, no sentido da verificação do cumprimento dos requisitos legais, tendo sido concluídas 57 ações incluídas neste plano, 11 das quais iniciadas em 2011, que representam 63 % do total de ações desenvolvidas.
3. No âmbito da preparação de processos de renovação de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão, são analisados os elementos programáticos de cada serviço de programas e auditados,

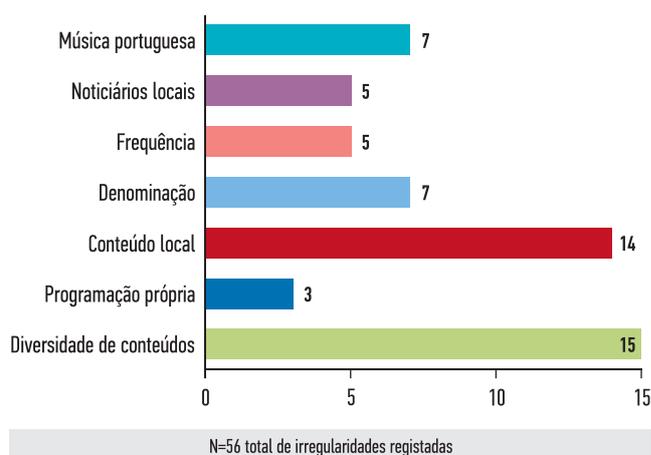
Fig. 3 – Total das ações de fiscalização desencadeadas em 2011.



pelo menos, dois dias de emissão aleatoriamente selecionados, tendo-se efetuado a verificação, até ao final de 2011, de 23 serviços de programas.

Das 91 ações de fiscalização concluídas no ano de 2011, e conforme evidenciado na fig. 4, foram verificadas algumas irregularidades na emissão, que perfizeram um total de 56 irregularidades na emissão dos operadores, conclui-se que as infrações mais significativas residem na ausência de uma programação diversificada, composta por elementos programáticos dirigidos a vários tipos de público (15), na ausência de características locais da programação (14), no incumprimento da quota de música portuguesa (7), incumprimento da obrigação de identificação do serviço de programas (7), não divulgação, de hora a hora, da frequência de emissão (5), e inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direcionados à área geográfica a que se destina a programação do operador (5). Tendo-se registado, apenas, três situações em que não era respeitada a obrigação de emissão de oito horas de programação própria.

Fig. 4 – Infrações mais significativas registadas em 2011.



ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A fim de garantir a salvaguarda do pluralismo, da diversidade, da liberdade de expressão, em respeito pela linha editorial de cada órgão de comunicação social, determina a Lei da Rádio (cf. artigo 26.º) que “o operador radiofónico está obrigado ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas licenciado ou autorizado”, podendo requerer a respetiva alteração à ERC, dois anos após a data da atribuição da licença ou da cessão do respetivo serviço de programas, ou após a aprovação da última modificação.

Os operadores radiofónicos têm, ainda, a possibilidade de solicitar a alteração da classificação dos respetivos serviços de programas, desde que estejam assegurados os requisitos legais aplicáveis à modificação do projeto aprovado (artigo 26.º, n.º 2, 3 e 4 da Lei da Rádio).

Refira-se, por último, que a ERC, enquanto entidade competente para autorizar alterações aos projetos aprovados dos operadores aprecia, também, as alterações referentes à denominação dos serviços de programas, elemento que permite identificar e caracterizar o serviço durante a emissão.

2. MODIFICAÇÃO DO PROJETO APROVADO

Em 2011 foram apreciados e deferidos 12 pedidos de alteração do projeto aprovado e de classificação do serviço de programas, ao abrigo do previsto no artigo 26.º da Lei da Rádio (fig. 5).

As alterações ocorridas visaram, na sua maioria, a conformação da programação de serviços de programas temáticos no sentido de promover o desenvolvimento de associações entre eles, nos termos previstos no artigo 10.º da Lei da Rádio.

Os operadores Rede A e Rádio Clube de Gondomar associaram-se para a difusão de um serviço temático denominado “Rádio SWTMN”. Os operadores Rádio Nacional e Notimaia solicitaram a alteração dos respetivos projetos temáticos para desenvolvimento do formato “Smooth FM”, ao qual se associou o serviço disponibilizado pelo operador Rádio Litoral Centro, que requereu igualmente a alteração da classificação para temático musical.

Os operadores Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda. e a Sociedade Franco-Portuguesa de Comunicação requereram as ne-

Fig. 5 – Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC.

1	Deliberação 4/AUT-R/2011	Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e modificação do projeto licenciado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA.
2	Deliberação 7/AUT-R/2011	Alteração do projeto dos serviços de programas “Rádio Capital” do operador Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda., e “Rádio Clube de Gondomar” do operador Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda. e alteração de denominação para “Rádio SWTMN”.
3	Deliberação 11/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado à RNL – Rádio Nova Loures, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Amália FM”.
4	Deliberação 17/AUT-R/2011	Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pelo operador Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda.
5	Deliberação 24/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado à Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Nova Era”.
6	Deliberação 25/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado à Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Nova Era Terra Verde 100.1”.
7	Deliberação 28/AUT-R/2011	Alteração do projeto e de denominação do serviço de programas “Mix FM” do operador Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, SA.
8	Deliberação 29/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado à Rádio Litoral Centro, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Romântica FM”
9	Deliberação 30/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado do serviço de programas disponibilizado pelo operador Sociedade Franco-Portuguesa de Comunicação, SA e alteração de denominação para “Rádio Nostalgia”.
10	Deliberação 33/AUT-R/2011	Modificação do projeto licenciado à Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado “Rádio Clube de Matosinhos” e alteração da denominação para “Rádio Nostalgia”
11	Deliberação 37/AUT-R/2011	Alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pelo operador RO – Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.
12	Deliberação 42/AUT-R/2011	Alteração do projeto e de denominação do serviço de programas “Best Rock Matosinhos” do operador Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA.

cessárias alterações para difusão simultânea do serviço denominado “Rádio Nostalgia”.

As alterações efetuadas foram, em parte, motivadas pela alteração ao regime legal aplicável às associações e parcerias entre serviços de programas de rádio, introduzida pela Lei n.º 54/2010, que impede que tais situações envolvam serviços de programas de tipologia distinta, ao contrário do regime anteriormente consagrado pela Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, que não obstava à associação de uma rádio generalista com uma rádio temática, contanto que a primeira, no período de 8 horas de programação própria, assegurasse os compromissos impostos a um serviço de programas com aquela natureza.

A Lei n.º 54/2010 alterando tal regime, apenas confere a possibilidade de associações ou parcerias entre rádios com a mesma tipologia, o que conduziu, face às pretensões de alteração de projeto de alguns serviços de programas, que os seus associados conformassem a sua tipologia para transmissão simultânea da programação.

Por outro lado, a Lei n.º 54/2010 eliminou a restrição anteriormente consagrada na Lei n.º 4/2001, quanto à classificação dos serviços de programas, que impunha, fora das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, que pelo menos duas frequências, no município, fossem de tipologia generalista. Tal limitação não mereceu replicação na Lei n.º 54/2010, que não estabelece qualquer constrangimento quantitativo à alteração de classificação dos serviços de programas.

Assim, no final de 2011, o quadro de operadores temáticos sofreu algumas alterações relativamente ao ano anterior, tendo sido

Fig. 6 – Serviços de programas temáticos – 2011.

Rádios	Concelho	Temática
Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Almada	Musical
Rádio Cidade – Produções Audiovisuais, SA	Amadora	Musical
Rádio Independente de Aveiro, Coop. Radiodifusão C.R.L.	Aveiro	Musical
Rádio Nacional, Emissões de Radiodifusão, SA	Barreiro	Musical
RTM – Rádio e Televisão do Minho, Lda.	Braga	Musical
Marginaudio – Atividades Radiofónicas, Lda.	Cascais	Musical
Radio Juventude, C.R.L.	Castelo Branco	Musical
Rádio 90 FM, Coimbra – Radiodifusão, Lda.	Coimbra	Musical
Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Évora	Informativa
Rádio Santa Maria – Coop. e Serv. Radiofónicos Locais, C.R.L.	Faro	Informativa
Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, Lda.	Figueiró dos Vinhos	Musical
Rádio Clube de Gondomar, Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	Gondomar	Musical
Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda.	Gondomar	Dirigida a um determinado segmento de público
CÔCO – Companhia de Comunicação, Lda.	Lisboa	Musical
Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda.	Lisboa	Musical
TSF – Rádio Jornal de Lisboa, Lda.	Lisboa	Informativa
Sociedade Franco-portuguesa de Comunicação, SA	Lisboa	Musical
Publidifusão, Sociedade de Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Loures	Musical
RNL – Rádio Nova Loures, Lda.	Loures	Musical
Moviface – Meios Publicitários, Lda.	Maia	Musical
Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Maia	Musical
Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Matosinhos	Musical
Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.	Matosinhos	Musical
RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Moita	Musical
Rádio Comercial da Linha – Soc. de Radiodifusão de Oeiras, SA	Oeiras	Musical
Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA	Paredes	Musical
SIRS, Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, SA	Porto	Informativa
RO – Edições e Publicidade, Lda.	Sintra	Dirigida a um determinado segmento de público
Drums – Comunicações Sonoras, SA	V. N. de Gaia	Musical
Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA	V. N. de Gaia	Musical
Nodigráfica – Informação e Artes Gráficas, Lda.	Viseu	Musical

Fig. 7 – Distribuição por distrito dos serviços de programas e sua tipologia – 2008–2011.

Distrito	2008		2010		2011	
	N.º de Rádios	Tipologia	N.º de Rádios	Tipologia	N.º de Rádios	Tipologia
Algarve	22	21 Generalistas 1 Temática Informativa	20	19 Generalistas 1 Temática Informativa	18	17 Generalistas 1 Temática Informativa
Aveiro	26	25 Generalistas 1 Temática Musical	24	23 Generalistas 1 Temática Musical	24	23 Generalistas 1 Temática Musical
Beja	11	11 Generalistas	12	12 Generalistas	11	11 Generalistas
Braga	17	17 Generalistas	17	16 Generalistas 1 Temática Musical	17	16 Generalistas 1 Temática Musical
Bragança	11	11 Generalistas	11	11 Generalistas	11	11 Generalistas
Castelo Branco	11	10 Generalistas 1 Temática Musical	11	10 Generalistas 1 Temática Musical	11	10 Generalistas 1 Temática Musical
Coimbra	18	17 Generalistas 1 Temática Musical	16	15 Generalistas 1 Temática Musical	16	15 Generalistas 1 Temática Musical
Évora	13	12 Generalistas 1 Temática Informativa	13	12 Generalistas 1 Temática Informativa	13	12 Generalistas 1 Temática Informativa
Guarda	10	10 Generalistas	11	11 Generalistas	11	11 Generalistas
Leiria	20	20 Generalistas	19	19 Generalistas	19	18 Generalistas 1 Temática Musical
Lisboa	29	23 Generalistas 5 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	28	20 Generalistas 7 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	28	18 Generalistas 8 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa 1 Dirigida a um determinado segmento de público
Portalegre	7	7 Generalistas	7	7 Generalistas	4	4 Generalistas
Porto	29	24 Generalistas 4 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	28	23 Generalistas 4 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	28	18 Generalistas 8 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa 1 Dirigida a um determinado segmento de público
Santarém	22	22 Generalistas	21	21 Generalistas	21	21 Generalistas
Setúbal	20	16 Generalistas 4 Temáticas Musicais	20	17 Generalistas 3 Temáticas Musicais	20	17 Generalistas 3 Temáticas Musicais
Viana do Castelo	11	11 Generalistas	11	11 Generalistas	11	11 Generalistas
Vila Real	11	11 Generalistas	9	9 Generalistas	10	10 Generalistas
Viseu	23	22 Generalistas 1 Temática Informativa	21	20 Generalistas 1 Temática Informativa	21	20 Generalistas 1 Temática Musical
Reg. Aut. Açores	22	22 Generalistas	22	22 Generalistas	22	22 Generalistas
Reg. Aut. Madeira	14	14 Generalistas	14	14 Generalistas	14	14 Generalistas
Total	347	325 Generalistas 18 Temáticas Musicais 4 Temáticas Informativas	335	312 Generalistas 19 Temáticas Musicais 4 Temáticas Informativas	330	299 Generalistas 25 Temáticas Musicais 4 Temáticas Informativas 2 Dirigidas a um determinado segmento de público

classificados como temáticos oito serviços de programas anteriormente generalistas, pelo que foram identificados, em 2011, 31 serviços de programas temáticos (25 musicais, 4 informativos e 2 dirigidos a um segmento específico do público).

Assim, e em relação ao ano passado, o quadro de distribuição por distritos das rádios locais alterou-se, quer em relação a 2010, quer em relação a 2008, data de início dos processos de renovação de licenças de radiodifusão, cuja apreciação conduziu, conforme já referido, a situações de caducidade, bem como de não renovação dos títulos habilitadores, conforme fig. 7.

A fig. 8 apresenta um panorama geral da incidência dos serviços de programas locais generalistas e temáticos — musicais, informativos e outros —, nos diferentes distritos e regiões autónomas, no universo dos 330 serviços de programas.

3. ALTERAÇÃO DE DENOMINAÇÃO

Outro dos aspetos do projeto radiofónico cuja atribuição e alteração se encontram sujeitas a apreciação prévia da ERC é a denominação do serviço de programas, a qual poderá decorrer da alteração do projeto aprovado ou ser requerida autonomamente, sem quaisquer repercussões no serviço de programas disponibilizado.

No decurso do ano de 2011, foram autorizadas 13 alterações de denominação, sete das quais no âmbito de uma alteração do projeto aprovado e seis, mediante requerimento, sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador (fig. 9).

Fig. 8 – Gráfico de distribuição pelo território nacional dos serviços de programas generalistas e temáticos.

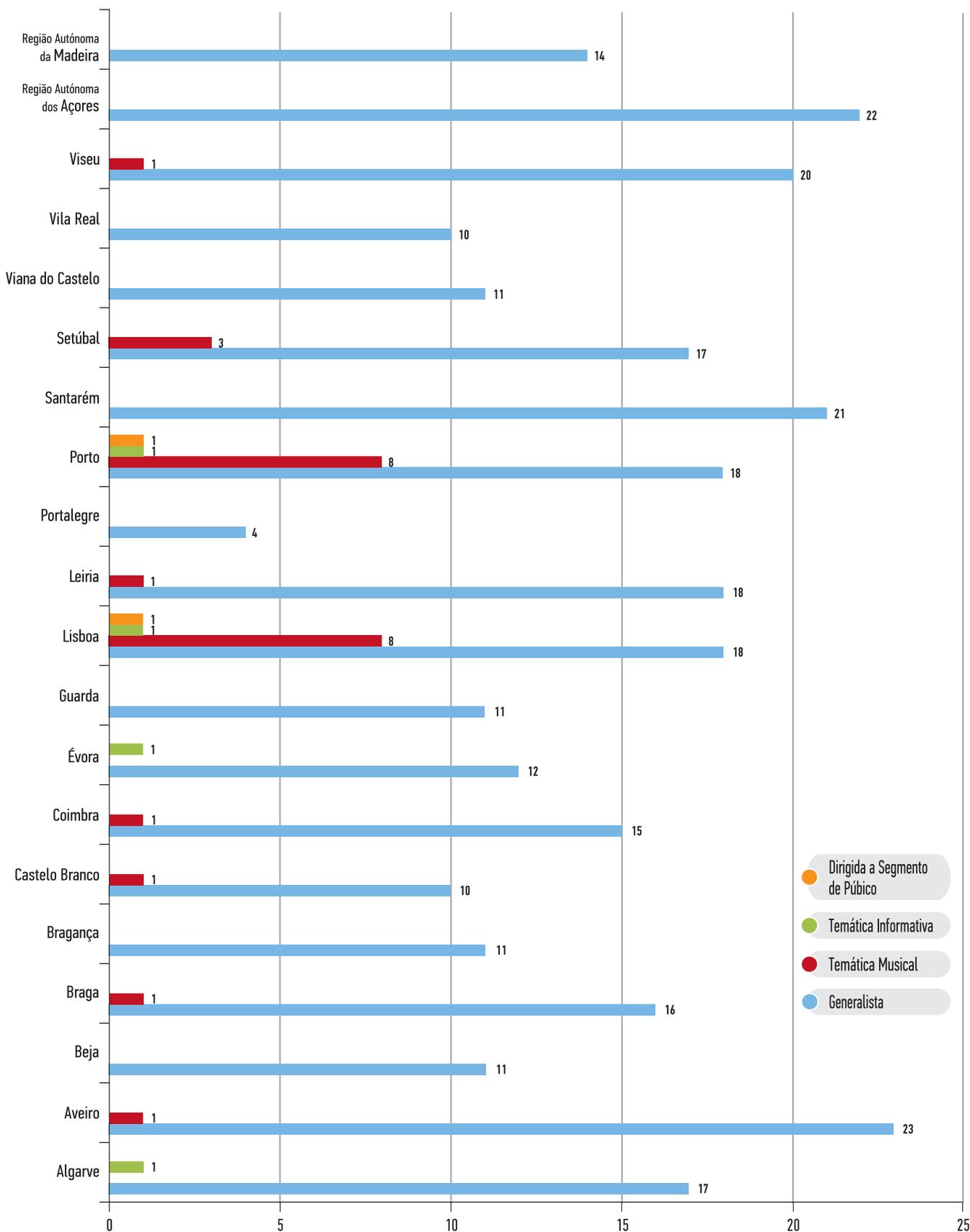


Fig. 9 – Alterações de denominação autorizadas em 2011.

	Operador	Denominação	
		Anterior	Atual
1	Rádio Canal Aberto, Lda.	Canal FM	Canal FM Centro
2	Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Rádio Capital	Rádio SWTMN
3	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	Rádio Clube de Gondomar	Rádio SWTMN
4	Ecos das Flores – Atividades de Rádio e Televisão, Lda.	Ecos das Flores	Canal FM Flores
5	Costa & Osório, Unipessoal, Lda.	Rádio Povoação	Canal FM
6	Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, SA	Mix FM	Smooth FM
7	Rádio Litoral Centro, Empresas de Radiodifusão, Lda.	Romântica FM	Smooth FM
8	Rádio Larouco – Cooperativa de Rádio e Informação, C.R.L.	Rádio Larouco	Chaves FM
9	Rádio Clube da Mêda, Lda.	RM – Rádio Mêda	Mêda FM
10	Rádio Clube de Gaia – Serviço Local de Radiodifusão Sonora, SA	Gaia FM	Rádio Placard
11	Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Best Rock FM Matosinhos	Smooth FM
12	Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.	Rádio Clube de Matosinhos	Rádio Nostalgia
13	Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, SA	Rádio Europa Lisboa	Rádio Nostalgia

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

No sentido da salvaguarda da não concentração da titularidade das entidades que prosseguem esta atividade, impõe a Lei da Rádio limitações quantitativas quanto às participações no capital social de operadores radiofónicos, a saber: “[n]enhuma pessoa singular ou coletiva pode deter, direta ou indiretamente, (...), um número de licenças de serviços de programas radiofónicos de âmbito local superior a 10 % do número total das licenças atribuídas no território nacional” e “[n]enhuma pessoas singular ou coletiva do sector privado ou cooperativo pode deter, direta ou indiretamente, (...), um número de serviços de programas de âmbito nacional em frequência modulada igual ou superior a 50 % dos serviços de programas habilitados para a mesma área de cobertura e para a mesma faixa de frequência” (cf. artigo 4.º, n.ºs 3 e 4 da Lei da Rádio). Acrescenta ainda o número 5 do artigo 4.º da Lei que “[n]enhuma pessoa singular ou coletiva pode deter no mesmo distrito, na mesma área metropolitana, no mesmo município ou, nas regiões autónomas, na mesma ilha, direta ou indiretamente, (...), um número de licenças de serviços de programas radiofónicos de âmbito local superior a 50 % dos serviços de programas com o mesmo âmbito habilitados em cada uma das circunscrições territoriais referidas”.

Importa evidenciar que o artigo 87.º da Lei determina que *o disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 4.º não é aplicável às situações validamente constituídas à data de entrada em vigor da lei.*

As limitações ora consagradas à concentração da propriedade dos operadores de rádio diferem substancialmente do regime anterior-

mente previsto na Lei n.º 4/2001, que não só impedia a participação no capital social de mais de cinco operadores, como não permitia participações superiores a 25 % no capital social de mais de um operador local, no mesmo município. Resulta claro, portanto, a intenção do legislador no sentido ampliar as possibilidades de pessoas singulares e coletivas deterem participações quer no capital social, quer, para as pessoas coletivas, na titularidade das próprias licenças.

A fim de assegurar o respeito por tais limitações, bem como outros valores e objetivos inerentes ao exercício de uma atividade licenciada, mediante utilização de um bem do domínio público, determina o artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, do referido diploma que “[a] alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença só pode ocorrer três anos após a atribuição original da licença, dois anos após a modificação do projeto aprovado ou um ano após a última renovação, e está sujeita a autorização da ERC”, cabendo à ERC decidir sobre o pedido “ouvidos os interessados (...), após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes”.

A Lei n.º 54/2010 introduziu a possibilidade de cessão de serviços de programas de âmbito local e da respetiva licença, impondo que dessa operação dependa *a salvaguarda do projeto licenciado e obrigando à transmissão da universalidade dos bens, dos direitos e das obrigações, incluindo as de natureza laboral, exclusivamente afetos ao serviço de programas em causa* (v. artigo 4.º, n.º 9, da

Fig. 10 – Pessoas singulares ou coletivas com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas.

Identificação das entidades	Prestadores de serviços de programas
MCR II – Média Capital Rádio, SA (Grupo Media Capital)	Rádio Comercial, SA (Nacional)
	Rádio Regional de Lisboa, SA (Regional)
	Rádio Cidade – Prod. Audiovisuais, SA
	Rádio XXI, Lda.
	Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, SA
	Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, SA
	Flor do Éter, Radiodifusão, Lda.
	Drums – Comunicações Sonoras, SA
	Rádio Voz de Alcanena (RVA), Lda.
	Moliceiro – Comunicação Social, Lda.
	Polimédia – Publicidade e Publicações, Lda.
	R2000 – Comunicação Social, Lda.
Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, SA *	Côco – Companhia de Comunicação, SA (operador titular de três licenças, em Lisboa, Porto e Montijo)
	PRC – Prod. Radiofónicas de Coimbra, Lda.
Rádio Notícias – Produções e Publicidade, SA	Rádio Concelho de Cantanhede, Lda.
	Radiopress – Comunicação e Radiodifusão, Lda. (Regional)
	TSF – Rádio Jornal de Lisboa, Lda.
	Pense Positivo – Edição e Distribuição de Audiovisuais, Lda.
Rádio Renascença, Lda. (Patriarcado de Lisboa)	Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda.
	TSF – Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, C.R.L.
	Canal 1 (Nacional)
	RFM (Nacional)
	Mega FM
	Rádio Noar
	Rádio Metropolitana – Com. Social, Lda.
	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda.
	RO – Edições e Publicidade, Lda.
	Rádio 90 FM – Radiodifusão, Lda.
Moviface – Meios Publicitários, Lda.	
Acácio Martins Marinho	Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Lda.
	Jornal da Trofa, Lda.
	Rádio Regional de Aveiro – Emp. Radiodifusão, Lda.
	Sintonizenos – Comunicação Social, Lda.
	RSF – Radiodifusão, Lda.
Maria Antonieta Pereira Gomes Marinho	VDRF – Eletrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.
	Sintonizenos – Comunicação Social, Lda.
	Jornal da Trofa, Lda.
Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.
	VDRF – Eletrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.
	Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, SA
	Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.
	Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA
Álvaro Ricardo Gávea	Rádio Festival do Norte, SA
	RNL – Rádio Nova Loures, Lda.
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda.
Luís Manuel de Sá Montez	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda.
	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda.
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda.
	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Lda.
Fernando Santos Mendes Gomes / Fernando Manuel Moura da Silva *	Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
	Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
	Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
João Paulo Pereira Brum Pacheco	Rádio Insular, Lda.
	Rádio Ilha, Lda.
	Ciclone – Publicações e Difusões, Lda.
Manuel Toito Charana / Maria de Fátima Toito Charana	Rádio 100 – Soc. Prod. Audiovisuais, Lda.
	Rádio Bonfim – Prod. Audiovisuais, Lda.
	Rádio Comercial de Almeirim, Lda.
Mário Jorge Silva Travanca	Rádio Clube de Angra
	Costa e Osório, Lda.
	Clube Asas do Atlântico

* Entidades que celebraram acordos de parceria com o Grupo Media Capital.

Fig. 11 – Participações em operadores com duas ou mais licenças de radiodifusão sonora.

Propriedade	Operador	Serviço de Programas	Concelho	
José Tavares Mata / António Cândido Madureira / Beatriz de Jesus Lopes Mela / Fernanda Emília Soeiro Soares / Fernando Corte Real / Francisco Oliveira Batista / Francisco Porto / Júlio Prista / Libério Mourão / Luís Macedo / Luís Godinho Gonçalves / Manuel Esparteiro / Maria Helena de Oliveira / Francisco Machado	Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda.	Rádio Cidade de Tomar Vila de Rei FM	Tomar Vila de Rei	
	CR – Comunicação Regional, Lda.		Golegã	
Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA	Rádio Nova Era Rádio Nova Era Terra Verde	Vila Nova de Gaia Paredes	
	RNL – Rádio Nova Loures, Lda.		Loures	
	Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, SA		Lisboa	
	Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.		Matosinhos	
António José Henriques Janeiro / Jaime da Conceição Henriques Janeiro / José Manuel Pinheiro Barradas / José Maria Mendes Raimundo / Maria da Piedade Santinho Batista Henriques Janeiro	Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA	Rádio Alter do Chão	Alter do Chão	
		Rádio Fronteira Rádio Gavião	Fronteira Gavião	
Comunicamadeira, SGPS, SA	Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda.	Rádio Festival da Madeira	Ribeira Brava	
		Rádio Palmeira	Santa Cruz / Madeira	
		Rádio Sol	Ponta do Sol / Madeira	
		Rádio Zarco	Machico / Madeira	
Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, SA	Rádio Clube (Madeira), Lda.		Funchal	
		Côco – Companhia de Comunicação, SA	Cidade FM Tejo M80 Porto Cidade FM Lisboa	Montijo Porto Lisboa
		PRC – Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda. Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda.		Coimbra Cantanhede
Conferência Episcopal Portuguesa / Patriarcado de Lisboa	Rádio Renascença, Lda.	Canal	Nacional	
		RFM	Nacional	
		Mega FM	Lisboa	
	Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda. Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda. RO – Edições e Publicidade, Lda. Rádio 90 FM – Radiodifusão, Lda. Moviface – Meios Publicitários, Lda.	Rádio Noar	Viséu	
		Mega FM	Porto	
		Rádio Sim – Pal	Palmela	
		Mega FM Sintra	Sintra	
Mega FM Coimbra	Coimbra			
Rádio 5FM	Maia			
Eduardo de Oliveira Costa / Ilídio de Jesus Costa / Maria Lúcia de Jesus Costa / António Rebelo da Costa / Sílvia Cristina Moreira Dias / Joaquim Manuel Almeida Ramalho / José Miguel Soares Gonçalves / Fólío – Comunicação Global, Lda / João Araújo Gomes da Silva / Maria dos Anjos Oliveira Costa	Editorialcult, C.R.L.	Rádio Voz do Caima	Oliveira de Azeméis	
		Azeméis FM Rádio	Oliveira de Azeméis	
Domingos José Ranhada de Matos / Bastos Investimentos, SGPS, SA / Fiinvestimentos, SGPS, SA	EDR – Empresa de Difusão de Rádio, SA	Rádio 94 FM 94 Oeste	Leiria Cadaval	
Amílcar Nuno Caraça Matos / Ana Maria Cidade Vendinha Azougado	Horizontes Planos – Informações e Comunicação, Lda.	Antena Sul – Rádio Jornal	Viana do Alentejo	
		Antena Sul – Almodôvar	Almodôvar	
RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Rádio Lidador / Vodafone FM	Maia	
		Smooth FM	Matosinhos	
Cyrus Communications Limited	RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Best FM	Moita	
		Cidade FM Vale de Cambra	Vale de Cambra	
Vitor Filipe Seixas Silva	RC Chaves – Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.	Rádio Regional de Sabrosa	Sabrosa	
		Rádio Regional do Vimioso	Vimioso	
Vitor Manuel Pereira Gonçalves / João Paulo Nunes Gonçalves	Pajovir – Espetáculos, Marketing e Publicidade, Lda.	Total Fm	Loulé	
		Sagres FM	Vila do Bispo	
André Sviatopolk – Mirsky Raimundo / Alexandre Sviatopolk – Mirsky Raimundo / Rafael Sviatopolk – Mirsky Raimundo	Raimundo Comunicações Independentes – Rádio e Jornais, Lda.	RCI	Viséu	
		Rádio Cultura de Seia	Seia	

Lei da Rádio). A autorização pela ERC está dependente da verificação dos mesmos requisitos impostos para a alteração do domínio dos operadores de rádio, supra explanados.

2. ALTERAÇÃO AO CONTROLO DO CAPITAL SOCIAL

Em 2011, a ERC apreciou quinze pedidos de alteração do controlo das seguintes empresas titulares de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão:

- > Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, C.R.L.;
- > RSF – Radiodifusão, Lda.;
- > RNL – Rádio Nova Loures, Lda.;
- > Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, S.A.;
- > Rádio Litoral Centro – Empresa de Radiodifusão, Lda.;
- > VDRF – Eletrónica Áudio e Equipamento de Telecomunicações, Lda.;
- > Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A.;
- > Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.;
- > Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.;
- > Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.;
- > Drums – Comunicações Sonoras, S.A.;
- > Rádio Voz de Alcanena (RVA), Lda.;
- > Moviface – Meios Publicitários, Lda.;
- > Flor do Éter – Radiodifusão, Lda.; e
- > Foz do Mondego – Meios de Radiodifusão, Lda.

Tendo presente o número de pedidos de alteração do domínio das empresas operadoras de rádio, depreende-se que o aumento registado de cinco (2010) para quinze (2011), invertendo a tendência que se vinha registando nos dois anteriores anos, é em grande parte o reflexo da flexibilização conferida pela alteração legislativa ocorrida no final de 2010.

No ano de 2011 e atenta a possibilidade de cessão de licenças de rádio conferida pela Lei n.º 54/2010, foram, igualmente, apreciados e autorizados dois pedidos de cessão, ao abrigo do n.º 9 do artigo 4.º, dos operadores NRT – Norte Rádio e Televisão, Lda. e RSF – Radiodifusão, Lda.

O operador NRT – Norte Rádio e Televisão, Lda., era titular de duas licenças de âmbito local dos concelhos de Vimioso e Sabrosa, as quais foram cedidas à empresa a RCChaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda., conforme deliberação n.º 26/AUT-R/2011.

O operador RSF – Radiodifusão, Lda., também este titular de duas licenças no concelho de Viseu e Fronteira, requereu a cessão da licença

para o exercício da atividade no concelho de Viseu, a qual foi autorizada a favor da Rádio Renascença, Lda., nos termos e com os fundamentos constantes da deliberação n.º 40/AUT-R/2011.

3. PESSOAS SINGULARES E COLETIVAS COM PARTICIPAÇÕES NO CAPITAL SOCIAL DE TRÊS OU MAIS OPERADORES

No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas 14 entidades — pessoas singulares ou coletivas — com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas, no ano de 2011. Neste conjunto, e excluindo-se o Grupo RTP, encontram-se as entidades detentoras dos alvarás dos serviços de programas de cobertura nacional e regional — Media Capital Rádio, Rádio Renascença e Rádio Notícias (fig. 10).

Para além da possibilidade de participação no capital social de operadores de radiodifusão sonora, a Lei da Rádio viabiliza, ainda, a possibilidade de um operador ser titular de uma ou mais licenças para o exercício da atividade, correspondendo cada licença a um serviço de programas específico (fig. 11).

4. DISTRIBUIÇÃO POR OPERADORES DAS FREQUÊNCIAS NACIONAIS E REGIONAIS

Não se registaram quaisquer alterações no quadro do planeamento de distribuição das frequências nacionais e regionais, em relação ao ano de 2008, mantendo-se, por conseguinte, as seis frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional, privadas, cuja sistematização é apresentada na fig. 12.

Fig. 12 – Distribuição de frequências nacionais e regionais.

Cobertura	Designação	Operador
Nacional	Antena 1	RDP
	Antena 2	
	Antena 3	
	Rádio Comercial	Rádio Comercial, S.A. (MCR II – Média Capital Rádio, S.A.)
	Rádio Renascença RFM	Rádio Renascença, Lda.
Regional	Rádio Clube Português	Rádio Regional de Lisboa, S.A. (MCR II – Média Capital Rádio, S.A.)
	TSF	RadioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda.

Refiram-se, ainda, os serviços de programas disponibilizados pelo operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., destinados às Regiões Autónomas e cobertura internacional — Antena 1-Açores, Antena 1-Madeira, Antena 3-Madeira, RDP Internacional e RDP África.

Síntese conclusiva

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

No ano em análise, foram desencadeadas 107 ações de fiscalização a operadores de radiodifusão local, concluindo-se que 63 % das ações efetuadas foram desenvolvidas na sequência do plano de fiscalização anualmente elaborado.

As ações de fiscalização desenvolvidas tiveram por base a verificação de irregularidades nos serviços de programas visados, sendo as mais significativas referentes à ausência conteúdos radiofónicos diversificados dirigidos a vários tipos de públicos e de conteúdos direcionados à área de licenciamento do operador.

No universo total de 330 serviços de programas de âmbito local apurado no final do ano de 2011, foram deliberados 318 pedidos de renovação, dos quais 307 foram autorizados e concluiu-se no sentido da não renovação de onze, dada a ausência de condições para a renovação. Das onze situações de não renovação, cinco foram impugnadas, encontrando-se o processo judicial em curso, sendo que apenas em duas delas foi determinada judicialmente a suspensão da eficácia da deliberação, pelo que até ao termo do contencioso judicial, os operadores mantêm todos os seus direitos e obrigações.

No âmbito das alterações registadas aos projetos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, assistiu-se, em 2011, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respetivos projetos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos preexistentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projeto aprovado [12], assim como a alteração de denominação dos serviços [13] registados ao longo do ano. Tais alterações foram ainda motivadas pela eliminação dos limites à classificação dos serviços de programas, consagrados no artigo 27.º da Lei n.º 4/2001, não estabelecendo a Lei n.º 54/2010 qualquer restrição nesse domínio, assistindo-se, em 2011, à conversão em temático de oito serviços de programas.

Em 2011, as alterações introduzidas pela Lei n.º 54/2010, que revogou a Lei n.º 4/2001 (Lei da Rádio), no que concerne à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de atividade de radiodifusão, bem como às limitações de participações e titularidade de licenças, conduziu à verificação de uma tendência de sentido inverso à registada em anos anteriores, com um aumento de cinco para quinze pedidos de alteração de domínio e dois pedidos de cessão do serviço de programas e respetivas licenças.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1. OBJETIVOS

Em sequência das análises desenvolvidas em anos anteriores, apresenta-se a avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos nacionais, regionais e locais, quanto à difusão de música portuguesa para o ano de 2011. Este processo teve o seu início em 2007 e decorreu das alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de março, à Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro (Lei da Rádio), em que os serviços de programas de radiodifusão sonora passaram a estar sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril, fixado a percentagem de 25 % como quota mínima de música portuguesa.

Em 24 de dezembro de 2010, foi publicada a Lei n.º 54/2010, que revoga a Lei n.º 4/2001, pese embora consagre em idênticos termos as obrigações de cumprimento de quotas de música portuguesa.

Relativamente à percentagem prevista no art. 44.º da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35 % para difusões musicais editadas nos últimos doze meses, e tal como já evidenciado em relatórios anteriores, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas suscetíveis de preencher esta quota de música recente.

Apresenta-se, ainda, neste documento, avaliação comparativa do quadriénio de 2008–2011, no que respeita a apuramentos médios semestrais.

1.2. CRITÉRIO E METODOLOGIA

As percentagens apuradas, à data a que se reporta a análise de acordo com o regime legal em vigor, são calculadas mensalmente e têm como base o número de composições musicais difundidas por serviço de programas no mês anterior, de acordo com os valores enviados pelos operadores ativos do sistema automático já implementado pela ERC em 2007.

Foi validada a média percentual mensal de 136 serviços de programas, excluindo-se aqui operadores ativos, mas isentados de quota, dadas as suas características de tipologia temática musical, e ainda serviços que, por questões técnicas, não puderam validar os seus dados dentro do prazo mensal previsto na lei. Alguns destes serviços, embora

não integrem a média de operadores supervisionados pela aplicação, foram também objeto de monitorização, por via de amostragem.

Os elementos, recebidos por via automática, têm em conta quatro vertentes previstas na lei:

- a) quota nas 24 horas de emissão — apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota igual ou superior a 25 %;
- b) quota no período diário compreendido entre as sete e as vinte horas — apuramento, no período de emissão diário das sete às vinte horas, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota igual ou superior a 25 %;
- c) quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia — apuramento, no período de emissão diário das sete às vinte horas, da percentagem de operadores ativos que preenchem a quota de 25 % de música portuguesa, com um mínimo de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia.
- d) quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia — apuramento, no período das 24 horas de emissão, nos termos da alínea c).

À semelhança do ano anterior, além do suporte automático, foram também observados, dezassete serviços de programas de radiodifusão locais, por via de amostragem, e ainda outros dez que enviam mensalmente os seus relatórios e apuramentos através de outros processos.

2. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA — RÁDIOS LOCAIS

2.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

A presente análise reflete uma avaliação nas quatro vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas no ponto 1.2. deste relatório. Obedecendo-se à sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, por parte dos operadores locais ativos no sistema de apuramento automático, entendendo-se por “operador local”, conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do art. 7.º da Lei da Rádio, o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

A observação dos dados apresentados permite concluir que, no ano de 2011, a maior parte dos operadores ativos no sistema de apuramento automático de quotas cumpriram a quota mínima mensal de 25 % nas 24 horas de emissão, verificando-se, quer no primeiro quer no segundo semestres, uma média de cumprimento de serviços de programas acima dos 80 % (fig. 1).

Fig. 1 – Média semestral – quota de 25 % no período das 24 horas de emissão.

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 25%	85,5	84,8
< 25%	14,5	15,3

Fig. 2 – Percentagem mensal no período das 24 horas de emissão.

Art. 41.º, n.º 1, da Lei da Rádio

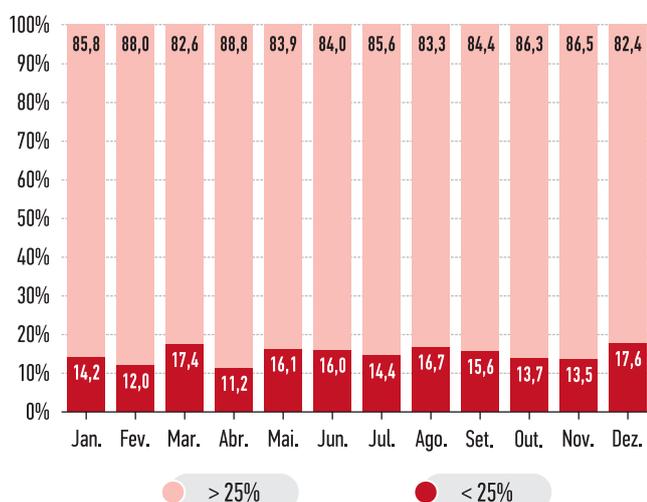
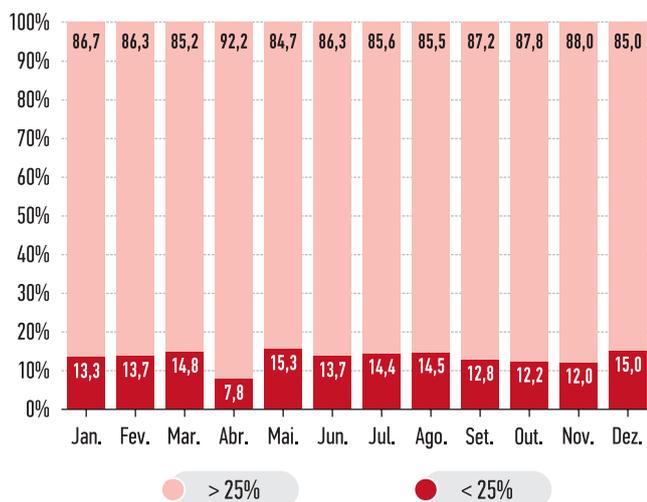


Fig. 3 – Média semestral – quota de 25 % no período das 7h00 às 20h00.

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 25%	87	86,5
< 25%	13	13,5

Fig. 4 – Percentagem mensal no período das 7h00 às 20h00.

Art. 41.º, n.º 1, e art. 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio



Atendendo à segunda vertente de análise, apresentam-se os apuramentos referentes ao número de serviços de programas de rádio ativos no sistema de automático que emitem uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa, no período de emissão compreendido entre as sete e as vinte horas, de acordo com o exigido pelo art. 41.º, n.º 1, conjugado com o art. 47.º, n.º 2, ambos da Lei da Rádio.

À semelhança do registado nas 24 horas, idênticas variações percentuais se registam no período compreendido entre as sete e as vinte horas, conforme análise semestral (fig. 3) e mensal (fig. 4).

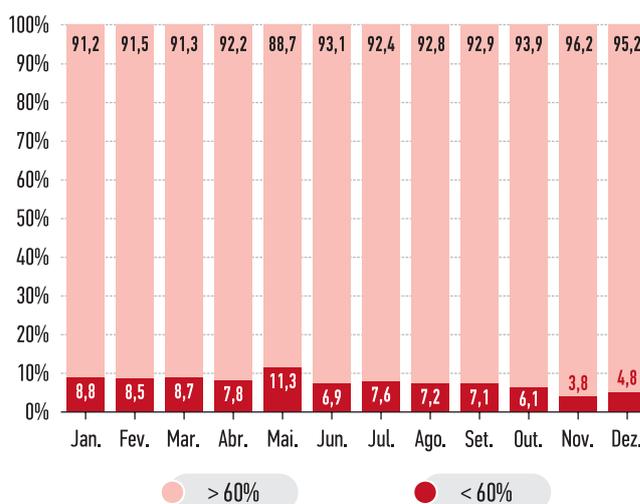
A terceira vertente de análise aos operadores locais atende à previsão do art. 43.º conjugado com o art. 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas ativos no sistema que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as sete e as vinte horas. Refira-se que esta percentagem é apurada da quota de 25 % a que os operadores estão obrigados.

Fig. 5 – Média semestral de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 60%	91,3	93,9
< 60%	8,7	6,1

Fig. 6 – Percentagem mensal de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

Arts. 43.º e 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio



No que respeita às difusões musicais portuguesas interpretadas por cidadãos da União Europeia, continua a verificar-se uma tendência positiva de cumprimento ao longo do ano, observando-se que, dos operadores que enviaram dados, a maioria observam a quota estipulada, com um percentual de média de cumprimento superior a 90 %.

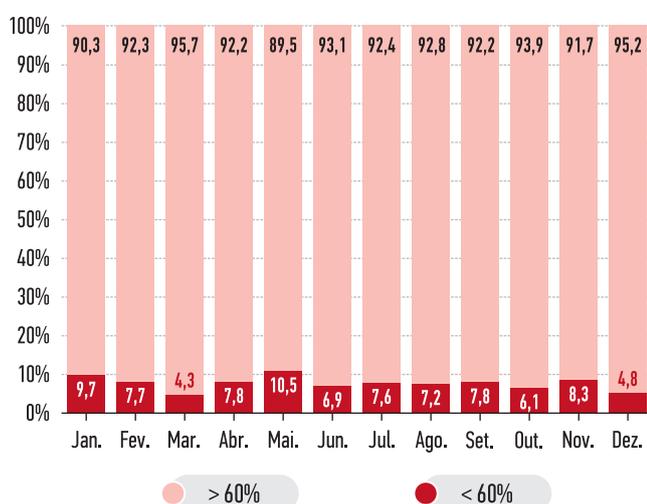
A última vertente de análise quanto aos operadores locais prende-se com o previsto no art. 43.º da Lei da Rádio, quanto ao cumprimento de uma quota de 60 %, dos 25 % de música portuguesa, para difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia, mas desta feita abrangendo as 24 horas de emissão dos serviços de programas.

Fig. 7 – Média semestral de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 24 horas de emissão.

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 60%	92,2	93
< 60%	7,8	7

Fig. 8 – Percentagem mensal de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 24 horas de emissão.

Art. 43.º, da Lei da Rádio



No que se refere aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão no total médio das rádios locais, o índice de cumprimento presenciado é elevado, conforme demonstrado na fig. 8.

A faixa residual de operadores relativamente aos quais se registaram incumprimentos conduziu à realização de algumas ações de sensibilização junto dos operadores em causa e melhoria dos procedimentos comuns à entidade e serviços de programas, traduzindo-se, nomeadamente em:

- > notificação de operadores generalistas, ativos e não ativos no sistema, no sentido da observância dos valores de quota estipulados;

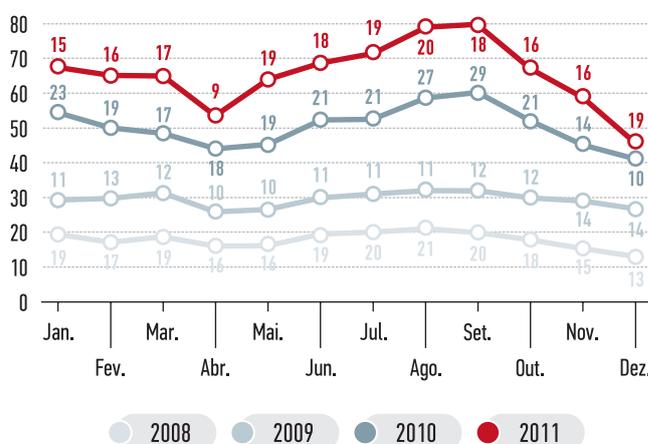
- > sensibilização dos operadores ativos para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Pormenorizando os incumprimentos, estes foram estratificados em diferentes graus, com os seguintes intervalos: até 5 %; entre 5 % e 10 %; entre 10 % e 15 %; entre 15 % e 20 % e entre 20 % e 25 %.

Conforme se pode observar no quadro supra, no período entre as sete e as vinte horas, no ano inteiro, e atendendo ao universo de rádios ativas no sistema de apuramento automático com envio de dados, o maior número de incumprimentos ocorreu no mês de agosto, registando-se vinte casos.

Tendo presentes os cinco intervalos percentuais ponderados, verifica-se que, no período entre as sete e as vinte horas, o maior número de situações de incumprimento registadas incidiu nos intervalos 15–20, com 82 situações, e 20–25, com 63 casos observados, ao longo de todo ano de 2011.

Fig. 10 – Gráfico de incumprimentos registados, por operador e por mês. Quota de 25% no período entre as 7h00 e as 20h00



Conforme se pode observar no gráfico acima representado, e de acordo com os valores apurados através da aplicação, registaram-se, face a 2010, menos situações de incumprimento da quota de 25 % no período diário compreendido entre as sete e as vinte horas, nomeadamente nos meses de agosto a outubro de 2011.

Fig. 9 – Incumprimentos registados, por operador e por mês.

Quotas	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro			
	N.º Rádios	%																								
[0-5]	1	6,7	1	6,3	1	5,9	1	11,1	1	5,3	1	5,6	1	5,3	1	5,0	1	5,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
[5-10]	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
[10-15]	1	6,7	1	6,3	1	5,9	2	22,2	1	5,3	0	0,0	7	36,8	8	40,0	8	44,4	7	43,8	9	56,3	3	15,8		
[15-20]	8	53,3	7	43,8	6	35,3	6	66,7	16	84,2	7	38,9	2	10,5	2	10,0	3	16,7	8	50	5	31,3	12	63,2		
[20-25]	5	33,3	7	43,8	9	52,9	0	0,0	1	5,3	10	55,6	9	47,4	9	45,0	6	33,3	1	6,3	2	12,5	4	21,1		
Total	15	100	16	100	17	100	9	100	19	100	18	100	19	100	20	100	18	100	16	100	16	100	19	100		

2.2. ANÁLISE POR AMOSTRAGEM

A análise das quotas de música portuguesa de rádios locais com recurso a amostragem foi efetuada no âmbito dos processos de renovação de licenças dos operadores, bem como de ações de fiscalização desenvolvidas ao longo do ano.

À semelhança do que já foi verificado em anos anteriores, grande parte das rádios auditadas difunde em média três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, na faixa horária das sete às vinte horas, o que se entende assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei para este período, sendo que alguns serviços de programas integram ainda na sua programação espaços dedicados unicamente a música portuguesa.

No ano de 2011, o universo de rádios observadas por recurso a amostragem foi reduzido, se comparado com anos anteriores, fundamentalmente pela diminuição do número de pedidos de renovação de licenças, cuja maioria se verificou no triénio de 2008–2010.

3. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA — RÁDIOS REGIONAIS

3.1. OPERADOR REGIONAL SUL — M80 RÁDIO

De acordo com o previsto na Lei da Rádio, os serviços de programas regionais abrangem, quanto ao nível de cobertura, um distrito ou conjunto de distritos contíguos, ou uma área metropolitana, ou, nas Regiões Autónomas, um conjunto de ilhas (cf. art. 7.º, n.º 1, alínea c), da Lei da Rádio).

São dois os operadores de cariz regional direcionados para as regiões norte e sul do País. A RadioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda., com cobertura na região norte do País, denominada TSF, não se en-

contra ativa no sistema de apuramento automático de quotas de música portuguesa, pelo que não foi possível efetuar o apuramento dos elementos estatísticos quanto ao seu perfil musical.

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor generalista, emite o serviço de programas M80 Rádio e está ativa no sistema automático, pelo que foi possível, ao longo do ano, acompanhar o comportamento deste operador em matéria de difusão de música portuguesa.

No que respeita a valores apurados, regista-se o seguinte:

No total da emissão, constatou-se que, desde maio de 2011, vieram a ser registadas percentagens inferiores à mínima estabelecida, ou seja, abaixo dos 25 pontos percentuais.

Igualmente no que concerne ao período diário de emissão compreendido entre as sete e as vinte horas, registaram-se flutuações negativas nos apuramentos efetuados.

O operador tem vindo a ser monitorizado e sensibilizado para tais irregularidades, encontrando-se, à data de conclusão do presente relatório, em processo de análise e apreciação os resultados ora registados.

No que respeita à subquota definida nos termos do art. 43.º conjugado com o art. 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, que respeita unicamente a temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, observam-se, no decorrer do ano de 2011, valores aproximados ou acima dos noventa pontos percentuais.

À semelhança do verificado no período entre as sete e as vinte horas, relativamente a esta subquota, também no período total da emissão musical se registam valores perto ou ligeiramente acima dos 90 %.

Fig. 11 – Quota de difusão de música portuguesa, no período das 24 horas de emissão.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
M80 Rádio	30,9	30,7	30,5	32,2	24,0	22,8	28,5	19,2	18,9	19,3	19,3	18,9	20,4	19,3

Fig. 12 – Quota de difusão de música portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
M80 Rádio	26,0	24,5	24,7	26,9	18,6	17,3	23,0	14,7	14,2	14,4	14,1	13,5	15,2	14,4

Fig. 13 – Quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
M80 Rádio	90,4	90,9	90,0	90,3	90,4	90,6	90,4	91,3	89,8	91,7	92,5	90,8	91,9	91,3

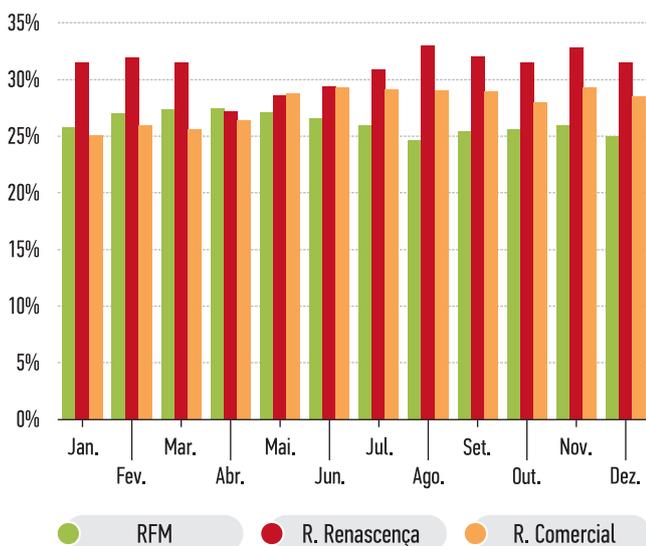
Fig. 14 – Quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 24 horas.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
M80 Rádio	89,4	90,1	88,8	89,3	89,1	89,3	89,3	89,7	88,8	89,7	90,2	89,4	90,3	89,7

Fig. 15 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa, no período das 24 horas de emissão.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
RFM	26,5	27,3	26,6	25,9	25,6	26,0	26,3	25,9	24,6	25,4	25,6	25,9	24,9	25,4
Rádio Renascença	29,7	30,8	29,9	30,6	30,2	30,2	30,2	30,8	33,0	32,0	31,5	32,8	31,5	31,9
Rádio Comercial	29,0	29,5	29,6	29,5	27,4	26,9	28,7	29,1	29,0	28,9	27,9	29,3	28,5	28,8

Fig. 16 – Percentagem de difusão de música portuguesa, no período das 24 horas de emissão.
 Art. 41.º da Lei da Rádio



destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos recebidos por via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 25 % e de 60 %, no período das 24 horas e no período das sete às vinte horas, tendo presente o descritivo das alíneas a), b), c) e d) incluídas no início do ponto 2. deste relatório.

Relativamente à primeira vertente de análise observada, os valores registados, descritos na tabela e gráfico apresentados, demonstram que os três operadores nacionais, nas 24 horas de emissão, quase na generalidade cumprem ou ultrapassam a quota mínima de 25 % estabelecida (figs. 15 e 16).

Da mesma forma, no que respeita ao período de emissão compreendido entre as sete e as vinte horas, a análise dos dados confirma que, no ano de 2011, os três operadores cumpriram quase na totalidade a quota mínima mensal (figs. 17 e 18). A Rádio Renascença apresentou alguns desvios ao longo do ano, apresentando já em dezembro uma quota na ordem dos 26 %.

Neste ponto do relatório, apenas se apresentam os valores do serviço de programas M80 no ano de 2011, sendo que, no ponto 5.2. desta análise, se fará referência ao comportamento do serviço regional sul, no quadriénio de 2008–2011.

No que respeita às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia, os quadros e gráficos acima demonstram que a RFM e a Rádio Renascença ultrapassaram

Fig. 17 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa, no período das 7h00 20h00.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
RFM	27,6	28,7	27,6	25,7	25,5	26,1	26,9	25,9	24,0	25,1	25,6	26,0	24,5	25,2
Rádio Renascença	23,6	24,9	24,2	25,4	24,3	24,5	24,5	24,3	24,4	23,7	24,1	24,3	26,0	24,5
Rádio Comercial	29,8	30,9	30,5	28,7	22,7	23,5	27,7	26,7	27,5	27,7	27,2	29,0	27,8	27,7

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA — RÁDIOS NACIONAIS

4.1. RFM, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL

Analisando, agora, as rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos respeitantes aos serviços de programas denominados RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

Os serviços de programas nacionais da concessionária de serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente neste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se

Fig. 18 – Percentagem de difusão de música portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

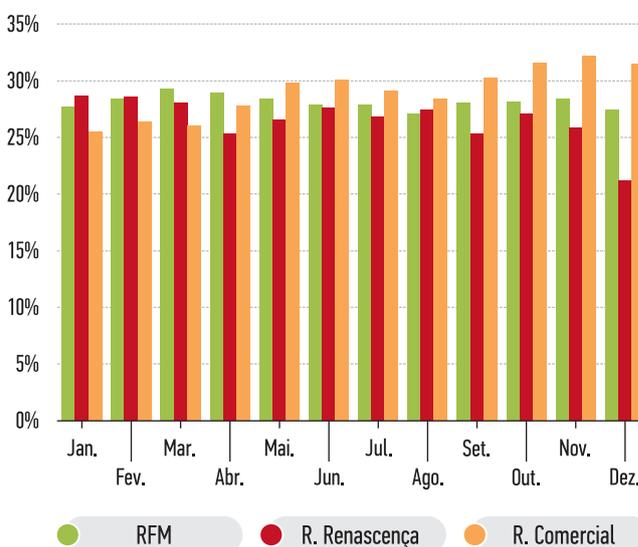
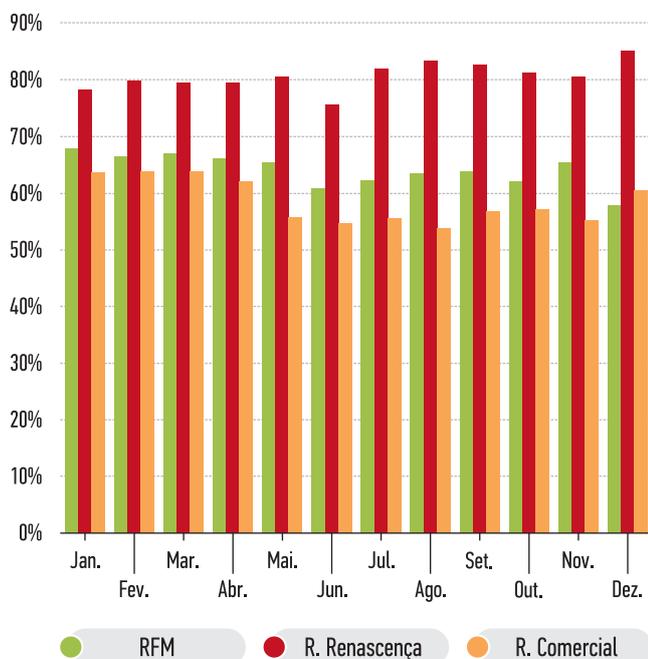


Fig. 19 – Apuramento da quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h00 às 20h00.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
RFM	67,8	66,6	67,0	66,1	65,3	60,8	65,6	62,3	63,5	63,8	62,0	65,4	57,9	62,5
Rádio Renascença	78,4	79,8	79,5	79,7	80,4	75,5	78,9	81,9	83,4	82,6	81,3	80,4	85,0	82,4
Rádio Comercial	63,6	63,8	63,9	62,1	55,8	54,6	60,6	55,4	53,7	56,7	57,1	55,2	60,4	56,4

Fig. 20 – Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.



nas suas emissões a quota estipulada, quer nas 24 horas quer no período entre as sete e as vinte horas de emissão.

A Rádio Comercial apresenta algumas flutuações negativas face ao valor regulamentar, estando no mês de dezembro, no que se refere ao período das sete às vinte horas, com uma quota dentro do valor regulamentar.

É de notar que podem existir alguns desvios negativos registados e apurados na aplicação informática, por preenchimento insuficiente de dados, podendo ocorrer, na prática, por parte do serviço de programas, uma difusão superior de temas musicais enquadráveis nestes apuramentos.

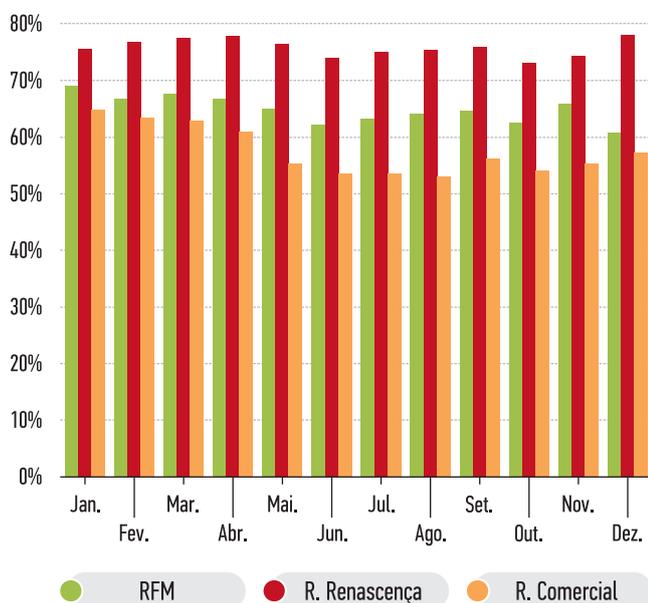
Dos valores referentes às rádios nacionais, e à semelhança do verificado em 2010, a Rádio Renascença foi o serviço de programas que apresentou maior percentagem de difusões musicais em língua portuguesa, quer no período diário quer no período total da emissão (figs. 20 e 22).

Fig. 21 – Apuramento da difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 24 horas.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média no 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média no 2.º semestre
RFM	69,0	66,7	67,8	66,8	64,9	62,3	66,3	63,2	63,9	64,8	62,6	65,8	60,8	63,5
Rádio Renascença	75,6	76,8	77,4	77,7	76,4	73,9	76,3	75,0	75,3	75,8	73,1	74,4	78,1	75,3
Rádio Comercial	64,8	63,2	63,0	60,9	55,3	53,5	60,1	53,5	53,0	55,9	54,0	55,3	57,2	54,8

Fig. 22 – Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, no período das 24 horas.

Art. 43.º da Lei da Rádio



5. ANÁLISE EVOLUTIVA 2008–2011

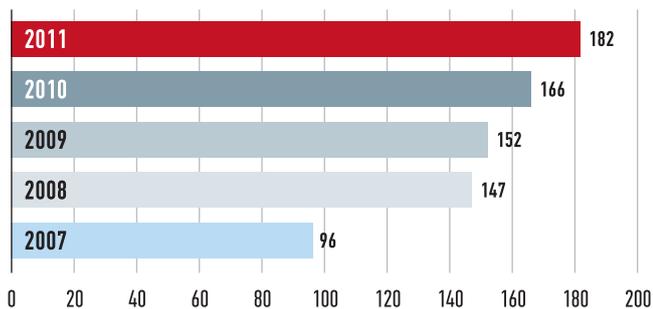
Apresenta-se, agora, a análise evolutiva da utilização do Portal Rádio, desde a sua implementação, em dezembro de 2007, até ao final de 2011, quer no que concerne à adesão de novos operadores ao sistema de apuramento automático, quer no que concerne aos dados contabilizados através da aplicação informática, isto é, a evolução registada nos serviços de programas ao longo deste período.

No ano de 2011, verificou-se a entrada de novos serviços no portal, conforme se pode observar no quadro seguinte.

Conforme se pode observar na fig. 23, e no decorrer do ano de 2011, aderiram ao Portal Rádio 16 novos operadores, encontrando-se agora ativos 182 serviços de programas.

Procurando-se a otimização do processo de apuramento das quotas de música, no sentido da confluência com a universalidade dos

Fig. 23 – Quadro comparativo das rádios ativas no portal de música portuguesa, em 2007–2011.



operadores de radiodifusão, encontra-se em fase de implementação a disponibilização de ferramentas informáticas que permitirão a todos os operadores o envio e tratamento dos dados referentes às suas difusões musicais.

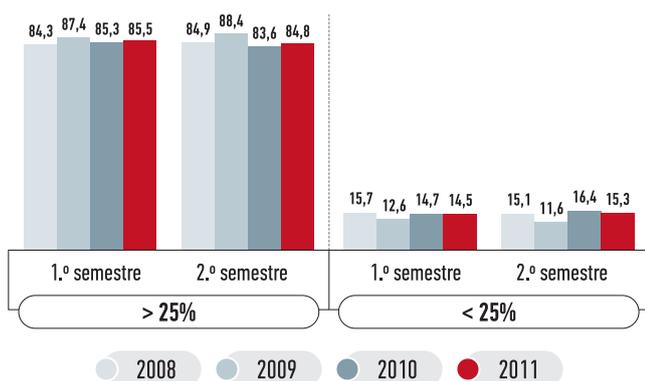
5.1. OPERADORES LOCAIS

Apresenta-se na fig. 24 uma análise incidente no comportamento semestral dos operadores, nos anos de 2008 a 2011.

Fig. 24 – Percentagem média por semestre da quota de 25 %, no período das 24 horas de emissão.

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2008	84,3	84,9	15,7	15,1
2009	87,4	88,4	12,6	11,6
2010	85,3	83,6	14,7	16,4
2011	85,5	84,8	14,5	15,3

Fig. 25 – Gráfico de percentagem média por semestre da quota de 25 %, nas 24 horas de emissão.



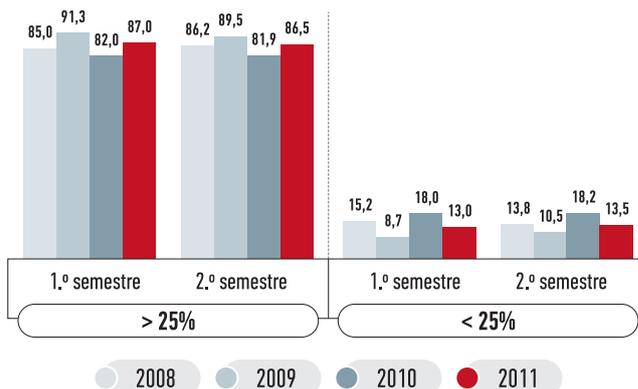
No que respeita à média do desenvolvimento semestral comparativa do quadriénio, e embora em 2009 se tenha registado a média mais elevada de cumprimento, na ordem dos 91,3 %, verifica-se, no ano de 2011, e face a 2010, uma subida destes valores, observando-se percentuais na ordem dos 85,5 % e dos 84,8 %, respetivamente no primeiro e no segundo semestres.

Relativamente a médias semestrais de difusões musicais no período diário de emissão, as percentagens de cumprimento apuradas refle-

Fig. 26 – Percentagem média por semestre da quota de 25 %, no período das 7h00 às 20h00.

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2008	85,0	86,2	15,2	13,8
2009	91,3	89,5	8,7	10,5
2010	82,0	81,9	18,0	18,2
2011	87,0	86,5	13,0	13,5

Fig. 27 – Gráfico da percentagem média por semestre da quota de 25 %, no período das 7h00 às 20h00.

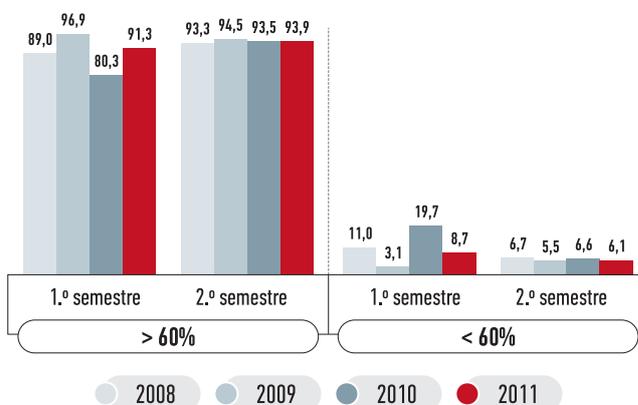


tiram também uma tendência positiva, face ao ano transato, numa variação de 5 % e de 4,6 %, respetivamente, ainda que abaixo dos valores registados no ano de 2009.

Fig. 28 – Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

Ano	> 60%		< 60%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2008	89	93,3	11,0	6,7
2009	96,9	94,5	3,1	5,5
2010	80,3	93,5	19,7	6,6
2011	91,3	93,9	8,7	6,1

Fig. 29 – Gráfico da percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00.

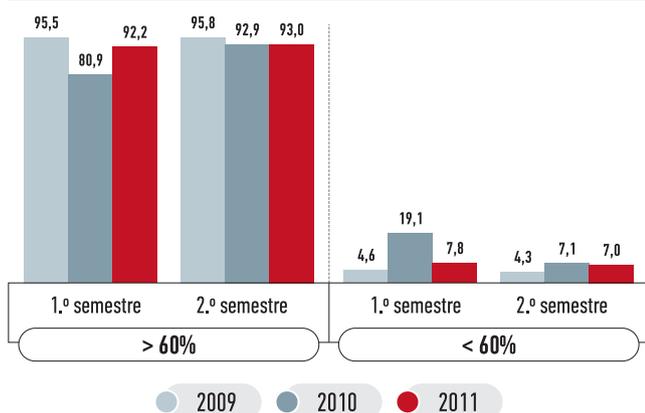


Atendendo às médias percentuais no período diário das sete às vinte horas e quanto à difusão de temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da UE, observa-se, em 2011, uma variação positiva face ao ano de 2010, de 11 % no primeiro semestre e de 0,4 % no segundo semestre, aproximando-se da média mais elevada registada no quadriénio, no ano de 2009.

Fig. 30 – Percentagem média por semestre da quota de música em língua portuguesa, no período das 24 horas de emissão.

Ano	> 60%		< 60%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2009	95,5	95,8	4,6	4,3
2010	80,9	92,9	19,1	7,1
2011	92,2	93,0	7,8	7,0

Fig. 31 – Gráfico da percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa, no período das 24 horas de emissão.



No que respeita ao apuramento da quota de difusão de música em língua portuguesa, composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-Membros da UE, nas 24 horas de emissão, importa evidenciar que, por impossibilidade técnica, a ERC não dispõe de dados referentes a 2008, pelo que a análise evolutiva desta quota contempla apenas o triénio de 2009–2011.

Assim, no que atende às médias observadas para a quota prevista no art. 43.º da Lei da Rádio, relativa ao período das 24 horas de emissão, resultam valores de cumprimento muito aproximados aos dos já observados no período entre as sete e as vinte horas. Regista-se, no segundo semestre de 2011, uma média de cumprimento na ordem dos 93 % (figs. 30 e 31), numa variação positiva face ao ano transato e perto do valor mais elevado observado do triénio, o qual sucedeu em 2009.

5.2. OPERADORES REGIONAIS

A análise evolutiva do operador com cobertura regional da zona sul do país teve em conta a alteração de formato entretanto ocorrida no operador Rádio Regional de Lisboa.

Nos anos de 2008 e de 2009, o serviço de programas desenvolvido pelo operador Rádio Regional de Lisboa era denominado Rádio Clube Português, tendo sido autorizada a sua alteração em 4 de novembro de 2009 para o atual formato disponibilizado, com a denominação “M80 Rádio”.

Não se apresenta gráfico comparativo percentual, dado estarem em causa dois serviços de programas diferentes com linhas musicais distintas, não se adequando assim este tipo de análise.

Tendo presentes os valores representados na fig. 32, que decorrem do apuramento da percentagem média por semestre das quotas musicais, observa-se que este operador apresenta, no que atende à

Fig. 32 – Apuramento da percentagem média por semestre M80 Rádio (2010–2011) / RCP (2008–2009).

Serviço de programas	Ano	Art. 41.º, n.º 1		Art. 41.º e art. 47.º, n.º 2		Art. 43.º e art. 47.º, n.º 2		Art. 43.º	
		1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
M80 Rádio	2011	28,5	19,3	23,0	14,4	90,4	91,3	89,3	89,7
M80 Rádio	2010	28,9	29,3	24,2	24,5	90,9	90,2	89,9	89,5
RCP	2009	64,1	75,7	56,0	73,3	83,5	63,4	73,2	61,7
RCP	2008	54,5	50,3	53,4	46,9	71,5	77,1	–	–

Fig. 33 – Percentagem média por semestre de música portuguesa, no período das 24 horas de emissão – de 2008 a 2011.

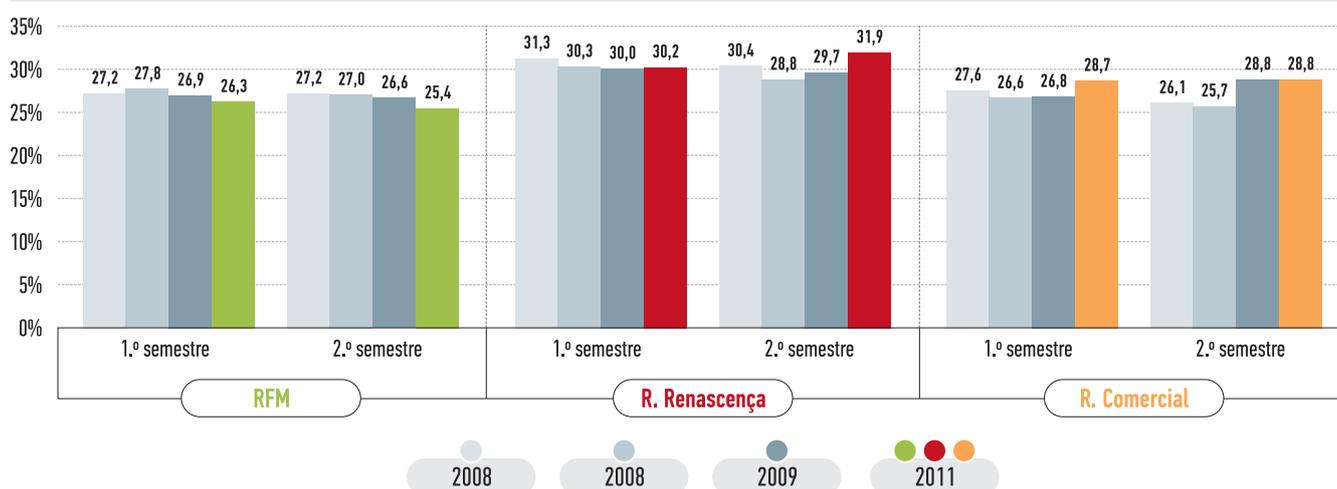
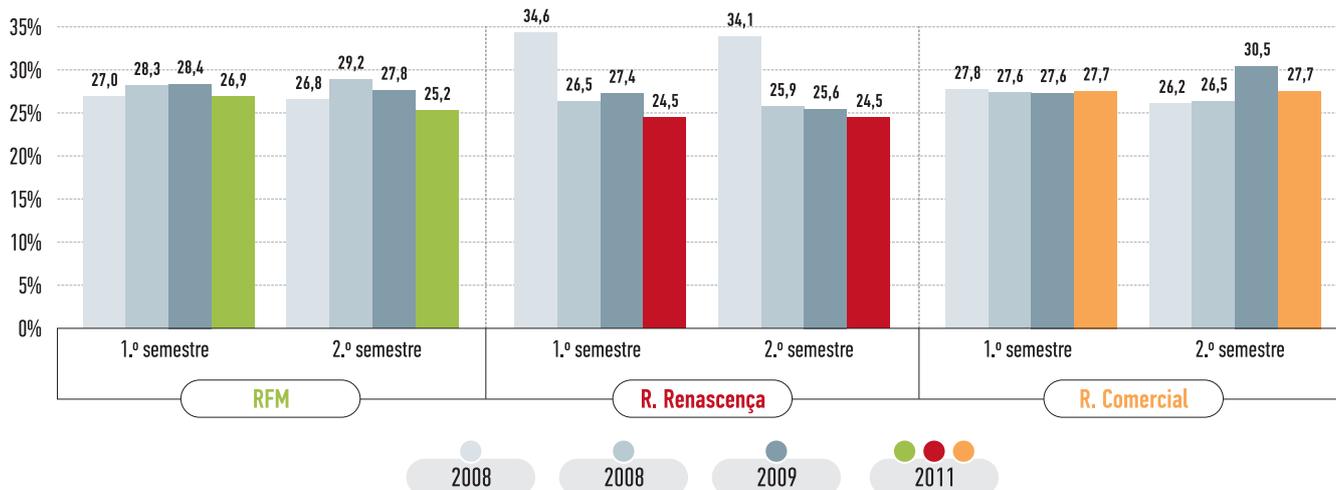


Fig. 34 – Percentagem média por semestre de música portuguesa, no período das 7h00 às 20h00 – de 2008 a 2011.



quota de 25 % de música portuguesa, valores inferiores aos expectáveis, nos dois períodos de emissão previstos na lei, ou seja, nas 24 horas de emissão (art. 41.º, n.º 1) e no período diário das sete às vinte horas (arts. 41.º e 47.º, n.º 2).

Conforme se pode verificar, do primeiro para o segundo semestre de 2011, há uma quebra acentuada nos valores registados para a quota de 25 %. Não obstante ter-se apurado nos primeiros seis meses do ano uma média percentual na ordem dos 28,5 %, esta veio a cair para os 19,3 % no semestre seguinte, situação ainda mais notória no período entre as sete e as 20 horas, onde se verificam valores ainda mais baixos.

Este desvio foi objeto de referência anterior neste relatório, no decorrer da análise anual do comportamento deste operador.

Já no que atende à quota prevista no art. 43.º, o serviço de programas M80 Rádio apresenta, em 2011, valores superiores à quota mínima

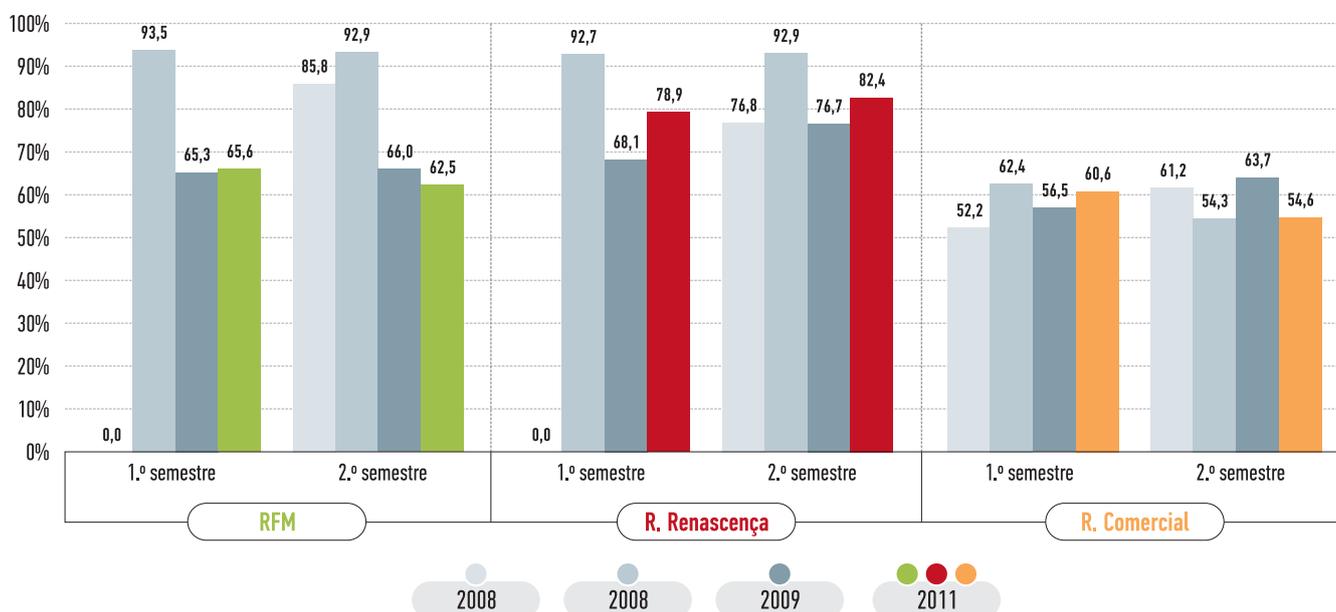
estabelecida, na ordem dos 90 %, quer no período entre as sete e as vinte horas [arts. 43.º e 47.º, n.º 2] quer no período das 24 horas de emissão (art. 43.º).

5.3. OPERADORES NACIONAIS

No que respeita às 24 horas de emissão e à difusão de música portuguesa durante esse período, observa-se que a Rádio Renascença apresenta, nos dois semestres, variações positivas face ao ano 2010, na ordem de 0,2 % e de 2,2 %, respetivamente. Também a Rádio Comercial apresenta, no primeiro semestre do ano, uma variação positiva na ordem de 1,9 %, mantendo-se o mesmo percentual no segundo semestre, tendo presentes os valores do ano anterior.

Na RFM observam-se, nos dois semestres de 2011, oscilações negativas face ao ano anterior, na ordem dos 0,3 e 1,2 pontos percentuais, mas com registo acima dos 25 %.

Fig. 35 – Percentagem média por semestre de música em língua portuguesa, no período das 7h00 às 20h00 – de 2008 a 2011.



No que respeita à quota de 25 % prevista no n.º 2 do art. 43.º, e à quota de 25 %, observa-se que os três serviços de programas, no apuramento semestral, apresentaram percentuais mais baixos face ao ano anterior, excetuando-se o registo da Rádio Comercial no primeiro semestre de 2011, com 0,1 ponto percentual positivo, tendo presentes os números de 2010.

Reportando-nos aos apuramentos médios semestrais referentes às difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, no período de emissão entre as sete e as vinte horas, observou-se na Rádio Renascença uma subida percentual significativa face ao ano anterior, de 10,8 % e de 5,7 %, no primeiro e no segundo semestres, respetivamente.

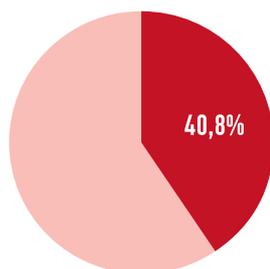
A RFM apresenta, no primeiro semestre do ano, uma variação positiva na ordem dos 0,3 %, registando-se, no entanto, no período seguinte, um decréscimo percentual de 4,1.

Da mesma forma, também na Rádio Comercial se verifica um percentual positivo, no primeiro período do ano, na ordem dos 4,1 %; no entanto, a segunda média anual já aponta para um valor de 54,6 %, abaixo do anteriormente registado.

6. AMPLITUDE DA ANÁLISE DAS QUOTAS DE MÚSICA NO NÚMERO TOTAL DE RÁDIOS

No âmbito das atribuições de monitorização desenvolvidas ao longo do ano, uma de carácter regular, que integrou serviços de programas ativos no sistema automático da ERC, e outra de teor extraordinário, incidente sobre rádios não ativas com recurso a amostragem, resultaram três análises face ao universo total de 333 serviços de âmbitos nacional, regional e local e excluindo os serviços de programas disponibilizados pelo operador concessionário do serviço público, Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

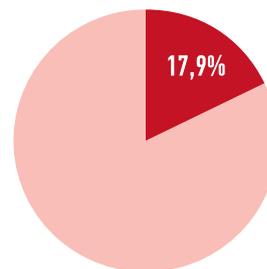
Fig. 36 – Rádios ativas monitorizadas face ao universo de operadores em 2011 (valores percentuais).



a) Percentagem do universo de rádios ativas monitorizadas através do sistema de apuramento automático de quotas.

N=Total de serviço de programas=333;
Número médio de serviços monitorizados=136 serviços de programas.

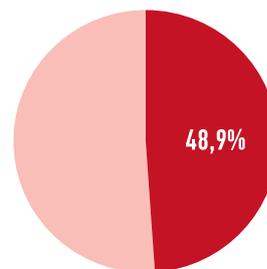
Fig. 37 – Rádios inativas monitorizadas face ao universo de operadores inativos em 2011 (valores percentuais).



b) Percentagem do universo médio de rádios não ativas analisadas por amostragem.

Em 2011- 17 serviços de programas + 10 (27/148). N=Serviços de programas analisados por amostragem = 17; Serviços que enviam mensalmente dados por outros suportes = 10; total de serviços de programas inativos = 151.

Fig. 38 – Rádios monitorizadas face ao universo de operadores no ano 2011 (valores percentuais).



Percentagem global de rádios analisadas em a) e em b) face ao número total de rádios.

N=Número médio de serviços monitorizados=163 serviços de programas;
total de serviços de programas=333.

Tendo presentes as figs. 36 a 38, foram analisados os percentuais das difusões musicais portuguesas de uma média de 163 serviços de programas, quer por intermédio do sistema automático quer por recurso a audição e registo direto quer ainda por envio com outros suportes, o que corresponde a uma percentagem de 48,9 % dos operadores licenciados.

A Lei da Rádio estabelece, no seu art. 45.º, um regime de exceção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento da ERC n.º 495/2008, aprovado em 28 de agosto de 2008, no exercício das competências consagradas no art. 45.º da Lei da Rádio, estabelece no seu art. 2.º que apenas os serviços classificados como temáticos musicais, e de acordo com o projeto licenciado, podem requerer a isenção das quotas previstas na lei.

Esses serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais con-

siderados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: *hip-hop/rap/urban*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP – Associação Fonográfica Portuguesa.

Ao abrigo do regime de exceção, foram autorizadas as isenções de cumprimento das quotas aos serviços de programas constantes na fig. 39, que contemplam uma programação musical centrada nos géneros *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

Fig. 39 – Serviços de programas temáticos isentos do cumprimento de quota ao abrigo do art. 45.º da Lei da Rádio e do Regulamento da ERC n.º 495/2008.

Serviço de programas	Classificação	Programação musical
Cidade FM Centro	Temática	<i>Hip-hop, rap, urban</i>
Cidade FM Minho	Temática	<i>Hip-hop, rap, urban</i>
Cidade FM Ribatejo	Temática	<i>Hip-hop, rap, urban</i>
Cidade FM Lisboa	Temática	<i>Hip-hop, rap, urban</i>
MegaFM Lisboa	Temática	<i>Dance music, urban, hip-hop</i>
Orbital	Temática	<i>Dance music</i>
Oxigénio	Temática	<i>Dance music, urban</i>
Rádio Independente de Aveiro	Temática	<i>Dance music, rap, hip-hop</i>
Rádio Marginal	Temática	<i>Jazz, blues</i>
Rádio Nova Era	Temática	<i>Dance music</i>
Rádio Nova Era Terra Verde 100.1	Temática	<i>Dance music</i>
Rádio Satélite	Temática	<i>Hip-hop, rap, urban</i>
Smooth FM - Barreiro	Temática	<i>Jazz, blues</i>
Smooth FM - Figueiró dos Vinhos	Temática	<i>Jazz, blues</i>
Smooth FM - Matosinhos	Temática	<i>Jazz, blues</i>

SÍNTESE CONCLUSIVA

No decurso do ano de 2011, registou-se a monitorização média de 136 serviços de programas através do sistema automático de quotas de música, dos 182 operadores ativos.

Tendo por base as diversas formas de monitorização desenvolvidas, foram observados 163 serviços de programas, o que corresponde a 40,8 % do universo das rádios licenciadas.

Dos operadores ativos, no que respeita a serviços de radiodifusão locais e de acordo com os dados recebidos, mais de 80 % dos mesmos cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia, uma percentagem superior a 90 % das rádios locais cumpre este requisito.

Verificaram-se, em alguns meses do ano, registos na aplicação de desvios dos valores percentuais nos serviços de radiodifusão nacionais privados e regional sul, os quais se encontram sob monitorização e correção.

Verificou-se um aumento nos valores percentuais gerais de cumprimento de quota dos serviços locais, face ao ano anterior.

Encontram-se isentos de cumprimento de quota 15 serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no art. 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC, cuja programação assenta nos géneros *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – – SERVIÇO PÚBLICO

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

1.1. OBJETIVOS

No presente capítulo, proceder-se-á à avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos Antena 1 e Antena 3, quanto à difusão de música portuguesa. A relevância desta avaliação decorreu das alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de março, à Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro (Lei da Rádio), ao abrigo da qual os serviços de programas de radiodifusão sonora passaram a estar sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril, fixado a percentagem de 25 % como quota mínima de música portuguesa.

Em 24 de dezembro de 2010, foi publicada a Lei n.º 54/2010, que revoga a Lei n.º 4/2001, pese embora consagre em idênticos termos as obrigações de cumprimento de quotas de música portuguesa.

O primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do art. 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

Apresenta-se neste documento a avaliação evolutiva do quadriénio de 2008–2011 e respetivos apuramentos médios semestrais.

Relativamente à percentagem prevista no art. 44.º da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35 % para difusões musicais editadas nos últimos 12 meses, e tal como já assinalado em relatório anterior, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas suscetíveis de preencherem este contingente de música recente.

1.2. METODOLOGIA

Para apuramento das quotas, as informações aqui expostas resultam da validação feita pela ERC dos dados recebidos no Portal Rádio. O apuramento das quotas de música portuguesa é efetuado mensal-

mente, através do sistema de informação da ERC, e tem como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior.

Os elementos em questão, recebidos por via automática, têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei:

- quota nas 24 horas de emissão — apuramento, em 24 horas de emissão, do cumprimento, pelo primeiro e terceiro serviços de programas da concessionária de serviço público, da emissão de uma percentagem não inferior, respetivamente, a 60 % e a 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida;
- quota no período diário compreendido entre as sete e as vinte horas — apuramento, no período de emissão diário das sete às vinte horas, da emissão de uma percentagem não inferior, respetivamente, a 60 % e a 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida;
- quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia — apuramento do cumprimento da obrigação de emissão, entre as sete e as vinte horas, de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia.

2. ANTENA 1

2.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

O art. 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa no serviço público de radiodifusão sonora, determinando que a mesma não deve ser inferior a 60 % da totalidade da música nele difundida.

No que respeita ao comportamento do operador de serviço público, ao longo do ano 2011, a quota apurada mantém-se sempre superior

Fig. 1 – Difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão (valores percentuais).

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
Antena 1	86,0	85,9	86,0	87,0	86,1	88,8	86,7	87,7	90,1	91,8	99,1	99,0	94,8	93,8

Fig. 2 – Evolução comparativa 2008–2011 (valores percentuais).

Ano	1.º semestre							2.º semestre						
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
2008	67,7	67,7	67,8	68,0	66,9	67,9	67,7	68,3	67,3	66,5	65,5	64,5	60,3	65,4
2009	63,8	63,4	63,6	65,4	64,7	63,9	64,1	64,8	64,7	65,5	65,5	63,6	63,2	64,6
2010	63,0	64,9	66,0	65,8	65,2	67,5	65,4	69,5	68,4	81,4	87,4	85,7	86,3	79,8
2011	86,0	85,9	86,0	87,0	86,1	88,8	86,7	87,7	90,1	91,8	99,1	99,0	94,8	93,8

Fig. 3 – Difusão de música portuguesa entre as 7h00 e as 20h00 (valores percentuais).

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
Antena 1	84,3	84,1	84,8	85,4	83,6	87,9	85,0	85,9	90,3	90,7	99,1	99,1	94,2	93,2

Fig. 4 – Evolução comparativa 2008–2011 (valores percentuais).

Ano	1.º semestre							2.º semestre						
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
2008	65,6	64,6	65,3	65	64,2	65,0	65,0	66,6	66,6	65,0	67,0	66,2	61,1	65,4
2009	64,7	63,9	64,3	66,5	66,3	64,0	65,0	65,6	64,9	66,9	67,2	64,2	63,4	65,4
2010	63	64,3	65,1	65,6	65,3	66,3	64,9	68,8	67,3	79,2	85,8	84,1	85,0	78,4
2011	84,3	84,1	84,8	85,4	83,6	87,9	85,0	85,9	90,3	90,7	99,1	99,1	94,2	93,2

a 60 % em todos os meses do ano, notando-se um incremento substancial de difusões musicais portuguesas e respetivos apuramentos no período compreendido entre agosto e dezembro, para valores mensais superiores a noventa pontos percentuais (fig. 1).

Do confronto com os três anos anteriores, assiste-se, no ano de 2011, a uma subida considerável da percentagem de música portuguesa, mantendo-se acima do valor da quota mínima estabelecida para o canal de serviço público de radiodifusão.

Nos meses de outubro e novembro registaram-se percentagens próximas dos 100 %, respetivamente 99,1 e 99 pontos percentuais, apurando-se uma média para o segundo semestre na ordem dos 93,8 %, o que se traduz num diferencial positivo, face ao ano anterior, na ordem dos 14 % (fig. 2), e a contabilização dos valores mais elevados do quadriénio.

2.2. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA NO PERÍODO ENTRE AS SETE E AS VINTE HORAS

Também no que respeita à quota de música apurada no período que decorre entre as sete e as vinte horas, a percentagem registada é superior ao mínimo estabelecido, com idêntico acréscimo percentual entre agosto e dezembro de 2011 (fig. 3).

Ao efetuar-se a evolução comparativa do operador por semestre, no período entre as sete e as vinte horas, verifica-se, à semelhança do registado para o período das vinte e quatro horas de emissão, uma evolução crescente e bastante significativa das médias apuradas nos dois semestres de 2011 (fig. 4).

Comparativamente com os anos anteriores, o incremento destas difusões foi substancial, verificando-se, face a 2010, um aumento de 20,1 % e de 14,8 %, respetivamente, no primeiro e segundo semestres do ano.

2.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

No que respeita à terceira vertente identificada da análise, assiste-se ao longo de 2011 a uma tendência percentual elevada, superior a 80 %, de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da UE (fig. 5).

Atendendo às médias semestrais apuradas, mantiveram-se valores acima dos oitenta pontos percentuais, designadamente 86,6 %, e 85 %, no primeiro e segundos semestres do ano 2011, situação que tem igualmente vindo a registar-se nos três últimos anos (fig. 6).

Fig. 5 – Difusão de música composta por cidadãos da UE, entre as 7h00 e as 20h00.

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
Antena 1	86,9	87,4	85,3	85,5	86,8	87,6	86,6	85,8	84,9	86,5	84,4	83,7	84,7	85,0

Fig. 6 – Evolução comparativa 2008–2010 (valores percentuais).

Ano	1.º semestre							2.º semestre						
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
2008	73,6	73,8	76,7	75,1	77,1	79,0	75,9	77,7	77,2	76,7	78,7	80,7	80,4	78,6
2009	79,5	84,6	82,9	81,5	83,4	86,3	83,0	80,2	81,2	83,0	81,8	81,7	82,5	81,7
2010	82,0	85,3	86,2	87,3	85,4	85,0	85,2	85,7	86,0	88,0	90,6	89,5	87,9	88,0
2011	86,9	87,4	85,3	85,5	86,8	87,6	86,6	85,8	84,9	86,5	84,4	83,7	84,7	85,0

Fig. 7 – Difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão (valores percentuais).

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
Antena 3	42,4	42,6	41,1	35,7	40,4	41,0	40,5	42,4	42,6	43,8	45,3	47,0	46,8	44,7

Fig. 8 – Evolução comparativa 2008–2011 (valores percentuais).

Ano	1.º semestre							2.º semestre						
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
2008	46,0	44,5	42,1	42,4	41,6	41,4	43,0	41,9	41,8	41,8	41,5	41,0	41,5	41,6
2009	40,6	41,2	41,4	43,6	43,7	42,6	42,2	41,9	40,3	40,5	40,9	41,1	41,7	41,1
2010	39,9	40,1	39,3	42,4	43,9	44,1	41,6	39,0	38,7	40,2	41,2	42,5	42,3	40,7
2011	42,4	42,6	41,1	35,7	40,4	41,0	40,5	42,4	42,6	43,8	45,3	47,0	46,8	44,7

3. ANTENA 3

O terceiro serviço de programas de rádio da RDP — Antena 3 — está sujeito, nos termos da Lei, à obrigação de difusão de uma quota mínima de 25 % de música portuguesa, bem como a uma subquota de 60 % preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia.

3.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

No que respeita ao cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, tal como se verifica pela fig. 7, os valores apurados, excetuando-

-se o mês de abril, ultrapassam os 40 %, constatando-se, no segundo semestre de 2011, uma variação positiva na ordem dos quatro pontos percentuais face ao ano 2010, e igualmente superior à observada nos anos anteriores para o mesmo período (fig. 8).

3.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

No que concerne à subquota de 60 %, que reflete a difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da UE, regista-se em todos os meses do ano valores superiores ao mínimo estabelecido (fig. 9).

Fig. 9 – Apuramento do cumprimento da subquota de 60 % entre as 7h00 e as 20h00 (valores percentuais).

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
Antena 3	65,1	64,1	60,4	60,4	61,5	62,4	62,3	61,0	61,4	65,4	69,1	69,7	72,5	66,5

Fig. 10 – Evolução comparativa 2008–2011 (valores percentuais).

Ano	1.º semestre							2.º semestre						
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média do 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média do 2.º semestre
2008	60,6	60,7	66,1	66,7	62,8	60,0	62,9	65,8	65,2	65,6	63,6	65,9	65,9	65,3
2009	66,5	65,4	66,0	64,1	72,4	69,4	67,3	70,4	66,9	68,0	61,3	59,5	60,9	64,6
2010	61,2	64,2	70,0	69,3	73,8	73,1	68,6	64,4	67,7	69,8	68,0	69,2	68,9	68,0
2011	65,1	64,1	60,4	60,4	61,5	62,4	62,3	61,0	61,4	65,4	69,1	69,7	72,5	66,5

Observando as médias percentuais semestrais no quadriénio (fig. 10), e embora se tenha verificado um decréscimo nas médias semestrais apuradas no ano anterior, mantém-se em 2011 a contabilização de valores superiores à quota de mínima de 60 % prevista na lei, registando-se uma variação positiva do primeiro para o segundo semestres na ordem dos 4,2 %.

SÍNTESE CONCLUSIVA

Em matéria de **difusão da música portuguesa**, a **Antena 1** cumpriu as exigências previstas no art. 42.º da Lei da Rádio, quer no apuramento nas 24 horas de emissão quer no período entre as sete e as vinte horas, tendo sido registadas, no ano de 2011, entre agosto e dezembro, percentagens superiores a 90 %, ultrapassando os valores registados nos três anos anteriores.

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 situou-se sempre acima dos 80 %, mantendo-se a constância deste percentual observada desde 2009.

A **Antena 3**, ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, situou-se acima dos 40 % nas 24 horas de emissão, constando-se uma variação positiva na média do segundo semestre de 2011, superior às observadas em 2008, 2009 e 2010.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, no período das sete às vinte horas, a Antena 3, embora apresente médias semestrais inferiores às observadas em 2010, mantém valores acima dos sessenta pontos percentuais previstos na Lei da Rádio.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL