



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

I. APRESENTAÇÃO

II. SUMÁRIO EXECUTIVO

III. A ERC EM 2008 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

TÍTULO I – INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

1. Directiva sobre publicações periódicas autárquicas
2. Directiva sobre o direito de resposta e de rectificação
3. Projecto de directiva sobre a inserção de sobreposições promocionais em programas televisivos
4. Estudo jurídico sobre a lei das sondagens
5. Projectos iniciados em 2008
6. II Conferência anual da ERC

TÍTULO II – ANÁLISE ECONÓMICA DO SECTOR

1. Análise dos grupos económicos

Nota introdutória

ZON Multimédia

Impresa

Media Capital

RTP

Cofina

Controlinveste

Impala

Grupo Renascença

Sonaecom

Síntese conclusiva

Anexo I – Glossário

Anexo II – Síntese dos Principais Indicadores

2. Análise do mercado publicitário

Nota introdutória

Apreciação geral da informação disponível

Modelo simplificado do mercado publicitário

Procura de publicidade

Oferta de publicidade

Síntese conclusiva

3. Impacto no meio televisão dos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado

Nota introdutória

O Mercado de *pay TV* em Portugal

Os serviços de programas autorizados pela ERC (2008)

Evolução da oferta de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado

Impacto dos novos serviços de programas nos investimentos publicitários

Impacto dos novos serviços de programas nos custos com programação dos operadores de distribuição de serviços por subscrição

Impacto dos novos serviços de programas nas receitas dos operadores de distribuição de serviços de programas por subscrição

Impacto dos novos serviços de programas no resultado por subscritor dos operadores de distribuição de serviços de programas por subscrição

Síntese conclusiva

4. Impacto da produção externa na programação televisiva

Nota introdutória

Breve nota metodológica

1. Aspectos do negócio e mercado audiovisual

1.1. Caracterização do mercado audiovisual

1.2. Modelo de negócio do mercado audiovisual

2. Caracterização e estatísticas da produção audiovisual

2.1. Produção externa nacional e estrangeira

2.1.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

2.1.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

2.2. Produção nacional e produção nacional independente

2.2.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

2.2.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

3. Produção nacional independente nos serviços de acesso não condicionado livre – géneros

3.1. Serviços de programas do operador público – RTP1 e RTP2

3.2. Serviços de programas dos operadores privados – SIC e TVI

4. Principais produtoras externas

4.1. Produtoras externas nacionais e estrangeiras

4.2. Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais

4.3. Principais produtores de conteúdos para o mercado audiovisual

Síntese conclusiva

TÍTULO III – OS MEIOS

Consumos e perfil sociográfico dos públicos

1. Nota introdutória
 2. Televisão Hertziana: consumos e perfis dos públicos
 3. Televisão por subscrição em Portugal
 4. Rádio: consumo e perfis dos públicos
 5. Imprensa: consumos
 6. Novos Media
- Síntese conclusiva

Anexo I – Definição dos principais indicadores dos capítulos

Registos dos meios de comunicação social

1. Nota introdutória
 2. Órgãos de comunicação social sujeitos a registo
 3. Actos registrais praticados em 2008 – inscrições, averbamentos, conversões e cancelamentos
 4. Caracterização do universo dos registos – publicações, empresas jornalísticas, empresas noticiosas, operadores de rádio, operadores de televisão
- Síntese conclusiva

Anexo I – Elementos de registo

Direito de resposta

- I. Doutrina da ERC sobre direito de resposta
 - II. Análise de conteúdo dos recursos de direito de resposta e de rectificação apreciados pela ERC em 2008
 1. Nota introdutória
 2. Metodologia
 3. Descrição e análise dos dados
- Síntese conclusiva

TELEVISÃO

Difusão de Obras Audiovisuais: Defesa da Língua Portuguesa

1. Nota introdutória
 - 1.1. Objectivos
 - 1.2. Critérios e metodologia
 - 1.3. Definições
 2. Defesa da língua portuguesa
 - 2.1. Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa
 - 2.2. Programas originários de países lusófonos
 3. Produção nacional e produção nacional independente
 4. Programas em língua portuguesa – Evolução 2006/2008
- Síntese conclusiva

Difusão de Obras Audiovisuais: Produção Europeia e Produção Independente

1. Nota introdutória
 - 1.1. Objectivos
 - 1.2. Critérios e metodologia
 - 1.3. Definições
 2. Produção europeia e produção independente
 - 2.1. Produção europeia
 - 2.2. Produção independente recente
 - 2.3. Produção independente e produção recente
 3. Evolução 2006/2008
 - 3.1. Produção europeia
 - 3.2. Produção independente recente
- Síntese conclusiva

Anúncio da Programação

1. Nota introdutória
 2. Metodologia
 3. Alterações da programação anunciada
 - 3.1. Análise das alterações dos horários
 - 3.2. Análise das alterações da programação
 - 3.3. Análise dos casos Junho 2008 / Dezembro 2008
 4. Evolução 4º Trimestre 2007 - 4º Trimestre 2008
- Síntese conclusiva

Inserção de Publicidade na Televisão

1. Nota introdutória
 - 1.1. Objectivos
 - 1.2. Metodologia
2. Tempo reservado à publicidade por hora
3. Avaliação do impacto dos intervalos no tempo de emissão
4. Avaliação do impacto das autopromoções e patrocínios nos intervalos
5. Análise da evolução dos intervalos
 - 5.1. Autopromoções
 - 5.2. Patrocínios
6. Síntese por serviço de programas
7. Análise evolutiva - Biénio 2007/2008
 - 7.1. Intervalos
 - 7.2. Autopromoções
 - 7.3. Patrocínios

Síntese conclusiva

Novos Serviços de Programas Televisivos

1. Panorama dos serviços de programas televisivos
2. Evolução 1999/2008
3. Novos serviços de programas televisivos
4. Caracterização dos novos serviços de programas
5. Serviços de programas – Áreas temáticas

Síntese conclusiva

Pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos

Análise das Grelhas de Programas – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI

Nota introdutória

1. Conceitos e aspectos metodológicos
2. Serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTPN
 - 2.1. RTP1 – Análise da Programação (2008)
 - 2.2. RTP2 – Análise da Programação (2008)
 - 2.3. RTPN – Análise da Programação (2008)
3. Serviços de programas generalistas de acesso livre – SIC e TVI
 - 3.1. SIC – Análise da Programação (2008)
 - 3.2. TVI – Análise da Programação (2008)
4. Programação dirigida a grupos minoritários – RTP1,RTP2,SIC e TVI

5. A programação infanto-juvenil

Nota Prévía

5.1. RTP1 – Análise da programação infanto-juvenil (2008)

5.2. RTP2 – Análise da programação infanto-juvenil (2008)

5.3. SIC – Análise da programação infanto-juvenil (2008)

5.4. TVI – Análise da programação infanto-juvenil (2008)

6. Análise comparativa da programação dos serviços de programas generalistas de acesso livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Síntese conclusiva

Anexo I – Grelha de classificação de géneros televisivos

Anexo II – Quadro orientador da correspondência entre géneros televisivos e funções na programação

Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI

1. Introdução geral

a). Quadro conceptual

1. Diversidade
2. Rigor

b). Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

2. Análise comparativa da informação emitida em 2008 nos blocos informativos das 20h00: RTP, SIC e TVI

a) Nota introdutória

b) Nota metodológica

c) Análise comparativa: RTP1, SIC e TVI em 2008

1. *Temas principais*
2. *Fontes de informação principais*
3. *Principais actores*
4. Modalidades de tratamento da informação

Síntese conclusiva

3. Serviço público de televisão – Telejornal da RTP1 (informação complementar)

- a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Telejornal da RTP1
- b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos *temas* abordados
- c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas *fontes* de informação
- d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores*/protagonistas presentes nas peças
- e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- f) Contextualização da informação
 - 1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação
- g) Informação *Política nacional*
 - 1. *Fontes* de informação políticas nacionais
 - 2. *Actores* políticos nacionais

Síntese conclusiva RTP1 – Telejornal

4. Operador SIC – Jornal da Noite (informação complementar)

- a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal da Noite da SIC
- b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos *temas* abordados
- c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas *fontes* de informação
- d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores*/protagonistas presentes nas peças
- e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- f) Contextualização da informação
 - 1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação
- g) Informação *Política nacional*
 - 1. *Fontes* de informação políticas nacionais
 - 2. *Actores* políticos nacionais

Síntese conclusiva SIC – Jornal da Noite

5. Operador TVI – Jornal Nacional (informação complementar)

- a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal Nacional da TVI
- b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos *temas* abordados
- c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas *fontes* de informação
- d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores*/protagonistas presentes nas peças
- e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- f) Contextualização da informação
 - 1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação
- g) Informação *política nacional*
 - 1. *Fontes* de informação Políticas Nacionais
 - 2. *Actores* políticos nacionais

Síntese conclusiva TVI – Jornal Nacional

6. Análise comparativa da informação dos blocos informativos das 20h00 em 2007 e 2008: RTP, SIC e TVI

- a) Nota introdutória
- b) Caracterização geral e composição das amostras
- c) Análise comparativa: 2007-2008
 1. *Temas principais*
 2. *Fontes de informação principais*
 3. *Principais actores*

ANEXO I (Técnica de amostragem/descrição das variáveis analisadas)

RADIODIFUSÃO SONORA

Alterações do projecto de radiodifusão

1. Nota introdutória
2. Alteração do projecto aprovado
3. Conversão de serviço de programas
4. Alteração de denominação

Síntese conclusiva

Detentores do controlo da empresa

1. Nota introdutória
2. Alteração ao controlo do capital social
3. Pessoas singulares e colectivas com participações no capital social de 3 ou mais operadores
4. Distribuição por operadores das frequências nacionais e regionais

Síntese conclusiva

Quotas da música portuguesa

1. Nota Introdutória
 - 1.1. Objectivos
 - 1.2. Critério e metodologia
2. Cumprimento da quota de música portuguesa
 - 2.1. Análise por amostragem do cumprimento da quota geral de música portuguesa
 - 2.2. Operadores Nacionais
 - 2.3. Amplitude da análise das quotas de música no número total de rádios
3. Rádios Temáticas
 - 3.1. Regime de excepção
 - 3.2. Dados do mercado discográfico

Síntese conclusiva

Renovação dos títulos habilitadores para o exercício da actividade de radiodifusão sonora

1. Nota introdutória
 2. Renovação de licenças de rádio de operadores de âmbito local
- Síntese conclusiva

Actividade de Fiscalização das rádios locais no ano de 2008

Síntese conclusiva

Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: Informação diária

Análise comparativa da Informação emitida em 2008 nos serviços de programas de radiodifusão generalistas: Antena 1, Rádio Renascença, canal 1, e Rádio Comercial

Nota introdutória

Nota metodológica

Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

Caracterização geral e composição das peças analisadas

Análise dos temas principais das peças

Modalidades de tratamento da informação e destaques

Análise de Actores

Política Nacional

Síntese conclusiva

ANEXO I (Técnica de amostragem/Descrição das variáveis analisadas/Casos de redefinição da amostra face às peças indisponíveis no universo em análise)

Serviço público de radiodifusão: Grelhas de Programas

1. Nota introdutória
 - 1.1. Objectivos
 - 1.2. Critérios e metodologia
2. Programação do serviço público de radiodifusão
 - 2.1. *Antena 1*
 - 2.1.1. Diversidade de programação
 - 2.1.2. *Quotas de música em língua portuguesa*
 - 2.1.3. *Síntese conclusiva*
 - 2.2. *Antena 2*
 - 2.2.1. Diversidade de programação
 - 2.2.2. Síntese conclusiva
 - 2.3. *Antena 3*
 - 2.3.1. Diversidade da programação

2.3.2. Quotas de música em língua portuguesa

2.3.3. Síntese conclusiva

IMPrensa

Verificação do Cumprimento dos requisitos do artigo 15.º da Lei da Imprensa:

Ficha Técnica das publicações

Nota introdutória

Definição da amostra

Caracterização geral e composição da amostra

Monitorização do cumprimento dos requisitos

Variáveis de caracterização da ficha técnica

Síntese conclusiva

ANEXO II – (Técnica de amostragem / Descrição das variáveis analisadas)

Imprensa de capitais maioritariamente públicos

1. Introdução geral

a) Quadro jurídico aplicável à análise das publicações periódicas de capitais maioritariamente públicos

b) Aspectos metodológicos da análise de imprensa

c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

2. Diário do Alentejo

a) Nota prévia

b) Definição da amostra

c) Caracterização geral e composição da amostra

d) *Temas* principais

e) *Fontes* de informação principais

f) *Principais* actores

g) Rigor no tratamento da informação

h) Contextualização da informação

i) Presença/referência a crianças e jovens

Síntese conclusiva

3. Jornal da Madeira

a) Nota prévia

b) Definição da amostra

c) Caracterização geral e composição da amostra

d) *Temas* principais

e) *Fontes* de informação principais

f) *Principais* actores

g) Rigor no tratamento da informação

h) Contextualização da informação

i) Presença/referência a crianças e jovens

Síntese conclusiva

Anexo III (Técnica de amostragem/descrição das variáveis analisadas)

SONDAGENS

1. Nota introdutória

2. Actividade da Unidade de Sondagens em 2008

Características dos depósitos de sondagens

1.1. Número de depósitos

1.2. Temas abordados

Características metodológicas das sondagens

2.1. Método de recolha

2.2. Método de selecção

2.3. Âmbito dos estudos

2.4. Dimensão das amostras

2.5. Períodos de recolha de informação

Divulgação de sondagens

3.1. Número

3.2. Órgãos divulgadores

3.3 Tipologia dos suportes

3.4 Órgãos de imprensa

3.5. Órgãos de televisão

3.6. Órgãos de rádio

3.7. Internet

3.8. Primeiras divulgações

Acompanhamento processual

4.1. Número de procedimentos desencadeados e encerrados

4.2. Processos sobre sondagens arquivados administrativamente

4.3. Principais ocorrências

3. Conclusão

Projectos a desenvolver

Síntese conclusiva

Anexo I - Glossário

Índice de ilustrações

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Os Estatutos da ERC (art. 24.º, n.º 2, al. d)) determinam que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ERC, “[e]laborar anualmente um **relatório sobre a situação das actividades de comunicação social e sobre a sua actividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública**”.

2. Entre os objectivos da regulação a cargo da ERC, tal como enunciados no artigo 7º dos seus Estatutos, avultam a salvaguarda do pluralismo na comunicação social e a protecção dos destinatários dos serviços de conteúdos, enquanto pessoas, cidadãos e consumidores.

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

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

5. Algo de semelhante se verifica relativamente ao sector das **publicações periódicas**, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita, do enunciado do artigo 3º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro). Mais transversalmente, vários dos deveres

ético-jurídicos plasmados no artigo 14º do Estatuto do Jornalista reflectem a existência de outros valores relevantes.

6. Em concretização do preceito constitucional (art. 38.º CRP), os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, nesta sede, o artigo 24º, n.º 3, al. a), que estabelece que lhe compete, no exercício de funções de regulação e supervisão, “[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente, em matéria de **rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais**”.

7. Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24º dos seus Estatutos, “z) 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 divulgadas que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.

8. 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.

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

A ERC EM 2008 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

10. Em 2008, verificou-se um aumento muito significativo do número de deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador, destacando-se as relativas a licenças de serviços radiofónicos e televisivos, publicidade, pedidos de parecer e direito de resposta. São os seguintes os números mais expressivos sobre a actividade da ERC em 2008:

57 Reuniões do Conselho Regulador (53 reuniões em 2007)

342 Deliberações (mais 75,38% que em 2007), relativas a:

104 Direitos de Resposta (correspondentes a 105 recursos, mais 121,28% que em 2007)

66 Licenças de serviços radiofónicos e televisivos (mais 842,8% que em 2007)

45 Conteúdos (mais 55,17% que em 2007)

34 Autorizações referentes a televisão e rádio (mais 88,89% que em 2007)

29 Sondagens (menos 3,33% que em 2007)

18 Publicidade (mais 350% que em 2007)

- 17 Outros assuntos, tais como infracção de regras no anúncio da programação televisiva
- 12 Pedidos de parecer (mais 300% que em 2007)
- 5 Direitos dos jornalistas (mais 25% que em 2007)
- 4 Pluralismo (menos 73,33% que em 2007)
- 3 Pareceres legislativos (menos 70% que em 2007)
- 2 Registos (nenhum em 2007)
- 2 Directivas (nenhuma em 2007)
- 1 Direito de antena (igual a 2007)

E ainda,

- 2 Audições parlamentares do Conselho Regulador
- 2 Reuniões do Conselho Consultivo
- 31 Processos contra-ordenacionais
- 10 Impugnações judiciais de taxas da ERC
- 2 Acórdãos do Tribunal Constitucional sobre as taxas (Acórdão n.º 613/2008; Acórdão n.º 365/2008)
- 926.509,50 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão
- 82.183,70 Euros investidos em sistemas de informação
- 8683 Entradas (mais 21,75% que em 2007)
- 60 Recursos humanos (número total em 2008)
- 127.689,50 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)
- 11.500,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios
- 4 Livros publicados: Avaliação do Pluralismo Político-Partidário na RTP em 2007 | Relatório de Regulação 2007 | Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social Portugueses | Relatório de Actividades e Contas 2007

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

DIRECTIVA SOBRE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS AUTÁRQUICAS

11. Em 2008, verificando a existência de dúvidas sobre o regime legal relativo à caracterização, à missão e às obrigações que impendem sobre **publicações periódicas editadas pela administração regional e local**, nomeadamente, em matéria de pluralismo político, o Conselho Regulador adoptou um projecto de Directiva, tendo decidido submetê-lo a consulta pública.

12. Ponderadas as observações formuladas no âmbito dessa consulta, o Conselho aprovou a Directiva 1/2008, aplicável a todas as publicações periódicas editadas pelos municípios e freguesias portuguesas, por quaisquer órgãos e serviços destas entidades e por empresas municipais ou associações de autarquias locais.

13. De destacar na citada Directiva a admissão do exercício dos direitos de resposta e de rectificação e, além disso, a obrigação de veicular a expressão das diferentes forças e sensibilidades políticas que integram os órgãos autárquicos.

DIRECTIVA SOBRE DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO

14. Na sequência dos princípios expostos no Relatório de Regulação de 2007, sobre a doutrina da ERC relativa aos **direitos de resposta e de rectificação**, e face ao elevado

número de solicitações que lhe vinham sendo dirigidas neste domínio, o Conselho Regulador aprovou, em 2008, uma Directiva sobre a publicação de textos de resposta e de rectificação na Imprensa, que visou clarificar e aprofundar, enquanto instrumento prático, a doutrina que vinha sendo aplicada pela ERC. Essa Directiva – Directiva 2/2008 – foi adoptada em 12 de Novembro de 2008.

Os tópicos abordados na Directiva são os seguintes:

- a. Pressupostos gerais do exercício do direito de resposta;
- b. Legitimidade dos respondentes;
- c. Exigências formais relativas à publicação dos textos de resposta e de rectificação;
- d. Regime das anotações inseridas na mesma edição em que for publicada a resposta ou a rectificação;
- e. Requisitos legais de admissibilidade da resposta e da rectificação;
- f. Comunicação da recusa de publicação da resposta ou rectificação pelo director do periódico;
- g. Execução das deliberações do Conselho Regulador da ERC relativas aos direitos de resposta e de rectificação.

PROJECTO DE DIRECTIVA SOBRE A INSERÇÃO DE SOBREPOSIÇÕES PROMOCIONAIS EM PROGRAMAS TELEVISIVOS

15. Em Março de 2008, o Conselho Regulador aprovou um projecto de Directiva sobre a inserção de **sobreposições promocionais em programas televisivos**. A iniciativa partiu da verificação de que a inserção de autopromoções, por vezes de forma excessiva, sob a forma de rodapés (*crawl*) sobrepostos à transmissão de programas ou de forma estática, constitui uma intrusão nos conteúdos audiovisuais e uma prática frequente que tem vindo a ser seguida pelos diferentes operadores televisivos. A proposta de Directiva tem como objecto o estabelecimento de um conjunto de boas práticas à luz dos normativos legais do Código da Publicidade e da Lei da Televisão. O projecto já foi submetido aos operadores de televisão, para recolha dos respectivos comentários, encontrando-se ainda em fase de estudo.

ESTUDO JURÍDICO SOBRE A LEI DAS SONDAGENS

16. No âmbito das suas competências em matéria de **Sondagens**, a ERC iniciou, em 2008, um estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um projecto tendente à alteração da Lei n.º 10/2000, correspondendo à necessidade de clarificação de regras aplicáveis às empresas credenciadas e à divulgação de sondagens e estudos de opinião por parte dos órgãos de comunicação social, no sentido da procura de

modelos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, sem prejuízo do rigor e transparência que lhes são exigíveis.

PROJECTOS INICIADOS EM 2008

17. Em 2008, foi iniciado um conjunto de estudos e projectos com a colaboração de entidades universitárias e de outra natureza, dedicados às seguintes áreas e matérias:

- a. Análise da cobertura jornalística, no ano de 2008, dos temas associados à **imigração e às minorias**, na imprensa e na televisão. O estudo surge no âmbito do protocolo estabelecido entre a ERC e o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e a Universidade de Coimbra. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.
- b. Análise de conteúdo das **peças jornalísticas sobre divulgação de sondagens** publicadas na imprensa, na rádio e na televisão em 2008. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.
- c. Identificação dos **conteúdos publicitários** inseridos em publicações periódicas de informação geral, de âmbito nacional. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.
- d. Análise da informação diária emitida pelos **serviços de programas de radiodifusão** de cobertura nacional – Antena 1, Rádio Renascença –, canal 1 e Rádio Comercial (os resultados constam do presente Relatório).
- e. Estudo sobre a **caracterização do sector da radiodifusão local**, com enfoque na caracterização transversal do sector da rádio em Portugal quanto a audiências, âmbito geográfico, captação de publicidade e performance económica e financeira, programação, factores determinantes de sustentabilidade económica, perspectivas e opções estratégicas, cuja apresentação pública teve lugar no início de 2009.
- f. Concepção de um estudo sobre a **imprensa regional e local**, abrangendo uma análise económica do sector, caracterização das publicações e reuniões em todas as capitais de distrito.

CONFERÊNCIA ANUAL DA ERC

18. A ERC realizou, em 16 e 17 de Outubro de 2008, a sua Conferência Internacional anual, “Por uma Cultura de Regulação”, subordinada, em 2008, ao tema “A Regulação como Valor num Mundo em Mudança”. O primeiro dia incluiu quatro painéis dedicados aos temas “Redes de Nova Geração e Conteúdos”, “Jornalismo e Publicidade”, “Impacto Regulatório das Novas Lógicas de Produção Radiofónica. Convergência e web2” e uma conferência de Yves

Poullet, director do Centro de Pesquisa Informática e Direito da Universidade de Namur, sobre "Société de l'Information: de l'urgence d'une réflexion éthique".

19. No segundo dia da Conferência foi feita a apresentação do Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social, realizado para a ERC por uma equipa de investigadores do ISCTE, da Universidade Nova de Lisboa e da Universidade de Coimbra. A Conferência contou com a presença de representantes dos diversos sectores da comunicação social e de estudantes do ensino superior.

ANÁLISE ECONÓMICA DO SECTOR

ANÁLISE DOS GRUPOS ECONÓMICOS¹

20. A análise dos **grupos de comunicação social**, em 2008, abrangeu a ZON Multimédia, a IMPRESA, a MEDIA CAPITAL, a RTP, a COFINA, a RENASCENÇA e a SONAECONOM. Os grupos CONTROLINVESTE e IMPALA não foram objecto de estudo, uma vez que à data de elaboração do Relatório os respectivos documentos de prestação de contas de 2008 não tinham sido ainda divulgados.

Em 2008, os grupos analisados foram responsáveis por um volume global de negócios de 2732 milhões de euros, empregaram 9960 pessoas e geriram activos que, no final do ano, totalizavam 4955 milhões de euros.

21. Em termos de dimensão, com a ressalva atrás referida, evidenciam-se os grupos SONAECONOM e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 67% do total dos activos e 64% do total de volume de negócios, em 2008. Atendendo ao número de trabalhadores, destaca-se a RTP, responsável por cerca de 20% dos postos de trabalho.

22. Quanto à rentabilidade, os indicadores revelam também alguma disparidade entre os grupos, tanto no que respeita à rentabilidade do capital próprio, que variou entre 26,9% e -17,5%, como à rentabilidade operacional do activo, que variou entre 8,6% e -1,0%. Os grupos ZON Multimédia e MEDIA CAPITAL situaram-se, em 2008, claramente acima da média.

23. A generalidade dos grupos de comunicação social em análise, com a excepção da MEDIA CAPITAL, sofreu quebras nas receitas publicitárias, em particular na segunda metade do ano de 2008. Não se crê que a inversão clara desta tendência ocorra já em 2009.

24. O grupo RENASCENÇA, cuja actividade se encontra centrada na radiodifusão sonora, registou, em 2008, um volume de negócios de 24 milhões de euros, verificando-se uma descida de 4,3% face aos 25 milhões de euros obtidos no ano anterior. No que se refere especificamente a rendimentos de publicidade, a quebra sofrida em 2008 foi de 4,6%.

¹ Trabalho elaborado para a ERC pelo CEGEA – Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional do Porto.

25. Realce-se que, tal como em 2007, não foi possível incluir na análise económica dos grupos de comunicação a apreciação relativa aos grupos CONTROLINVESTE e IMPALA, implicando, assim, que qualquer leitura comparativa da economia do sector deve ter em conta a importância daqueles agentes, quer em volume de negócios, quer em níveis de emprego no sector.

ANÁLISE DO MERCADO PUBLICITÁRIO²

26. A informação disponível nas diversas fontes, públicas e privadas, é manifestamente insuficiente para se efectuar uma análise consistente do **mercado publicitário**; permite, quando muito, uma comparação limitada, dada a diversidade de metodologias e de critérios de mensuração adoptados.

27. A análise efectuada evidencia a discrepância entre as diversas estimativas do valor do investimento publicitário. A comparação entre as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, e as do Omnicom Media Group, fundadas em preços reais, indicia um desconto médio, sobre o preço de tabela, de mais de 80%. A disparidade entre estimativas verifica-se, igualmente, quando os dados da Marktest são confrontados com os valores obtidos a partir da taxa de exibição arrecadada pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual.

28. A evolução da taxa de exibição acima referida, o comportamento dos réditos de publicidade dos principais grupos de comunicação social e, ainda, o preenchimento do limite legal de tempo de emissão de publicidade comercial revelam uma tendência para a diminuição das receitas de publicidade da SIC e da RTP, à qual escapa o grupo MEDIA CAPITAL.

29. Com efeito, a generalidade dos grupos de comunicação social em análise, com a excepção da MEDIA CAPITAL, sofreu quebras nas receitas publicitárias, em particular na segunda metade do ano de 2008. As previsões de evolução do investimento publicitário disponíveis para 2009 apontam para um decréscimo generalizado em todos os meios de comunicação social, com a excepção da internet.

IMPACTO NO MEIO TELEVISÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA OU DE ACESSO CONDICIONADO³

30. Em 2008, foram lançados 40 novos serviços de programas, nas grelhas dos operadores ZON e Meo, tendo o número de subscritores globalmente aumentado em 322 mil.

31. O impacto dos novos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado, lançados durante 2008, mostra uma tendência de

² Estudo elaborado para a ERC pelo CEGEA – Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional do Porto

³ Fonte: Change Partners.

efeito positivo entre o aumento da oferta de serviços e o aumento do número de subscritores de televisão por subscrição.

32. Apenas quanto ao operador ZON (17 novos serviços de programas nas grelhas até Dezembro de 2008), o aumento do número de subscritores foi afectado pelo aparecimento de um novo concorrente: o Meo. Em Dezembro de 2008, a ZON tinha menos 22 mil subscritores em relação a Dezembro de 2007.

33. Apesar da redução no número de subscritores no operador ZON, as receitas aumentaram 9,3%, o que significa que a oferta dos novos serviços de programas permitiu o aumento do preço de venda destes serviços aos subscritores.

34. O aumento percentual dos custos com programação no operador ZON foi superior ao aumento das receitas, o que está relacionado com a baixa do número de subscritores, que não permitiu que estes custos fossem mais “diluídos”.

35. Verifica-se um efeito positivo, a nível do resultado por subscritor, com um aumento de 10% em relação ao ano anterior, resultante do impacto positivo do aumento da oferta.

36. O impacto dos novos serviços de programas na captação de receitas publicitárias é residual: a maior parte dos serviços de programas lançados em 2008 não é nacional e os novos serviços de programas nacionais não parecem ter capacidade de “captar” receitas publicitárias relevantes aos já existentes.

37. As receitas publicitárias previstas nas projecções dos serviços de programas lançados em 2008 e autorizados pela ERC ascendem a €1,25M, o que representa 3,8% do total das receitas publicitárias geradas pela televisão por subscrição.

38. A produção de conteúdos nacionais não parece ser afectada significativamente pelos novos serviços de programas: apenas os serviços autorizados pela ERC durante 2008 poderão ter um impacto positivo no aumento da produção de conteúdos, e destes apenas metade contribui efectivamente para o aumento de produção de conteúdos: somente o serviço SPORT TV3, que oferece conteúdos relacionados com desporto dirigidos ao público jovem e feminino, o RNTV, que oferece conteúdos informativos de carácter regional, e o BenficaTV, que, para além da transmissão dos jogos, oferece mais informação sobre o clube aos seus adeptos, parecem ter impacto a este nível. No serviço MVM, a produção nacional é residual, uma vez que a emissão deste serviço de programas consiste essencialmente em videoclips predominantemente dedicados à música anglo-saxónica. No SPORT TV HD são oferecidos os mesmos conteúdos que nos restantes serviços de programas da SPORT TV, mas em formato de alta definição.

IMPACTO DA PRODUÇÃO EXTERNA NA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

39. Da análise do impacto da produção externa nacional e internacional na programação emitida pelos operadores de televisão sediados em território nacional, centrada nos produtos

audiovisuais com intervenção autoral – excluindo os programas de informação, desportivos, religiosos, institucionais, tempos de antena e mensagens publicitárias –, realizada com base em dados remetidos trimestralmente pelos operadores de televisão por via do Portal da ERC, sobressai a dependência de conteúdos importados.

40. A análise das principais produtoras estrangeiras com presença nos serviços de programas portugueses revela que a TV Globo foi a que obteve mais tempo de programas emitidos (937 horas), logo seguida dos produtos fornecidos pela Warner Brothers, com 922 horas e da National Geographic com 221 horas.

41. Relativamente ao universo das produtoras nacionais, com mais horas de emissão produzidas, independentemente do género, destaca-se a Comunicasom, com 987 horas, número superior ao registado no *ranking* das produtoras estrangeiras; a Endemol e a Freemantle ocupam a segunda e a terceira posições, com um volume também significativo, 751 e 578 horas, respectivamente.

42. Realce para o desequilíbrio dos géneros produzidos pela produção independente nacional cuja actividade se centrou, de forma intensa, na produção de entretenimento, com 3435 horas, enquanto a ficção e os culturais/conhecimento ocuparam apenas 183 horas e 259 horas de emissão, respectivamente.

43. Quanto à dependência externa, verifica-se uma forte presença de produtos audiovisuais de origem norte-americana, com cerca de 48% dos conteúdos importados, face ao mercado europeu, que atingiu 32%.

OS MEIOS

CONSUMOS E PERFIL SOCIOGRÁFICO DOS PÚBLICOS

44. Relativamente aos **consumos e perfil sociográfico dos públicos**, em 2008 a televisão registou uma média de utilização diária de 3h35m. Este meio é visto, preferencialmente, por mulheres, por espectadores com mais de 64 anos, do interior e nas classes C2 e D. De acordo com os dados do *Anuário de Media e Publicidade* da Marktest, a TVI continuou, em 2008, a liderar as audiências (30,5%), seguindo-se a SIC (24,9%), a RTP1 (23,8%) e a RTP2 (5,6%). A TVI também regista o mais elevado *share* em horário nobre (34,4%).

45. O sub-sector “cabo e outros” registou, em 2008, um *share* de 15,2%. As audiências desta plataforma caracterizam-se por serem mais masculinas e jovens, residirem principalmente na Grande Lisboa e pertencerem às classes C1 e A/B.

46. Segundo a Anacom, o número de assinantes do serviço de televisão por cabo totalizou 1475 milhares no final de 2008, o que corresponde a uma taxa de penetração de 26,4%. No mesmo período, o serviço de televisão por satélite (DTH – *Direct to Home*) era subscrito por 586 mil clientes, o que corresponde a uma taxa de penetração de 10,5%. O número de subscritores de outras modalidades de acesso ao serviço de televisão por

subscrição totalizou 224 milhares no final de 2008, o que representa uma taxa de penetração de 4,1%. Em suma, a taxa de penetração dos serviços de televisão por assinatura alcançou os 40,9% em relação ao total de alojamentos, com um total de subscritores de 2,29 milhões, concentrados nas regiões de Lisboa e do Norte.

47. A escuta de rádio, por seu turno, não registou qualquer evolução em 2008, situando-se, segundo a Marktest, num tempo médio diário de 3h11m. Os grupos radiofónicos mais escutados são, por esta ordem, RENASCENÇA, MEDIA CAPITAL, RDP e TSF. Os homens tendem a ouvir mais este meio e as audiências concentram-se nos grupos etários entre os 25 e os 44, junto dos trabalhadores especializados e reformados/pensionistas, nas regiões de Grande Lisboa, Interior e Litoral Norte e nas classes C2 e C1.

48. No que respeita à imprensa nacional de informação geral, em 2008, segundo a APCT, o Correio da Manhã conservou a liderança entre os diários e o Expresso continuou a ser o semanário português com maior circulação e a Visão a principal *newsmagazine*, sendo que nestes segmentos várias publicações foram afectadas por descidas de circulação.

49. Quanto aos segmentos especializados, verificaram-se tendências ambivalentes, com subidas no segmento de economia, negócios e gestão e nas revistas de televisão, e descidas nos jornais desportivos e gratuitos e nas revistas femininas e de moda, nas masculinas e nas revistas de sociedade.

50. A utilização da internet continua a registar índices crescentes. Segundo o INE, no primeiro trimestre de 2008, 49,8% dos agregados domésticos possuíam computador e 46,0% ligação à internet. Lisboa é a região com as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à internet e acesso a esta tecnologia por banda larga.

51. Segundo a Anacom, em 2008, o número de clientes do serviço fixo de acesso à internet totalizou 1675 milhares, 98% dos quais optando pela banda larga. No mesmo período consolidou-se o fenómeno da generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel, com um número de utilizadores activos superior a 1160 milhares. Cruzando as caracterizações do INE e da Marktest, esta tecnologia é mais usada por homens, por grupos etários mais novos e com maior nível de escolaridade, residentes na Grande Lisboa. A utilização deste meio é também mais pronunciada nas classes sociais mais altas.

REGISTOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

52. Em 2008, verificou-se um aumento do número de publicações periódicas nacionais que se reflectiu no aumento de pedidos de registo, de 258 contra 246, em 2007. É também de realçar o dinamismo demonstrado pelas entidades públicas (administrações central, regional ou local), que requereram a inscrição de 127 publicações periódicas.

53. Numa perspectiva geográfica, destaca-se, claramente, o distrito de Lisboa, com 152 novas publicações, seguido do distrito do Porto, com 31, e de Setúbal, com 13. Dos

restantes distritos, apenas o de Coimbra supera a dezena (com 13 novas publicações), oscilando os restantes entre 9 e 1 jornais e revistas.

54. Elemento que merece destaque é o número significativo de novos registos de publicações temáticas ligadas à cultura e ao conhecimento (31) e ao lazer (19), o que pode significar a necessidade de resposta a nichos de mercado bem definidos.

55. Como resultado das acções de sensibilização promovidas pela ERC, foram 14 os operadores de radiodifusão que regularizaram a sua situação registal face aos seis operadores que se registaram em 2007.

56. Entre as publicações que efectivamente cessaram a sua edição e aquelas que, tendo cessado em anos anteriores, só em 2008 viram o seu termo formalmente certificado, obtém-se um número total de 561, o qual corresponde ao número de registos oficiosamente cancelados. Dado que o cancelamento dos títulos retira às empresas suas proprietárias a natureza de empresas jornalísticas, em 53 dos casos mencionados, a extinção dos títulos acarretou, oficiosamente, a perda daquela qualidade.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO⁴

57. No ano de 2008, a ERC apreciou **105** recursos de **direito de resposta e de rectificação**, os quais incidiram sobre um total de **40** órgãos de comunicação social, sendo **101** relativos a publicações periódicas, **2** a um serviço de programas generalista de acesso não condicionado livre e **1** a um sítio electrónico (internet).

58. Trata-se de um aumento considerável, relativamente a 2007, quer no que respeita ao número de recursos de direitos de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos. Nesse ano, a ERC apreciou **45** recursos de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre **25** órgãos de comunicação social (imprensa e televisão).

59. Em 2008, tal como em 2007, a grande maioria dos recursos tem como alvo a *imprensa* (96% dos recursos/queixas). Nesta, e ao contrário de 2007, a imprensa de âmbito regional foi alvo de 61 recursos (58%), sendo o subsector mais visado.

60. Dos 105 recursos apreciados pela ERC em 2008, o maior número abrange três publicações periódicas de âmbito regional: 12,4% (13) são contra o Jornal de Santo Thyrsó, 8,6% (9) contra o Barcelos Popular e 7,6% (8) contra o Jornal de Vila do Conde.

61. As publicações de âmbito nacional alvo de maior número de recursos em 2008 foram o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias, ambos com 6,7% (7) dos recursos; seguem-se o Expresso e o Público, com 4,8% (5) dos recursos; o Diário de Notícias e o Sol, cada um representando 3,8% (4) dos recursos.

⁴ Artigos 24º a 28º da Lei de Imprensa.

62. Em 2008, apenas 2% (2 recursos) dizem respeito à televisão, tendo como recorrido o serviço de programas RTP1, situação que já se verificara em 2007, tendo nesse ano a RTP1 sido alvo de 3 recursos. Tal como em 2007, não se registaram em 2008 recursos relativamente à rádio.

63. Em 2008, surge, pela primeira vez, um recurso de direito de resposta contra um sítio electrónico – o sítio da Câmara Municipal do Porto.

64. Os *cidadãos anónimos* representam, em 2008, a maioria dos recorrentes, correspondendo a 27,6% (29) dos recursos, seguindo-se *autarcas* e *autarquias* que, em conjunto, correspondem a 19% (20), a segunda categoria de recorrentes.

65. Os membros das categorias *partido político* e *dirigente partidário/deputado* representam 15,3% dos recorrentes (16).

66. Agregando as categorias de recorrentes oriundos do campo político-partidário – *autarcas* e *autarquias*, *partido político* e *dirigente partidário/deputado*, *governo nacional* e *membro do governo de região autónoma* –, verifica-se que atingem 36,2% dos recorrentes (38), o que significa que os membros do campo político-partidário constituem, em conjunto, a primeira categoria de recorrentes.

67. As temáticas ligadas às *autarquias locais* são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação, representando 25,7% dos temas. Seguem-se os temas *sociedade* (17,1%, correspondendo a 18 recursos) e *casos de justiça*, que, juntamente com outros temas ligados *ao sistema judicial* (11,4%, 12 recursos), constituem a terceira categoria temática sobre a qual recaíram os recursos em 2008. Os restantes temas encontram-se a alguma distância destes três.

68. Estes dados encontram correspondência no facto de a maioria dos recursos incidir sobre publicações periódicas de âmbito regional, precisamente as mais centradas em temas e protagonistas regionais e locais.

69. A hierarquia temática das peças, no que respeita ao predomínio do tema *actividades das autarquias* nas peças que motivaram recursos em 2007, é idêntica à verificada em 2008, a mostrar a persistência de um elevado grau de litigiosidade entre autarquias e órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

70. Também o tema *sociedade*, o segundo mais presente nas peças objecto de direitos de resposta e de rectificação, encontra correspondência no facto de *figuras públicas* serem também a segunda categoria de recorrentes em 2008.

71. Em 2008, como em 2007, a grande maioria dos recursos proveio de pessoas do *género masculino* (84%). 2% dos recursos foram apresentados, conjuntamente, por pessoas dos dois géneros.

72. Em 2008, em 76,1% dos recursos o Conselho Regulador deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do reconhecimento do direito de resposta. Nesses, em 31,4% dos casos, determinou a reformulação do texto de resposta e em 19% determinou a republicação de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). Por outro lado, 20% dos recursos tiveram decisão de arquivamento. Estes dados mantêm o padrão de 2007.

73. Relativamente aos recursos apresentados em 2008, sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de contra-ordenação em 12 (11%), decidida a possibilidade de aplicação de sanção pecuniária compulsória em 9 (8%) e adoptada uma recomendação em 1 recurso (1%). 80% dos recursos não tiveram consequências de natureza sancionatória.

TELEVISÃO

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

74. Os operadores televisivos sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de **programas originariamente em língua portuguesa** e de **obras criativas de produção originária em língua portuguesa**, nos termos do artigo 44º da Lei da Televisão.

75. No que respeita à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, evidenciaram-se os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional, RTP África, SIC Internacional e SPORT TV África, ultrapassando a percentagem de 50% a que estão obrigados, com valores superiores a 90%. Os serviços generalistas RTP1, SIC e TVI ultrapassaram os 70%, com destaque para a RTP1 que foi além dos 80%. Os serviços temáticos de informação, RTPN, SIC Notícias, RNTV e PORTO CANAL, ultrapassaram largamente o valor estipulado, com valores superiores a 89%.

76. Quanto aos serviços de programas dedicados ao desporto, somente a SPORT TV 3 ficou aquém do valor preconizado. Por último, registaram-se resultados pouco expressivos nos serviços temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos, cujos resultados se situaram entre 1% e 5%, devido ao facto de o modelo de emissão destes serviços se dedicar sobretudo a programas de ficção norte-americanos.

77. Quanto aos programas originariamente em língua portuguesa de natureza criativa, aos quais deve ser reservado um mínimo de 20% da totalidade da emissão, o valor mais elevado, no conjunto dos serviços de programas generalistas, foi obtido pela SIC (superior a 50%), tendo os serviços RTP1, RTP2 e TVI ultrapassado os 30%.

78. A produção nacional proveniente de produtores independentes, apurada com o objectivo de observar o dinamismo da produção audiovisual, obteve os valores mais elevados nos serviços de vocação internacional, SIC Internacional e RTP África, com valores superiores a 34%. No conjunto dos serviços generalistas, a SIC obteve o melhor resultado, 34%. Os

serviços de programas do operador RNTV e do operador ZON dedicaram tempo escasso da sua emissão à produção nacional independente.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

79. No que se refere à obrigação de **difusão de obras europeias**, consagrada nos termos do artigo 45º da Lei da Televisão, todos os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre alcançaram a quota exigida (superior a 50%), destacando-se a RTP1, com mais de 80%. É de salientar que os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional e SIC Internacional atingiram valores superiores a 90%.

80. Destacam-se, pela negativa, serviços disponibilizados pelo operador ZON Conteúdos (TVCine1, 2, 3, 4 e MOV) e a SIC Mulher e a SIC Radical, nos quais a percentagem de difusão de obras europeias se encontra abaixo do limiar exigido pela Lei. Refira-se que, relativamente às percentagens baixas registadas nos serviços TVCine's e MOV, há que atender à sua natureza temática, o que, nos termos do artigo 47º da Lei da Televisão, deverá ser tido em conta na avaliação anualmente efectuada.

81. Relativamente à **produção independente**, foram efectuados apuramentos de acordo com a Lei da Televisão e com a Directiva "Serviços de Comunicação Social Audiovisual". O valor indicado na Lei da Televisão para a produção independente recente, 10%, foi ultrapassado pela generalidade dos serviços de programas, tendo a RTP2 obtido um dos valores mais elevados, 42%.

82. Foram, ainda, analisadas, nos termos do normativo comunitário (artigos 4º e 5º da referida Directiva), as percentagens de difusão de obras europeias provenientes de produtores independentes, cuja quota mínima é de 10% do total da programação. As obras recentes são apuradas no total da produção independente, pois os operadores devem reservar "uma percentagem adequada a obras recentes, isto é, difundidas num lapso de tempo de cinco anos após a sua produção". Os serviços de programas analisados apresentaram resultados satisfatórios, tendo alcançado, na generalidade, a quota indicada. No que respeita a obras recentes de produtores independentes, grande parte das obras exibidas foram produzidas há menos de cinco anos, com excepção do serviço RTP Memória, que exhibe obras de arquivo.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

83. No que respeita ao **cumprimento dos horários de programação**, em 2008, destacam-se progressos significativos em matéria de cumprimento do artigo 29º da Lei da Televisão, que são visíveis na redução do número de irregularidades registadas ao longo do ano; em Janeiro, ocorreram 328 desvios dos horários da programação anunciada e em Dezembro, apenas 22 casos, no conjunto dos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI.

84. O maior número de casos de desvio dos horários anunciados registou-se na SIC, seguindo-se a RTP1, a RTP2 e, por fim, a TVI.

85. O maior número de casos de alteração dos programas anunciados ocorreu na RTP2, seguindo-se a RTP1, a SIC e a TVI, serviço no qual se registou o menor número de situações.

86. Comparados os resultados do último trimestre deste ano com os do período homólogo de 2007, confirma-se a evolução positiva, com uma redução global superior a 90% do número de desvios ao horário anunciado, e superior a 85% no que respeita a alterações dos programas anunciados.

87. No que respeita a desvios dos horários, salientam-se os progressos registados nos serviços de programas do operador público e na SIC, que reduziram em mais de 90% o volume de situações de alteração dos horários. Tal como em 2007, comparativamente com os restantes serviços de programas, a TVI continuou a revelar-se como o serviço de programas mais rigoroso no cumprimento do artigo 29º da Lei da Televisão.

INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

88. No ano de 2008, verificou-se um aumento de casos de excesso de **difusão de publicidade** por hora, nos serviços de programas SIC e TVI e uma diminuição desse volume na RTP1.

89. Na avaliação do tempo dedicado aos intervalos publicitários – onde se incluem as autopromoções, os patrocínios e a publicidade comercial e institucional –, observou-se que, num total de emissão de cerca de 8740 horas, nos quatro serviços analisados, o serviço de programas que mais tempo dedicou a estes espaços foi a TVI, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2 (recorda-se que a RTP2 não emite publicidade comercial).

90. No que respeita à avaliação do impacto das autopromoções na duração dos intervalos, a SIC destaca-se como o serviço que mais tempo dedicou a este tipo de mensagens, seguindo-se a TVI, a RTP1 e a RTP2.

91. A TVI foi o serviço que preencheu mais tempo de emissão com a apresentação de patrocínios, junto das autopromoções e dos respectivos programas, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2.

92. Comparados os resultados obtidos no ano 2007 com os valores de 2008, registou-se uma redução do tempo dedicado aos intervalos publicitários, nos quatro serviços; quanto às autopromoções ocorreu o inverso, tendo-se registado acréscimos em todos os serviços; no que se refere aos patrocínios junto das autopromoções e dos respectivos programas, a tendência foi de decréscimo na RTP1, na SIC e na TVI, e apenas a RTP2 dedicou um tempo superior ao registado em 2007.

93. Avaliados os resultados do ano de 2008, por meses e por serviço de programas, verificou-se que o maior volume de tempo dedicado a intervalos ocorreu no mês de Janeiro e o menor em Dezembro; quanto às autopromoções, a maior duração registou-se no mês de Maio e a menor em Setembro; quanto aos patrocínios junto dos programas e das autopromoções, foi dedicado o maior volume de tempo no mês de Abril e o menor em Setembro.

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

94. Em 2008 foram autorizados pela ERC **sete novos serviços de programas televisivos**, ao abrigo do previsto no artigo 18º da Lei da Televisão, dos quais cinco são temáticos de desporto, um de moda e um de música, respectivamente: scn – sport canal, SPORT TV3, SPORT TV África, SPORT TV HD, Benfica TV, mvm – Moda, Vídeo e Música e Música Brasil TV.

95. Os três serviços de programas disponibilizados pelo operador SPORT TV Portugal – SPORT TV3, SPORT TV África e SPORT TV HD –, dedicados à temática desportiva, são de acesso condicionado e, por conseguinte, apenas disponíveis ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica. Relativamente aos níveis de cobertura destes serviços de programas, dos três identificados, apenas a SPORT TV África se destina a cobertura internacional, reservando-se os outros dois à cobertura de âmbito nacional.

96. Os demais quatro serviços autorizados no decurso do ano de 2008 são de acesso não condicionado com assinatura, o que significa que a contrapartida que é paga reporta-se apenas ao acesso à infra-estrutura de distribuição. Destinam-se, igualmente, à cobertura da generalidade do território nacional.

97. À semelhança de 2003, o ano de 2008 assistiu a um aumento do número de autorizações concedidas. Assinala-se o predomínio dos serviços temáticos de cinema/séries, já registado no ano de 2007, verificando-se que as autorizações concedidas conduziram a um acréscimo dos serviços temáticos de desporto, que, ao contrário do registado em 2007, ultrapassaram os dedicados à informação.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANÁLISE DAS GRELHAS DE PROGRAMAS – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI⁵

98. A análise das grelhas de programas tem como objectivo central a caracterização do *pluralismo e diversidade* na composição da oferta de conteúdos destes serviços de programas, centrada na identificação dos *géneros televisivos* que constituíram as suas grelhas de programação e nas respectivas *funções* que prosseguem.

99. Foram observados **41.641** programas, correspondentes a uma duração de **37323h48m**, o que representa o universo de programas emitidos por cinco operadores

⁵ A análise por serviço de programas encontra-se desenvolvida no corpo do Relatório.

(RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI) em 2008, de acordo com o registo de programação efectuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Markttest, através da utilização do software MMW – Markdata Media Workstation.

100. É a seguinte a distribuição dos programas adiante analisados, com a respectiva duração:

RTP1: 7153 programas, correspondentes a uma duração de 7528h52m

RTP2: 9096 programas, correspondentes a uma duração de 8415h11m

RTPN: 11.666 programas, correspondentes a uma duração de 8266h36m

SIC: 6424 programas, correspondentes a uma duração de 6653h46m

TVI: 7302 programas, correspondentes a uma duração de 6459h23m

SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

RTP1 e RTP2

101. Em termos gerais, a **análise das grelhas de programação** dos dois serviços de programas de âmbito nacional, generalistas, de acesso não condicionado livre, do operador público – RTP1 e RTP2 –, mostra que os dois serviços de programas se posicionam numa base de complementaridade e alternativa, concretizada na diferente presença e distribuição horária de determinados *géneros televisivos* em cada um dos dois serviços de programas.

102. Essa complementaridade permite verificar que, no seu conjunto, os dois serviços de programas preenchem o conceito de diversidade e pluralismo, entendido este em sentido lato, dirigindo diversos géneros de programas a diversos tipos de públicos em diferentes faixas horárias.

103. Assim, embora a RTP1 inclua na sua grelha de programas as 31 categorias de *géneros televisivos* consideradas na grelha de classificação, o peso de programas *culturais/conhecimento, educativos, infantis/juvenis* e dirigidos a *grupos minoritários* é escasso e, em alguns casos, residual.

104. Por seu turno, a grelha de programas da RTP2, com 27 categorias das 31 consideradas, confere, comparativamente, menor peso a programas *desportivos* e de *entretenimento*. Os casos mais evidentes da complementaridade entre os dois serviços de programas do operador público abrangem os programas *infantis/juvenis, culturais/conhecimento e dirigidos a minorias*, que na RTP2 possuem presença regular e horários diversificados na grelha de programas.

RTP1

105. A análise da **grelha de programas** do principal serviço do operador público – RTP1 –, por *macrogéneros*, demonstra que a *informação* (26,4%), o *entretenimento* (25,3%) e a *ficção* (20,3%) correspondem a mais de 70% dos programas emitidos pela RTP1. Estas são

também as categorias mais representadas em duração, indicador onde sobressai o *entretenimento*, seguido dos programas *informativos* e da *ficção*.

106. No que respeita à diversidade de *géneros televisivos*, verifica-se que os *serviços noticiosos* são, de entre toda a programação da RTP1, os que mais se destacam em número de exibições (13,2%), seguindo-se os *talk shows* (10,8%), que, por sua vez, são os programas que registam maior duração, ocupando mais de um quinto da emissão (21,3%).

107. Atendendo à composição do horário nobre, verifica-se que a RTP1 é, em termos globais e comparativamente aos restantes serviços de programas generalistas, o serviço que apresenta a maior diversidade de *géneros televisivos* neste período horário, contando com a frequência de 27 das 31 categorias consideradas na grelha de classificação.

108. Assinale-se, contudo, que mais de metade do tempo de emissão deste período horário é preenchido apenas por dois géneros televisivos: *serviços noticiosos* (31,7%) e *concursos/jogos* (28%).

109. Na análise das *funções* predominantes nos programas da RTP1, verifica-se que a *função entreter* (54,1%) é a mais relevante, seguida da função *informar* (31,8%), sendo que um em cada dez programas tem *formar* como função predominante.

110. A RTP1 é o único serviço de programas que apresenta a frequência de todos os *géneros televisivos* de informação considerados na grelha de classificação, incluindo programas de *debate*, *entrevista*, *reportagem*, *comentário*.

111. O peso dos programas *culturais/conhecimento*, quinto *macrogénero* mais representado na programação da RTP1 em frequência (7,2%) e o quarto em termos de duração (5,8%), é diminuto e advém sobretudo da exibição de *documentários*. Os programas de *artes e média* são residuais, tanto em frequência como em duração. O mesmo sucede relativamente a programas *educativos* e de *espectáculos (exibição)*, cuja presença é residual. A *informação cultural (magazines culturais)* foi a categoria menos representada nas grelhas de programação da RTP1, em 2008. Em termos de duração, a última posição é ocupada por programas relacionados com *humanidades*.

112. Ao longo de todo o ano de 2008, a RTP1 transmitiu regularmente (nos dias de semana às 06h00 da manhã) apenas um programa especificamente dirigido a grupos minoritários: o programa *Nós*, produzido pelo Alto Comissariado para as Imigrações e Diálogo Intercultural (ACIDI), cujo formato de magazine visa divulgar informação diversificada sobre as comunidades imigrantes residentes em Portugal. Pontualmente, o serviço público emitiu outros três programas congéneres: a gala *Juntos na Diversidade*, o programa *Cova da Moura: Aqui é o meu Bairro* e o programa *Equal: de Igual para Igual*.

113. Os programas *infantis/juvenis* constituem o *macrogénero* menos representado nas grelhas da RTP1, quer em frequência (4,4%) quer em duração (1,8%), reduzindo-se quase por completo às manhãs de sábado e domingo, com a exibição do contentor Brinca Comigo.

114. Considerando apenas a programação infanto-juvenil, verifica-se que os *desenhos animados* constituem o *género televisivo* predominante neste segmento de programação (77,6%), seguidos dos programas *educativos* (22%). A *ficção* especificamente dirigida a públicos infantis e juvenis, mais precisamente os filmes de animação, tem uma presença residual neste serviço de programas.

115. Atendendo exclusivamente à duração da programação infanto-juvenil, é de assinalar que a exibição de *desenhos animados* representa 90% do tempo de emissão, pelo que, na RTP1, os programas infantis/juvenis se encontram essencialmente limitados a este *género televisivo*, com prejuízo da diversidade da programação dedicada a estes públicos.

116. A RTP1 preenche cerca de um quinto da sua emissão com *reexibições*, que ocorrem principalmente no período da noite/madrugada (66%) e com menor frequência no horário nobre (4,4%).

RTP2

117. Na **grelha de programação** da RTP2, os géneros *informativos* (33,8%) e os *culturais/conhecimento* (22,1%) correspondem a mais de metade do número de programas emitidos. Atendendo à sua duração, os programas destinados a públicos *infantis/juvenis* ocupam o maior período de tempo de emissão (26,9%), seguidos a pouca distância dos *informativos* (26,5%); no cômputo geral, estas duas categorias representam mais de metade do tempo de emissão da RTP2.

118. Com menor representatividade nas grelhas de programação da RTP2 surgem os programas *desportivos* (6,3%) e os de *entretenimento* (1,9%). No que se refere à duração, verifica-se que os programas *institucionais/religiosos* (6,4%) e os de *entretenimento* (1,2%) detêm as menores fracções de tempo de emissão.

119. A diversidade de *géneros televisivos* exibidos pela RTP2 no horário nobre cifrou-se na frequência de 18 categorias das 31 consideradas na grelha classificatória, sendo que mais de três quartos do tempo de emissão neste horário dizem respeito à presença de três *géneros televisivos*: *documentários* (30,5%), *serviços noticiosos* (25,1%) e *infantis/juvenis* (22,4%).

120. Em 2008, *informar* apresenta-se como a *função* predominante na maioria dos programas transmitidos na RTP2 (47%), à qual se segue a *função* de *entretêr* (29%). *Formar* constitui a função predominante em 14% dos programas exibidos e a função *promover/divulgar* representa 10% do número total de programas da RTP2.

121. Os programas *informativos* que mais se destacam nas grelhas da RTP2, em termos de duração, são os *serviços noticiosos* (11,8%) e os *magazines informativos* (11,5%), sendo que este serviço de programas integra também espaços dedicados às restantes categorias de *informativos – debate* (1,6%), *entrevista* (0,8%), *reportagem* (0,1%) –, à exceção de programas de *comentário*.

122. A RTP2 é, dos quatro serviços de programas analisados, aquele que oferece mais programas *culturais/conhecimento*, que representam mais de um quinto da sua programação total (22,1%), correspondendo a 17,1% do tempo de emissão. Para estes valores têm uma influência determinante os 1285 *documentários* transmitidos em 2008 (14,1%), que, no seu conjunto, totalizam um décimo do tempo total de emissão.

123. A uma distância considerável surgem os programas de *artes e média* e os *magazines* de informação cultural. Os programas dedicados às *ciências* possuem o menor índice de exibição na RTP2, no âmbito dos programas classificados como *culturais/conhecimento*

124. A RTP2 é o serviço de programas que apresenta a oferta mais regular e mais ampla de programação dirigida a grupos minoritários presentes na sociedade portuguesa, sejam minorias étnicas, culturais, sociais ou religiosas. Os dez programas identificados nesta categoria distribuem-se de forma variada pelas grelhas de programação, abrangendo diferentes dias e períodos horários, diferentes géneros e diferentes públicos. Entre eles, o programa mais vezes exibido pela RTP2 é A Fé dos Homens, com transmissão aos dias de semana a partir das 18h30 e reexibição entre terça-feira e sábado, cerca das 06h30 da manhã. Nas manhãs de domingo, pelas 09h00, é ainda apresentado o programa Caminhos, da responsabilidade de diferentes confissões religiosas.

125. Ainda no âmbito da programação dirigida a grupos minoritários, a RTP2 apresenta vários programas, entre os quais se encontram o Nós (compacto), que repete de modo compactado o programa da RTP1, neste caso, aos domingos perto das 10h00; o programa A Vida Normalmente, com exibição às terças-feiras cerca das 23h30; o programa Voluntário, com exibição aos sábados ao final da tarde (19h00).

126. A RTP2 exhibe também, ainda que de forma irregular em dia e horário, o programa Consigo, que visa incentivar a inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade física e motora.

127. Os programas *infantis/juvenis* constituem, em termos globais, a categoria de programas com mais tempo de emissão nas grelhas da RTP2 (26,9%), que se apresenta, assim, como o serviço de programas que confere maior destaque a este segmento de programação.

128. A acentuada carga horária da programação infanto-juvenil na RTP2 potencia a diversidade de *géneros*, embora se verifique que a grande fatia corresponde a *desenhos animados* (72,6%), quando se considera exclusivamente o conjunto de programas dirigidos a estes públicos. Destaca-se ainda, em termos de duração, a presença de programas *educativos*, que representam cerca de 20%, e, com valores muito inferiores, neste segmento específico de programação, a *ficção* (3,1%) e a *informação infantil/juvenil* (0,5%).

129. Estes valores resultam sobretudo da exibição de três sessões do contentor Zig Zag, nos dias de semana, com as quais a RTP2 atinge três períodos horários (a exceção é o período noite/madrugada). Nos fins-de-semana, a programação é bastante reduzida e remetida para o período do final da tarde e horário nobre: aos sábados, com o bloco Kaboom, acompanhado por uma série de *desenhos animados*, e aos domingos, com a exibição esporádica do magazine Kultu.

130. A redução da programação infanto-juvenil da RTP2 nos fins-de-semana corresponde à exibição desta categoria de programas na RTP1, o que indicia a existência de alguma complementaridade entre os dois serviços do operador público a este nível. Hipótese que sai reforçada pelo facto de as séries exibidas na RTP1, nos fins-de-semana, serem as mesmas que a RTP2 exhibe nos dias de semana.

131. Cerca de um quinto da programação da RTP2 é constituído por *reexibições* (18,9%), que acontecem preferencialmente no período da noite/madrugada (48%), tendo menor frequência no horário nobre (1,2%).

RTPN

132. A análise dos *macrogéneros* na programação da RTPN é reveladora da especificidade temática que orienta este serviço de programas, porquanto manifesta a hegemonia de programas especificamente *informativos*, tanto em valores de frequência (7606, 65,2%) como de duração (6360h05m, 76,9%).

133. O predomínio desta categoria de análise deve-se essencialmente à exibição dos diferentes *serviços noticiosos* (41,4%) que, diariamente, de hora em hora, difundem informação sobre os temas que marcam a actualidade (54,3% do tempo total de emissão).

134. A RTPN transmite ainda um número avultado de *magazines informativos* (14,8%), nos quais se discutem as mais diversificadas áreas e temáticas (12,7% do tempo total de emissão), para além de programas de *debate*, *reportagem* ou *entrevista*.

135. Os programas incluídos no *macrogénero culturais/conhecimento* ocupam a segunda posição de maior destaque na programação da RTPN, registando 2450 exibições (21%) e 773h25m de duração global (9,4%), no ano em análise.

136. A segmentação da categoria *culturais/conhecimento* de acordo com os *géneros televisivos* que a compõem revela que os programas de informação especializada, isto é, os *magazines culturais*, ocupam o lugar de maior relevo (10,3%), seguidos dos programas vocacionados para a divulgação das *ciências* (4,1%). Os programas de *artes e média, humanidades, documentários* e *educativos* também participam na constituição das grelhas de emissão da RTPN, ainda que com um menor grau de exibição.

137. Em 2008, os programas *desportivos* (9,3%) também marcam presença na RTPN (10,8% do tempo de emissão) principalmente através da *informação desportiva* e das *transmissões desportivas*.

138. O *macrogénero entretenimento*, com um total de 446 presenças (3,8%) e 184h12m de duração (2,2%), encontra-se representado através de 337 exibições de programas do *género infotainment*, de 102 de programas de *humor* e 7 de *concursos/jogos*.

139. Os programas classificados como *institucionais/religiosos* registam 82 exibições (0,7%), revertendo em 52h12m (0,6%) do tempo total de emissão da RTPN.

140. Em 2008, cerca de um quinto dos programas apresentados foram *reexibições*, situação que sucedeu predominantemente nos períodos da noite/madrugada (39,5%) e da tarde (35,8%).

OPERADORES PRIVADOS

SIC

141. A *ficção* é a categoria de programação mais representada em frequência (40,9%) e duração (35,7%) nas grelhas da SIC, seguida dos programas de *entretenimento*, que representam 26% do número total de programas e 29% do tempo de exibição. Destacam-se, por outro lado, os *desportivos*, pela sua menor frequência (1,8%) e duração (1,6%).

142. A análise detalhada dos *géneros*, na qual se verifica a frequência de 24 das 31 categorias consideradas, mostra que a presença maioritária da *ficção* nas grelhas de programação da SIC se deve essencialmente à exibição de *telenovelas*, o *género* com maior frequência em termos globais na programação deste operador (19,9%).

143. No que respeita à duração, dominam os *serviços noticiosos* (18,4%), seguidos das *telenovelas* (17,2%) e *talk shows* (13,7%).

144. A análise da composição do horário nobre da SIC permite identificar a presença de 19 *géneros televisivos* dos 31 considerados na grelha de classificação, verificando-se que

três deles são responsáveis por três quartos do tempo de emissão neste período: *serviços noticiosos* (45,4%), *ficção de humor* (17,4%) e *telenovelas* (12,6%).

145. Três em cada quatro programas exibidos pela SIC têm como *função* predominante *entreter* (78,3%), que é seguida a grande distância pela *função informar* (19,9%). *Formar* (1,7%) e *promover/divulgar* (0,1%) são funções meramente residuais na programação deste operador.

146. Os programas *informativos* constituem a terceira categoria de *géneros televisivos* mais destacados nas grelhas da SIC, atendendo tanto à sua frequência (17,0%) como ao tempo de emissão (19,6%). Este resultado deve-se quase exclusivamente à frequência de *serviços noticiosos*. Em proporções muito mais reduzidas, encontram-se também nas grelhas da SIC os *magazines informativos* e os programas de *reportagem*.

147. A diversidade de *géneros televisivos* de informação apresentados pela SIC encontra-se basicamente reduzida às três categorias acima referidas, registando-se valores residuais para a presença de outros programas *informativos*, como sucede, por exemplo, relativamente à exibição de *entrevistas* ou de *debates*.

148. Durante o ano de 2008, a SIC transmitiu 275 programas pertencentes à categoria *culturais/conhecimento*, transformando-a na segunda categoria menos exibida (4,3%) e com menor duração (2,6%) ao longo do ano, somente à frente dos programas *desportivos*.

149. Pese embora a sua fraca representatividade, esta categoria de programas encontra-se representada maioritariamente pela exibição de *documentários*. Os programas de *artes e média* são o segundo *género* mais representado nesta categoria, mas são suplantados em duração pelos *magazines culturais* e pela exibição de *espectáculos* ao vivo ou em diferido.

150. Na SIC, o ano de 2008 foi preenchido por apenas um programa regular especificamente destinado a grupos minoritários, o programa *Etnias*.

151. Os *infantis/juvenis* constituem a quarta categoria de programas com mais tempo de emissão (11,4%) em termos globais, tendo registado várias oscilações ao longo de 2008 – destaca-se, designadamente, o facto de terem sido suprimidos das grelhas de programação dos dias úteis entre os meses de Março e Junho.

152. Nos restantes meses do ano, a programação infanto-juvenil teve uma presença diária nas grelhas da SIC, através da exibição do bloco SIC Kids, nos dias de semana e fins-de-semana, e ao qual se junta o contentor Disney Kids, nos fins-de-semana. Registou-se ainda a frequência de *infantis/juvenis* no horário nobre, resultante da exibição da telenovela *Rebelde Way* neste período horário.

153. Observando apenas a programação vocacionada para públicos infantis e juvenis constata-se que os *desenhos animados* são predominantes (64,4%), seguidos da exibição de *telenovelas* (17,7%) e *ficção* (9,6%). Os programas identificados no âmbito estrito da programação infanto-juvenil como *educativos* têm uma presença residual nas grelhas da SIC em 2008.

154. Quase um quinto da programação da SIC é constituído por *reexibições* (18,2%). Esta opção de programação ocorre com maior frequência nos períodos da noite/madrugada (38,4%) e com menor assiduidade no período da manhã (12,8%).

TVI

155. A *ficção* (28,5%) e os programas *informativos* (27,6%) são os *macrogéneros* que exibem maior frequência nas grelhas de programação da TVI, representando em conjunto mais de metade do total de programas emitidos. No que respeita à duração, domina a *ficção* (33%), seguida do *entretenimento* (28,8%). Com a menor presença na programação da TVI, destacam-se os programas *culturais/conhecimento*, representando menos de 2% do número de programas e do tempo total de emissão.

156. O peso relativo da *ficção*, no que respeita a duração, deve-se em grande medida à exibição de *filmes/telefilmes* (16%) e *telenovelas* (11,1%). No cômputo geral, o *género talk show* é aquele que apresenta maior duração (16,7%).

157. Em termos de duração, 20,8% da emissão da TVI é ocupada por programas *informativos*, que surgem em terceiro lugar entre os *macrogéneros* mais exibidos pelo serviço de programas. A distribuição por *géneros televisivos* mostra que os *serviços noticiosos* (10,5%) e os *magazines informativos* (9,7%) são os mais importantes em número de horas emitidas desta categoria de programas.

158. A TVI é o serviço de programas que, em termos de duração, apresenta menor diversidade de *géneros televisivos* na composição do seu horário nobre, tendo-se registado apenas a frequência de 15 das 31 categorias da grelha de classificação. A exibição de *telenovelas* (42,9%) e de *serviços noticiosos* (39%) representa mais de 80% do tempo total de emissão neste período horário.

159. A posição hegemónica destes dois *géneros televisivos* torna quase residual a presença dos restantes no horário nobre da TVI. Refira-se apenas o tempo concedido a *transmissões desportivas* (9,7%) e a programas *infantis/juvenis* (2,5%), correspondendo este resultado apenas à exibição do programa Morangos com Açúcar.

160. A *função* predominante na grande maioria dos programas exibidos pela TVI consiste em *entretêr* (63,6%), seguindo-se os programas cuja *função* é *informar* (34,9%). Com o

menor índice de representação, surge a *função promover/divulgar*, presente em menos de 2% do total de programas transmitidos. Não foram identificados programas que apresentassem *formar* como sua função predominante.

161. A TVI é o serviço de programas de âmbito nacional, generalista, de sinal aberto, que exhibe menos programação enquadrável na categoria *culturais/conhecimento*, que representa, em 2008, apenas 1,7% do número total de programas exibidos.

162. Durante o ano de 2008, a TVI apresentou regularmente nas suas grelhas um programa dedicado aos países de língua e expressão portuguesa, o magazine Todos Iguais.

163. Os programas *infantis/juvenis* representam cerca de um décimo do tempo de emissão da TVI em termos globais, constituindo a quarta categoria mais expressiva em duração. Nos dias de semana, a programação infanto-juvenil da TVI limita-se à exibição diária de dois episódios da telenovela Morangos com Açúcar, sendo um deles a repetição do episódio do dia anterior.

164. Note-se que a exibição da telenovela Morangos com Açúcar ocupa mais de metade do tempo especificamente dedicado aos públicos infantis e juvenis (55,8%). O restante espaço de emissão da programação infanto-juvenil é ocupado sobretudo pela exibição de *desenhos animados* (28%) e outros géneros de *ficção* (15,8%). Não foi identificada a presença de *educativos*, *concursos/jogos* e *informação infantil/juvenil* no âmbito da programação infanto-juvenil.

165. Nas manhãs de sábado e de domingo, a TVI exibiu, até ao final de Março de 2008, o contentor Batatoon, cuja retirada das grelhas teve como consequência a exibição das mesmas séries de desenhos animados e das mesmas séries de ficção, mas sem serem agregadas pelo mesmo genérico de identificação.

166. Quanto à presença de *reexibições* na programação da TVI, estas surgem em cerca de um décimo dos programas (10,1%), distribuídas na sua maioria pelos horários da tarde (43,2%) e noite/madrugada (42,5%).

ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA – RTP1, SIC E TVI⁶

167. A análise comparativa dos três principais **blocos informativos** dos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, em 2008, abrange **4089** peças noticiosas, das quais **1377** foram emitidas pelo Telejornal da RTP1 (46 edições do Telejornal), **1492** pelo Jornal da Noite da SIC (46 edições do Jornal da Noite) e **1220** pelo Jornal Nacional da TVI (46 edições do Jornal Nacional). A monitorização é feita **por amostragem**. Os detalhes da amostra encontram-se no corpo do Relatório.

⁶ A análise por serviço de programas encontra-se desenvolvida no corpo do Relatório.

168. A análise realizada permite identificar um conjunto de tendências e persistências, quando comparada com os dados apurados em 2007. Os dados e os detalhes encontram-se expostos nos capítulos do Relatório dedicados a cada um dos operadores.

169. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos três operadores, patente na selecção e hierarquização dos *temas*, *protagonistas* e *fontes* que são objecto de cobertura no seu principal bloco informativo, não obstante seja observável uma maior atenção do Telejornal da RTP1 e do Jornal Nacional da TVI à cobertura da actividade política e à presença dos seus protagonistas nas peças emitidas, enquanto o Jornal da Noite da SIC continua a privilegiar a *ordem interna*.

170. Os dados mostram a hegemonia de três temas na informação dos principais blocos informativos dos três serviços de programas, os quais preenchem cerca de metade das peças da amostra. Esses temas são *política nacional*, *ordem interna* e *desporto*.

171. Embora não seja nítida a existência de uma “marca” diferenciadora do serviço público relativamente aos operadores privados, em termos da duração dos principais blocos informativos o Telejornal (RTP1) distingue-se do Jornal da Noite (SIC) e do Jornal Nacional (TVI) por ser mais curto. A menor duração do principal bloco informativo do serviço público aproxima-o dos modelos de televisão pública europeus não obstante registre mais tempo de emissão do que a maioria deles.

172. Contudo, o mimetismo de agendas entre o serviço público e os operadores privados verifica-se também no mimetismo de ausências, patente, por exemplo, na escassez, na informação dos três operadores, de cobertura jornalística de *temas* e *protagonistas* que traduzam a diversidade *cultural* do País, nomeadamente, *grupos minoritários* associados, em especial, à imigração e às comunidades religiosas.

173. A presença mais frequente da informação *internacional* no Telejornal (RTP1), comparativamente aos blocos informativos dos operadores privados, constitui outra marca distintiva da informação do operador público, contudo menos acentuada em 2008 relativamente a 2007, em virtude de a cobertura das eleições presidenciais norte-americanas ter aumentado o peso da informação internacional nos blocos informativos dos operadores privados.

174. A presença dos países africanos de expressão portuguesa continua a ser residual na informação dos três operadores, embora em 2008 possua mais relevo na RTP1 e na TVI do que na SIC.

175. Ao nível da diversidade geográfica nacional, embora prevaleçam nos três operadores as peças com *enfoque nacional genérico*, a região da Grande Lisboa é predominante nos três serviços de programas, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre *temas*

ou protagonistas de regiões como o Alentejo e as Regiões Autónomas.

176. A frequente omissão das *fontes* de informação consultadas, bem como o recurso a uma *única fonte*, nos blocos informativos do operador público e dos privados, merece reparo pelo que pode significar de menor rigor conferido à informação. No entanto, há que salientar uma tendência generalizada para o acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas em 2008, face a 2007. A esta tendência junta-se o acréscimo de peças que consultam *fontes de informação múltiplas* e, como corolário, a diminuição da percentagem de peças com *fontes únicas*.

177. A omnipresença do *futebol* nos três serviços de programas, com prejuízo da cobertura de outras modalidades desportivas, deve ser assinalada, em particular no operador público. Porém, há a salientar que, devido à cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim, o diferencial entre o Telejornal da RTP1 e os blocos informativos dos operadores privados, SIC e TVI, diminuiu.

178. Relativamente aos operadores SIC e TVI, denota-se, em particular no primeiro, a importância conferida a temas da categoria *ordem interna*, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente, a *crimes e acidentes e catástrofes*, enquadrados ou não como *casos de justiça*. Contudo, é de salientar a atenção conferida por ambos à cobertura da *política nacional*, em especial a actividade governativa, na TVI, e o protagonismo conferido por ambos os operadores a *cidadãos comuns* nas peças emitidas.

179. Em todos os serviços de programas, as *actividades dos partidos políticos e políticas de educação* são os subtemas mais frequentes na temática *política nacional*. A RTP1 confere maior relevo a estes assuntos do que a SIC ou TVI.

180. Entre os protagonistas da categoria *política nacional*, os membros do Governo estão entre os mais presentes nos três serviços de programas, com valores aproximados e na seguinte sequência decrescente: SIC, TVI e RTP1.

181. Os *secretários-gerais e presidentes dos partidos* estão também entre os protagonistas da categoria *política nacional* mais salientes, em particular na RTP1 (onde são a categoria mais representada).

182. Considerando apenas os protagonistas que surgem nas peças associados a uma determinada pertença político-partidária⁷, predominam os membros do Governo nos três blocos informativos, com maior representatividade nos operadores privados do que no operador público.

⁷ Os dados relativos à RTP1, constantes deste capítulo, não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público. Isto deve-se ao facto de os métodos de análise não serem absolutamente coincidentes. Acresce que as peças incluídas neste Relatório não se cingem ao campo político-partidário, abrangendo outros actores para além de membros do Governo e dos partidos.

183. Os protagonistas do PSD representam a segunda categoria mais frequente nos três blocos informativos, com menor incidência no operador público.

184. Os protagonistas do PS representam a terceira categoria mais frequente nos três operadores, em particular na RTP1.

185. Os protagonistas do PCP/CDU representam a quarta categoria mais frequente no Jornal da Noite da SIC e no Telejornal da RTP1 e a sexta no Jornal Nacional da TVI.

186. Os protagonistas do CDS/PP representam a quinta categoria mais frequente nos três blocos informativos.

187. Entre os protagonistas com representação parlamentar, os do BE são os menos representados na RTP1 e na SIC. No Jornal Nacional da TVI, são a quarta categoria mais frequentada.

188. Nos dias da amostra, a presença de protagonistas pertencentes a partidos extraparlamentares, em particular o PND e o PPM, teve expressão residual nos três operadores.

189. O tema *relações laborais* possui presença diminuta nos três serviços de programas, sendo ligeiramente mais frequente, enquanto tema dominante, na RTP1, do que na SIC ou na TVI. O subtema *greves, protestos e manifestações laborais* é mais saliente na RTP1, a categoria *acções sindicais* na TVI e a categoria *emprego/desemprego* na SIC.

190. As *fontes* oriundas da área política, designadamente, o Governo nacional, são a principal *fonte* de informação dos três blocos informativos, tendência ligeiramente mais acentuada na RTP1 e na TVI.

191. Exceptuando a RTP1, os blocos informativos dos outros serviços de programas generalistas tendem a consultar uma única *fonte* no tratamento editorial das notícias, sendo que a RTP1 e a TVI apresentam mais frequentemente que a SIC várias *fontes* de informação na mesma peça.

RADIODIFUSÃO SONORA

ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO

192. No âmbito das alterações registadas, no ano de 2008, aos projectos de radiodifusão sonora, assistiu-se a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentes, já reconhecidos ou

reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projecto aprovado (5), a conversão dos serviços de programas (3) e a alteração de denominação dos serviços registados (8).

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

193. Em 2008, as alterações à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, registaram um aumento significativo em relação aos pedidos apresentados no ano anterior.

194. De assinalar, porém, que tais alterações não representaram modificações significativas no quadro dos detentores de participação no capital social de três ou mais operadores.

CUMPRIMENTO DAS QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA⁸

195. No decurso do ano de 2008, assinalou-se um aumento significativo de operadores de radiodifusão activos no sistema de envio e tratamento automático de dados para apuramento da quota de **difusão de música portuguesa** (136 serviços de programas), registando-se, relativamente a 2007, um acréscimo de 53%.

196. Dos operadores de âmbito local activos no sistema da ERC, cerca de 80% cumprem a quota legal de 25% de emissão de música nacional. A referida quota deve ser preenchida com uma **percentagem mínima de 60% de música** composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, verificando-se que uma média de 92,4% dos operadores activos respeita tal exigência legal.

197. Também os operadores de âmbito nacional mantêm percentagens de emissão de música portuguesa superiores ao mínimo legal estabelecido, quer no que respeita à obrigação de emissão de uma quota de 25% de música portuguesa, no total da programação musical, quer no que se refere ao preenchimento dessa quota com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

198. Importa realçar que o quadro normativo que implementa a quota de música portuguesa consagra, no seu artigo 44º-E, n.º 1, um regime de excepção, o qual foi desenvolvido nos termos do Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República de 5 de Setembro, sob o n.º 495/2008.

199. Dos elementos determinantes para o desenvolvimento deste regime destacam-se os dados provenientes do mercado discográfico, concluindo-se que, em Portugal, são insuficientemente produzidos os seguintes géneros musicais: *hip-hop/rap/urbana*, infantil,

⁸ De acordo com as alterações introduzidas à Lei da Rádio pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março.

jazz/blues, dance e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação⁹.

200. Ao abrigo deste regime foram apresentados, até ao final de 2008, 13 pedidos de isenção do cumprimento da quota de música portuguesa, na sua maioria referentes a serviços de programas temáticos musicais cuja programação assenta no género *dance music*.

RENOVAÇÃO DOS TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

201. No ano de 2008, mais especificamente a partir do 2º semestre, iniciou-se o prazo de seis meses para apresentação, pelos operadores titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão de âmbito local, dos respectivos pedidos de renovação.

202. No universo total de 347 operadores de âmbito local, foram apresentados, até ao fim do ano, 227 pedidos de renovação, dos quais 64 foram autorizados, no mesmo período de tempo.

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2008

203. No ano de 2008, foram realizadas acções de fiscalização regulares, tendo por objectivo a verificação do cumprimento das condições de licenciamento e das obrigações legais impostas em matéria de emissão de serviços de programas de cobertura local

204. Foram levadas a acabo 54 acções de fiscalização a operadores de rádio, das quais 16 implicaram a deslocação às instalações das rádios.

205. Nas acções de fiscalização realizadas, foram assinaladas 23 irregularidades na emissão dos operadores, concluindo-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria, na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador e em situações de falhas de emissão.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE RADIODIFUSÃO

INFORMAÇÃO DIÁRIA

206. A análise comparativa dos três serviços de programas – RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial – permite identificar um conjunto de tendências para o ano de 2008. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos três operadores, patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que

⁹ Dados da Associação Fonográfica Portuguesa e da Sociedade Portuguesa de Autores.

são objecto de cobertura nos dois blocos informativos analisados (8h00 e 18h00) de cada um dos serviços de programas.

207. A *duração média* das peças dos três serviços de programas é de 1 minuto e 14 segundos. A *temática* mais frequente e comum aos três serviços de programas é a *política nacional*. Embora assumindo prioridades distintas, estão também entre os temas mais representados nos três serviços de programas *assuntos internacionais* e *economia, finanças e negócios*. De um modo geral, de curta duração, as peças incidem, essencialmente, em informação factual. O registo noticioso é o predominante, assumindo o *comentário/entrevista* um carácter pontual.

208. As escassas *referências a imigrantes/grupos minoritários* não permitem objectivar diferenças qualitativas significativas entre os serviços noticiosos do operador público e dos operadores privados. No âmbito dos poucos casos identificados, conclui-se que é na RDP Antena 1 que estes grupos surgem com mais expressão associados a situações de *criminalização*.

209. Na sua globalidade, entre os quatro domínios socialmente mais vulneráveis (*religião/crença, portadores de deficiência, minorias étnicas/imigração* e *crianças/jovens*), mercedores de uma abordagem focalizada, verifica-se que estes são mais referidos em peças da Rádio Renascença. A presença/referência a *crença/religiosidade* é um elemento, pelo seu destaque, distintivo da Rádio Renascença, nomeadamente, no que respeita ao *cristianismo católico*. É também este operador que mais referência faz a indivíduos *portadores de deficiência*, bem como a *crianças e jovens*. Por seu turno, a Rádio Comercial regista apenas uma peça em que refere *religião (islamismo)* e nenhuma que remeta para *portadores de deficiência*; este mesmo serviço de programas possui o menor número de peças com referência a *grupos minoritários/imigração*, bem como a *crianças/jovens*.

210. A *referência a crianças/jovens* é, predominantemente, realizada num registo de vitimização, no contexto de crimes.

211. Também ao nível das fontes de informação não se registam diferenças significativas. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma *única fonte* no tratamento editorial das notícias. A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença apresentam mais frequentemente várias fontes de informação. Na Rádio Comercial, observa-se um formato de peças predominantemente mais breve, sendo este o operador que identifica as fontes noticiosas em menor número. Considerando os casos em que as fontes são *múltiplas*, predomina nos três operadores a *dissonância* relativamente à *concordância* entre as fontes consultadas.

212. Como referido, a temática mais frequente e comum aos três serviços de programas é a *política nacional*; entre os temas mais representados estão os *assuntos internacionais* e *economia, finanças e negócios*. São estes também os três temas que, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, suscitaram mais peças com *discurso opinativo* (ainda que pontuais). Este

tipo de discurso assume uma escassa expressividade nos operadores referidos, não tendo sido identificado na Rádio Comercial.

213. Nos casos de peças que requerem referências aos *interesses atendíveis*, observa-se que, na sua maior parte, não é dada conta das posições de todos os envolvidos na mesma peça ou no mesmo bloco informativo, com possível prejuízo do rigor informativo.

214. Não obstante o peso de peças em que não há um *protagonista* identificado, destacam-se os *actores de política nacional*, nos três serviços de programas, seguidos de *comunidade internacional*, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, e do *desporto*, na Rádio Comercial.

215. Enquanto subtemas mais comuns da área da *política nacional*, estiveram as *actividades da Assembleia da República* na Rádio Renascença e Rádio Comercial. Este subtema foi o segundo mais representado na RDP Antena 1, a seguir às *actividades dos partidos políticos*. O subtema *eleições* é relevado pela RDP Antena 1 e Rádio Renascença, mas menos pela Rádio Comercial.

216. No plano da *política nacional*, o tema *eleições* assumiu particular relevo, em particular no tocante às eleições para a liderança do PSD. A polémica do caso BPN foi também um tema de destaque, surgindo no final do ano associado às actividades da Assembleia da República.

217. No tema *actividades da Presidência da República* destaca-se o veto presidencial ao estatuto político-administrativo da região Autónoma dos Açores, bem como a posição do *Presidente da República* em relação à nova lei do divórcio.

218. A categoria de *protagonistas políticos* mais representados é comum aos três operadores e corresponde a *membros do Governo*. Seguem-se, para os três serviços de programas, o *PSD*, o *CDS-PP* e o *PS*.

219. Entre os protagonistas que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os *membros do Governo* nos três serviços de programas, com maior representatividade na Rádio Comercial (80,4%), seguida pela Rádio Renascença (41,4%) e RDP Antena 1 (37,9%).

220. Os protagonistas do *PSD* representam a segunda categoria mais presente nos três serviços de programas, com maior incidência na Rádio Renascença (26,3%), seguida de perto pela RDP Antena 1 (24,8%) e só depois pela Rádio Comercial (8,7%).

221. Os protagonistas do *CDS-PP* representam a terceira categoria mais presente nos blocos informativos da Rádio Renascença (12%), seguida pela RDP Antena 1 (11%) e a Rádio Comercial (6,5%).

222. O *PS* é a quarta formação político-partidária mais representada, particularmente na Rádio Renascença (10,5%), seguindo-se a RDP Antena 1 (9,7%) e a Rádio Comercial (2,2%).

223. O *PCP/CDU* não se encontra referido pela Rádio Comercial nas peças da amostra, destacando-se a sua presença na RDP Antena 1 (9%), a que se segue a Rádio Renascença (3,8%).

224. O *BE* é referido, por ordem decrescente, na RDP Antena 1 (6,2%), na Rádio Renascença (3,8%) e na Rádio Comercial (2,2%). A Rádio Renascença foi a única a referir o *MPT*.

225. Analisando em particular o operador público, Antena 1, no que se refere ao registo sistemático de todas as presenças ou referências à actividade político-partidária do Governo e dos partidos políticos, enquanto *instituições* (e não apenas enquanto *protagonistas*, a que se referem os pontos 101 a 106, supra), e que foram alvo de cobertura noticiosa nos dois blocos informativos deste operador – o das 8h00 e o das 18h00 –, os dados divergem. Assim, o *Governo* e o *PS* (em conjunto) são os mais representados, com 48,1%.

226. Quanto aos partidos da *Oposição Parlamentar*, o *PSD* é o segundo mais representado com 19,5%. Segue-se a *CDU* com 12,2%, o *CDS* com 11,1% e o *BE* com 9,1%. Nos dias da amostra, não foi identificada nenhuma peça com presença ou referência aos diferentes partidos da *Oposição extraparlamentar*.

227. Como dado complementar, note-se que a representatividade de *outras formações* externas ao campo estritamente político-partidário permite destacar a importância de agentes como associações cívicas, instituições da administração pública, incluindo de regulação, órgãos regionais, entre outros. A este nível, constata-se ainda que as várias *formações de natureza profissional, cívica*, entre outras, assumem um peso mais elevado que o *Governo*, o que denota a presença da cobertura de eventos polémicos, ou que provocaram contestação, como é o caso do encerramento de unidades de urgência médica, ou os conflitos na área da *educação* (avaliação dos professores), que marcaram o ano de 2008.

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO: GRELHAS DE PROGRAMAS¹⁰

228. Numa análise geral às grelhas **dos serviços de programas do operador público de rádio¹¹** - Antena 1, Antena 2 e Antena 3 –, em 2008, comparativamente a 2007, tendo como base as respectivas grelhas-tipo, verificou-se, relativamente à programação da Antena 1 um ligeiro aumento na área dos programas de informação não diária e na divulgação musical, bem como o cumprimento das quotas de música portuguesa, específicas para este serviço de programas.

¹⁰ Cláusulas 6ª (sobre produção e emissão de programas) e 7ª (acções a desenvolver em matéria de programação) do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão.

¹¹ Dados percentuais fornecidos pelo operador.

229. Quanto à Antena 2, em 2008, este serviço de programas reorientou a sua programação para grandes painéis de programação, numa lógica semelhante à praticada por outros operadores, com a introdução, nos grandes espaços de programação, de alinhamento musical e de pequenas rubricas sobre diversas matérias relacionadas com a missão daquele serviço de programas.

230. Ainda na Antena 2, os programas de divulgação musical, tal como os pequenos formatos de autor e os programas dedicados à música contemporânea, cresceram significativamente, tendo a transmissão de concertos descido mais de 7%. Por outro lado, em 2008, há a assinalar a inclusão de um espaço de programação dedicado à ópera. Comparativamente a 2007, no total da emissão, verificou-se uma descida dos espaços informativos em cerca de 1% na Antena 2.

231. Na Antena 3, verificou-se, em 2008, uma redução nos programas e pequenos formatos de música e palavra, 5 e 2%, respectivamente, bem como nos programas de continuidade, por contraposição ao aumento significativo, 12%, de programas musicais de *play-list*. Os conteúdos informativos mantiveram-se nos níveis de 2007.

IMPrensa

VERIFICAÇÃO DO CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS DO ARTIGO 15º DA LEI DA IMPrensa: FICHA TÉCNICA DAS PUBLICAÇÕES¹²

232. Tendo em vista uma o **cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa (LI)**, a ERC desenvolveu, em 2008, por amostragem, a verificação do cumprimento daquele artigo em **publicações periódicas de informação geral de âmbito nacional**, abrangendo os diários 24 Horas, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público, os semanários Expresso e Sol e as revistas semanais Visão, Sábado e Focus.

233. A análise incidiu sobre três dimensões: a) nome; periodicidade e tipo de publicação; b) dados de publicação obrigatória na primeira página/capa dos jornais/revistas; c) dados de publicação obrigatória na ficha técnica no interior dos jornais/revistas.

234. Os indicadores verificados respeitam a: número de registo do título; nome, firma ou proprietário; número de registo de pessoa colectiva; nomes dos membros do Conselho de Administração ou de cargos similares; indicação dos detentores de mais de 10% do capital da empresa; domicílio ou sede do editor; domicílio ou sede do impressor; domicílio ou sede da redacção; tiragem; identificação da secção com as indicações técnicas.

235. A análise mostra o cumprimento, pela globalidade das publicações analisadas, dos requisitos do artigo 15º da LI. Contudo, revela também incumprimentos, em alguns casos

¹² Lei de Imprensa, Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro (art.º 15º)

sistemáticos, de algumas das obrigações legais previstas por parte de algumas das publicações analisadas, as quais se encontram identificadas no corpo do Relatório.

IMPrensa DE CAPITALS MAIORITARIAMENTE PÚBLICOS

DIÁRIO DO ALENTEJO

236. A análise do Diário do Alentejo abrange um total de 356 artigos com presença na *primeira página*, correspondentes a 26 edições publicadas em 2008. As peças analisadas referem-se a acontecimentos de diversas áreas com maior incidência na política e na cultura, sobretudo em actividades das autarquias regionais e eventos culturais da região.

237. A análise dos artigos com presença na *primeira página* do Diário do Alentejo, assim como a análise dos editoriais e dos artigos de opinião, identificam este semanário como um semanário regional, centrado nas *temáticas (actividades de autarquias, artes e eventos culturais e futebol)*, *actores (presidentes de autarquias, primeiro-ministro, ministros, artistas e outros criadores, atletas e técnicos desportivos)* e *incidência geográfica (região Alentejo)* correspondendo aos objectivos definidos no seu estatuto editorial.

238. Por outro lado, as obrigações de pluralismo e diversidade que sobre ele impendem, devido à sua natureza de semanário de capitais maioritariamente públicos, encontram-se em parte cumpridas através da variedade de *temáticas* regionais e de *actores* (nos âmbitos regional e nacional) que protagonizam os seus artigos de *primeira página*, *artigos de opinião* e *editoriais*, embora se denote concentração em temas e actores ligados às autarquias da região dirigidas pela CDU – PCP/PEV.

239. O Alentejo é a região com maior *incidência geográfica dos artigos* com referência na *primeira página* deste semanário, correspondendo a mais de metade das peças que se destacam neste espaço editorial. As *actividades de autarquias* são a *temática* mais frequente nesses artigos. Seguem-se, na subtemática *política nacional*, *políticas de ordenamento do território* e *políticas culturais*.

240. Nas *manchetes* do Diário do Alentejo, existe uma grande variedade de *temáticas*, predominando várias *políticas* do Governo, seguidas por *actividades de autarquias* e *subtemas* incluídos na *ordem interna* e na *economia, finanças e negócios*. Os *presidentes de autarquias* são os *actores* mais frequentes nas *manchetes*.

241. Os artigos de opinião do Diário do Alentejo, incluindo os *editoriais*, abordam uma grande variedade de *subtemas*, destacando-se, na amostra de 2008, os relacionados com a *acção governativa genérica*, outros temas da *política nacional*, *greves*, *protestos e manifestações laborais* e com *políticas para a educação*.

242. Os *actores* mais presentes nos artigos do Diário do Alentejo são também os

presidentes de autarquias, seguindo-se, ainda que em menor proporção, o *primeiro-ministro* e os *ministros*.

243. As *temáticas principais* e *actores* relacionados com *relações laborais* possuem presença residual nas primeiras páginas do Diário do Alentejo. Os que existem (5,3% no que respeita às temáticas e 2,8% do total da amostra, quanto aos *actores*) incidem sobre *acções sindicais, greves, protestos e manifestações laborais e emprego/desemprego*, tendo como *protagonistas* o *primeiro-ministro* e *demais membros do Governo, representantes de centrais sindicais, federações e associações sindicais, presidentes e outros representantes de autarquias*, com peso equivalente da *incidência geográfica nacional* face ao Alentejo.

244. A maioria dos artigos de primeira página do Diário do Alentejo tem *fontes* identificadas. Os valores relativos à utilização de *fonte única* são muito idênticos aos da utilização de *fonte múltipla* nesta amostra de 2008. Numa percentagem de cerca de 17%, encontram-se os artigos com *informação não atribuída*. Tanto nos artigos de *fonte única* como naqueles onde é consultada mais do que uma fonte, a *temática* predominante são as *actividades das autarquias* do Alentejo.

245. No que respeita ao pluralismo político-partidário, os dados apurados devem ser lidos como tendências, uma vez que a amostra utilizada possui dimensão reduzida, abrangendo apenas a *primeira página* de cada edição e os artigos nela citados, e não toda a edição, num total de 356 artigos.

246. Tendo em conta essa limitação, os dados mostram que as presenças do Governo e do PS, em conjunto, representam 45,9%, seguindo-se as autarquias do PCP, do PCP/CDU e do PEV que, em conjunto, representam 26,9%. O PSD e as autarquias do PSD representam 7,9%, o CDS/PP 2,5% e o BE 1,5%. Com valores inexpressivos encontram-se outros autarcas e autarquias e associações de municípios. Estes dados correspondem à representação político-partidária das autarquias da região em que a coligação CDU (PCP/PEV) é maioritária.

247. No total da amostra, os presidentes das autarquias são os actores mais frequentemente representados de forma favorável e, por oposição, o primeiro-ministro e os ministros aparecem com maior frequência em artigos com *valência/tom negativo*.

JORNAL DA MADEIRA

248. A análise do Jornal da Madeira abrange um total de 227 artigos com presença na *primeira página*, correspondentes a 25 edições publicadas em 2008. As peças analisadas referem-se sobretudo a acontecimentos políticos do País e da Região Autónoma. Trata-se de assuntos ligados à política nacional e regional, nomeadamente a actividade dos órgãos regionais da Madeira (Governo Regional e Assembleia Regional) e das autarquias do

arquipélago.

249. A análise de conteúdo da primeira página, assim como dos artigos de opinião, do Jornal da Madeira identifica-o como um jornal regional, centrado nos *temas, protagonistas e fontes* da Região Autónoma da Madeira, quer se trate de matérias da política, da ordem interna, ou da economia, finanças e negócios.

250. Por outro lado, nos artigos cujos actores pertencem à área de *política nacional*, predomina a presença de *membros dos órgãos políticos regionais* – Governo Regional, Assembleia Legislativa e outros e *órgãos regionais* –, bem como do presidente do Governo da Região Autónoma da Madeira.

251. Tratando-se de um jornal de capitais maioritariamente públicos, encontra-se vinculado a acolher nas suas páginas uma maior diversidade de *temas, fontes e actores*, o que se verifica apenas em parte da amostra analisada, devido à grande concentração em temas e actores ligados aos órgãos regionais da Região Autónoma da Madeira.

252. No Jornal da Madeira, o *tema* mais frequente na primeira página, assim como nos artigos de opinião, é a *política nacional (regional)*, em particular *actividades de órgãos regionais e actividades de autarquias*, tendo como *actores*, sobretudo, *membros de governos e órgãos regionais e presidentes dos governos regionais*, que são a primeira categoria de protagonistas mais presentes nos artigos deste jornal.

253. Segue-se, como segundo *tema* mais frequente neste jornal, *ordem interna*, incidindo em *temas* associados a *actividades policiais, crimes e acidentes e catástrofes*.

254. Como terceiro *tema* mais presente no jornal, encontra-se *economia, finanças e negócios*, em particular *turismo, indicadores económicos e empresas e negócios*, entre outros subtemas residuais.

255. Mais de metade dos artigos do Jornal da Madeira possui *fonte única*.

256. A Região Autónoma da Madeira é a região com a maior *incidência geográfica dos artigos* analisados, estando presente em mais de metade dos artigos. Nestes são temáticas principais: *política nacional (regional)*, *ordem interna* e *economia, finanças e negócios*. É residual a presença de outras regiões do País e de artigos com incidência geográfica *internacional e/ou comunitária*.

257. Os *temas e actores das manchetes* do Jornal da Madeira são, na sua maioria, da área da *política nacional (regional)*, sendo residual a presença de outras categorias, como *saúde e acção social, economia, finanças e negócios, ordem interna, sistema judicial, ambiente, urbanismo e cultura*. Esses temas e actores são representados, especificamente, pelos órgãos regionais, em particular pelo Governo Regional e autarquias.

258. Os *actores* e *temas* dos artigos com imagens estão relacionados, na sua maioria, com a área da *política nacional (regional)*. No caso dos *actores*, destaque, também, para as áreas do *desporto e ordem interna*. Na primeira, salienta-se a presença de *membros do Governo Regional e dos órgãos regionais*, seguida do *presidente do Governo Regional*. Na segunda, *atletas e técnicos desportivos e dirigentes desportivos* e, na terceira, *suspeitos de crimes e actos ilícitos e representantes de forças de segurança*.

259. No que respeita ao pluralismo político-partidário, os dados apurados devem ser lidos como tendências, uma vez que a amostra utilizada possui dimensão reduzida, abrangendo apenas a 1ª página de cada edição e os artigos nela citados, e não toda a edição, num total de 227 artigos.

260. Não obstante essa limitação, os dados mostram que a presença do Governo Regional da Madeira representa 27,6%, o PSD e autarquias PSD registam, em conjunto, 22,2%, o que perfaz, para os protagonistas do Governo e do partido da maioria, um total de 49, 8% das presenças, seguindo-se o Governo Nacional, com 23,6%. O PS e autarquias PS registam, em conjunto, 11,5%, o PCP/CDU 5,3%, o CDS/PP 3,1% e o BE com 2,2%. Outros partidos possuem presença residual. Com as ressalvas expostas, estes dados correspondem à representação das forças político-partidárias da Região Autónoma da Madeira, em que o PSD é o partido maioritário.

261. De notar, que os *membros do governo regional e dos órgãos regionais*, incluindo o *Presidente do Governo Regional*, e *autarcas* têm apenas referências positivas. Por seu turno, o *primeiro-ministro* é representado em todos os artigos em que é actor com valência/tom negativo.

SONDAGENS

262. O ano de 2008 evidenciou uma quebra generalizada no mercado das sondagens e dos estudos de opinião abrangidos pela Lei das Sondagens, com repercussões ao nível dos depósitos verificados (menos 1/5 das sondagens depositadas em 2007). À data de 31 de Dezembro de 2008, as empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião eram em número de 18 entidades.

263. Para além da redução do número de depósitos de sondagens para divulgação, constata-se que, de 2007 para 2008, o número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens na ERC reduziu-se em quatro. Concomitantemente, a percentagem de sondagens divulgadas foi menor do que em 2007.

264. Para além da redução do número de depósitos de sondagens, observou-se também uma redução do número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens na ERC.

265. Durante o ano civil de 2008, observaram-se 102 depósitos de sondagens, com maior incidência nos meses de Maio e Outubro, encontrando-se 95 delas no âmbito da actividade reguladora da ERC.

266. As 102 sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foram realizadas para 38 clientes distintos, número praticamente idêntico ao apurado em 2007 (37).

267. Em 2007, os depósitos conjuntos das três empresas mais representativas significaram cerca de 61% do total, enquanto, em 2008, essa percentagem subiu para os 66%. Estes dados apontam para uma tendência de concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas.

268. Relativamente às temáticas abordadas nas sondagens em 2008, a manutenção dos barómetros políticos regulares que abordam a imagem das principais instituições políticas do País e seus representantes, bem como dos líderes partidários, reflectiu-se na maior incidência destes temas em relação a outros, eventualmente mais focalizados em aspectos concretos do foro político e social.

269. Foram assinalados um total de 161 temas diferentes nas sondagens depositadas durante o ano de 2008¹³ (mais 52 do que o que foi apurado em 2007¹⁴), que representaram um total de 581 referências distintas no conjunto das 102 sondagens depositadas, sendo particularmente evidentes as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, Primeiro-Ministro, Governo, Ministros e Líderes Partidários.

270. Assim, mais de 50% das sondagens depositadas em 2008 incidem sobre as temáticas relativas à Imagem dos Líderes Partidários, Voto Legislativo e Imagem do Presidente da República, sendo superior a 25% as sondagens que abordam temas relativos à Imagem do Primeiro-Ministro, Imagem do Governo e Imagem dos Ministros do Governo.

271. Para além dos temas relacionados com a situação e as expectativas económicas, é de relevar o conjunto de estudos relacionados com o Partido Social Democrata, partido que viveu dois escrutínios internos.

272. Relativamente ao método de recolha de informação, de acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o mais utilizado foi o telefónico, através de selecção directa ou em painel, em 82 das 102 sondagens depositadas durante o ano de 2008, ou seja, em cerca de 90% delas, acompanhando a tendência verificada em 2007.

¹³ Consideram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

¹⁴ Assinala-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2007, após algumas melhorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

273. Relativamente ao método de selecção da amostra, a grande maioria das sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foi realizada recorrendo ao método de selecção aleatória. Este indicador acompanha o perfil observado em 2007.

274. Quanto à divulgação, foram divulgadas, em 2008, 83 das 102 sondagens depositadas, observadas em 48 órgãos de comunicação social nacionais, representando estes menos 18 do que o total apurado em 2007 (66).

275. Num perfil semelhante ao apurado no ano de 2007, os dados de 2008 revelam que cerca da quarta parte dos órgãos de comunicação social que divulgaram sondagens em 2008 representaram cerca de 2/3 das divulgações identificadas.

276. Relativamente ao tempo decorrido entre o depósito na ERC e a respectiva divulgação, constata-se que se manteve, em 2008, a percentagem elevada de sondagens divulgadas no próprio dia do seu depósito¹⁵. Se, em 2007, o número de sondagens com aquelas características representava 36,4% do total, tal percentagem manteve-se acima dos 30% em 2008 (33,7%). Por via deste indicador, foi possível determinar que, em 2008, o tempo decorrido, em média, entre a data do depósito das sondagens, na ERC, e a data da sua primeira divulgação ultrapassou os três dias, quando em 2007 se aproximava apenas do dia e meio (1,5).

277. Nos 43 processos encerrados durante o ano de 2008 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, 60,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com incumprimentos de Regras de divulgação ou interpretação de sondagens¹⁶.

278. As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito registaram 15,5% do total apurado¹⁷.

¹⁵ No ano de 2008, realizou-se apenas um acto eleitoral, daí ter sido depositada na ERC apenas uma sondagem "à boca da urna".

¹⁶ Artigo 7º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

¹⁷ Artigo 6º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

III. A ERC em 2008 – Números mais Significativos

Em 2008, verificou-se um aumento muito significativo do número de deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador, destacando-se as relativas a licenças de serviços radiofónicos e televisivos, publicidade, pedidos de parecer e direito de resposta. São os seguintes os números mais expressivos sobre a actividade da ERC em 2008:

57 Reuniões do Conselho Regulador (53 reuniões em 2007)

342 Deliberações (mais 75,38% que em 2007), relativas a:

104 Direitos de Resposta (correspondentes a 105 recursos, mais 121,28% que em 2007)

66 Licenças de serviços radiofónicos e televisivos (mais 842,8% que em 2007)

45 Conteúdos (mais 55,17% que em 2007)

34 Autorizações (mais 88,89% que em 2007)

29 Sondagens (menos 3,33% que em 2007)

18 Publicidade (mais 350% que em 2007)

17 Outros assuntos, tais como infracção de regras no anúncio da programação televisiva;

12 Pedidos de parecer (mais 300% que em 2007)

5 Direitos dos jornalistas (mais 25% que em 2007)

4 Pluralismo (menos 73,33% que em 2007)

3 Pareceres legislativos (menos 70% que em 2007)

2 Registos (nenhum em 2007)

2 Directivas (nenhuma em 2007)

1 Direito de antena (igual a 2007)

E ainda,

2 audições parlamentares do Conselho Regulador

2 reuniões do Conselho Consultivo

31 processos contraordenacionais

10 impugnações judiciais de taxas da ERC

2 Acórdãos do Tribunal Constitucional sobre as taxas (Acórdão n.º 613/2008; Acórdão n.º 365/2008)

926.509,50 euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão

82.183,70 euros investidos em sistemas de informação

8683 entradas (mais 21,75% que em 2007)

60 recursos humanos (número total em 2008)

127.689,50 euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)

11.500,00 euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios

4 Livros publicados: Avaliação do Pluralismo Político-Partidário na RTP em 2007 | Relatório de Regulação 2007 | Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social Portugueses | Relatório de Actividades e Contas 2007

TÍTULO I - INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

1. Directiva sobre Publicações Periódicas Autárquicas

Em 2008, verificando a existência de dúvidas sobre o regime legal relativo à caracterização, à missão e às obrigações que impendem sobre **publicações periódicas editadas pela administração regional e local**, nomeadamente, em matéria de pluralismo político, o Conselho Regulador adoptou um projecto de Directiva, tendo decidido submetê-lo a consulta pública.

Ponderadas as observações formuladas no âmbito dessa consulta, o Conselho aprovou a Directiva 1/2008, aplicável a todas as publicações periódicas editadas pelos municípios e freguesias portuguesas, por quaisquer órgãos e serviços destas entidades e por empresas municipais ou associações de autarquias locais.

De destacar na citada Directiva a admissão do exercício dos direitos de resposta e de rectificação e, além disso, a obrigação de veicular a expressão das diferentes forças e sensibilidades políticas que integram os órgãos autárquicos.

2. Directiva sobre Direito de Resposta e de Rectificação

Na sequência dos princípios expostos no Relatório de Regulação de 2007, sobre a doutrina da ERC relativa aos **direitos de resposta e de rectificação**, e face ao elevado número de solicitações que lhe vinham sendo dirigidas neste domínio, o Conselho Regulador aprovou, em 2008, uma Directiva sobre a publicação de textos de resposta e de rectificação na Imprensa, que visou clarificar e aprofundar, enquanto instrumento prático, a doutrina que vinha sendo aplicada pela ERC. Essa Directiva – Directiva 2/2008 – foi adoptada em 12 de Novembro de 2008.

Os tópicos abordados na Directiva são os seguintes:

- a. Pressupostos gerais do exercício do direito de resposta;
- b. Legitimidade dos respondentes;
- c. Exigências formais relativas à publicação dos textos de resposta e de rectificação;
- d. Regime das anotações inseridas na mesma edição em que for publicada a resposta ou a rectificação;
- e. Requisitos legais de admissibilidade da resposta e da rectificação;
- f. Comunicação da recusa de publicação da resposta ou rectificação pelo director do periódico;
- g. Execução das deliberações do Conselho Regulador da ERC relativas aos direitos de resposta e de rectificação.

3. Projecto de Directiva sobre a Inserção de Sobreposições Promocionais em Programas Televisivos

Em Março de 2008, o Conselho Regulador aprovou um projecto de Directiva sobre a inserção de **sobreposições promocionais em programas televisivos**. A iniciativa partiu da verificação de que a inserção de autopromoções, por vezes de forma excessiva, sob a forma de rodapés (*crawl*) sobrepostos à transmissão de programas ou de forma estática, constitui uma intrusão nos conteúdos audiovisuais e uma prática frequente que tem vindo a ser seguida pelos diferentes operadores televisivos. A proposta de Directiva tem como objecto o estabelecimento de um conjunto de boas práticas à luz dos normativos legais do Código da Publicidade e da Lei da Televisão. O projecto já foi submetido aos operadores de televisão, para recolha dos respectivos comentários, encontrando-se ainda em fase de estudo.

4. Estudo Jurídico sobre a Lei das Sondagens

No âmbito das suas competências em matéria de **Sondagens**, a ERC iniciou, em 2008, um estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um projecto tendente à alteração da Lei n.º 10/2000, correspondendo à necessidade de clarificação de regras aplicáveis às empresas credenciadas e à divulgação de sondagens e estudos de opinião por parte dos órgãos de comunicação social, no sentido da procura de modelos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, sem prejuízo do rigor e transparência que lhes são exigíveis.

5. Projectos iniciados em 2008

Em 2008, foi iniciado um conjunto de estudos e projectos com a colaboração de entidades universitárias e de outra natureza, dedicados às seguintes áreas e matérias:

- a. Análise da cobertura jornalística, no ano de 2008, dos temas associados à **imigração e às minorias**, na imprensa e na televisão. O estudo surge no âmbito do protocolo estabelecido entre a ERC e o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e a Universidade de Coimbra. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.
- b. Análise de conteúdo das **peças jornalísticas sobre divulgação de sondagens** publicadas na imprensa, na rádio e na televisão em 2008. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.

- c. Identificação dos **conteúdos publicitários** inseridos em publicações periódicas de informação geral, de âmbito nacional. Os resultados, e respectiva apresentação pública, estão previstos para finais de 2009.
- d. Análise da informação diária emitida pelos **serviços de programas de radiodifusão** de cobertura nacional – Antena 1, Rádio Renascença –, canal 1 e Rádio Comercial (os resultados constam do presente Relatório).
- e. Estudo sobre a **caracterização do sector da radiodifusão local**, com enfoque na caracterização transversal do sector da rádio em Portugal quanto a audiências, âmbito geográfico, captação de publicidade e performance económica e financeira, programação, factores determinantes de sustentabilidade económica, perspectivas e opções estratégicas, cuja apresentação pública teve lugar no início de 2009.
- f. Concepção de um estudo sobre a **imprensa regional e local**, abrangendo uma análise económica do sector, caracterização das publicações e reuniões em todas as capitais de distrito.

6. II Conferência Anual da ERC

A ERC realizou, em 16 e 17 de Outubro de 2008, a sua Conferência Internacional anual, “Por uma Cultura de Regulação”, subordinada, em 2008, ao tema “A Regulação como Valor num Mundo em Mudança”. O primeiro dia incluiu quatro painéis dedicados aos temas “Redes de Nova Geração e Conteúdos”, “Jornalismo e Publicidade”, “Impacto Regulatório das Novas Lógicas de Produção Radiofónica. Convergência e web2” e uma conferência de Yves Pouillet, director do Centro de Pesquisa Informática e Direito da Universidade de Namur, sobre “Société de l’information: de l’urgence d’une réflexion éthique”.

No final dos trabalhos, foram elaboradas as conclusões que se seguem:

Síntese conclusiva

Durante dois dias, especialistas nacionais e internacionais ligados ao universo da comunicação, desde responsáveis por grupos de média, a directores de informação, jornalistas e investigadores de diferentes áreas científicas, discutiram a regulação dos média na segunda Conferência da ERC, dedicada ao tema “A Regulação como Valor num Mundo em Mudança”.

1º Dia

Sessão de Abertura

A sessão de abertura foi presidida pelo **Presidente da Assembleia da República, Jaime Gama**, que salientou as mudanças do sector, as quais abrangem, em sua opinião, o modelo institucional de regulação que evoluiu no sentido da desgovernamentalização, contribuindo,

assim, para a liberdade de imprensa. A ERC dá, segundo Jaime Gama, um forte contributo à Assembleia da República no acompanhamento da actividade da comunicação social através dos estudos que tem divulgado e que fornecem dados anteriormente indisponíveis.

Azeredo Lopes, Presidente ERC, agradeceu a presença do Dr. Jaime Gama, justificada pelo facto de a ERC responder perante a Assembleia da República. Agradeceu à Fundação Gulbenkian e frisou os objectivos da Conferência: o debate aberto sobre a regulação da comunicação social, dando voz a especialistas e a “regulados”. Referiu-se ainda ao contexto particular em que a conferência se desenrola e que reflecte o fundamento da liberdade de imprensa. Realçou a apresentação do ISCTE, que virá dar voz aos cidadãos e que mostra como uma entidade pública pode procurar o contributo do conhecimento produzido na academia.

1ª Sessão – “A Regulação como Valor num Mundo em Mudança”

Na **1ª Sessão**, dedicada ao tema **“A Regulação como Valor num Mundo em Mudança”**, o **Presidente da Imprensa, Francisco Pinto Balsemão**, começou por problematizar a natureza da regulação como valor *de per se*, concluindo que esta deve ser antes encarada como um valor de confronto com outros valores, como a liberdade de expressão e de informação. Salientou que já ninguém põe em causa a necessidade de regulação e que se deve ultrapassar uma “obsessão” de duplo sentido: de um lado, “o desejo de regular” e, do outro, a ideia de que aquela só pretende limitar a liberdade. Para o Presidente da Imprensa, o regulador deve concentrar-se na eliminação de factores de constrangimento do mercado e ser o último recurso num processo que se inicia na auto-regulação, passando pela co-regulação.

Manuel António Pina, Jornalista do Jornal de Notícias e comentador da sessão, começou por evocar os conflitos e dilemas quotidianos dos jornalistas no domínio do livre exercício da sua profissão. Concordou com a ideia de que a regulação deve ser mínima e subsidiária, não constituindo um valor em si, mas destacou a importância de uma auto-regulação assente em valores deontológicos – que tem sido “manifestamente insuficiente”. Em sua opinião, é esse o caminho para evitar “a transformação do jornalismo em comércio”.

2ª Sessão – “Redes de Nova Geração e Conteúdos”

Na **2ª Sessão**, dedicada às **“Redes de Nova Geração e Conteúdos”**, **Zeinal Bava, Presidente da PT**, sublinhou o crescente aumento da capacidade das redes, o que, a seu ver, permite que todos os consumidores sejam criativos e activos, fenómeno que está em crescimento e que a regulação deve ter em consideração. Destacou que os investimentos nesta área são avultados e de longo prazo, sendo necessária uma previsibilidade regulatória. Por último, enfatizou que se deve ter em conta que, para os cidadãos, os conteúdos são determinantes na escolha do operador, sendo por isso fundamental garantir o acesso a conteúdos em condições de igualdade.

A este propósito, o **Presidente da Zon, Rodrigo Costa**, destacou que a revolução tecnológica e social em curso vem conferir uma importância crescente ao tema dos conteúdos e ao papel fundamental dos reguladores na adaptação a esta nova realidade. Para este orador, a regulação deve ser feita em três frentes: comunicação social, telecomunicações e concorrência. Afirmou ainda que a regulação deve ser mínima, mas ao mesmo tempo, forte, justa e rápida, actuando no momento certo. Defendeu, por último, a existência de uma regulação progressista, a par da auto-regulação.

Ângelo Paupério, Presidente da Comissão Executiva da Sonaecom, colocou o problema da oferta das redes, que considera desajustada, pouco competitiva e pouco fiscalizada. Classificou ainda como lenta, excessivamente conservadora e formal a actuação do regulador do sector das telecomunicações, face à rápida evolução do mercado. Defendeu que cabe à regulação o papel de assegurar a promoção da concorrência entre operadores em condições de igualdade.

Comentando as intervenções anteriores, **Nuno Morais Sarmiento, Jurista e ex-Ministro de Estado e da Presidência**, identificou a especial exigência do "mandato constituinte" da ERC, sublinhando que a acção regulatória dos média é particularmente difícil num sector em que os regulados são os próprios "comunicadores com a opinião pública". O comentador sublinhou a relevância da criação de mecanismos de intervenção e recolha de dados, que contribuem para a solidificação de um quadro regulatório. Terminou afirmando que a democratização do acesso a serviços multiplataformas deverá conduzir a regulação para o cliente e o consumidor, assegurando os seus direitos fundamentais.

3ª Sessão – “Jornalismo e Publicidade”

Na 3ª sessão, cuja preocupação essencial foi a de analisar a relação entre **“Jornalismo e Publicidade”**, **Octávio Ribeiro, Director do Correio da Manhã**, alertou para o facto de o crescimento das vendas e audiências dos jornais diários não ser acompanhado por um idêntico crescimento do *share* publicitário. Tal reflecte, em sua opinião, uma “desadequação entre a resposta do mercado e o consumo de jornais”. Considera que a imprensa tem vindo a perder publicidade para a televisão devido, em parte, às obsoletas ferramentas de medição das suas audiências, que deverão tornar-se mais eficazes e céleres. Identificou uma tensão entre os interesses criativos da publicidade e a defesa da qualidade da informação - referindo o exemplo da publicidade intrusiva ao conteúdo jornalístico - e outra tensão proporcionada pela chegada dos jornais gratuitos ao mercado.

De acordo com **João Palmeiro, Presidente da Associação Portuguesa de Imprensa (API)**, o jornalismo e a publicidade são áreas onde, a nível europeu e mundial, se têm dado passos sólidos em direcção à auto-regulação. Defende que o jornalismo e a publicidade são a obra mais nobre da aplicação da criatividade. Porém, sendo o desenvolvimento técnico e criativo mais rápido do que a capacidade de se regular ou legislar, a solução está, em seu entender, no desenvolvimento de sistemas de auto-regulação.

O **Presidente da Comissão da Carteira Profissional do Jornalista, Pedro Mourão**, centrou a sua apresentação na tensão permanente entre publicidade e jornalismo, problema para o qual não existem respostas pacíficas, nem mesmo nas tentativas de regulação. Apesar de a legislação distinguir publicidade de jornalismo, a sua aplicação não resolve os problemas, na medida em que a realidade ultrapassa a questão legal. A este propósito, sublinha que a dependência do jornalismo face às receitas publicitárias se traduz numa forte pressão do sistema económico sobre o universo da comunicação social, podendo colocar em risco a qualidade do jornalismo e dificultando a distinção entre publicidade e informação.

Alfredo Maia, Presidente do Sindicato dos Jornalistas e comentador desta **3ª Sessão**, manifestou várias preocupações, entre as quais a existência de publicidade intrusiva no espaço editorial dos jornais, questionando se tal diluição será inteligível para os leitores. A segunda preocupação que manifestou prende-se com a publicidade subliminar manifestada na introdução estratégica de símbolos nos jornais, alusivos a marcas. Neste cenário híbrido, que “tende a confundir as fronteiras” entre jornalismo e publicidade, chamou ainda a atenção para questões como a subordinação do jornalista à empresa ou o cumprimento do código deontológico.

4ª Sessão – “Impacto Regulatório das Novas Lógicas de Produção Radiofónica. Convergência e web2”

Rui Pêgo, Director de Programas da RDP iniciou a sua intervenção na **4ª Sessão** da conferência, sob o título: **“Impacto Regulatório das Novas Lógicas de Produção Radiofónica. Convergência e web2”**, dizendo que “a rádio, tal como a conhecemos, acabou”, remetendo para a sua expansão na internet, telemóveis, entre outras plataformas. Considerou essencial, para os mercados, que, no futuro, a medição do valor dos conteúdos produzidos se torne eficaz, o que, em sua opinião, só acontecerá quando a televisão sentir necessidade de conhecer e avaliar as outras plataformas.

Arsénio Nunes, Director-Adjunto da TSF, defendeu a ideia de que o futuro da rádio terá de ser “gratuito, portátil e ubíquo”, visto que esta terá deixado de ser “só para os ouvidos” passando a ser “também para os olhos”, numa alusão à rádio online. Segundo o orador, a internet incorpora cada vez mais informação e apenas uma marca que mereça a credibilidade e confiança dos consumidores poderá diferenciar-se. Defende a personalização dos conteúdos e a necessidade de os direccionar para os públicos mais jovens. Lançou incógnitas e desafios quanto à organização da produção de conteúdos e instrumentos tecnológicos.

Para **Pedro Leal, Responsável pelos Conteúdos Online da Rádio Renascença**, a internet apresenta-se como um desafio permanente, sendo por isso importante que cada operador defina a sua forma de auto-apresentação na rede. Identificou ainda alguns desafios para a informação na rádio, entre os quais a necessidade de uma linha editorial, uma agenda e comportamento deontológico muito definidos, exigindo-se aos jornalistas a capacidade de

trabalhar nos vários cenários digitais. Para este orador, a questão essencial não é a morte da rádio, mas a qualidade da resposta à sua afirmação e sobrevivência na web.

Carlos Marques, Director Multimédia da Media Capital Rádios, referiu que, para alguns, a rádio continua a ser o que sempre foi, para outros, será uma página na net *a la carte*. Em seu entender, o cenário mais provável é o digimédia, isto é, a distribuição multiplataforma, com conteúdos complementares relacionados com a emissão e novas lógicas de programação. Defendeu que a rádio terá de trilhar o caminho da diferenciação face aos outros meios e desenvolver o seu próprio modelo.

James Cridland, Head of Future Media and Technology da BBC Audio and Music, notou que, da mesma forma que o mundo digital está a mudar, também a rádio está em mutação, explorando agora novas plataformas. Traduzindo este movimento, o orador apresentou alguns resultados de um estudo realizado no Reino Unido que identifica o Digital Audio Broadcast (DAB) como a forma mais popular de consumir rádio, para além da plataforma tradicional.

Francisco José Oliveira, Vice-Presidente da APR e comentador deste painel, referiu-se à necessidade de normalização da dicotomia existente entre a regulação num sector como a rádio e a inexistência de regulação noutras plataformas, como a internet.

Yves Poulet, Director do Centro de Pesquisa Informática e Direito da Universidade Namur, centrou a sua comunicação na urgência de uma reflexão ética sobre a sociedade de informação, incidindo sobre os seus riscos e benefícios no que respeita aos direitos fundamentais do indivíduo. Alertou para o facto de a massificação tecnológica contribuir para a diminuição do espaço privado. Daí, em sua opinião, a necessidade de criar uma ética de discussão pública sobre estas questões, que exorte os cidadãos a zelarem pela protecção dos seus dados pessoais.

2º Dia

5ª Sessão – “Apresentação Geral do Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social”

Na 5ª Sessão, centrada na “Apresentação Geral do Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social”, **José Rebelo, Professor do ISCTE e Coordenador Geral do Estudo**, destacou o facto de este ser o primeiro realizado em Portugal sob esta perspectiva, permitindo não só dar a conhecer as representações dos públicos sobre os conteúdos emitidos, como as singularidades de grupos “especiais”, como as crianças, jovens, imigrantes e maiores de 64 anos. Das conclusões, salientou que os inquiridos depositam maior credibilidade na informação da rádio do que na da televisão, embora, paradoxalmente, esta seja encarada como fonte de informação privilegiada. Regozijou-se por esta iniciativa da ERC permitir disponibilizar a todos os interessados uma base de dados extremamente rica.

Moisés de Lemos Martins, Professor da Universidade do Minho, comentador da 5ª Sessão, sublinhou que uma das questões a que este estudo dá resposta é a relação que os actores sociais têm com os média, numa perspectiva de que o indivíduo é autónomo, livre e racional. Considerando os resultados do estudo, asseverou que, na sociedade actual, a sensibilidade e as emoções prevalecem sobre as ideias.

Adelino Gomes, Jornalista e Provedor do Ouvinte da RDP, destacou a importância do Estudo da Recepção, considerando que, durante anos, vivemos quase na ignorância absoluta do que pensam os públicos. Partindo dos resultados, que mostraram ser maior a necessidade de serviço público na televisão do que na rádio, afirmou que as rádios privadas atingiram um patamar de qualidade bastante razoável e que, nesse sentido, o garante da rádio pública é menos percebido como necessário do que a televisão.

6ª Sessão – “Exposição aos Média de Imigrantes, Minorias e Maiores de 64 anos”

Na 6ª Sessão, sobre “Exposição aos Média de Imigrantes, Minorias e Maiores de 64 anos”, **Isabel Férin, Professora da Universidade de Coimbra e Coordenadora do Estudo**, destacou alguns resultados, observando que os imigrantes e seus descendentes consideram que não há um tratamento positivo da imigração nos meios de comunicação social. Os imigrantes ouvidos sugerem que os meios se ocupem de temas úteis para o quotidiano da imigração em Portugal, como, por exemplo, a obtenção de vistos e as qualificações dos imigrantes. A oradora salientou ainda o facto de a televisão ser o meio com mais impacto junto dos públicos com mais de 64 anos, e de a internet quase não ter expressão junto dos mesmos. Salientou, por último, condicionantes sociais e físicas como limitadoras do acesso à imprensa, à rádio e à internet, por parte destes públicos.

A primeira comentadora da Sessão, **Rosário Farmhouse, Presidente do ACIDI**, salientou o papel fundamental dos meios de comunicação social na construção de uma sociedade mais justa e tolerante. O estudo da ERC contribui em muito para isso, dando pistas para uma informação sem estereótipos, de qualidade e não discriminatória. A comentadora referiu ainda que os imigrantes estão sobretudo associados a notícias sobre criminalidade, em particular, no caso da comunidade brasileira, em sequência do que apelidou de “Verão quente”. Sugeriu a necessidade de sensibilizar os média para despertar nas crianças o interesse pela interculturalidade.

O Padre Feytor Pinto, Coordenador Nacional da Comissão Nacional da Pastoral da Saúde, comentou também estes resultados, ressaltando a necessidade de criar uma info-ética, pois a informação deve revestir-se de valores éticos que valorizem a dignidade da pessoa humana. Afirmou que a ERC tem também uma missão formadora, sugerindo que se aposte em cursos especializados que permitam aos jornalistas trabalhar certos temas sensíveis.

Cândida Pinto, Jornalista da SIC e do Expresso frisou que os dados deste estudo são importantes para os jornalistas e decisores dos média. Admite que o tratamento da informação sobre imigração possa ser discriminatório, embora isto não resulte de uma intencionalidade, antes sendo circunstancial. Considera que existe um clima de tensão relativo à imigração que passou para a opinião pública, reforçado pelos acontecimentos mais recentes. Sugere uma maior sensibilidade dos jornalistas para o tratamento desta questão, embora cada caso deva ser analisado individualmente.

7ª Sessão – “Exposição aos Média de Crianças e Jovens”

Cristina Ponte, Professora da Universidade Nova de Lisboa e Coordenadora do Estudo, revelou que as crianças e os jovens em Portugal crescem hoje entre ecrãs e numa profusão de tecnologias incomparável com os ambientes em que cresceram os seus pais. Frisou que as actividades das crianças, os usos que fazem dos meios de comunicação, os equipamentos dos seus quartos e as formas de regulação parental são diferentemente percebidas por pais e filhos. Afirmou acreditar que o principal desafio e responsabilidade é a promoção de ambientes de literacia mediática.

O **Psicólogo Clínico Eduardo Sá, da Universidade de Coimbra e do ISPA**, falou dos benefícios da televisão na formação das crianças, considerando que o discurso inverso pode ser absurdo. “Os conteúdos televisivos não têm necessariamente um efeito negativo”, sustentou. Responsabilizou os pais no seu papel de orientadores, o dever de hierarquizar as prioridades dos consumos televisivos e compreenderem que “são os melhores brinquedos dos filhos”.

Jorge Wemans, Director da RTP2 e comentador desta sessão, elogiou o enfoque do estudo nos lares portugueses e sugeriu que se reconhecesse a escola como espaço de análise da relação das crianças com a televisão. Destacou que o estudo confirma a importância da televisão no quotidiano das crianças, confirmando a consciência que os pais têm deste facto. As diferenças no consumo de televisão, entre pais e crianças, prendem-se com as regras de acesso à mesma. Identificou o que lhe pareceu uma inconsistência: que o visionamento conjunto da informação por pais e crianças não dê origem a conversas sobre as notícias.

Pedro Tadeu, Director do Jornal 24 Horas, elogiou a iniciativa do estudo que considerou chegar com dez anos de atraso. A partir da sua experiência pessoal, afirmou que, ao contrário do que fora dito em anteriores comentários, a televisão prepara as crianças para a vida e ajuda-as a ser mais autónomas. Parece-lhe, pois, injusto que os pais sejam criticados por proporcionarem aos filhos, por exemplo, televisão no quarto.

Pedro Camacho, Director da Revista Visão, salienta o facto de este estudo conferir cientificidade a realidades que todos já intuíamos. Reconhece que a televisão é a *baby-sitter*

das crianças. Parece-lhe chocante que os professores não usem a comunicação social no espaço das aulas. Manifestou desejo de que os resultados do estudo sejam direccionados para a regulação.

Sessão de Encerramento

A Sessão de Encerramento da Conferência foi presidida por **Augusto Santos Silva, Ministro dos Assuntos Parlamentares**, que salientou os significativos avanços registados nos últimos anos ao nível da cultura de regulação em Portugal, inclusive no domínio da auto-regulação, referindo-se às eleições para a Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas e aos esforços para a constituição de um Conselho de Imprensa. Segundo observou, estas estruturas permitem que o Regulador se concentre em matérias centrais da sua actividade, entre as quais destacou a produção regular de informação pública.

As intervenções dos diversos oradores e os debates a que deram lugar, seguidos por mais de 400 participantes, fizeram da II conferência da ERC - "A Regulação como Valor num Mundo em Mudança" – um espaço aberto às diferentes perspectivas sobre o sector da comunicação social.

TÍTULO II – ANÁLISE ECONÓMICA DO SECTOR

1. ANÁLISE DOS GRUPOS ECONÓMICOS

Nota Introdutória

Neste documento 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. Os grupos CONTROLINVESTE e IMPALA não foram objecto de estudo, uma vez que à data de elaboração deste relatório os respectivos documentos de prestação de contas de 2008 não tinham sido ainda divulgados.

Em 2008, os grupos económicos analisados foram responsáveis por um volume global de negócios de 2732 milhões de euros, empregaram 9960 pessoas e geriram activos que, no final do ano, totalizavam 4955 milhões de euros.

Em termos de dimensão, evidenciam-se os grupos SONAECOM e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 67% do total dos activos e 64% do total de volume de negócios, em 2008. Atendendo ao número de trabalhadores, destaca-se a RTP, que era responsável por cerca de 20% dos postos de trabalho.

Quanto à rentabilidade, os indicadores revelam também alguma disparidade entre os grupos, tanto no que respeita à rentabilidade do capital próprio, que variou entre 26,9% e -17,5%, como à rentabilidade operacional do activo, que variou entre 8,6% e -1,0%. Os grupos ZON Multimédia e MEDIA CAPITAL situaram-se, em 2008, claramente acima da média.

A generalidade dos grupos de comunicação social em análise, com a excepção da MEDIA CAPITAL, sofreu quebras nas receitas publicitárias, em particular na segunda metade do ano de 2008. A inversão desta tendência constituirá um desafio para o ano de 2009.

Este capítulo contém uma caracterização genérica dos principais grupos económicos de comunicação social sediados em Portugal. A caracterização de cada grupo económico em particular engloba uma síntese das alterações ocorridas em 2008, 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 2007. Serão apresentados, e caracterizados, os seguintes grupos económicos de comunicação social: ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM. Não foram objecto de análise os grupos CONTROLINVESTE, IMPALA e PORTUGAL TELECOM (neste último caso, muito embora o ano de 2008 tenha sido o do lançamento do canal MEO, as contas

consolidadas do grupo não apresentam o negócio de televisão como um segmento autónomo para efeitos de reporte financeiro).

A análise baseia-se em demonstrações financeiras elaboradas à luz de princípios e critérios contabilísticos. Não reflecte, portanto, uma avaliação económica das entidades abrangidas, baseando-se, antes, em valores divulgados para efeitos de relato financeiro.

A dimensão, a diversidade de actividades 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.

Nos termos do n.º 5 do art.º 65º do Código das Sociedades Comerciais, as empresas que apresentem contas consolidadas, ou apliquem o método da equivalência patrimonial, dispõem de um prazo que termina a 31 de Maio de 2009 para procederem à apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes ao exercício findo em 31 de Dezembro de 2008. Nesta medida, a presente análise tem por fonte documentos de prestação de contas que, nalguns casos, careciam ainda de aprovação nas Assembleias Gerais das empresas respectivas.

ZON Multimédia

Em 2008 a ZON Multimédia adquiriu quatro empresas com operações na área da televisão por subscrição: TVTel, Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém. A aquisição destas empresas configura a alteração mais substancial ao perímetro de consolidação do grupo. Esta alteração não implicou, todavia, qualquer mudança ao nível da segmentação dos negócios.

O ano de 2008, quando comparado com 2007, foi marcado pela estabilidade ao nível da contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver na figura seguinte.

FIG. 1 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos

Descrição	2007	2008
	<i>reexpresso</i>	
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	88%	89%
Audiovisuais	12%	11%
Total	100%	100%

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):	64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de actividade:	Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações e audiovisual
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Televisão por subscrição, banda larga e voz (<i>triple play</i>)▪ Audiovisuais (produção e distribuição de conteúdos cinematográficos, videogramas, fonogramas e outros)▪ Outros (imobiliário; serviços de gestão)
Volume de negócios:	773 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	1545
Chairman/Presidente do Conselho de Administração:	Daniel Proença de Carvalho
CEO:	Rodrigo Jorge de Araújo Costa (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none">▪ ZON TV Cabo (inclui TV Cabo Portugal; ZON Conteúdos; TVTel; Bragatel; Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém)▪ Zon Serviços de Gestão Partilhados▪ Lusomundo Audiovisuais▪ Lusomundo Cinemas

Principais sócios:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caixa Geral Depósitos (15,09%) ▪ Banco BPI SA (7,74%) ▪ Cinveste SGPS SA (5,79%) ▪ Telefónica SA (5,46%) ▪ Espírito Santo Irmãos (5%) ▪ Cofina SGPS SA (4,91%) ▪ Fundação José Berardo (4,34%) ▪ Banco Espírito Santo, SA (3,98%) ▪ Joaquim Alves Ferreira de Oliveira (3,71%)* ▪ Ongoing Strategy Investments SGPS SA (3,16%) ▪ Grupo Visabeira SGPS SA (2,15%) ▪ ESAF, SA (2,10%) ▪ Grupo SGC SGPS, SA (2%) ▪ BES Vida, SA (1,90%) ▪ Metalgest SGPS, SA (1,29%)
--------------------	---

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

**São imputados 3,71% dos votos a Joaquim Oliveira, uma vez que controla a Gripcom, SGPS, SA e a Controlinveste Comunicações, SGPS, SA, que detêm respectivamente 2,24% e 1,46% do capital social da ZON Multimédia.*

Identificação das áreas de actividade

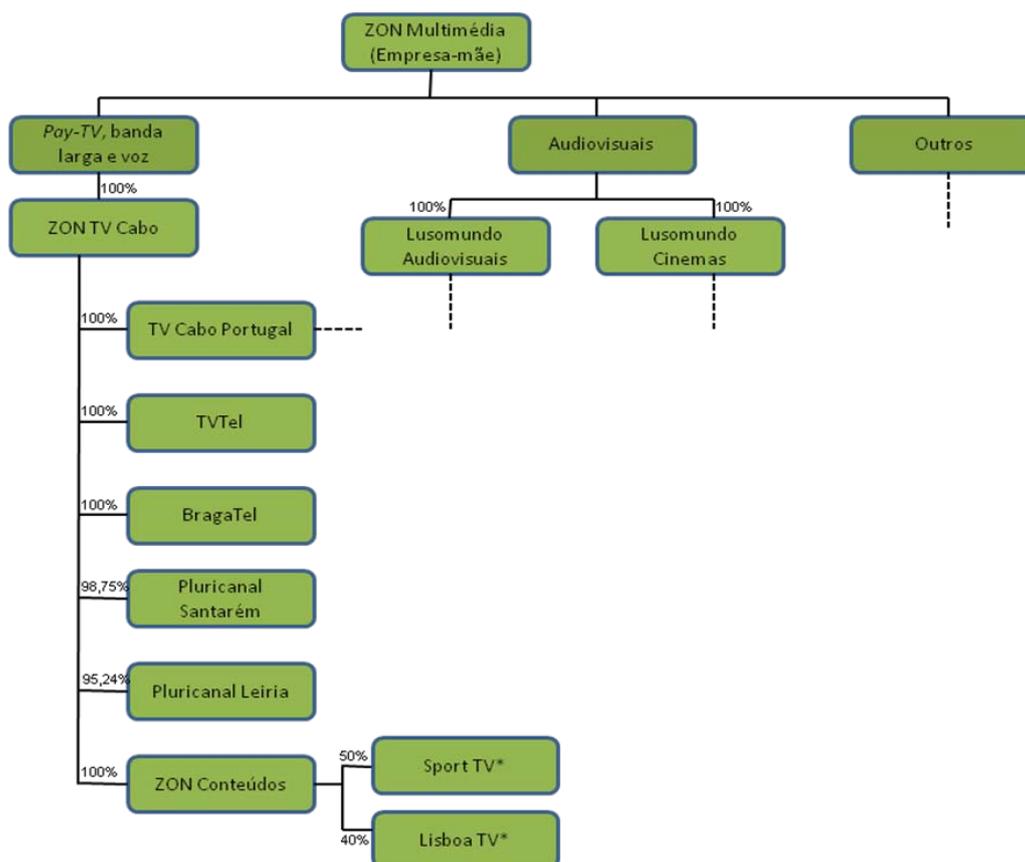
Através de empresas participadas, a ZON Multimédia actua em dois segmentos de negócio principais:

- **televisão por subscrição (pay-tv, por cabo e satélite), banda larga e voz**, um segmento desenvolvido pelas empresas participadas pela ZON TV Cabo, e que está associado à oferta *triple-play*;

- **audiovisuais**, um segmento de negócio que é desenvolvido pelas empresas participadas Lusomundo Audiovisuais e Lusomundo Cinemas, e que inclui a prestação de serviços de distribuição e a produção de conteúdos cinematográficos e videogramas, a distribuição de filmes e a exploração de espectáculos públicos.

A ZON Multimédia actua ainda em outras áreas de negócio não consideradas principais, tais como a exploração de activos imobiliários e a prestação de serviços de gestão.

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, uma empresa do grupo Controlinvest. À data de 31/12/2008, a Lisboa TV era detida em 40% pela ZON Conteúdos e em 60% pela IMPRESA (em 27/02/2009, as duas empresas chegaram a acordo relativamente à aquisição pela SIC dos 40% detidos pela ZON Conteúdos pelo valor de 20 milhões de euros).

Análise económica e financeira

Como referido, em 2008, ocorreram alterações no perímetro de consolidação que envolveram aquisições de partes de capital. Estas operações afectam, naturalmente, a comparabilidade entre exercícios. No mesmo ano, a ZON Multimédia alterou a política contabilística de mensuração dos adiantamentos para direitos de distribuição de conteúdos audiovisuais. Esta alteração de política contabilística foi aplicada retrospectivamente, pelo que as demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, apresentadas para efeitos comparativos, foram reescritas.

No final de 2008, os activos do grupo ZON Multimédia ascendiam a cerca de 1323 milhões de euros, apresentando um crescimento de 34,2% relativamente aos 986 milhões de euros existentes no final de 2007.

No activo, destaca-se o aumento de 233 milhões de euros em activos tangíveis e intangíveis. A subida registada nos activos tangíveis (120 milhões de euros) refere-se, essencialmente, a investimentos em equipamento terminal de rede na ZON TV Cabo (*power boxes, smart cards* e outros) e à alocação do valor da rede das empresas adquiridas em 2008. O aumento dos activos intangíveis (113 milhões de euros) deve-se principalmente a *goodwill* proveniente das aquisições da TVTEL, da Bragatel, da Pluricanal Santarém e da Pluricanal Leiria, e a propriedade industrial e outros direitos (contratos de aquisição exclusiva de capacidade em satélites, celebrados pela TV Cabo Portugal com a Hispasat).

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 385 milhões de euros, em 2007, para 192 milhões de euros, em 2008, registando um decréscimo de 50,2%.

A diminuição do capital próprio, em cerca de 193 milhões de euros, deve-se à distribuição, em 2008, de dividendos (155 milhões de euros) não totalmente cobertos pelo resultado líquido desse período (52 milhões de euros) e à aquisição de acções próprias (90 milhões de euros) destinadas a permitir a redução do capital social da ZON (em valor ou em quantidade de acções), bem como para assegurar o cumprimento de obrigações resultantes de eventuais emissões de obrigações convertíveis em acções e o cumprimento do programa de atribuição de acções a colaboradores da ZON ou de empresas participadas.

Uma vez que, em 2008, o aumento do activo foi acompanhado por uma diminuição no capital próprio, verificou-se uma descida, de 39,1% para 14,5%, no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 0,64, em 2007, para 0,17, em 2008.

No crescimento do passivo, destaca-se o reforço dos empréstimos obtidos que, em 2008, apresentaram um aumento de 371 milhões de euros, no passivo não corrente, e de 193 milhões de euros, no passivo corrente.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a 773 milhões de euros, registando um crescimento de 8,9% face aos 710 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O crescimento do volume de negócios foi inferior ao crescimento do activo, o que originou, no período considerado, uma diminuição, de 0,72 para 0,58, no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2008, ascendeu a 777 milhões de euros, registando um aumento de 8,5%. Os gastos operacionais registaram um aumento inferior ao dos rendimentos, o que permitiu uma subida de 35% nos resultados antes de juros e impostos (EBIT), passando de 74 milhões de euros, em 2007, para 100 milhões de euros, em 2008. Excluindo algumas componentes não recorrentes do resultado (gastos com redução de efectivos, imparidade do *goodwill* e ganhos e perdas na alienação de imobilizado), o resultado operacional, em 2008, situa-se em 104 milhões de euros.

O aumento dos resultados operacionais foi superior ao crescimento registado no volume de negócios, pelo que a rentabilidade operacional do volume de negócios subiu de 10,4%, em 2007, para 12,9%, em 2008. Este acréscimo de 2,5 pontos percentuais compensou a quebra no grau de rotação do activo, pelo que a rentabilidade operacional do activo passou de 7,5%, em 2007, para 7,6%, em 2008, conforme ilustra a figura seguinte:

FIG. 3 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007 <i>reexpresso</i>	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	10,4%	12,9%
(2) Volume de negócios/Activo	0,720	0,584
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	7,5%	7,6%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresenta uma subida de 22,6%, passando de 196 milhões de euros, em 2007, para 240 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA subiu 3,6 pontos percentuais, situando-se em 31,0%, em 2008, face aos 27,4% registados no ano anterior.

O EBITDA ajustado (expurgado dos gastos não recorrentes) subiu 11,0%, situando-se em 245 milhões de euros, em 2008, a que corresponde uma margem de 31,5%.

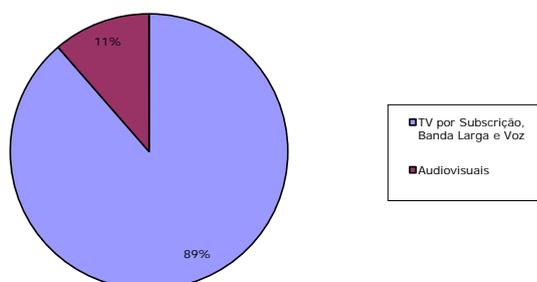
Em 2008, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, ultrapassou os 51 milhões de euros, verificando-se uma descida de cerca de 1,1% face aos 52 milhões de euros obtidos no ano anterior. De referir que os investimentos operacionais realizados em 2008, nomeadamente em equipamento terminal de rede na ZON TV Cabo, provocaram a subida das amortizações dos activos fixos tangíveis e intangíveis para cerca de 140 milhões de euros, ou seja, 15% mais do que o valor registado no ano anterior.

A descida no resultado líquido foi mais do que compensada pela diminuição nos capitais próprios, pelo que a rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, subiu 13,4 pontos percentuais, situando-se em 26,9%, face aos 13,5% registados no ano anterior.

Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, o resultado líquido consolidado diminuiu cerca de 2,8%, situando-se em 49 e 48 milhões de euros, em 2007 e 2008, respectivamente. Já a taxa de rentabilidade do capital próprio subiu de 13,1%, em 2007, para 26,2%, em 2008.

Informação financeira por segmentos

FIG. 4 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (ano: 2008)



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 Televisão por Cabo, ZON TV Cabo Portugal, ZON Cabo TV Açoreana, ZON Cabo TV Madeirense, ZON Conteúdos, TVtel, Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém e a *joint venture* na Sport TV.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 5 TV por Subscrição, Banda Larga e Voz – Indicadores

TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	2007 <i>reexpresso</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	629,5	688,2	9,3%
Operações com outros segmentos	0,0	0,0	-
Total	629,5	688,2	9,3%
Resultados operacionais	69,5	83,2	19,6%
EBITDA	176,7	214,5	21,5%
Margem EBITDA	28,1%	31,2%	3,1 p.p.
Activos	754,9	1 146,0	51,8%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	143,6	158,4	10,3%

Em 2008, este segmento gerou rendimentos de 688 milhões de euros, o que representa um aumento de 9,3% face ao ano anterior e uma contribuição de 89% para o total de rendimentos operacionais consolidados.

Os resultados operacionais do segmento aumentaram 19,6%, situando-se em 83 milhões de euros, em 2008. O EBITDA cresceu 21,5%, passando para cerca de 215 milhões de euros, e a margem EBITDA subiu 3,1 pontos percentuais, situando-se em 31,2%, em 2008.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a 1146 milhões de euros, apresentando um aumento de 51,8% face ao ano anterior. O investimento anual em activos fixos tangíveis cresceu 10,3%, atingindo cerca de 158 milhões de euros, em 2008.

Audiovisuais

O segmento Audiovisuais refere-se à prestação de serviços de distribuição e produção de conteúdos cinematográficos, videogramas, fonogramas e outros, e inclui as seguintes entidades: Lusomundo Audiovisuais, Lusomundo Cinemas, Lusomundo Moçambique, Lusomundo Espanha e Grafilme.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 6 Audiovisuais - Indicadores

Audiovisuais	2007 <i>reexpresso</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	86,1	88,1	2,4%
Operações com outros segmentos	12,9	15,1	16,7%
Total	99,0	103,2	4,3%
Resultados operacionais	-2,7	1,9	-
EBITDA	11,5	9,8	-14,9%
Margem EBITDA	11,6%	9,5%	- 2,1 p.p.
Activos	101,1	101,7	0,6%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	7,4	5,2	- 29,7%

Em 2008, este segmento obteve rendimentos de operações com clientes externos, no montante de 88 milhões de euros, o que representa um aumento de 2,4% face ao ano anterior e uma contribuição de 11% para o total de rendimentos operacionais consolidados.

Os rendimentos provenientes de operações com outros segmentos subiram para cerca de 15 milhões de euros, o que representa um crescimento de 16,7%, face a 2007.

Os resultados operacionais do segmento atingiram, aproximadamente, 2 milhões de euros, em 2008. O EBITDA diminuiu 14,9%, passando para cerca de 10 milhões de euros e a margem EBITDA desceu 2,1 pontos percentuais, situando-se em 9,5%, em 2008.

No período considerado, os activos afectos ao negócio ascenderam a cerca de 101 milhões de euros. O investimento anual em activos fixos tangíveis decresceu 29,7%, situando-se em cerca de 5 milhões de euros, em 2008.

Outros negócios

Esta categoria refere-se a actividades não *core* do Grupo ZON, não passíveis de relato individualizado, e inclui as seguintes entidades: ZON Multimédia, Lusomundo Imobiliária 2, Lusomundo SII, Lusomundo Editores, Empracine e ZON Serviços de Gestão.

A sua contribuição para o total de rendimentos operacionais é residual.

Impresa

O ano de 2008 foi marcado por várias mudanças na composição e actividade do grupo IMPRESA, que implicaram não só uma alteração substancial no perímetro de consolidação do grupo, como uma nova segmentação dos negócios.

Quanto à composição do grupo, há que destacar: a aquisição de 50% do capital da Edimpresa (edição de publicações), de 70% da Terra do Nunca (produção e realização de conteúdos) e de 50% da Office Share (gestão de imóveis e serviços), passando a Impresa a deter a totalidade do capital destas empresas; a participação na constituição das empresas Impresa Serviços (unidade de serviços partilhados para todo o grupo IMPRESA, detida a 100%) e Acting Out (empresa de produção de eventos correspondente a uma parceria entre o grupo IMPRESA, que detém 60% do capital, e a empresa espanhola Castillo de Elsinor, em que, por sua vez, a IMPRESA participa em 20%); a descontinuação das operações levadas a cabo pelas empresas iPlay e Som Livre (ambas de edição discográfica) e pela New Media (produção multimédia) e o início do processo de dissolução e liquidação das empresas Adtech e SIC Indoor (ambas de televisão em circuito fechado).

A reorganização estratégica e operacional do grupo conduziu à fusão dos anteriores segmentos Revistas e Jornais num único segmento denominado Publishing.

O ano de 2008 foi caracterizado por uma relativa estabilidade face ao de 2007 quanto à contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver na figura seguinte.

FIG. 7 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos

Descrição	2007 <i>reexpresso</i>	2008
Televisão	65%	62%
<i>Publishing</i>	33%	35%
Digital	1%	2%
Outros	1%	1%
Total	100%	100%

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:	64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de actividade:	Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Televisão▪ <i>Publishing</i>▪ Digital▪ Outros
Volume de negócios:	269 milhões de euros

Número médio de pessoal (total consolidado):	1474
<i>Chairman</i> /Presidente do Conselho de Administração:	Francisco José Pereira Pinto de Balsemão
<i>CEO</i> :	Francisco José Pereira Pinto de Balsemão (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soincom (<i>holding</i> televisão; detém 51% da SIC, sendo os restantes 49% detidos indirectamente pela Media Zoom/Impresa Digital) ▪ Impresa Publishing (<i>holding</i> publicações; anteriormente designada Impresa Jornais; agrega a Edimpresa) ▪ Media Zoom/Impresa Digital ▪ Impresa Serviços ▪ VASP
Principais sócios:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impreger SGPS SA (50,31%) ▪ Ongoing Strategy Investments SGPS SA (18,02%) ▪ Banco BPI SA (4,47%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

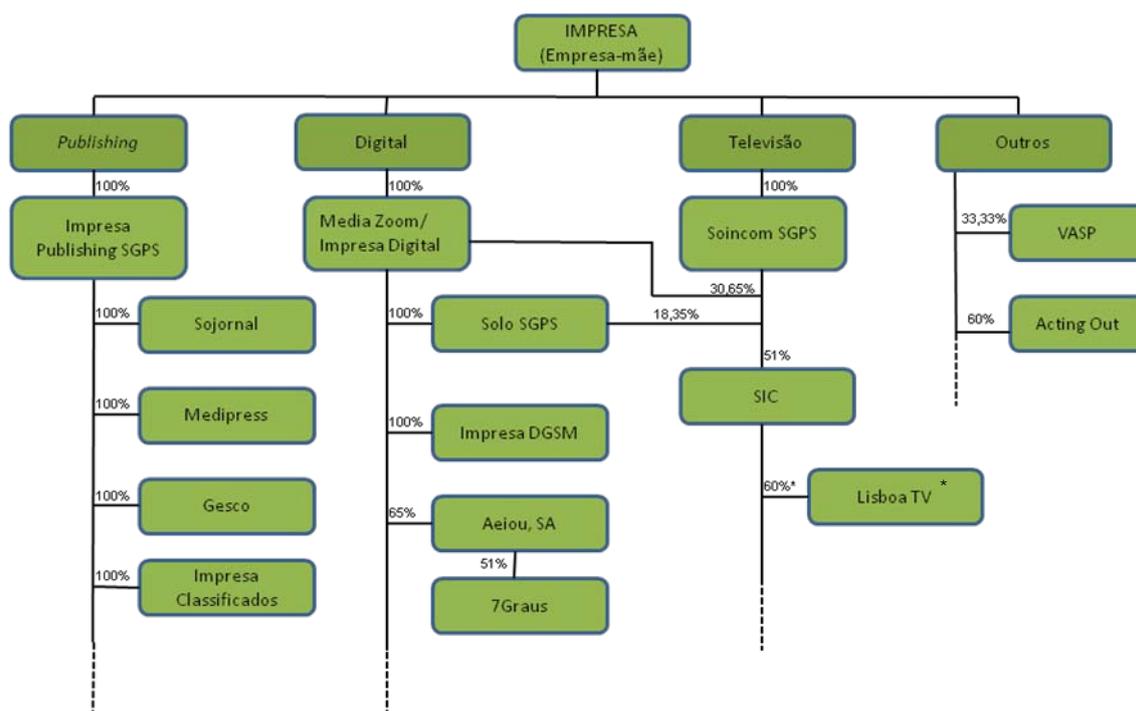
Identificação das áreas de actividade

Através de empresas participadas, a IMPRESA actua em três segmentos de negócio principais:

- **televisão**: segmento de negócio que é desenvolvido pela SIC, SA; a SIC transmite diversos canais de televisão (SIC, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Online e SIC Internacional) e, em 2008, detinha 60% da Lisboa TV, a empresa que transmite o canal temático SIC Noticias, líder de audiências nos canais temáticos do cabo (em Fevereiro de 2009, a IMPRESA anunciou a aquisição dos restantes 40% da Lisboa TV, detidos pela ZON Conteúdos); a SIC detinha ainda participações em empresas cujas operações foram, em 2008, descontinuadas (como a Som Livre) ou objecto de decisão de encerramento (como a Adtech e a SIC Indoor); em 2008, a SIC passou a deter a totalidade do capital da Terra do Nunca (produção e conteúdos), tendo, todavia sido já anunciado, em 2009, um acordo de alienação da empresa à SP Televisão.
- **publishing**: segmento de negócio que passou a agregar os anteriores segmentos jornais e revistas, o *publishing*, centrado na edição de publicações e comunicação, é desenvolvido pela Impresa Publishing. Esta *sub-holding* detém a totalidade do capital da Sojornal (que edita os títulos Expresso e Courier Internacional), da Medipress (que edita títulos como Activa, Autosport, Blitz, Caras, Exame, FHM, Telenovelas, TV Mais e Visão), da Gesco (empresa de gestão de conteúdos) e da Impresa Classificados (publicidade); as publicações são distribuídas pela VASP, uma empresa detida em 33,33% pela IMPRESA.
- **digital**: segmento de negócio que é desenvolvido pelas empresas participadas pela filial Media Zoom/Impresa Digital; engloba, entre outras, a Impresa DGSM (serviços de entretenimento digital), detida em 100%, e a Aeiou, uma empresa de investimentos multimédia detida em 65%, que explora o portal AEIOU e detém 51% da empresa 7 Graus, que explora o sítio Olhares (que representa 30 milhões de *page views* mensais).

A IMPRESA actua ainda em outras áreas de negócio, destacando-se a distribuição de publicações (através da VASP), a produção de eventos (através da Acting Out e da Castillo de Elsinor) e a comunicação e publicidade (através da Impresa.com e da Impresa Media Solutions). De notar ainda que a IMPRESA detém 22,35% do capital da agência noticiosa LUSA.

FIG. 8 Grupo IMPRESA (estrutura parcial)



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

*À data de 31/12/2008 a Lisboa TV era detida em 40% pela ZON Conteúdos e em 60% pela IMPRESA (em 27/02/2009, as duas empresas chegaram a acordo relativamente à aquisição pela SIC dos 40% detidos pela ZON Conteúdos pelo valor de 20 milhões de euros).

Análise económica e financeira

Em 2008, ocorreram diversas alterações no perímetro de consolidação, que envolveram aquisições de partes de capital e constituição de novas sociedades, como referido. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. Ainda naquele ano, a IMPRESA tomou a decisão de alienar as participadas iPlay – Som & Imagem Lda e N.M.D.C. – New Media Digital Contents – Gestão de Conteúdos, Lda, pelo que os respectivos activos e passivos, em 31 de Dezembro de 2008, foram registados como activos e passivos detidos para venda. Em consequência, a demonstração dos resultados de 2007 foi reescrita, evidenciando os resultados destas participadas na rubrica “Operações em descontinuação”.

No final de 2008, os activos do grupo IMPRESA ascendiam a 519 milhões de euros, apresentando um crescimento de 3,4% relativamente aos 502 milhões de euros existentes no final de 2007.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 172 milhões de euros, em 2007, para 145 milhões de euros, em 2008, registando um decréscimo de 15,6% correspondente ao prejuízo apurado neste exercício.

Uma vez que, em 2008, o aumento do activo foi acompanhado por uma diminuição no capital próprio, verificou-se a descida do grau de autonomia financeira de 34,2%, em 2007, para 27,9%, em 2008. Em conformidade, o rácio de solvabilidade diminuiu, no período considerado, de 0,52 para 0,39.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a cerca de 269 milhões de euros, registando um crescimento de 0,3% face ao ano anterior.

O crescimento do volume de negócios foi inferior ao crescimento do activo, o que originou, no período considerado, uma diminuição, de 0,54 para 0,52, no grau de rotação do activo.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2008, o grupo IMPRESA obteve um total de rendimentos operacionais de 273 milhões de euros, valor próximo do registado no ano anterior.

Em 2008, o aumento dos gastos operacionais foi superior ao aumento dos rendimentos operacionais, originando a descida dos resultados operacionais de 40 milhões de euros positivos, em 2007, para aproximadamente 5 milhões de euros negativos, em 2008.

A rentabilidade operacional do volume de negócios e do activo decresceram, no período considerado, conforme ilustra o quadro seguinte:

FIG. 9 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
	<i>reexpresso</i>	
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	14,9%	- 1,8%
(2) Volume de negócios/Activo	0,535	0,519
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	8,0%	-1,0%

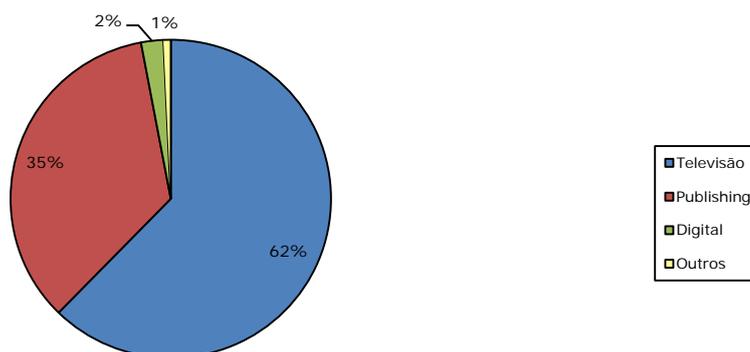
O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA), penalizado por custos de reestruturação, registou um decréscimo de 59,1%, situando-se em 19 milhões de euros e a margem EBITDA desceu 10,2 pontos percentuais, ficando em 7,1%, em 2008.

O EBITDA ajustado (isto é, expurgado dos custos de reestruturação) desceu 35,7%, situando-se em 31 milhões de euros, em 2008, a que corresponde uma margem de 11,3%.

Em 2008, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, foi negativo em cerca de 25 milhões de euros. Destes, cerca de 18 milhões de euros são prejuízos originados pelas operações em continuação, sendo os restantes 7 milhões de euros provenientes das operações em descontinuação.

Informação financeira por segmentos

FIG.10 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2008)



Televisão

O segmento Televisão representa cerca de 62% do total de rendimentos operacionais consolidados. Engloba os canais de televisão SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Internacional e SIC Mulher. Estão, ainda, incluídas nesta categoria a GMTS, a SIC Online, a SIC Filmes, a Dialectus e a Terra do Nunca. A iPlay e a sua participada Som Livre GDA foram excluídas da consolidação, os seus resultados classificados como resultados das operações em descontinuação e os seus activos e passivos classificados como detidos para venda.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

FIG. 11 Televisão - Indicadores

Televisão	2007 <i>reexpresso</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	177,2	170,2	-4,0%
Publicidade	115,8	109,2	- 5,7%
Canais temáticos	32,9	38,1	15,8%
Multimédia	21,3	16,3	-23,4%
Outras	7,2	6,6	-8,7%
Operações com outros segmentos	1,1	1,3	21,7%
Total	178,3	171,5	- 3,8%
Resultados operacionais	30,3	- 3,6	- 111,9%
EBITDA	35,8	16,9	-53,0%
Margem EBITDA	20,1%	9,8%	- 10,3p.p.
Activos	160,3	133,9	-16,4%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	8,5	4,9	-42,1%

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 170 milhões de euros, registando uma descida de 4,0% face ao ano anterior.

Os rendimentos de publicidade desceram 5,7%, situando-se em 109 milhões de euros, em 2008. Os canais temáticos terminaram o ano de 2008 com uma subida de 15,8%, atingindo os 38 milhões de euros. Nas actividades de multimédia, os rendimentos decresceram 23,4%, situando-se em 16 milhões de euros, em 2008.

Os resultados operacionais deste segmento desceram para cerca de 4 milhões de euros negativos. O EBITDA diminuiu 53,0%, passando para cerca de 17 milhões de euros e a margem EBITDA desceu 10,3 pontos percentuais, situando-se em 9,8%, em 2008.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a cerca de 134 milhões de euros, apresentando uma descida de 16,4% face ao ano anterior. O investimento anual em activos fixos tangíveis decresceu 42,1%, situando-se em, aproximadamente, 5 milhões de euros, em 2008.

Publishing

Em 2008, as actividades de jornais e revistas passaram a ser reportadas num único segmento denominado *publishing*. A informação de 2007 foi reexpressa para efeitos comparativos.

Este segmento representa cerca de 35% do total de rendimentos operacionais consolidados. Engloba, entre outros, o semanário Expresso e as revistas Visão, Exame, Caras. Adicionalmente, o Grupo inclui nesta categoria a Imprensa Classificados e a Gesco.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 12 Publishing - Indicadores

Publishing	2007 reexpresso M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	91,2	94,8	3,9%
Publicidade	53,5	55,5	3,7%
Circulação	26,9	32,4	20,6%
Produtos	5,4	4,1	-23,0%
Outras	5,4	2,8	-50,0%
Operações com outros segmentos	0,5	0,8	80,9%
Total	91,7	95,6	4,3%
Resultados operacionais	12,3	4,5	-63,7%
EBITDA	13,5	5,9	-56,3%
Margem EBITDA	14,8%	6,2%	-8,6 p.p.
Activos do segmento	45,3	71,0	56,5%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	0,3	0,4	25,6%

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 95 milhões de euros, o que representa um crescimento de 3,9% face ao ano anterior.

A publicidade gerou rendimentos de cerca de 56 milhões de euros, o que corresponde a um crescimento de 3,7% face a 2007. As receitas de circulação registaram um aumento de 20,6%, situando-se em cerca de 32 milhões de euros, em 2008.

Não obstante o crescimento dos rendimentos, os resultados operacionais registaram uma diminuição de 63,7%, face ao ano anterior. Esta acentuada quebra deveu-se, essencialmente, aos elevados custos de reestruturação (6,6 milhões de euros) originados pela maior integração das actividades da Impresa Publishing, tendo-se verificado a redução do número de colaboradores em 14%.

Em conformidade, o EBITDA desceu 56,3%, passando para cerca de 6 milhões de euros e a margem EBITDA diminuiu 8,6 pontos percentuais, situando-se em 6,2%, em 2008.

O EBITDA ajustado (isto é, expurgado dos custos de reestruturação) foi de, aproximadamente, 13 milhões de euros, em 2008, a que corresponde uma margem de 13,1%.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a 71 milhões de euros, apresentando um reforço de 56,5% face ao ano anterior.

Digital

Este segmento representa cerca de 2% do total de rendimentos operacionais consolidados. Engloba, designadamente, a produção e distribuição de conteúdos em formato digital para múltiplas plataformas, através dos portais e sítios AEIOU, Olhares e Dirnet e do Digital Guest Services para a indústria hoteleira. Adicionalmente, o grupo inclui nesta categoria a Impresa.com, a NJPT, a Impresa Turismo e a InfoPortugal, que actua na área da cartografia digital. A New Media foi excluída da consolidação, os seus resultados classificados como resultados das operações em descontinuação e os seus activos e passivos classificados como detidos para venda.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 13 Digital - Indicadores

Digital	2007 <i>reexpresso</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	3,7	6,2	71,6%
Publicidade	1,5	2,2	45,1%
Outras	2,2	4,0	77,3%

Operações com outros segmentos		0,4	0,5	17,7%
	Total	4,1	6,7	65,7%
Resultados operacionais		-0,9	-3,7	-
EBITDA		-0,6	-1,9	-
Margem EBITDA		- 13,9%	- 28,9%	-15,0 p.p.
Activos		14,3	12,0	-15,4%
Investimento anual em activos fixos tangíveis		1,2	1,2	2,4%

O segmento Digital iniciou a actividade em 2007, quer através do lançamento de vários projectos de raiz, quer pela aquisição de empresas.

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 6 milhões de euros, o que corresponde a um crescimento de 71,6% face ao ano anterior.

No período considerado, os resultados operacionais e o EBITDA foram negativos e a margem EBITDA desceu 15 pontos percentuais.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a 12 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 15,4% face ao ano anterior. No período considerado, o investimento médio anual em activos fixos tangíveis situou-se em cerca de 1 milhão de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui as *holdings* do Grupo, a Acting Out, a Impresa Serviços e a Office-Share.

Media Capital

No ano de 2008, foram duas as principais alterações no grupo MEDIA CAPITAL: foi adquirida a totalidade do capital da Plural Entertainment España, reforçando assim a actividade do grupo na área da produção audiovisual; foram alienadas as empresas MCE-Media Capital Edições e a Edições Expansão Económica, ambas com actividade de edição e publicação de revistas. Na sequência destas decisões, foi adoptada uma nova segmentação estratégica dos negócios, tendo sido eliminado o segmento Imprensa e autonomizado o segmento Produção (audiovisual). Este segmento foi igualmente individualizado para efeitos de reporte financeiro.

A comparação entre os anos de 2007 e 2008 evidencia um reforço da contribuição da área da produção para os rendimentos operacionais consolidados e um decréscimo da contribuição do segmento Televisão.

FIG. 14 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos

Descrição	2007 <i>reexpresso</i>	2008
Televisão	71%	58%
Produção (audiovisual)	2%	18%
Entretenimento	11%	13%
Rádio	6%	5%
Outros	10%	6%
Total	100%	100%

Apresentação institucional

Denominação:	Grupo Media Capital, SGPS, SA (abreviatura: MEDIA CAPITAL)
Sede:	R. Mário Castelhana, 40, Queluz de Baixo, Barcarena
Data de constituição:	30 de Julho de 1992
CAE:	64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de actividade:	Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Televisão▪ Produção audiovisual▪ Música▪ Cinema▪ Rádio▪ Internet▪ Outros
Volume de negócios:	270 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	1328
Chairman/Presidente do Conselho de Administração:	Joaquim Pina Moura*
CEO:	Manuel Polanco (Administrador Delegado)*

Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TVI, SA ▪ RETI, SA ▪ Media Capital Produções, SA ▪ Media Capital Rádios (MCRII), SA ▪ Media Capital Música e Entretenimento (MCME), SA ▪ Castello Lopes Multimédia (CLMC), SA ▪ Media Capital Editora Multimédia (Multimédia), SA
Principais sócios:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertex SGPS, SA (94,69%)* ▪ Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra (5,05%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

**Em Fevereiro de 2009, verificou-se a renúncia do Dr. Joaquim Pina Moura do cargo de Presidente do Conselho de Administração, tendo sido designado para este cargo, em Março do mesmo ano, o Dr. Jaime Roque de Pinho DAlmeida. Também em Março de 2009 foi designado Administrador-Delegado o Dr. Bernardo Manuel Barreira Antunes Velho Bairrão, em substituição de Dr. Manuel Polanco.*

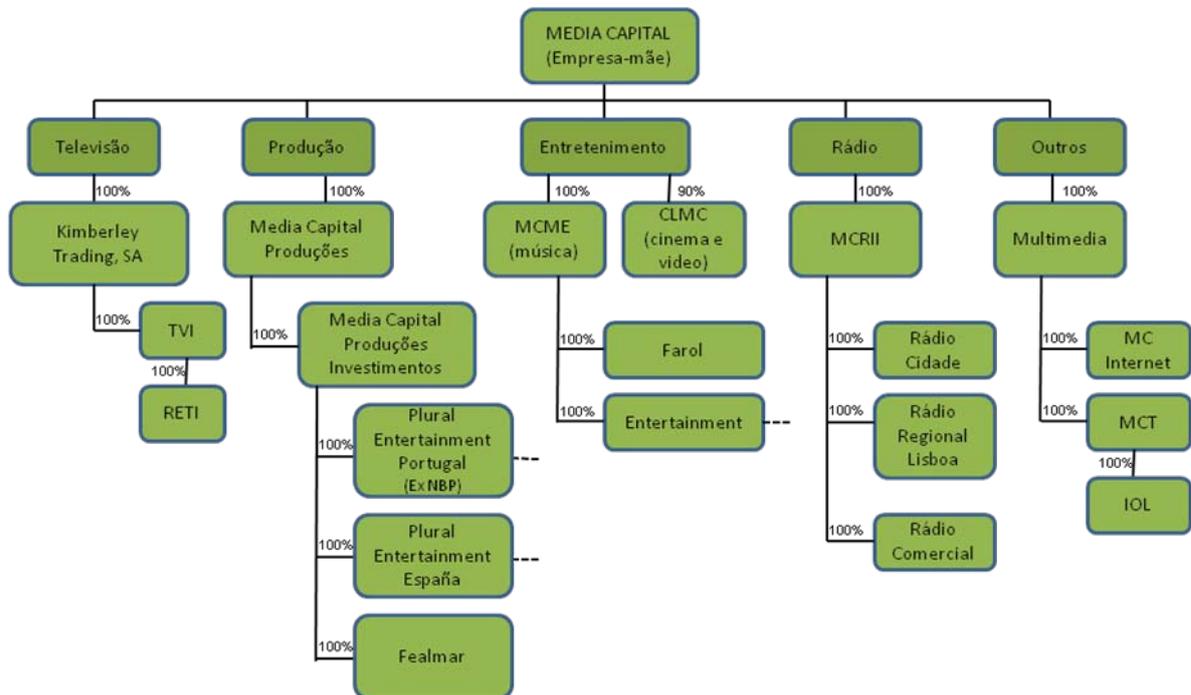
*** A Vertex SGPS, SA é detida a 100% pela Promotora de Informaciones SA (grupo Prisa).*

Identificação das áreas de actividade

Através de empresas participadas, a MEDIA CAPITAL estrutura a sua actividade em sete áreas de negócio: televisão; produção audiovisual; música; cinema; rádio; internet; outras (produtos financeiros e seguros). Para efeitos de reporte financeiro, estas áreas de negócio são estruturadas em cinco segmentos:

- **televisão:** segmento de negócio que inclui a emissão de programas televisivos através de um canal de televisão generalista (TVI), detido em 100% pela MEDIA CAPITAL, e líder de audiências e de captação de investimento publicitário em Portugal; a emissão de programas é feita através da rede de teledifusão da RETI, igualmente detida, no final de 2008, em 100%.
- **produção:** novo segmento de negócio que envolve a criação, produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, obras cinematográficas e audiovisuais; esta área de negócio é desenvolvida pela Media Capital Produções Investimentos, SGPS, que detém a totalidade do capital das empresas Plural Entertainment Portugal (ex-NBP; esta empresa detém, por sua vez, a totalidade do capital de várias sociedades com actividade associada à produção de conteúdos), Fealmar e Plural Entertainment España.
- **entretenimento:** segmento de negócio que inclui a gravação e venda de CDs e DVDs de música (através das empresas participadas pela MCME), o agenciamento de artistas e a promoção de eventos (através da Media Capital Entertainment, participada pela MCME) e a produção e exploração de actividades cinematográficas e videográficas (através da CLMC-Castello Lopes Multimédia, uma empresa detida indirectamente em 90% pela MEDIA CAPITAL).
- **rádio:** segmento de negócio que envolve a emissão da programação das rádios da MEDIA CAPITAL; esta actividade é desenvolvida pela MCRII através das suas filiais detidas a 100% (designadamente, Rádio Cidade, Rádio Regional de Lisboa e Rádio Comercial).
- **outros:** este segmento inclui essencialmente a actividade associada à internet, que é desenvolvida pelas empresas participadas pela Multimédia, destacando-se entre estas a IOL Negócios, que explora o portal IOL.

FIG. 15 Grupo MEDIA CAPITAL (estrutura parcial)



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

Análise económica e financeira

Em 2008, ocorreram diversas alterações no perímetro de consolidação, que envolveram as aquisições de partes de capital e as alienações de sociedades, já referidas. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2008, os activos do grupo MEDIA CAPITAL ascendiam a 448 milhões de euros, apresentando um crescimento de 8,5% relativamente aos 413 milhões de euros existentes no final de 2007.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 173 milhões de euros, em 2007, para 138 milhões de euros, em 2008, registando um decréscimo de 20,7%.

A diminuição do capital próprio, em cerca de 36 milhões de euros, deve-se essencialmente à distribuição, em 2008, de dividendos (61 milhões de euros) não totalmente cobertos pelo resultado líquido desse período (21 milhões de euros). Esta redução foi parcialmente compensada pelo aumento de 4 milhões de euros no capital próprio atribuível aos interesses minoritários, proveniente de alterações de perímetro de consolidação.

De referir que, em 2008, foi efectuado um aumento de capital social, mediante a incorporação de prémios de emissão e de reservas livres, no montante de 82 milhões de euros.

Uma vez que, em 2008, o aumento do activo foi acompanhado por uma diminuição do capital próprio, verificou-se a descida do grau de autonomia financeira de 42,0%, em 2007, para 30,7%, em 2008. Em conformidade, o rácio de solvabilidade diminuiu, no período considerado, de 0,72 para 0,44.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a 270 milhões de euros, registando um crescimento de 32,2% face aos 204 milhões de euros obtidos no ano anterior.

Este acréscimo do volume de negócios foi superior ao aumento do activo, originando, no período considerado, a subida do grau de rotação do activo de 0,49 para 0,60.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2008, o grupo MEDIA CAPITAL obteve um total de rendimentos operacionais, excluindo operações em descontinuação, de 287 milhões de euros, 29,2% acima do registado no ano anterior.

Em 2008, o aumento dos rendimentos operacionais foi superior ao aumento dos gastos operacionais, o que permitiu o crescimento dos resultados operacionais em 12,1%, passando de 34 milhões de euros, em 2007, para aproximadamente 39 milhões de euros, em 2008.

O aumento dos resultados operacionais foi inferior ao crescimento registado no volume de negócios, determinando a descida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 16,8%, em 2007, para 14,3%, em 2008. Esta diminuição de 2,5 pontos percentuais foi mais do que compensada pelo aumento no grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do activo subiu de 8,3% para 8,6%, conforme explicitado na figura seguinte:

FIG. 16 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	16,8%	14,3%
(2) Volume de negócios / Activo	0,494	0,602
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	8,3%	8,6%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um crescimento de 14,3%, passando de 46 milhões de euros, em 2007, para cerca de 53 milhões de euros, em 2008.

A margem EBITDA desceu 2,4 pontos percentuais, situando-se em 18,3% e 20,7%, em 2008 e 2007, respectivamente.

Em 2008, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em cerca de 21 milhões de euros, registando uma descida de 29,5% face ao ano anterior. De referir, no entanto, que o resultado de 2007 englobava um ganho de cerca de 17 milhões de euros realizado com a venda da actividade de publicidade em *outdoors* – apresentado como resultado das operações em descontinuação.

A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, diminuiu 2 pontos percentuais, situando-se em 15,5%, face aos 17,5% registados no ano anterior. Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, a rentabilidade do capital próprio situou-se em 15,1% e 17,5%, em 2008 e 2007, respectivamente.

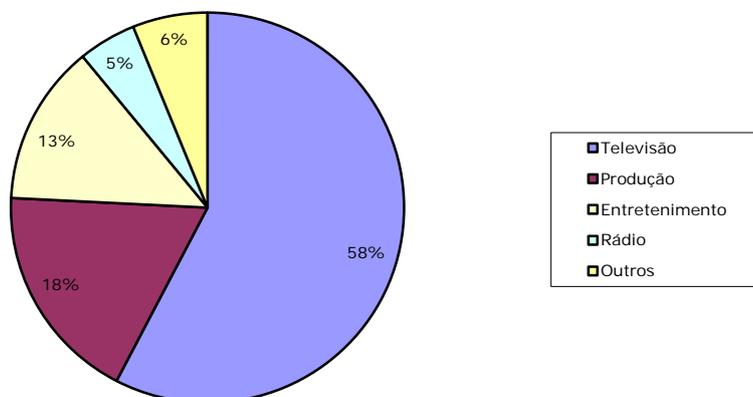
De referir que o resultado das operações em continuação, antes de impostos, foi de 30 milhões de euros, em 2008, o que representa um crescimento de 17,5% face aos 26 milhões de euros registados no ano anterior. Já o resultado das operações em continuação, líquido de imposto, apresenta uma subida de 64%, situando-se em cerca de 20 milhões de euros, em 2008. Para esta evolução contribuiu a diminuição do imposto sobre o rendimento do exercício atribuível a operações em continuação, conforme ilustra a figura seguinte:

FIG. 17 Impacte do efeito fiscal no resultado das operações em continuação

Descrição	2007 M€	2008 M€	Var.
(1) Resultado das operações em continuação, antes de impostos	25,5	30,0	17,5%
(2) Imposto sobre o rendimento	13,0	9,6	- 26,8%
(3) = (1) - (2) = Resultado líquido das operações em continuação	12,5	20,4	64,0%

Informação financeira por segmentos

FIG. 18 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2008)



Na sequência da compra da Plural Entertainment España, dada a relevância dos activos e passivos adquiridos, bem como dos gastos e rendimentos gerados, e uma vez que este grupo passa a consolidar integralmente no grupo Media Capital, foi efectuada uma revisão dos segmentos reportáveis e criado um novo segmento com a designação Produção. A informação apresentada sobre os segmentos relativa a 2007 foi reexpressa para efeitos comparativos.

Televisão

O segmento Televisão representa cerca de 58% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a emissão de um canal de TV generalista (TVI), já que a produção de programas e séries transitou para o segmento Produção.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

FIG.19 Televisão - Indicadores

Televisão	2007 <i>reexpresso.</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	156,9	165,7	5,6%
Operações com outros segmentos	3,3	2,7	- 18,4%
Total	160,2	168,4	5,1%
Resultados operacionais	39,5	39,5	0,2%
EBITDA	44,5	44,7	0,4%
Margem EBITDA	27,8%	26,6%	- 1,2 p.p.
Activos	348,6	272,8	-21,8%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	4,9	11,4	133,9%

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos situaram-se em 166 milhões de euros, registando um aumento de 5,6% face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 0,4%, ascendendo a cerca de 45 milhões de euros e a margem EBITDA desceu 1,2 pontos percentuais, situando-se em 26,6%, em 2008.

Os activos líquidos afectos ao segmento ascendiam, no final de 2008, a cerca de 273 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 21,8% face ao ano anterior, muito embora o investimento em activos fixos ultrapassasse, em 2008, os 11 milhões de euros.

Produção

O segmento Produção representa cerca de 18% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a produção, realização e distribuição audiovisual e a produção de programas e séries. Inclui a Plural España e as suas subsidiárias e a totalidade da actividade de produção de conteúdos audiovisuais e actividades conexas desenvolvidas pela Plural que anteriormente estavam incluídas no segmento Televisão.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

FIG. 20 Produção - Indicadores

Produção	2007 <i>reexpresso.</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	4,9	52,1	958,4%
Operações com outros segmentos	34,5	40,8	18,0%
Total	39,4	92,9	135,5%
Resultados operacionais	0,9	3,7	333,7%
EBITDA	2,2	8,8	293,6%
Margem EBITDA	5,7%	9,5%	3,8 p.p.
Activos	24,0	135,3	463,0%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	2,6	7,0	167,2%

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos aumentaram 958,4%, situando-se em cerca de 52 milhões de euros. As operações com outros segmentos registaram uma subida de 18,0%, para cerca de 41 milhões de euros, representando cerca de 43,9% do total de rendimentos operacionais do segmento, em 2008.

O EBITDA passou de cerca de 2 milhões de euros, em 2007, para aproximadamente 9 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA subiu 3,8 pontos percentuais, situando-se em 9,5% em 2008.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a 135 milhões de euros, apresentando uma subida de 463% face ao ano anterior. O investimento em activos fixos foi de aproximadamente 7 milhões de euros, em 2008.

Entretenimento

Este segmento representa cerca de 13% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a gravação e venda de CDs e DVDs de música, agenciamento de artistas e promoção de eventos, bem como a distribuição cinematográfica e videográfica.

Na figura seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG.21 Entretenimento - Indicadores

Entretenimento	2007 <i>reexpresso</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	23,7	38,2	61,4%
Operações com outros segmentos	0,3	0,4	24,4%
Total	24,0	38,6	60,9%
Resultados operacionais	1,4	1,6	12,8%
EBITDA	1,5	1,8	17,6%
Margem EBITDA	6,4%	4,7%	- 1,7 p.p.
Activos	29,4	35,8	21,9%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	0,1	0,1	59,6%

Em 2008, o segmento Entretenimento gerou rendimentos provenientes de operações com clientes externos no montante de 38 milhões de euros, o que representa um crescimento de 61,4% face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 17,6%, ascendendo a, aproximadamente, 2 milhões de euros e a margem EBITDA desceu 1,7 pontos percentuais, situando-se em 4,7%, em 2008.

Os activos afectos ao negócio totalizavam, no final de 2008, cerca de 36 milhões de euros, apresentando uma subida de 21,9% face ao ano anterior.

Rádio

Este segmento representa cerca de 5% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve a emissão da programação das rádios através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros.

Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

FIG.22 Rádio - Indicadores

Rádio	2007 <i>reexpresso.</i> M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	13,2	13,7	3,7%
Operações com outros segmentos	0,7	0,4	- 47,7%
Total	13,9	14,1	1,2%
Resultados operacionais	- 3,2	-	-
EBITDA	- 1,1	-	-
Margem EBITDA	- 7,6%	1,6	- 4,1 p.p.
		-	
		11,7 %	
Activos	49,0	44,1	-
			10,0%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	1,5	1,4	-5,5%

Em 2008, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos situaram-se em cerca de 14 milhões de euros, o que representa um crescimento de 3,7% face ano anterior.

O EBITDA foi negativo em, aproximadamente, 2 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA desceu 4,1 pontos percentuais face a 2007.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2008, a 44 milhões de euros, apresentando uma descida de 10% face ao ano anterior. No período considerado, o investimento médio anual em activos fixos ultrapassou 1 milhão de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui, essencialmente, o negócio da imprensa escrita (edição principalmente das revistas Maxmen, Lux, Lux Woman e Casas de Portugal) para o período de 1 de Janeiro de 2008 a 31 de Julho de 2008, o negócio da internet (IOL) e a actividade da *holding* do grupo.

RTP

Nota prévia:

A Lei n.º 8/2007 de 14 de Fevereiro procedeu à reestruturação da RTP. A empresa foi redenominada Rádio e Televisão de Portugal, SA e passou a integrar a Radiotelevisão Portuguesa – Serviço Público de Televisão, SA, a Radiodifusão Portuguesa, SA e a RTP-Meios de Produção, SA

Apresentação institucional

Denominação:	Rádio e Televisão de Portugal, SA (abreviatura: RTP)
Sede:	Av. Marechal Gomes da Costa, 37, Lisboa
Data de constituição:	15 de Dezembro de 1955
CAE:	60200
Área de actividade:	Prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Televisão▪ Rádio▪ Produção de conteúdos
Volume de negócios:	297 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	2376
Chairman/Presidente do Conselho de Administração:	Manuel Guilherme de Oliveira da Costa
CEO:	Não aplicável
Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none">▪ NP-Notícias de Portugal (8%)▪ Euronews (1,64%)▪ Lusa (0,03%)
Principais sócios:	<ul style="list-style-type: none">▪ Sociedade de capitais exclusivamente públicos

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

Identificação das áreas de actividade

O objecto da RTP é a prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão, estando associadas a estes serviços as marcas RDP e RTP, respectivamente. A RTP desenvolve a sua actividade através da exploração directa 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 RTP1 e RTP2, os canais regionais RTP Madeira e RTP Açores, os canais internacionais RTP Internacional e RTP África, os canais temáticos RTPN e RTP Memória, e ainda a RTP Mobile.

Análise económica e financeira

No final de 2008, os activos da RTP ascendiam a 425 milhões de euros, apresentando uma subida de 12,8% face aos 377 milhões de euros existentes no final de 2007.

O capital próprio apresentava valores negativos de 697 e 723 milhões de euros, no final de 2008 e 2007, respectivamente. Verificando-se a insuficiência de capital prevista no art.º 35º do Código das Sociedades Comerciais, o pressuposto de continuidade das operações é assegurado através do reforço do apoio financeiro que vem sendo prestado pelo accionista único, conforme previsto no Acordo de Reestruturação Financeira celebrado em 2003.

O volume de negócios, incluindo subsídios à exploração, ascendeu, em 2008, a 297 milhões de euros, registando um decréscimo de 5,0% face aos 313 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O crescimento do activo foi superior ao crescimento do volume de negócios, o que originou, no período considerado, a descida no grau de rotação do activo de 0,83 para 0,70.

O total de rendimentos operacionais, em 2008, ascendeu a 298 milhões de euros, registando uma descida de 5,2%. Cerca de 24% (71 milhões de euros) são provenientes de rendimentos comerciais e os restantes 76% (228 milhões de euros) são provenientes de indemnizações compensatórias e contribuição para o audiovisual, conforme discriminação apresentada na figura seguinte:

FIG. 23 Rendimentos operacionais

Descrição	2007 M€	2008 M€	Var.
Fundos públicos	240,3	227,5	- 5,3%
Indemnizações compensatórias	125,9	117,5	- 6,6%
Contribuição para o audiovisual	114,4	110,0	- 3,9%
Rendimentos comerciais	74,6	70,9	-4,9%
Publicidade	54,2	51,5	- 5,0%
Distribuição e multimédia	10,8	11,1	2,7%
Outras	9,6	8,3	- 12,9%
Total de rendimentos operacionais	314,9	298,4	- 5,2%

Os rendimentos comerciais apresentaram uma redução de 4,9% face a 2007. Destes, os réditos de publicidade registaram uma redução de 5%, enquanto os provenientes de distribuição e multimédia cresceram 2,7%. Os restantes rendimentos operacionais sofreram uma quebra de 12,9%.

Em 2008, a descida dos rendimentos operacionais foi inferior à diminuição dos gastos operacionais, o que conduziu a uma subida dos resultados operacionais em 27,3%, passando de 7 milhões de euros, em 2007, para cerca de 9 milhões de euros, em 2008. Ainda assim, o resultado operacional ficou abaixo do previsto no Acordo de Reestruturação Financeira, em cerca de 2 milhões de euros (cfr. Relatório e Contas).

Parte significativa da redução dos gastos operacionais (cerca de 70%) verificou-se nos impostos e resulta da alteração do enquadramento legal em sede de IVA, tendo passado a RTP a ser tributada pelo regime geral, quando, em 2007, se encontrava no regime *pro rata*.

O aumento dos resultados operacionais, conjugado com o decréscimo do volume de negócios, permitiu a subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 2,2%, em 2007, para 3%, em 2008. Este crescimento de 0,8 pontos percentuais compensou a diminuição do grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do activo subiu de 1,8% para 2,1%, conforme explicitado na figura seguinte:

FIG. 24 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	2,2%	3,0%
(2) Volume de negócios/Activo	0,831	0,699
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	1,8%	2,1%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresenta uma subida de 12,8%, passando de 21 milhões de euros, em 2007, para 23 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA aumentou 1,3 pontos percentuais, situando-se em 7,8%, em 2008.

O resultado líquido sofreu uma descida de 11 milhões de euros em relação a 2007, sendo negativo em cerca de 47 milhões de euros. De referir que a compensação financeira associada ao aumento da taxa de juro, prevista no Acordo de Reestruturação Financeira e cumprida pelo Estado, no montante de 12 milhões de euros, permitiu a anulação deste impacto no capital próprio, embora não tenha influência na conta de resultados.

Cofina

O ano de 2008 foi marcado pela alteração na estrutura accionista do grupo COFINA: por um lado, a Cofihold vendeu a sua participação (correspondente a 20,47% dos direitos de voto) a administradores da COFINA; por outro lado, a sócia Ana Rebelo Mendonça Fernandes reforçou a sua participação através de sociedades de que é administradora e accionista, passando a deter 14,23% dos direitos de voto da COFINA.

O ano de 2008 foi caracterizado por uma relativa estabilidade face ao de 2007 quanto à contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver na figura seguinte.

FIG. 25 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos

Descrição	2007	2008
Jornais	70%	71%
Revistas	30%	29%
Total	100%	100%

De notar, quanto à figura anterior, que a informação por segmentos relativa ao grupo COFINA corresponde à reportada no relatório de gestão. A informação por segmentos constante do anexo às demonstrações financeiras não se encontra tão detalhada e, para além disso, os rendimentos por segmento não são coincidentes com os apresentados no relatório de gestão.

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:	64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de actividade:	Gestão de participações sociais, essencialmente em empresas do sector dos média e conteúdos
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Jornais▪ Revistas
Volume de negócios:	123 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	929
Chairman/Presidente do Conselho de Administração:	Paulo Jorge dos Santos Fernandes
CEO:	Paulo Jorge dos Santos Fernandes
Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none">▪ Cofina Media, SGPS:<ul style="list-style-type: none">○ Presselivre, SA○ Edisport, SA○ Edirevistas, SA○ Mediafin, SGPS, SA○ Metronews, SA○ Grafedisport, SA○ Destak Brasil – Empreendimentos e Participações, SA○ O Sol é Essencial, SA○ VASP
Principais sócios:	<ul style="list-style-type: none">▪ Caderno Azul SGPS, SA (9,02% dos direitos de voto)▪ Promendo SGPS, SA (6,82% dos direitos de voto)*▪ Ana Rebelo Mendonça Fernandes (6,22% dos direitos de voto)*▪ UBS AG, Zurique (5,89% dos direitos de voto)▪ Santander – Gestão de Fundos de Investimento Mobiliário SA (5,02%)

	dos direitos de voto) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Domingos José Vieira de Matos (6,80% dos direitos de voto) ▪ Paulo Jorge dos Santos Fernandes (6,55% dos direitos de voto) ▪ Pedro Miguel Matos Borges de Oliveira (4,22% dos direitos de voto) ▪ Banco BPI (3,12% dos direitos de voto) ▪ Caixagest (2,01% dos direitos de voto)
--	---

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

*As acções da COFINA detidas pela Promendo são consideradas imputáveis à sócia Ana Rebelo Mendonça Fernandes.

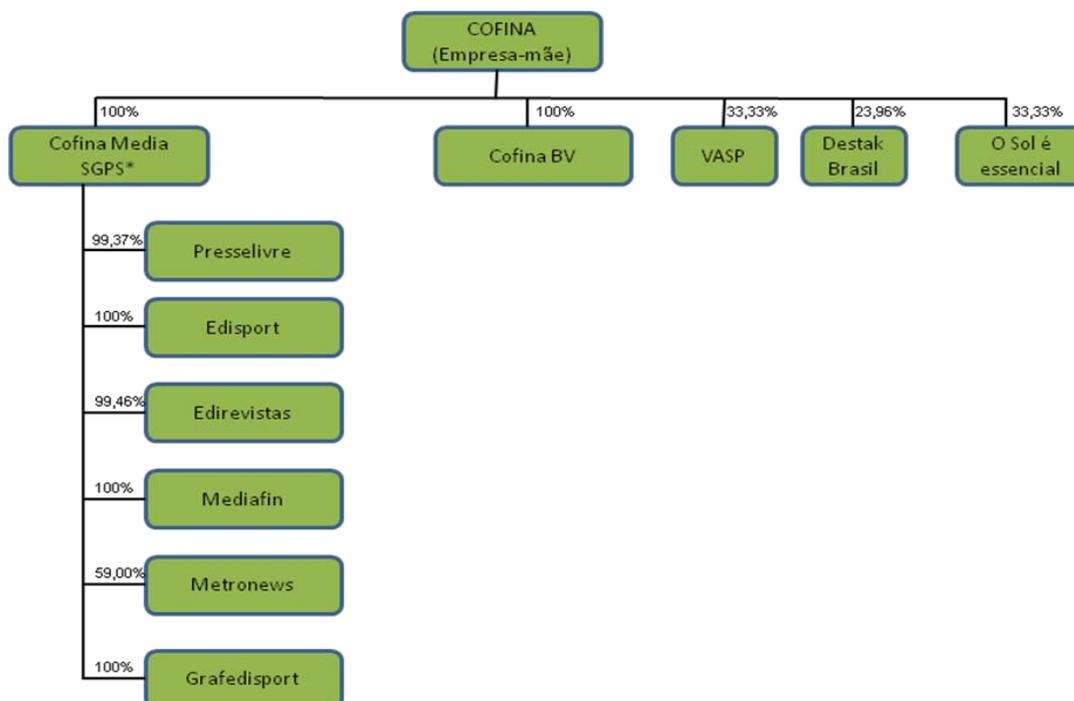
Identificação das áreas de actividade

Através de empresas participadas, a Cofina Media SGPS – a *sub-holding* do grupo COFINA para o sector dos média - actua em dois segmentos de negócio principais:

- **jornais:** segmento de negócio que inclui jornais pagos, temáticos (Record, Jornal de Negócios) e generalistas (Correio da Manhã) e jornais gratuitos (Destak; Meia Hora). No final de 2008, a COFINA detinha ainda 33,33% da empresa que edita o semanário Sol, participação esta que foi alienada em Janeiro de 2009;
- **revistas:** segmento de negócio que engloba títulos de temáticas diversas (Máxima, TV Guia, Flash, Vogue, GQ, Rotas e Destinos, PC Guia, Automotor), entre os quais se destaca a revista semanal Sábado.

A Cofina Media actua, ainda, na distribuição de publicações através da VASP, em cujo capital participa em 33,33%.

FIG. 26 Grupo COFINA (estrutura parcial)



*O Relatório e Contas de 2008 da COFINA não permite identificar se as empresas Presselivre, Edisport, Edirevistas, Mediafin, Metronews e Grafedisport são detidas directa ou indirectamente pela Cofina Media.

Análise económica e financeira

No final de 2008, os activos do grupo COFINA ascendiam a 244 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 34,7% relativamente aos 373 milhões de euros existentes no final de 2007.

No activo, destaca-se a descida de 59 milhões de euros na rubrica “Investimentos mensurados ao justo valor através de resultados”. Esta rubrica inclui investimentos em títulos cotados, nomeadamente, na ZON Multimédia, que, à data do balanço, são valorizados à correspondente cotação bolsista.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 64 milhões de euros, em 2007, para 12 milhões de euros negativos, em 2008. Tal facto deve-se ao reconhecimento da redução do justo valor da participação que o grupo detém na ZON Multimédia, já que, com base na cotação destes títulos em 31 de Dezembro de 2008, foram registadas perdas de, aproximadamente, 86 milhões de euros.

Tendo, em 2008, o capital próprio sofrido uma descida mais acentuada do que a registada no activo, passando mesmo a apresentar valor negativo, verificou-se a deterioração do grau de autonomia financeira e do rácio de solvabilidade.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a 123 milhões de euros, registando um crescimento de 1% face aos 121 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O crescimento volume do volume de negócios, conjugado com a descida do activo, originou, no período considerado, uma subida de 0,33 para 0,50 no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2008, ascendeu a 144 milhões de euros, registando uma subida de 7%. Este aumento foi ligeiramente inferior ao verificado nos gastos operacionais do período, o que conduziu a uma descida dos resultados operacionais em cerca de 1%, situando-se em 17 milhões de euros, em 2008.

A repartição dos rendimentos operacionais consolidados, segundo a sua natureza, é a apresentada na figura seguinte:

FIG, 27 Rendimentos operacionais consolidados

Descrição	2007	2008	Var.
Circulação	58,8 M€ 43,7%	61,8 M€ 42,9%	5,0%
Publicidade	61,9 M€ 45,9%	60,2 M€ 41,8%	- 2,7%
Produtos de marketing alternativo e outros	13,9 M€ 10,4%	22,0 M€ 15,3%	58,1%
Total de rendimentos operacionais consolidados	134,6 M€ 100%	144,0 M€ 100%	7,0%

Em 2008, destaca-se o crescimento de 58,1% nos rendimentos de produtos de marketing alternativo. Os réditos de circulação cresceram 5%, já os de publicidade apresentaram uma redução de 2,7%.

Em 2007, a publicidade era a principal origem de rendimentos operacionais. Após a redução verificada em 2008, a circulação passou a representar a maior fonte de rendimentos com uma contribuição de 42,9%.

A diminuição dos resultados operacionais conjugada com o aumento registado no volume de negócios, explica a quebra da rentabilidade operacional do volume de negócios de 14%, em 2007, para 13,7%, em 2008. Esta descida de 0,3 pontos percentuais foi mais do que compensada pelo aumento do grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do activo subiu de 4,5% para 6,9%, conforme explicitado na figura seguinte:

FIG. 28 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	14,0%	13,7%
(2) Volume de negócios/Activo	0,325	0,503
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	4,5%	6,9%

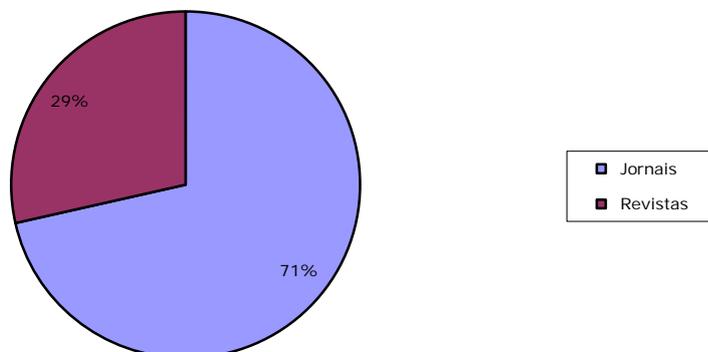
O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou uma diminuição de 1%, passando de 21 milhões de euros, em 2007, para 20 milhões de euros, em 2008.

A margem EBITDA decresceu 1,2 pontos percentuais, situando-se em 14,1%, em 2008, face aos 15,3% registados em 2007.

O resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, foi, em 2008, negativo em 73 milhões de euros, tendo sido afectado, essencialmente, pela já referida perda por redução do justo valor da participação na ZON Multimédia.

Informação financeira por segmentos

FIG. 29 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2008)



Jornais

O negócio dos jornais representa cerca de 71% do total de rendimentos operacionais consolidados. Na figura seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

FIG. 30 Jornais - Indicadores

Jornais	2007 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	94,8	102,9	8,5%
Circulação	42,7	44,3	3,9%
Publicidade	44,0	44,8	1,9%
Produtos de marketing alternativo e outros	8,1	13,8	68,8%
EBITDA	18,4	18,2	- 1,1%
Margem EBITDA	19,4%	17,6%	- 1,8 p.p.

Em 2008, as operações com clientes externos registaram rendimentos de 103 milhões de euros, o que representa um crescimento de 8,5% face ao ano anterior.

Os rendimentos de publicidade cresceram 1,9% e os de circulação subiram 3,9%, situando-se, em 2008, em cerca de 45 e 44 milhões de euros, respectivamente. Os rendimentos de produtos de marketing alternativo ascenderam a, aproximadamente, 14 milhões de euros, registando um crescimento de 68,8%, face a 2007.

O EBITDA situou-se em cerca de 18 milhões de euros, tendo apresentado uma descida de 1,1% face a 2007. A margem EBITDA desceu 1,8 pontos percentuais para 17,6%, em 2008.

Revistas

O segmento das revistas representa cerca de 29% do total de rendimentos operacionais consolidados. Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 31 Revistas - Indicadores

Revistas	2007 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais:			
Operações com clientes externos	39,8	41,1	3,3%
Circulação	16,1	17,5	8,1%
Publicidade	17,9	15,4	- 14,0%
Produtos de marketing alternativo e outros	5,8	8,3	43,0%
EBITDA	2,2	2,2	- 0,7%
Margem EBITDA	5,5%	5,3%	- 0,2p.p.

Em 2008, os rendimentos provenientes de clientes externos ascenderam a 41 milhões de euros, o que representa um crescimento de 3,3% face ao valor registado no ano anterior.

Neste segmento, os rendimentos de circulação e de marketing alternativo registaram crescimentos de 8,1% e 43,0%, respectivamente. Os réditos de publicidade desceram 14%, situando-se em cerca de 15 milhões de euros, em 2008.

O EBITDA do segmento de revistas foi de cerca de 2 milhões de euros, o que representa um decréscimo de cerca de 0,7% face a 2007.

A margem EBITDA desceu 0,2 pontos percentuais, atingindo 5,3% em 2008.

Controlinveste

À data de elaboração deste documento, o relatório e contas de 2008 do grupo CONTROLINVESTE ainda não tinha sido divulgado. O facto de a empresa apresentar contas consolidadas determina, nos termos do n.º 5 do art.º 65º do Código das Sociedades Comerciais, que o prazo para apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2008 termine a 31 de Maio de 2009. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove.

Impala

À data de elaboração deste documento, o Relatório e Contas de 2008 do grupo IMPALA não tinha sido divulgado, não havendo violação da lei, dado que, nos termos do n.º 5 do art.º 65º do Código das Sociedades Comerciais, o prazo para proceder à apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2008 termina em 31 de Maio de 2009. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove. O grupo IMPALA não efectuou o depósito, na Conservatória do Registo Comercial, dos documentos de prestação de contas dos exercícios anteriores a 2008, não sendo possível efectuar qualquer caracterização da sua situação económica ou financeira.

Grupo Renascença

Foram dois os principais acontecimentos que marcaram o grupo RENASCENÇA em 2008: o arranque das emissões da rádio SIM, direccionada a ouvintes seniores, e a criação da empresa Génius e Meios, dedicada à promoção de acções nas áreas do entretenimento e da formação.

O ano de 2008, quando comparado com 2007, foi marcado pela estabilidade do volume de negócios.

Apresentação institucional

Denominação:	Rádio Renascença, Lda
Sede:	R. Ivens, n.º 14, Lisboa
Data de constituição:	11 de Maio de 1931
CAE:	60100 (actividade de rádio)
Área de actividade:	Actividade de radiodifusão
Principais segmentos de actividade:	▪ Rádio
Volume de negócios:	24 Milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	325
Chairman/Gerente:	Cónego 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%)
Principais sócios:	▪ Patriarcado de Lisboa (60%) ▪ Conferência Episcopal Portuguesa (40%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

Identificação das áreas de actividade

O Grupo RENASCENÇA actua, fundamentalmente, no sector da rádio através das marcas Rádio Renascença, RFM, MegaFM e SIM. O Grupo detém ainda a totalidade do capital da Intervoz Publicidade, SA, a empresa que detém o exclusivo da angariação publicitária para todos os canais do grupo.

Análise económica e financeira

No final de 2008, os activos do grupo RENASCENÇA ultrapassavam os 23 milhões de euros, apresentando um crescimento de 3,3% face ao ano anterior.

O total do capital próprio manteve-se em, aproximadamente, 14 milhões de euros, registando um decréscimo de 0,1% face a 2007.

Sendo, em 2008, o crescimento do activo acompanhado por uma ligeira quebra no capital próprio, verificou-se uma descida de 61,8% para 59,8%, no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 1,62, em 2007, para 1,49, em 2008.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a 24 milhões de euros, registando uma descida de 4,3% face aos 25 milhões de euros obtidos no ano anterior. No que se refere, especificamente, a rendimentos de publicidade, a quebra sofrida, em 2008, foi de 4,6%.

O crescimento do activo foi acompanhado da descida do volume de negócios, o que originou, no período considerado, uma quebra de 1,10 para 1,02 no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2008, ascendeu a 24 milhões de euros, registando uma descida de 4% face ao ano anterior. Esta diminuição foi inferior à verificada nos gastos operacionais do período, originando uma redução dos prejuízos operacionais que passaram de 0,6 milhões de euros, em 2007, para 0,1 milhões de euros, em 2008.

No período considerado, a rentabilidade operacional do volume de negócios e do activo foram negativas, muito embora se tenha verificado uma redução de perdas face a 2007, conforme ilustra a figura seguinte:

FIG. 32 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	- 2,2%	- 0,4%
(2) Volume de negócios/Activo	1,098	1,018
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	- 2,5%	- 0,4%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um aumento de 61,6%, passando de 0,7 milhões de euros, em 2007, para mais de 1 milhão de euros, em 2008. A margem EBITDA subiu 1,9 pontos percentuais, situando-se em 4,8%, em 2008, face aos 2,9% registados em 2007.

O resultado líquido consolidado situou-se em 0,1 milhões de euros, em 2008, apresentando um decréscimo de 88,3%, face ao ano anterior. De referir que, em 2008, quer os resultados operacionais, quer os financeiros, foram superiores aos obtidos no ano anterior, pelo que a acentuada descida no resultado líquido se deve à diminuição dos resultados extraordinários que, em 2007, incluíam 1,6 milhões de euros provenientes de ganhos em imobilizações.

A rentabilidade do capital próprio desceu 6,9 pontos percentuais, situando-se em 0,9% e 7,8%, em 2008 e 2007, respectivamente.

Sonaecom

Em 2008, a SONAECOM realizou várias operações de constituição, aquisição e alienação de empresas, destacando-se aqui o reforço da internacionalização da We Do através da criação da We Do México, We Do Malaysia e We Do Egypt. Estas operações levaram à alteração do perímetro de consolidação do grupo que, todavia, não implicou qualquer mudança ao nível da segmentação dos negócios.

O ano de 2008 foi caracterizado por uma relativa estabilidade face a 2007 na generalidade dos segmentos, muito embora tenha havido um reforço da contribuição do segmento Sistemas de informação para o total de rendimentos operacionais.

FIG. 33 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos

Descrição	2007	2008
Telecomunicações	85%	84%
Multimédia	4%	3%
Sistemas de informação	8%	12%
Outros	3%	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:	64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de actividade:	Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações, média e sistemas de informação
Principais segmentos de actividade:	<ul style="list-style-type: none">▪ Telecomunicações▪ Sistemas de informação▪ Multimédia
Volume de negócios:	976 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado):	1983
Chairman/Presidente do Conselho de Administração:	Duarte Paulo Teixeira de Azevedo
CEO:	Ángelo Gabriel Ribeirinho dos Santos Paupério (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas:	<ul style="list-style-type: none">▪ Sonaecom - Serviços de Comunicações, SA▪ Sonaecom Telecom, SGPS, SA▪ Sonaecom.com – Sistemas de Informação, SGPS, SA▪ Sonaecom BV▪ Sonaecomtelecom BV▪ Tele2▪ Público - Comunicação Social, SA▪ Miauger

Principais accionistas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sontel BV (52,85%)* ▪ France Telecom (20%)** ▪ EDP (7,96%)
-------------------------	--

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2008 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

**A Sontel BV é uma empresa do grupo Sonae com sede em Amesterdão.*

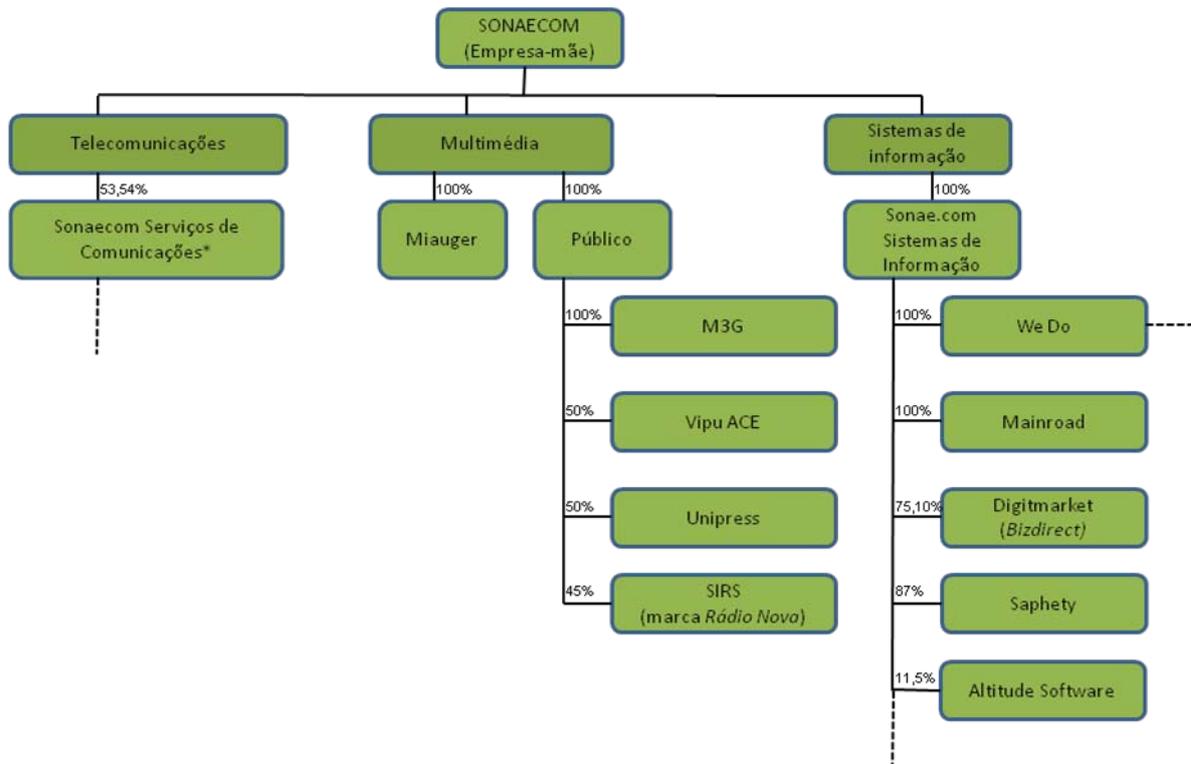
***Titularidade indirecta via Atlas Service Belgium (filial da Orange, detida a 100% pela France Telecom), detentora de 20% do capital da SONAECOM.*

Identificação das áreas de actividade

Através de empresas participadas, a SONAECOM estrutura a sua actividade em três segmentos de negócio:

- **telecomunicações:** segmento de negócio desenvolvido pela Sonaecom – Serviços de Comunicações, que agrupa as telecomunicações móveis (operando sob a marca Optimus) e as telecomunicações fixas (operando sob as marcas Clix para o mercado residencial e Optimus para os mercados *corporate* e pequenas e grandes empresas). A Sonaecom – Serviços de Comunicações é participada pela Sonaecom SGPS, pela Sonae Telecom e pela Sonaecom BV.
- **sistemas de informação:** segmento de negócio desenvolvido pela Sonae.com – Sistemas de Informação, que inclui as empresas participadas WeDo Consulting, Digitmarket (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 We Do detém, directa ou indirectamente, participações superiores a 90% em várias empresas We Do de consultadoria em sistemas de informação, em países tais como a Malásia, o México e o Egipto.
- **multimédia:** segmento de negócio desenvolvido pela Miauger, que actua na organização e gestão de leilões electrónicos on-line através do sítio miau.pt e pela empresa Público, que actua nas áreas da imprensa escrita, da edição de conteúdos na internet e da radiodifusão sonora. A empresa Público edita o jornal diário Público, e detém 50% da *joint venture* Vipu ACE, que editava até Dezembro de 2008 o jornal semanário gratuito Sexta (a circulação desta publicação foi suspensa, estando em reavaliação a parceria entre o Público e o grupo detentor do título A Bola concretizada na *joint venture* Vipu). A empresa Público detém, ainda, 100% da M3G, dedicada à edição e produção de conteúdos na internet, 45% da Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora (SIRS), SA, uma empresa que actua na radiodifusão sonora através da Rádio Nova, e 50% da Unipress, uma empresa de artes gráficas e edição de publicações. A empresa Público é detida em 100% pela Sonaetelecom BV (uma *sub-holding* da Sonaecom).

FIG. 34 Grupo SONAECOM (estrutura parcial)



Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas; de referir que esta ilustração teve por fonte, para além do Relatório e Contas de 2008, a apresentação institucional de 30/09/2008 no MidCap Paris.

*A SONAECOM tem uma participação directa de 53,54% na Sonaecom -Serviços de Comunicações e uma participação indirecta de 8,52% via Sonaecom BV e de 37,94% via Sonaecom Telecom.

Análise económica e financeira

Em 2008, ocorreram diversas alterações no perímetro de consolidação, que envolveram dissoluções, alienações, constituições de novas sociedades e aquisições de partes de capital, como referido. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2008, os activos do grupo SONAECOM ascendiam a 1973 milhões de euros, apresentando um crescimento de 12,2% relativamente aos 1759 milhões de euros existentes no final de 2007.

De destacar o reforço de, aproximadamente, 136 milhões de euros em activos fixos, tangíveis e intangíveis, associados à operação de Universal Mobile Telecommunications Service, ao Kanguru Express, ao ULL (desagregação de Lacete Local), ao Tiple Play e ao Fibre-to-the-Home.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 935 milhões de euros, em 2007, para 929 milhões de euros, em 2008, registando uma descida de 0,7%.

Uma vez que, em 2008, o crescimento do activo foi acompanhado por uma diminuição no capital próprio, verificou-se a descida do grau de autonomia financeira de 53,2%, em 2007, para 47,1%, em 2008. Em conformidade, o rácio de solvabilidade desceu de 1,1, em 2007, para 0,9, em 2008.

Para o crescimento do passivo, destaca-se a contribuição da rubrica "Titularização de créditos" referente a um contrato de titularização de créditos futuros celebrado, em 2008, pela Sonaecom - Serviços de Comunicações, SA, mediante o qual esta sociedade recebeu cerca de 100 milhões de euros e cedeu direitos aos créditos futuros correspondentes a serviços de telecomunicações a cobrar aos seus clientes do segmento empresarial, de 2009 a 2013.

O volume de negócios ascendeu, em 2008, a 976 milhões de euros, registando um crescimento de 9,4% face aos 893 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O crescimento do volume de negócios foi inferior ao crescimento do activo, o que originou, no período considerado, a descida de 0,51 para 0,50 no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2008, ascendeu a 987 milhões de euros, registando uma subida de 9,7%. Este aumento foi inferior ao verificado nos gastos operacionais do período, o que conduziu a uma descida de 87,2% nos resultados operacionais, passando de 22 milhões de euros, em 2007, para cerca de 3 milhões de euros, em 2008.

Este decréscimo dos resultados operacionais, acompanhado do aumento no volume de negócios, originou a descida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 2,5%, em 2007, para 0,3%, em 2008. Esta descida de 2,2 pontos percentuais, conjugada com a diminuição do grau de rotação do activo, explica a quebra na rentabilidade operacional do activo de 1,3% para 0,1%, conforme explicitado na figura seguinte:

FIG. 35 Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2007	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	2,5%	0,3%
(2) Volume de negócios/Activo	0,508	0,495
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	1,3%	0,1%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou uma diminuição de 1%, passando de 162 milhões de euros, em 2007, para 160 milhões de euros, em 2008.

A margem EBITDA desceu 1,8 pontos percentuais, situando-se em 16,3%, em 2008, face aos 18,1% registados em 2007.

O resultado líquido consolidado sofreu uma diminuição de 85,9% em relação a 2007, situando-se em 5 milhões de euros. Em conformidade, a taxa de rendibilidade do capital próprio desceu de 4%, em 2007, para 0,6%, em 2008.

Devido, essencialmente, aos movimentos ocorridos nos activos por impostos diferidos, o imposto sobre o rendimento do exercício apresentou, em 2008, um benefício de 20 milhões de euros, em comparação com um benefício de 37 milhões de euros registado no ano anterior. Dos activos por impostos diferidos reconhecidos em 2008, cerca de 16 milhões de euros são resultantes da operação de titularização de créditos referida anteriormente.

Este efeito fiscal positivo foi determinante para o comportamento do resultado líquido, conforme ilustra a figura seguinte:

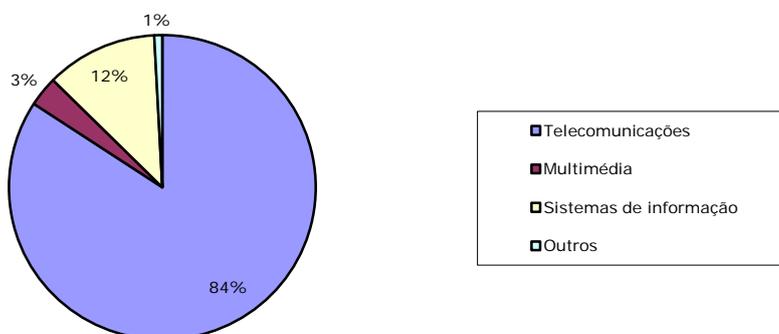
FIG. 36 Impacte do efeito fiscal no resultado

Descrição	2007 M€	2008 M€
(1) Resultados antes de impostos	0,5	- 15,0
(2) Imposto sobre o rendimento	- 36,6	- 20,2
(3) = (1) - (2) Resultado líquido consolidado do exercício	37,2	5,2

Atendendo a que, em 2008, o resultado antes de impostos era negativo em cerca de 15 milhões de euros, foi o efeito fiscal que permitiu o apuramento de um resultado líquido positivo superior a 5 milhões de euros.

Informação financeira por segmentos

FIG. 37 Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2008)



Telecomunicações

As actividades de comunicações móveis da Sonaecom são desenvolvidas pela Optimus. As comunicações fixas são desenvolvidas através das marcas Clix (mercado residencial) e Optimus (mercados *corporate* e PMEs).

No seu conjunto, o segmento Telecomunicações representa 84% do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intra grupo. Na figura seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 38 Telecomunicações - Indicadores

Telecomunicações	2007 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra grupo)	828,2	877,0	5,9%
Resultados operacionais	- 3,4	0,3	-
EBITDA	140,6	156,5	11,3%
Margem EBITDA	17,2%	18,1%	0,9 p.p.
Activos	1127,7	1313,3	16,5%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	209,6	290,6	38,6%

Em 2008, os rendimentos operacionais, antes de eliminação de operações intra-grupo, ascenderam a 877 milhões de euros, registando um aumento de 5,9% face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 11,3%, passando de 141 milhões de euros, em 2007, para 157 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA aumentou 0,9 pontos percentuais situando-se em 18,1%, em 2008.

No final de 2008, os activos afectos a este segmento ultrapassavam 1 313 milhões de euros. O investimento em activo fixo realizado durante o ano foi de, aproximadamente, 291 milhões de euros.

Sistemas de informação

Este segmento inclui actividades desenvolvidas por empresas como a WeDo, a Bizdirect, a Mainroad e a Saphety. Na figura seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 39 Sistemas de informação - Indicadores

Sistemas de informação	2007 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra-grupo)	79,9	122,5	53,4%
Resultados operacionais	2,9	5,2	80,9%
EBITDA	4,6	7,1	55,3%
Margem EBITDA	5,8%	5,9%	0,1 p.p.
Activos	103,5	120,3	16,2%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	27,2	0,0	- 100%

O segmento Sistemas de informação representa 12% do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intra grupo.

Os rendimentos, em 2008, ascenderam a cerca de 123 milhões de euros, registando um aumento de 53,4% face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 55,3%, situando-se em cerca de 7 milhões de euros, em 2008. A margem EBITDA subiu 0,1 pontos percentuais, passando para 5,9%, em 2008.

Multimédia

A actividade da Sonaecom no sector dos média é, fundamentalmente, desenvolvida pelo Público. Na figura seguinte, apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

FIG. 40 Multimédia - Indicadores

Multimédia	2007 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra grupo)	33,4	33,0	- 1,1%
Resultados operacionais	- 4,0	- 3,6	-
EBITDA	- 3,3	- 3,1	-
Margem EBITDA	- 9,9%	- 9,5%	0,4 p.p.
Activos	13,7	16,8	22,7%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	0,7	0,8	20,9%

O segmento Multimédia representa 3% do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intra grupo.

Os rendimentos gerados em 2008 ascenderam a cerca de 33 milhões de euros, registando uma diminuição de 1,1% face ao ano anterior.

Em 2008, o EBITDA e a margem EBITDA foram negativos, muito embora se tenha verificado uma redução de perdas face a 2007.

Outros negócios

Esta categoria inclui as restantes actividades do grupo e os serviços corporativos não imputados a segmentos relatáveis.

Síntese Conclusiva

Em 2008, os grupos de comunicação social ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM foram responsáveis por um volume global de negócios de 2 732 milhões de euros e 9 960 empregos directos e geriram activos que, no final do ano, totalizavam 4 955 milhões de euros.

Para os grupos ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL e SONAECOM, o ano de 2008 foi marcado por algumas operações de constituição, aquisição, alienação ou dissolução de sociedades, que no caso da IMPRESA e da MEDIA CAPITAL implicaram não só uma alteração no perímetro de consolidação, como uma nova segmentação dos negócios.

Os principais indicadores económico-financeiros evidenciam a diversidade entre os grupos analisados. Considerando a taxa de crescimento do activo em 2008, o indicador variou entre o crescimento de 34% do grupo ZON Multimédia e a diminuição de 35% do grupo COFINA. No que se refere à taxa de crescimento do volume de negócios, os valores registados em 2008 variaram entre a subida de 32% do grupo MEDIA CAPITAL e o decréscimo de 5% do grupo RTP. Quanto à rentabilidade, os grupos ZON Multimédia e MEDIA CAPITAL situaram-se, em 2008, claramente acima da média, tanto no que diz respeito à rentabilidade do capital próprio como no que se refere à rentabilidade operacional do activo.

Todavia, no que concerne a receitas publicitárias, já se verifica uma maior uniformidade no sector. Com a excepção da MEDIA CAPITAL, todos os grupos analisados sofreram uma diminuição nas receitas de publicidade em 2008, tendo sido a SONAECOM quem registou a maior quebra que atingiu os 5,7%, face ao ano anterior.

Anexo I

Glossário

- **Goodwill (trespasse):**

Corresponde a benefícios económicos futuros resultantes de activos que não são susceptíveis de ser individualmente identificados e separadamente reconhecidos. O goodwill (trespasse) adquirido numa concentração de actividades 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 activos 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 actividades empresariais pelo custo menos qualquer perda por imparidade (ver abaixo) acumulada.

- **Grau de autonomia financeira (GAF):**

$GAF = (\text{Capital próprio}/\text{Activo}) \times 100$

Indicador, expresso em percentagem, que mede o peso dos capitais próprios no total dos capitais investidos na empresa.

- **Grau de rotação do activo (GRA):**

$GRA = \text{Volume de negócios}/\text{Activo}$

Indica o número de vezes que o volume de negócios cobriu o total dos capitais investidos. Reflecte a produtividade da empresa no aproveitamento do activo 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:

Margem EBITDA = (EBITDA/Total de proveitos operacionais) x 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 activo, i.e. o seu valor contabilístico, excede a quantia recuperável. Considera-se quantia recuperável o valor mais alto entre o justo valor do activo menos custos de vender e o seu valor de uso. Se a quantia recuperável de um activo for menor que a sua quantia escriturada, a quantia escriturada do activo deve ser reduzida para a sua quantia recuperável. Esta redução é uma perda por imparidade.

Rácio de solvabilidade (RS):

RS = Capital próprio/Passivo

Indica o grau de cobertura do endividamento por capitais próprios.

Rendibilidade do capital próprio (RCP):

RCP = (Resultado líquido/Capital próprio) x 100

Indicador, expresso em percentagem, que mede a remuneração potencial dos capitais próprios aplicados na empresa. Permite ao accionista aferir se os capitais investidos na empresa apresentam, ou não, um nível de rentabilidade aceitável comparativamente com outras aplicações alternativas.

Rendibilidade operacional do volume de negócios (ROVN):

ROVN = (Resultado operacional/Volume de negócios) x 100

Indicador, expresso em percentagem, que mede a eficiência da actividade económica da empresa com referência aos resultados operacionais.

Rendibilidade operacional do activo (ROA):

$$\text{ROA} = (\text{Resultado operacional/Activo}) \times 100$$

Indicador, expresso em percentagem, que mede a eficiência da empresa na afectação e gestão de todos os capitais investidos. É adequado para comparar o desempenho económico de empresas do mesmo sector.

Anexo II

Síntese dos Principais Indicadores

Ano: 2008 Unidade: M€, excepto quando indicado de outra forma	ZON	IMPRESA	MEDIA CAPITAL	RTP	COFINA	RENASCENÇA	SONAECOM
Activo	1323	519	448	425	244	23	1973
Capital próprio	192	145	138	(697)	(12)	14	929
Grau de autonomia financeira	14,5%	27,9%	30,7%	n.a.	n.a.	59,8%	47,1%
Rácio de solvabilidade	0,17	0,39	0,44	n.a.	n.a.	1,49	0,89
Taxa de crescimento do activo	34,2%	3,4%	8,5%	12,8%	(34,7%)	3,3%	12,2%
Volume de negócios	773	269	270	297	123	24	976
Taxa de crescimento do volume de negócios	8,9%	0,3%	32,2%	(5,0%)	1,0%	(4,3%)	9,4%
Resultados operacionais	100	(5)	39	9	17	(0,1)	3
EBITDA	240	19	53	23	20	1	160
Margem EBITDA	31,0%	7,1%	18,3%	7,8%	14,1%	4,8%	16,3%
Resultado líquido consolidado do exercício	52	(25)	21	(47)	(73)	0,1	5
Taxa de rendibilidade do capital próprio	26,9%	(17,5%)	15,5%	n.a.	n.a.	0,9%	0,6%
Taxa de rendibilidade do activo	7,6%	(1,0%)	8,6%	2,1%	6,9%	(0,4%)	0,1%
N.º médio de pessoal	1545	1474	1328	2376	929	325	1983

SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES

FIG. 41 Activo total líquido (2008)

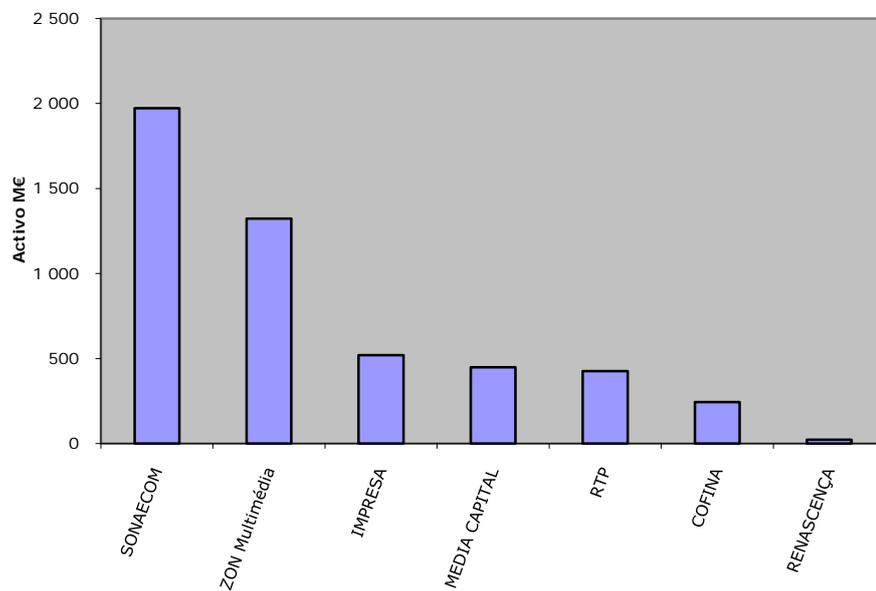


FIG. 42 Taxa de crescimento do activo (Var. 08/07)

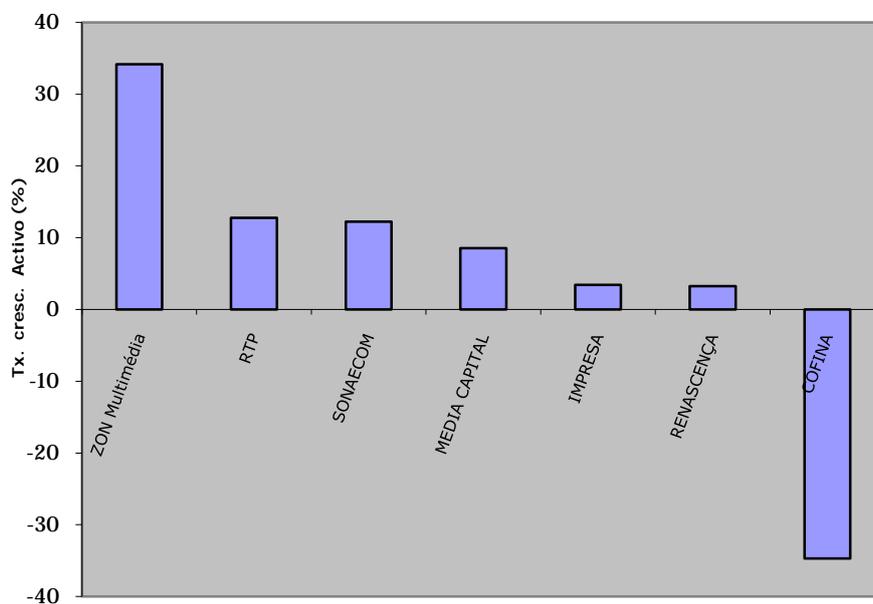


FIG. 43 Volume de negócios (Ano: 2008)

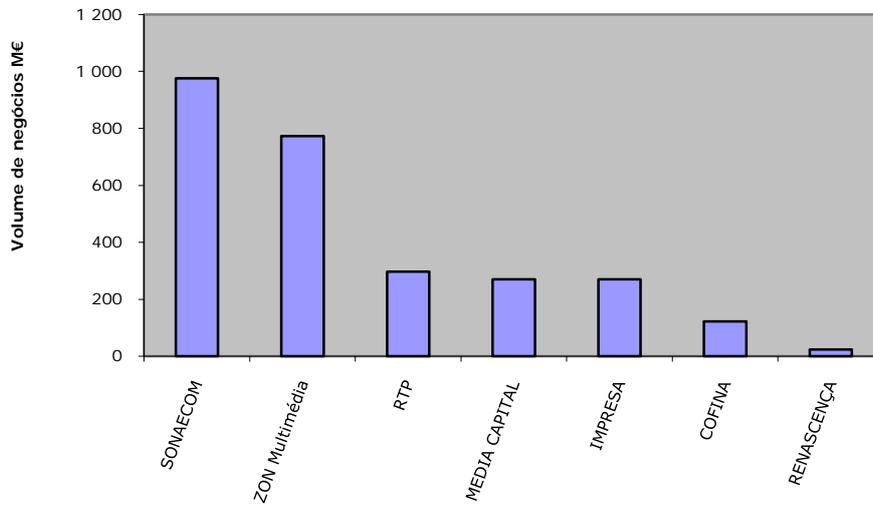


FIG. 44 Taxa de crescimento do volume de negócios (Var. 08/07)

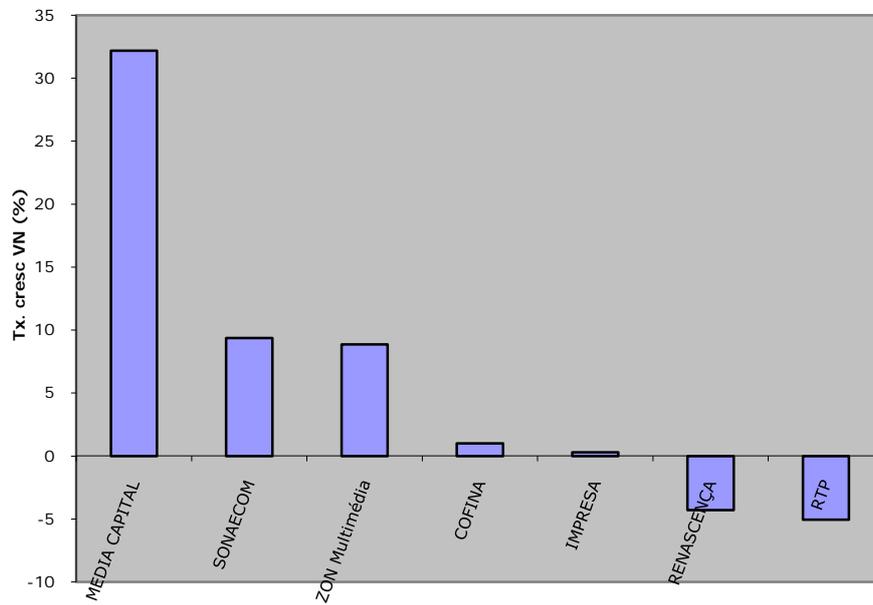


FIG. 45 EBITDA (2008)

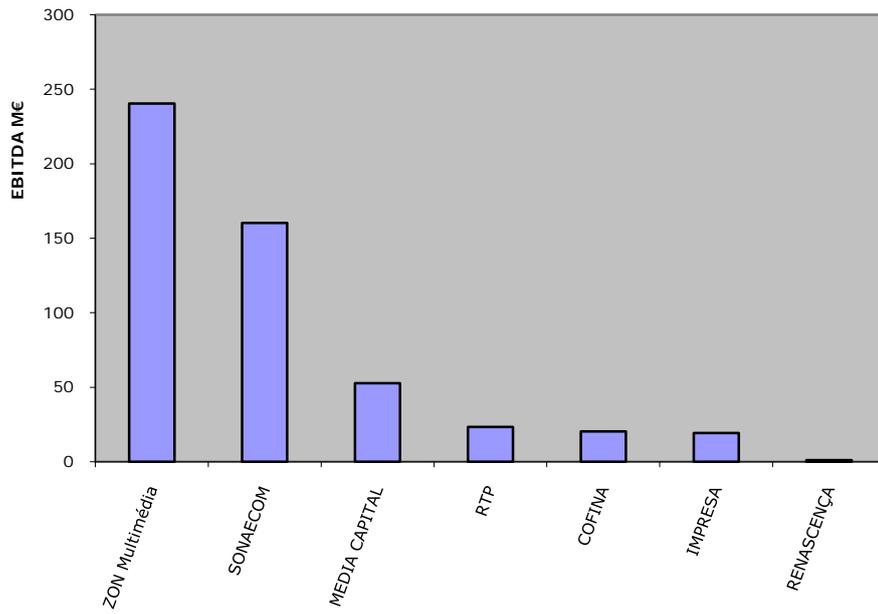


FIG. 46 Margem EBITDA (2008)

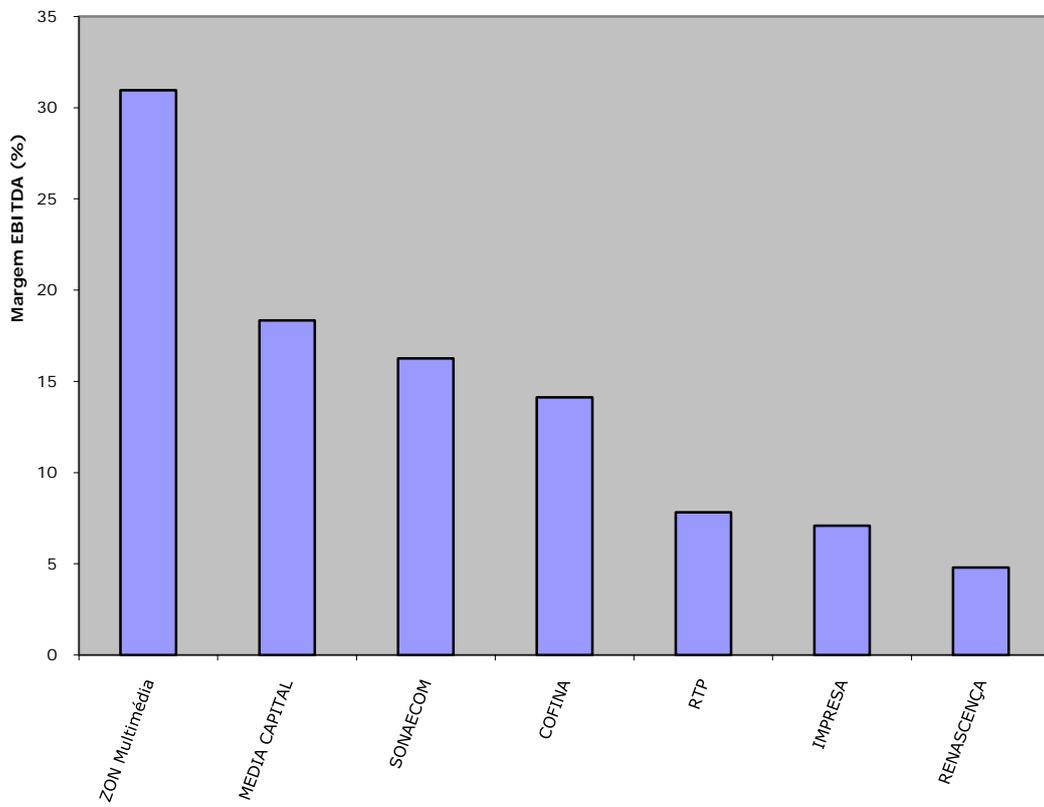


FIG. 47 Rendibilidade do capital próprio (2008)

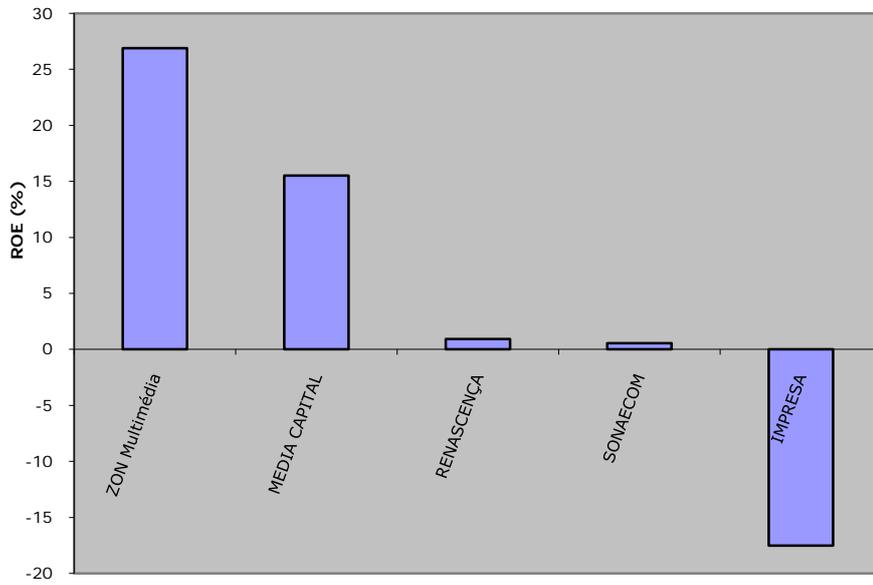
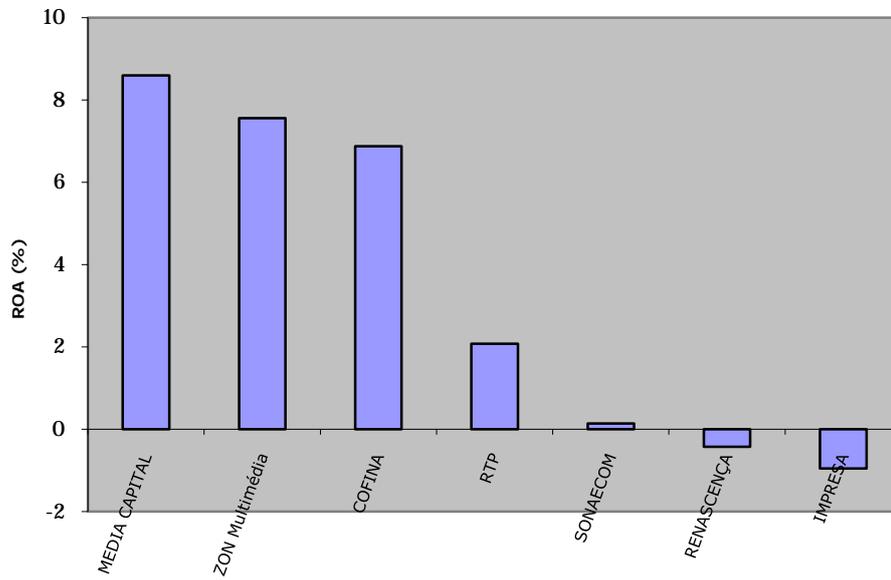


FIG. 48 Rendibilidade operacional do activo (2008)



2. ANÁLISE DO MERCADO PUBLICITÁRIO

Nota Introdutória

Caracterização genérica do mercado publicitário em Portugal: apreciação geral da informação disponível para efeitos de caracterização do mercado publicitário em Portugal; modelo simplificado do mercado publicitário; indicação do valor do mercado publicitário, incluindo previsões quanto à evolução do investimento em publicidade.

Apreciação Geral da Informação Disponível

A análise do mercado publicitário tem por base diversas fontes, desde os relatórios e contas dos principais grupos de comunicação social à informação produzida por entidades públicas e privadas.

Em geral, a informação prestada nos relatórios e contas dos diversos operadores, no que respeita a receitas de serviços de publicidade, é insuficiente para fundamentar uma análise consistente do mercado publicitário. Desde logo porque os réditos¹⁸ de publicidade se encontram, por vezes, englobados em categorias mais amplas, não sendo possível identificar qual o montante proveniente exclusivamente da publicidade.

Em todo o caso, mesmo quando são objecto de divulgação em linha separada, o nível de desagregação não permite uma análise suficientemente detalhada: no segmento televisão, não é possível segregar os rendimentos provenientes da televisão em sinal aberto dos oriundos da televisão por subscrição; no segmento imprensa, os rendimentos provenientes de jornais e revistas são, por vezes, englobados numa única categoria; e no segmento rádio, os rendimentos provenientes de rádios locais e nacionais são divulgados conjuntamente.

Quanto às políticas contabilísticas adoptadas para os réditos decorrentes da publicidade, o procedimento seguido consiste no seu reconhecimento na demonstração dos resultados no momento da respectiva inserção/exibição, por montantes líquidos de impostos e de descontos comerciais concedidos. Esta solução conduz ao reconhecimento dos rendimentos de publicidade por montantes que, estando deduzidos de descontos de natureza comercial, não reflectem, contudo, eventuais descontos de natureza financeira. De facto, quando são praticados descontos de natureza financeira, isto é, descontos relacionados com as condições de recebimento, não se procede à sua dedução ao montante reconhecido como rédito. Em vez disso, os descontos de natureza financeira são registados como gastos da entidade que

¹⁸ A expressão “réditos” pretende evidenciar os rendimentos obtidos no período com a prestação de serviços de publicidade, enquanto a expressão “receitas” se aplica ao direito a receber.

os concede e não aparecem discriminados em categoria autónoma. Assim sendo, não é possível, a partir da informação recolhida nos relatórios e contas, determinar as quantias efectivamente auferidas pelos operadores, nem saber quais os descontos concedidos face aos preços de tabela.

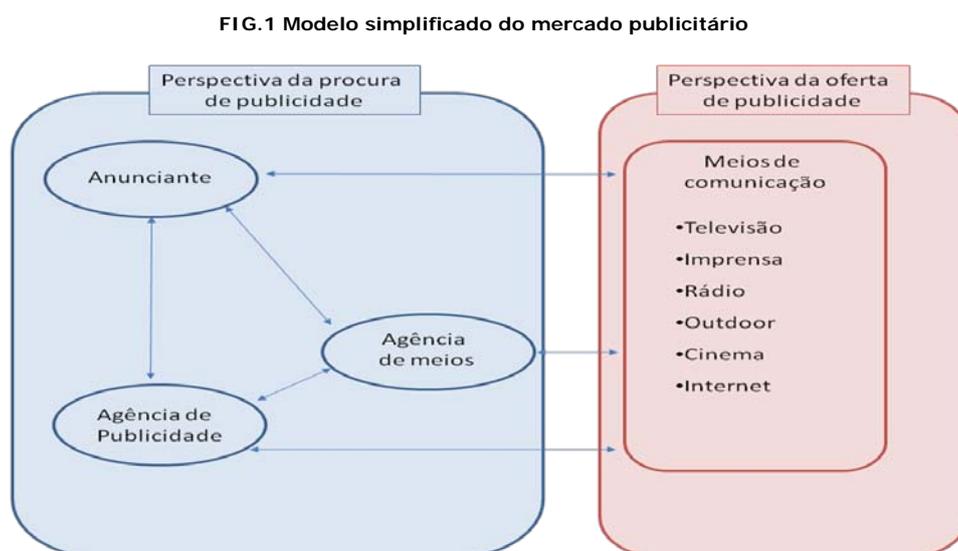
Atendendo a que a informação produzida por outras fontes públicas e privadas é, em geral, baseada em preços de tabela ou em preços reais (líquidos de quaisquer descontos), a comparabilidade com os dados divulgados nos relatórios é limitada. Aliás, aquelas mesmas fontes seguem diferentes critérios de mensuração e de desagregação dos dados sobre o mercado publicitário, e nem sempre fornecem indicação da metodologia seguida, restringindo, ainda mais, a possibilidade de comparação e triangulação de dados.

Para além das lacunas acima referidas, existe mais um outro constrangimento à análise de grupos económicos: eventuais alterações no perímetro de consolidação (número e tipo de empresas) ou nas percentagens de participação, de um ano para outro, constituem restrições à comparabilidade da informação.

Em suma, a diversidade de metodologias e critérios de mensuração adoptados pelas diversas fontes de informação justifica a discrepância nos valores apontados para o mercado publicitário e recomenda que as eventuais conclusões sejam lidas com prudência.

Modelo Simplificado do Mercado Publicitário

Não cabem neste relatório grandes elaborações teóricas ou investigações empíricas sobre o mercado publicitário. Deste modo, para orientar a leitura e organizar os dados, tomaremos como base um esquema simplificado do mercado publicitário em que este é visto como o encontro entre a procura e a oferta de publicidade (figura 1).



Fonte: Elaboração própria.

Atendendo estritamente à função dos intervenientes – isto é, não considerando fenómenos de integração vertical ou horizontal - do lado da **procura**, actuam os anunciantes, ou seja, as entidades que pretendem promover bens ou serviços; as agências de publicidade, que desenvolvem a estratégia criativa no interesse do anunciante; e as agências de meios que, podendo ainda ser vistas do lado da procura, pois efectuam o planeamento de meios de comunicação e a compra de publicidade, são um instrumento privilegiado no estabelecimento da ponte com o lado da oferta, entendido no sentido restrito. A compra de publicidade pode ser feita directamente, quando os anunciantes contactam os meios de comunicação ou as respectivas centrais sem a intermediação de agências de publicidade e/ou de meios, ou indirectamente, mediante o recurso aos serviços destas agências. Do lado da **oferta**, estão os meios de comunicação, designadamente, televisão, imprensa, rádio, *outdoor*, cinema e internet. Estes meios podem vender tempo ou espaço de publicidade de forma mais ou menos centralizada, consoante a política comercial de cada empresa ou grupo de comunicação social.

Procura de Publicidade

A análise do investimento publicitário é apresentada de seguida, de acordo com duas perspectivas: estimativas do investimento a preços de tabela, tendo por fonte a Marktest; e estimativas do investimento a preços reais, isto é, líquidos de descontos, tendo por fonte os relatórios do Omnicom Media Group (Omnicom) e do Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA). Quanto a previsões, serão cruzadas as estimativas constantes dos relatórios de *research* do Millennium Investment Banking (Millennium), do Banco Português de Investimento (BPI), do Banco Espírito Santo de Investimento (BES) e do Omnicom, a fim de se identificar a existência, ou não, de uma visão homogénea em relação à evolução dos diferentes meios de comunicação.

Estimativas do investimento publicitário a preços de tabela (Marktest)

De acordo com estimativas da Marktest, o investimento publicitário a preços de tabela, em 2008, totalizou 4671 milhões de euros, o que representa um acréscimo de 6,4% em relação a 2007 e o dobro do montante de investimento em relação a 2002 (figura 2).

FIG. 2 Investimento publicitário por meio (m€; preços de tabela)

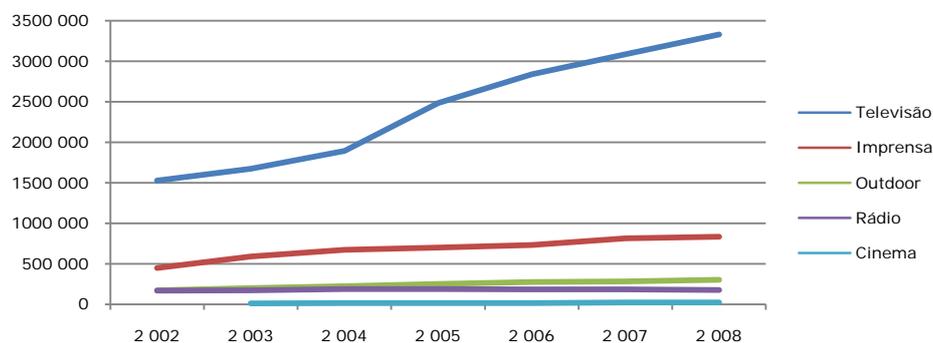
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Televisão	1528 408	1672 374	1892 813	2483 635	2840 206	3085 780	3330 911
Imprensa	449 815	592 549	675 473	700 606	733 912	816 546	835 223
<i>Outdoor</i>	170 871	200 145	224 770	250 590	276 730	283 984	303 504
Rádio	169 880	172 080	189 031	187 322	184 883	183 458	178 760
Cinema		9903	13 392	13 596	14 491	21 976	23 427
Total	2318 974	2647 051	2995 479	3635 749	4050 222	4391 744	4671 825

Fonte: Anuário de Média e Publicidade (Marktest, 2008; 2006).

Nota: não se encontram disponíveis dados sobre o investimento publicitário em internet.

Quanto à evolução do investimento publicitário nos diferentes meios, salienta-se, no período de 2002 a 2008, um progressivo aumento do investimento em televisão, enquanto o investimento em rádio tem vindo a decrescer e a distanciar-se do investimento em *outdoor*, que tem registado uma ligeira subida; o investimento em cinema, muito embora tenha vindo a aumentar, tem ainda uma expressão reduzida (figura 3).

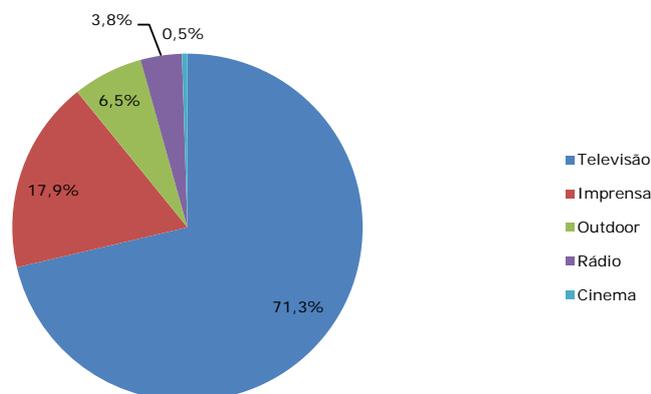
FIG. 3 Evolução do investimento publicitário por meio (m€; preços de tabela)



Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008; 2006).

A televisão é o meio que concentra a maior parte do investimento publicitário, tendo representado 71% do total em 2008; segue-se a larga distância a imprensa, que representou 18%, e depois os restantes meios que, no seu conjunto (*outdoor*, a rádio e o cinema), representaram apenas cerca de 11% (figura 4).

FIG. 4 Repartição do investimento publicitário por meio (%; preços de tabela; 2008)

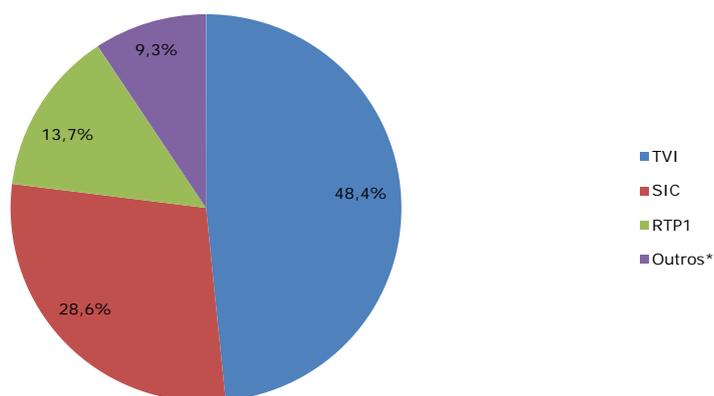


Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Investimento publicitário total: 4 671 825 milhares de euros.

Distribuição do investimento publicitário em televisão

Segundo a Marktest, em 2008, o investimento publicitário em televisão foi dominado pela TVI, que concentrou 48,4 % do total (correspondentes a 1612 milhões de euros), seguida da SIC com 28,6% (952 milhões de euros) e da RTP1 com 13,7% (456 milhões de euros). A RTP2 e os canais de cabo considerados na estimativa representaram cerca de 9,3% do investimento publicitário em televisão (311 milhões de euros), conforme mostra a figura 5.

FIG. 5 Repartição do investimento publicitário em televisão (%;preços de tabela; 2008)



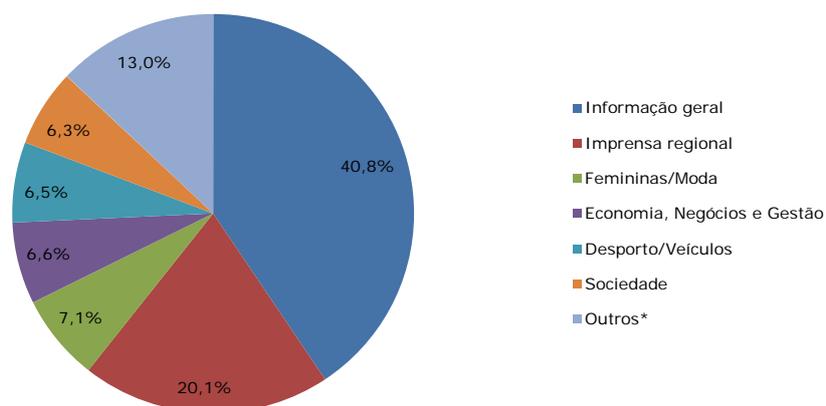
Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Total do investimento publicitário em televisão: 3 330 911 milhares de euros.

* Outros: inclui SIC Notícias; AXN; SIC Mulher; TV Record; Panda; RTPN; Fox; Fox Life; SIC Radical; RTP Memória; MTV Portugal; RTP2; People+Arts; História; Hollywood; Discovery.

Distribuição do investimento publicitário em imprensa

Por tipo de publicações, de acordo com as estimativas da Marktest, a maior parcela do investimento publicitário em imprensa, em 2008, foi canalizada para a chamada imprensa de informação geral, representando 40,8% (correspondentes a 340 milhões de euros); seguiu-se a imprensa regional, com 20,1% (168 milhões de euros), e várias publicações temáticas cuja representatividade se situa entre os 7% e os 6% cada; os restantes meios impressos, se individualmente considerados, tiveram um peso relativo muito reduzido (figura 6).

FIG. 6 Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (%; preços de tabela; 2008)



Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Total do investimento publicitário em imprensa: 835 222 milhares de euros.

* Outros: inclui publicações de Televisão e Jogos; Saúde/Educação; Decoração; Tecnologias de Informação; Lazer; Sectorial; Masculinas; Viagens e Turismo; Interesse Geral; Culinária; Juvenis; Cultura/Espectáculo; Ambiente/Divulgação Científica; Crianças; e uma categoria residual.

O primeiro lugar do *ranking* de 2008 relativo ao investimento publicitário por publicações coube ao Jornal de Notícias (CONTROLINVESTE), que concentrou 69 milhões de euros; seguiu-se o Correio da Manhã (Cofina) com 65 milhões de euros e o Expresso (IMPRESA) com 59 milhões de euros. De salientar que a nona e a décima posições do *ranking* foram ocupadas por jornais gratuitos, designadamente pelo Destak Lisboa e *Destak Nacional* (ambos do grupo COFINA), tendo cada um canalizado cerca de 20 milhões de euros de investimento publicitário. Tendo em consideração o investimento publicitário em televisão e imprensa, verifica-se que o Jornal de Notícias, embora ocupe o primeiro lugar do *ranking* do investimento publicitário em imprensa, capta apenas cerca de 4,3% do montante de investimento publicitário obtido pela TVI.

Das 50 publicações listadas no *ranking* acima referido, verifica-se que as dez primeiras representam cerca de 44,3% do total do investimento publicitário em imprensa (figura 7).

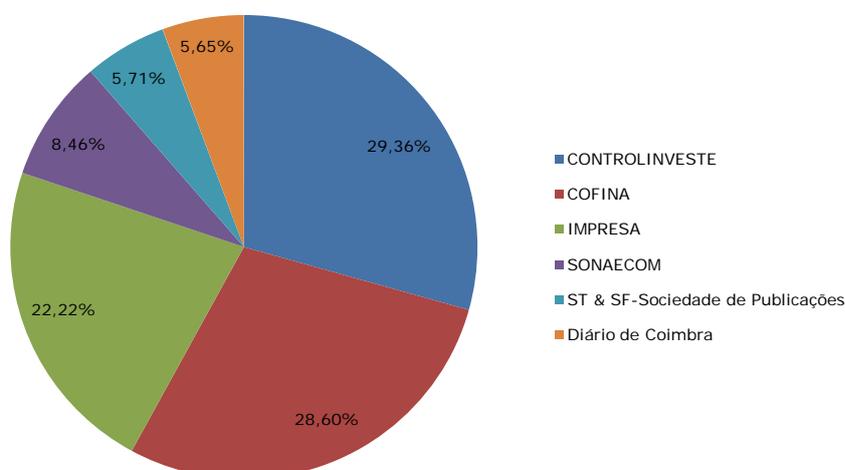
FIG. 7 Ranking das 10 maiores publicações em investimento publicitário por (preços de tabela;2008)

Posição	Publicação	Grupo empresarial
1	Jornal de Notícias	CONTROLINVESTE
2	Correio da Manhã	COFINA
3	Expresso	IMPRESA
4	Diário de Notícias	CONTROLINVESTE
5	Público	SONAECOM
6	Visão	IMPRESA
7	Diário Económico	ST & SF-Sociedade de Publicações
8	Diário de Coimbra	Diário de Coimbra
9	Destak Lisboa	COFINA
10	Destak Nacional	COFINA

Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Markttest, 2008).

Neste conjunto destacam-se os grupos CONTROLINVESTE e COFINA, representando cada um cerca de 29% (figura 8).

FIG. 8: Repartição do investimento publicitário em imprensa (DEZ maiores títulos) por grupo empresarial (%; preços de tabela; 2008)

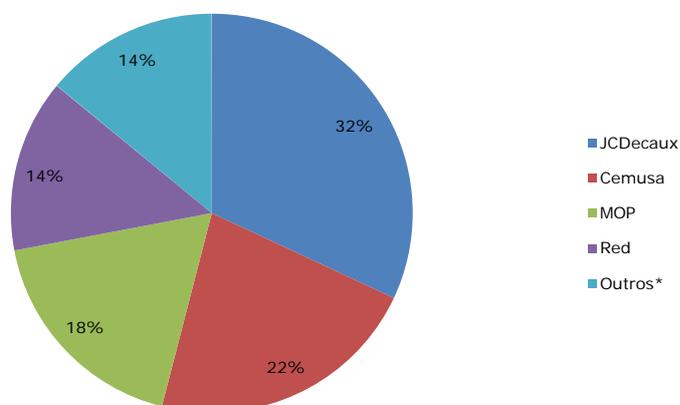


Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Total do investimento publicitário nos dez primeiros títulos de imprensa: 370 607 milhares de euros.

Distribuição do investimento publicitário em *outdoor*

Segundo as estimativas da Marktest, o investimento publicitário em *outdoor* tem vindo progressivamente a aumentar, tendo totalizado 304 milhões de euros em 2008. O operador que concentrou a maior parcela do investimento publicitário foi a JCDecaux, que representou 32% do total (correspondentes a 96 milhões de euros); seguiu-se a Cemusa com 22% (66 milhões de euros), a MOP com 18% (55 milhões de euros) e a Red com 14% (42 milhões de euros); a parcela restante coube a vários operadores, não representando nenhum deles mais de 4% do investimento publicitário em *outdoor* (figura 9). A importância crescente deste meio afere-se não apenas pelo volume de investimento cativado como pela dimensão dos operadores quando comparados, por exemplo, com a imprensa.

FIG. 9 Repartição do investimento publicitário em *outdoor* por operador (%;preços de tabela; 2008)



Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Total do investimento publicitário em *outdoor*: 303 505 milhares de euros.

Outros: inclui os operadores Spectacolor; M CO; APS Media; Grande Ecran; FC&F; Smart Advertising; Dot One New Media; Painel; New Impact; Tequilha e WOW.

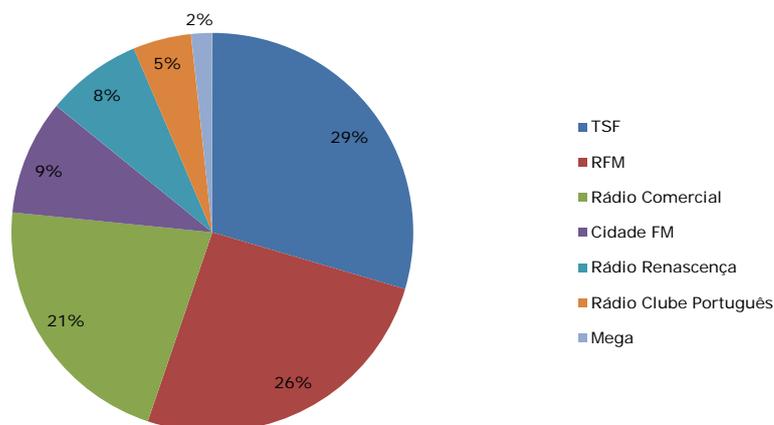
De salientar o predomínio de grupos internacionais de publicidade, na medida em que os grupos JCDecaux (operadores JCDecaux e Red) e Cemusa representaram juntos 68% do investimento publicitário em *outdoor* em 2008.

Distribuição do investimento publicitário em rádio

Os dados da Marktest indicam que o investimento publicitário em rádio decresceu 5,4% entre 2004 e 2008. Todavia, é de destacar, por um lado, que não são consideradas nestas estimativas as estações de rádio de âmbito regional ou local e, por outro, que a publicidade comercial não é permitida nas estações de rádio de serviço público (RTP).

Em 2008 as estações do grupo MEDIA CAPITAL (Rádio Comercial, Cidade FM e Rádio Clube Português) concentraram 35,4% do investimento publicitário em rádio; seguiram-se as estações do grupo RENASCENÇA (RFM, Rádio Renascença e Mega FM) e depois a TSF, detida pela CONTROLINVESTE, com 29,6% (figura 10).

FIG. 10 Repartição do investimento publicitário em rádio por estação (%;preços de tabela; 2008)



Fonte: Anuário de Media e Publicidade (Marktest, 2008). Total do investimento publicitário em rádio: 178 761 milhares de euros.

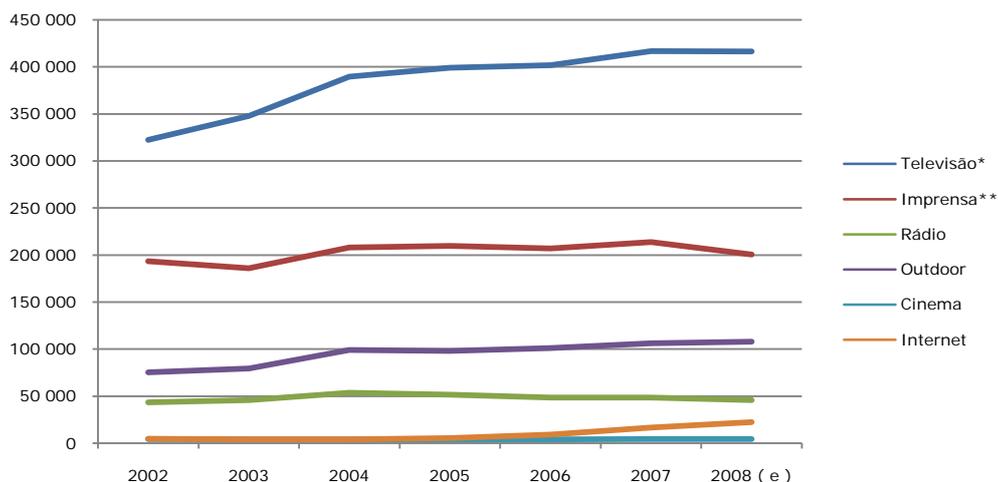
Estimativas do investimento publicitário a preços reais (Omnicom; ICA)

As estimativas do investimento publicitário feitas pela Marktest têm por referência preços de tabela. Para se obter uma ordem de grandeza dos preços efectivamente praticados pelos operadores há, portanto, que considerar dados de outras fontes.

Estimativas do investimento publicitário (Omnicom)

O grupo Omnicom estima que, em 2008, o investimento publicitário tenha totalizado, a preços reais, 797 milhões de euros. Uma vez que as estimativas da Marktest a preços de tabela ascendiam a 4671 milhões de euros, a diferença corresponde a 3874 milhões de euros, o que significa um desconto médio, sobre o preço de tabela, de mais de 80%. Em termos de evolução, os dados da Omnicom quanto à variação do investimento publicitário entre 2007 e 2008, indicam uma estagnação no investimento em televisão e em cinema; uma diminuição do investimento publicitário em imprensa e em rádio na ordem dos 6% e 7%, respectivamente; e um acréscimo no investimento em *outdoor* e em *internet* na ordem dos 2% e 26%, respectivamente (figura 11). Estas estimativas contrastam com as da Marktest, que evidenciam um acréscimo de 7,9% do investimento publicitário em televisão, de 2,3% em imprensa e de 6,6% em cinema no mesmo período (cfr. figura 2). Considerados em simultâneo, estes dados indicam uma forte concorrência, provavelmente intensificada pela estagnação, ou mesmo redução, do valor do investimento publicitário.

FIG. 11 Evolução do investimento publicitário por meio (m€; preços reais)



Fonte: Research Omnicom Media Group. Valores a preços correntes.

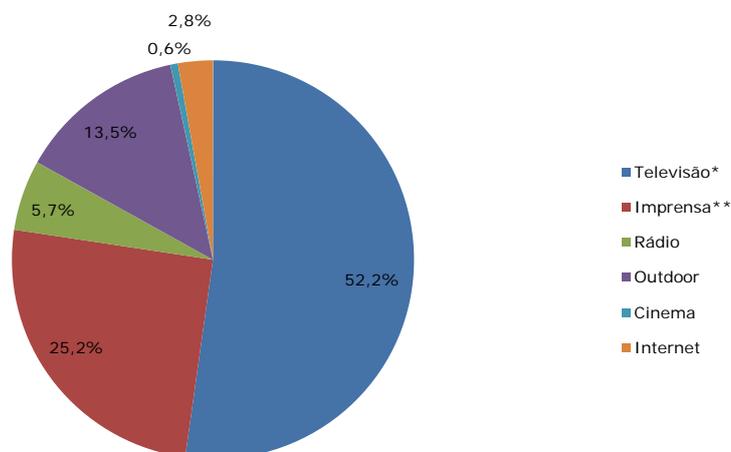
(e) estimativa em Dez. 2008.

* esta categoria resulta da agregação da televisão canais (TVI, SIC e RTP1) e do cabo, representando este último cerca de 10% do total do agregado em 2008.

** Esta categoria resulta da agregação da imprensa diária e da imprensa não diária, representando esta última cerca de 65% do total do agregado em 2008.

Quanto à distribuição do investimento publicitário por meio, no ano de 2008, também aqui as estimativas da Omnicom contrastam com as da Marktest. A predominância da televisão foi substancialmente menos marcada nas estimativas da Omnicom, representando apenas cerca de metade (52%) do total do investimento publicitário (figura 12); já nas estimativas da Marktest este meio foi claramente dominante, representando 71% do mercado. É de referir que as estimativas da Omnicom apresentam um grau de detalhe menor que as da Marktest no que diz respeito à desagregação dos meios de comunicação por marcas.

FIG. 12 Repartição do investimento publicitário por meio (%; preços reais; 2008)



Fonte: Research Omnicom Media Group. Valores a preços correntes.

* Esta categoria resulta da agregação da televisão canais (TVI, SIC e RTP1) e do cabo, representando este último cerca de 10% do total do agregado em 2008.

** Esta categoria resulta da agregação da imprensa diária e da imprensa não diária, representando esta última cerca de 65% do total do agregado em 2008.

A discrepância de valores acima referida verifica-se, igualmente, na confrontação entre as estimativas a preços de tabela da Markttest e os dados relativos à taxa de exibição arrecadada pelo ICA.

Estimativas do investimento publicitário (ICA)

De acordo com o artigo 51º do Decreto-Lei n.º 227/2006, de 15 de Novembro, a publicidade comercial exibida nas salas de cinema, difundida pela televisão ou incluída nos guias electrónicos de programação, qualquer que seja a plataforma de emissão, está sujeita a uma taxa de 4% sobre o preço de exibição ou difusão, constituindo 80% desta taxa (i.e. 3,2%) receita do ICA.

A taxa de exibição é devida pelos anunciantes e liquidada, por substituição tributária, pelas empresas concessionárias da exploração de espaço publicitário em salas de cinema; pelos operadores de serviços de programas de televisão; e pelos operadores ou distribuidores de televisão que ofereçam serviços de teletexto ou guias electrónicos de programação. A entrega ao ICA deveria ser efectuada até ao dia 10 do mês seguinte ao da liquidação. Contudo, nem todos os operadores cumprem este prazo: a SIC entrega a 90 dias, a TVI e a RTP a 60 dias e os restantes operadores a 30 dias (cfr. Relatório de Gestão do ICA de 2007).

A partir das taxas de exibição recebidas pelo ICA entre 2004 e 2008, obtiveram-se as estimativas das receitas anuais provenientes da publicidade em salas de cinema, televisão e guias electrónicos de programação, a preços reais (líquidos de descontos), por operador (figura 13).

FIG. 13 Estimativas de receitas publicitárias de cinema, TV, guias electrónicos (m€; preços reais; taxas reportadas à data em que foram recebidas pelo ICA)

Operadores	2004 m€	2005		2006		2007		2008	
		m€	Var.	m€	Var.	m€	Var.	m€	Var.
TVI	191 143	176 640	-7,6%	205 353	16,3%	182 808	-11,0%	195 673	7,0%
SIC	157 173	151 188	-3,8%	140 459	-7,1%	152 013	8,2%	138 358	-9,0%
RTP	68 606	55 376	-19,3%	59 356	7,2%	73 758	24,3%	66 527	-9,8%
Zon TV Cabo	17 322	6 038	-65,1%	7 984	32,2%	17 880	123,9%	19 681	10,1%
Zon Conteúdos	9 662	14 228	47,3%	18 944	33,1%	18 542	-2,1%	16 282	-12,2%
Screen Vision	4 664	3 865	-17,1%	3 782	-2,2%	3 255	-13,9%	3 159	-2,9%
TV Porto	15	0	-100,0%	44	---	180	312,7%	1 082	500,4%
Sport TV	708	0	-100,0%	387	---	722	86,5%	918	27,2%
+ Cinema	695	1 023	47,2%	1 088	---	777	-28,6%	510	-34,4%
Media-Luso Prod.	0	0	---	214	---	587	174,8%	274	-53,4%
PT Comunicações (MEO)	0	0	---	0	---	0	---	116	---
Outros *	4 424	0	-100,0%	246	---	0	-100,0%	33	---
Total	454 411	408 358	-10,1%	437 856	7,2%	450 523	2,9%	442 612	-1,8%

Fonte: Estimativas elaboradas com base em informação prestada pela ERC (2008) e divulgada nos Relatórios de Gestão do ICA (2004 a 2007).

* Inclui as seguintes entidades: Active Media Solutions, Belarte, Ecran Virtual, Mandala, Premium TV e uma categoria residual.

Estas estimativas divergem, naturalmente, dos montantes divulgados como réditos de publicidade, nos relatórios e contas dos diversos operadores. Os réditos englobam todos os serviços de publicidade prestados pela entidade e são reconhecidos no período em que a publicidade é exibida (independentemente do momento em que ocorre o respectivo recebimento); já a taxa de exibição, a partir da qual foram obtidas as estimativas, não se aplica a todos os tipos de publicidade e não é paga ao ICA no momento em que ocorre a respectiva facturação ou prestação do serviço, conforme anteriormente referido. Muito embora esta diferença não seja significativa numa lógica de estabilidade de mercado, ela deve ser tida em consideração numa óptica de análise periódica.

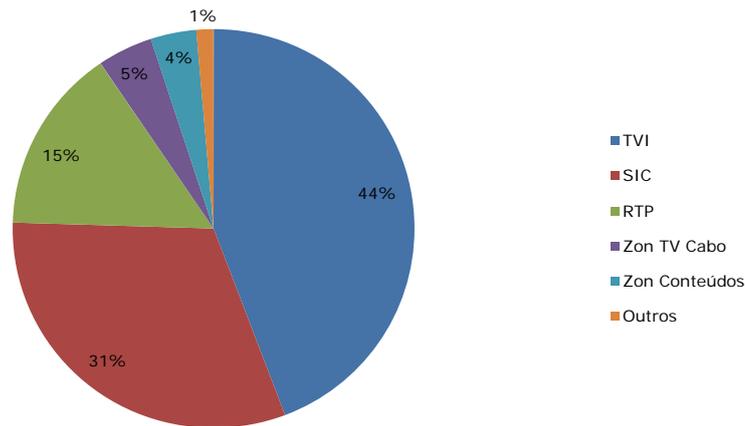
Por outro lado, a base de incidência da taxa de tributação é a quantia efectivamente paga pela exibição ou difusão da publicidade (preço líquido de quaisquer descontos), enquanto os réditos reconhecidos estão deduzidos dos descontos de natureza comercial mas não reflectem eventuais descontos de natureza financeira.

Acresce, ainda, que algumas receitas tais como as provenientes de patrocínios, *product placement*, canais online e canais corporativos poderão eventualmente não ter sido, no período considerado, objecto de incidência da taxa de exibição - embora o devessem ter sido - podendo, nesse caso, estar omissas ou subavaliadas nas estimativas obtidas a partir das receitas arrecadadas pelo ICA.

Assim sendo, a análise da evolução do mercado publicitário - restrita a cinema, televisão e guias electrónicos de programação - e a repartição de receitas por operador, que se apresenta de seguida, está condicionada pelas limitações expostas e é nesse contexto que deve ser enquadrada.

No que respeita à repartição por operador, a TVI é a entidade que, de 2004 a 2008, apresenta maior volume anual de receitas estimadas. No último ano, a estimativa ascendia a 196 milhões de euros, representando cerca de 44% do total. Seguia-se a SIC com 31% e a RTP com 15%. Os restantes operadores representavam, em conjunto, apenas 10% do total de receitas estimadas para 2008 (figura 14).

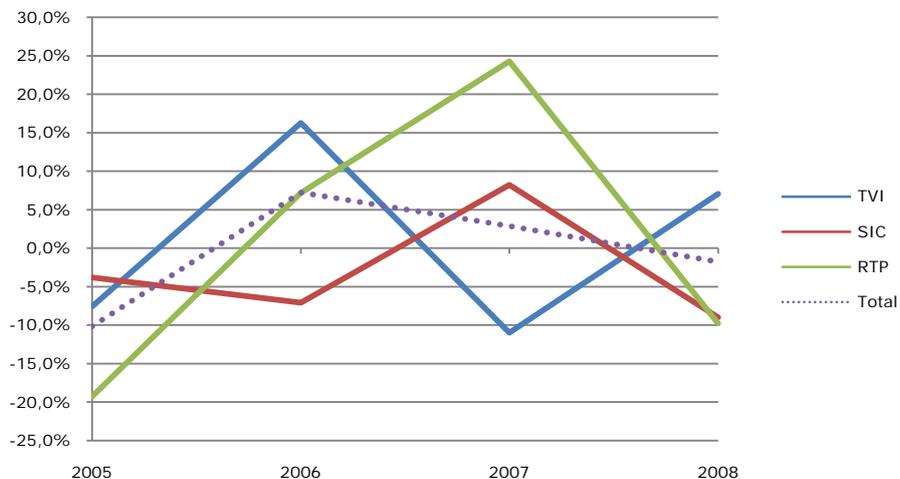
FIG. 14 Repartição das estimativas de receitas por operador (%; preços reais; ano: 2008)



Fonte: Dados ERC (2008). Total de receitas estimadas: 442 612 milhares de euros.

Quanto à evolução do mercado publicitário, 2004 é o ano que, no período considerado, apresenta maior estimativa de receitas. O facto de, em 2004, alguns operadores terem pago ao ICA valores em mora referentes a exercícios anteriores, terá contribuído para o elevado montante de receitas estimadas para esse ano e ajudará também a explicar a descida, de cerca de 10%, verificada no ano seguinte (figura 15).

FIG. 15 Evolução das estimativas de receitas por operador (%; preços reais; taxas reportadas à data em que foram recebidas pelo ICA)



Fonte: Dados ERC (2008); Relatórios de Gestão do ICA (2004 a 2007).

Nota: O total inclui todas as entidades discriminadas na figura 7.

A maior taxa de crescimento verificou-se em 2006, situando-se em cerca de 7% face ao ano anterior. Este aumento parece resultar de uma recuperação do mercado publicitário, tendo a generalidade dos operadores, com excepção da SIC e da Screen Vision, apresentado evolução positiva.

Em 2007, a taxa de crescimento das receitas estimadas situou-se em cerca de 3%, sendo de referir as subidas de cerca de 24% e 8% apresentadas pela RTP e SIC, respectivamente.

Em 2008, a estimativa do volume global de receitas publicitárias sofreu uma quebra de quase 2%. No que respeita aos principais operadores, apenas a TVI não acompanhou esta descida tendo, pelo contrário, apresentado um crescimento de 7% nas receitas estimadas, face ao ano anterior.

Considerando, agora, uma distribuição das taxas de exibição por referência ao período em que são liquidadas pelos operadores, independentemente da data em que são entregues ao ICA, as estimativas de receitas dos três maiores operadores apresentam o seguinte comportamento (figura 16):

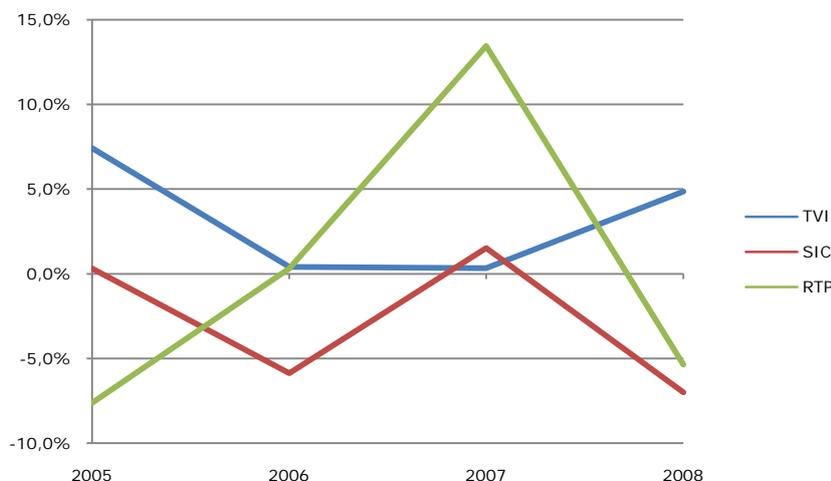
FIG. 16 Estimativas de receitas publicitárias de cinema, TV, guias electrónicos (m€; preços reais; taxas reportadas à data em que foram liquidadas pelos operadores independentemente do mês de entrega ao ICA)

Operadores	2004 m€	2005		2006		2007		2008	
		m€	Var.	m€	Var.	m€	Var.	m€	Var.
TVI	169 347	181 915	7,4%	182 668	0,4%	183 292	0,3%	192 201	4,9%
SIC	148 773	149 250	0,3%	140 506	-5,9%	142 642	1,5%	132 666	-7,0%
RTP	65 602	60 609	-7,6%	60 803	0,3%	68 981	13,4%	65 289	-5,4%
Total	383 722	391 774	2,1%	383 978	-2,0%	394 915	2,8%	390 156	-1,2%

Fonte: Dados ERC (2008); Relatórios de Gestão do ICA (2004 a 2007).

A figura que se segue ilustra a evolução das estimativas de receitas por operador considerando a data de liquidação das taxas de exibição. Comparando estas estimativas com as que têm por referência o momento do pagamento ao ICA (figura 15), são evidenciados comportamentos divergentes no período de 2005 a 2007: até 2007, a evolução das estimativas de receitas é significativamente influenciada pelo diferimento das entregas da taxa de exibição ao ICA.

FIG. 17 Evolução das estimativas de receitas por operador (%; preços reais; taxas reportadas à data em que foram liquidadas pelos operadores independentemente do mês de entrega ao ICA)



Fonte: Dados ERC (2008); Relatórios de Gestão do ICA (2004 a 2007).

De salientar, contudo, que, relativamente a 2008, se confirma a subida da TVI, contrastando com as diminuições de receitas estimadas para a SIC e RTP.

Previsões de evolução do investimento publicitário (Millennium, BES, Omnicom, BPI)

As previsões para 2009 do Millennium, do BES, do BPI e do Omnicom apontam para um decréscimo do investimento publicitário em meios de comunicação. O BES refere, ainda, as estimativas de agências de meios, que prevêem um decréscimo do investimento publicitário para 2009 na ordem dos 7% a 8%. Destaca-se todavia a internet, onde todas as estimativas referidas apontam para um aumento do investimento publicitário. É de realçar que as previsões efectuadas para 2009 revelam diferenças substanciais quanto à evolução do investimento publicitário em internet, variando entre 12,5% (estimativa BES) e 50% (estimativa Omnicom) (tabela 5). O BPI Research (*equity research* Impresa, Media Capital e Cofina de 01/2009) apenas refere previsões para a televisão e imprensa, estimando uma variação negativa de 8% e 10%, respectivamente.

Fig. 18 Síntese das estimativas de variação do investimento publicitário por meio em 2008 e 2009 (%; preços reais)

	2008			2009		
	Millennium	BES	Omnicom (e)	Millennium	BES	Omnicom (e)
Televisão						
Tv 3 canais	-2%	-0,7%	-1%	-10%	-6%	-8%
Cabo	8%	5,0%	8%	2%	3%	2%
Imprensa	-5%	-5,0%		-10%	-12%	
Imprensa diária			-1%			-5%
Imprensa não diária			-9%			-10%
Rádio	-4%	-2,0%	-6,3%	-10%	-10%	-12,5%

Outdoor	2%	0,5%	1,7%	-15%	-4%	-22,5%
Cinema	-2%	-3,8%	-1%	-8%	-9,60%	-10%
Internet	35%	43,8%	35%	15%	12,50%	50%
Total	-1,40%	-0,8%	-1,1%	-9,30%	-6,80%	-8,2%

Fonte: Research Millennium Investment Banking (09/02/2009); Research Espírito Santo de Investimento (15/01/2009) e Omnicom Media Group (04/02/2009).
(e) estimativa em 12/2008.

De salientar que os relatórios do Millennium e do BES antecipavam a possibilidade um efeito de deslocação do investimento publicitário do rádio e da imprensa para a televisão, na sequência da entrada em funcionamento do 5º canal e subsequente baixa de preços de publicidade, associada à oferta de mais 12 minutos de publicidade por hora de emissão. Como é evidente, na sequência da decisão da ERC de não aceitar as candidaturas ao operador do 5º canal, estas previsões deixaram de fazer sentido.

Oferta de Publicidade

A análise da oferta de publicidade foi feita de acordo com duas perspectivas: a perspectiva do tempo de emissão, a fim de se compreender até que ponto os operadores dos canais de televisão RTP1, SIC e TVI preenchem o limite legal de tempo de emissão de publicidade comercial; e a perspectiva dos réditos de publicidade divulgados nos relatórios e contas dos principais grupos de comunicação social.

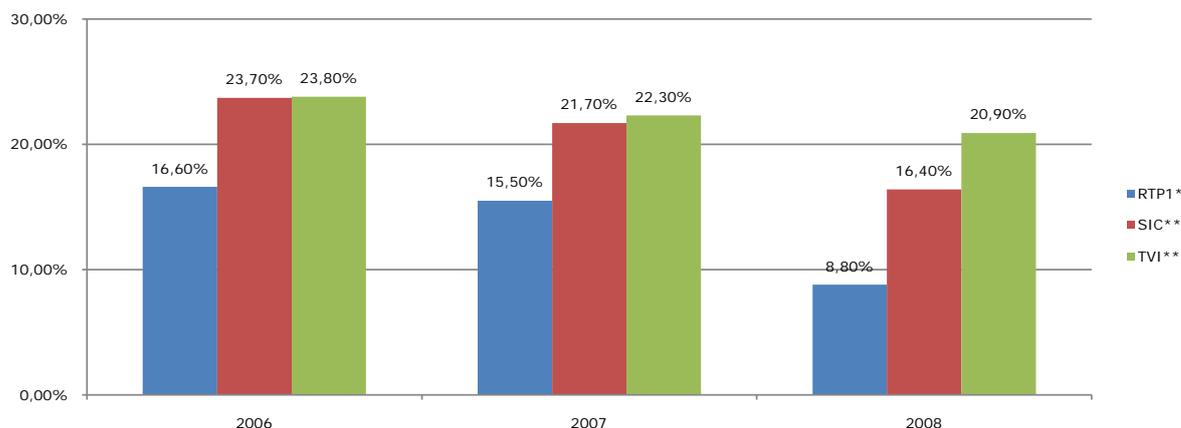
Análise do preenchimento do limite legal de tempo de emissão de publicidade comercial

A análise da oferta de publicidade foi restrita aos canais de televisão RTP1, SIC e TVI. Apenas se considerou a publicidade comercial, ou seja, foram excluídas as auto promoções e as referências a patrocínios e institucionais. A RTP2 não foi considerada, uma vez que não emite publicidade comercial.

As regras relativas ao tempo de publicidade estabelecem um limite de 6 minutos de publicidade comercial por hora de emissão na RTP1 e de 12 minutos por hora de emissão para os canais TVI e SIC. Logo, a oferta total de publicidade é, neste momento, de 30 minutos por hora.

Tendo em conta o período entre 2006 e 2008, constatou-se que apenas neste último ano não foram ultrapassados os limites de publicidade comercial a emitir, uma vez que a RTP1 e a SIC não atingiram o limite máximo de publicidade comercial (figura 19). O facto de a RTP1 e a SIC não terem vendido todo o tempo de publicidade disponível pode sinalizar a relativa retracção do mercado em 2008, aliás, estimada nos relatórios de *research* acima referidos para a televisão em sinal aberto (Tv 3 canais).

FIG. 19 Publicidade comercial emitida em relação ao limite máximo de publicidade a emitir (%; base em horas; 2006 a 2008)



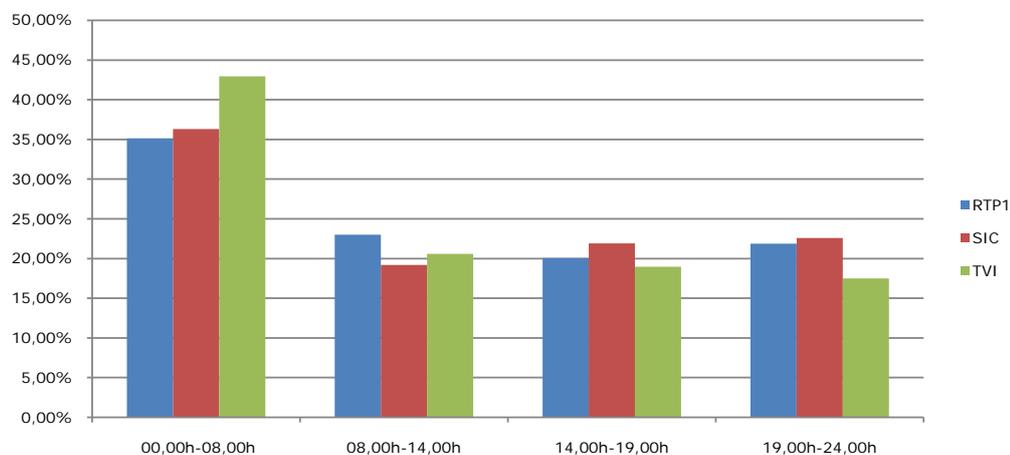
Fonte: ERC (04/2009).

* limite máximo de publicidade a emitir: 10%, correspondente a 6 minutos por hora de emissão.

** limite máximo de publicidade a emitir: 20%, correspondente a 12 minutos por hora de emissão.

Quanto à distribuição dos tempos de publicidade pelas várias franjas horárias, em todos os canais, a madrugada (00h00m-08h00m) é o período que canaliza mais vendas, possivelmente por ser a franja horária de preço mais baixo (figura 20).

FIG. 20 Publicidade comercial emitida por franja horária em proporção do tempo total de emissão de publicidade comercial (%; base em horas; 2008)



Fonte: ERC (04/2009). Tempo total de emissão de publicidade comercial: 776h 32m 51s (RTP1); 1443h 15m 44s (SIC); 1833h 57m 58s (TVI).

Análise dos réditos de publicidade divulgados nos relatórios e contas

Em geral, as divulgações prestadas nos relatórios e contas dos diversos operadores, no que respeita a receitas de serviços de publicidade, são insuficientes para fundamentar uma análise consistente do mercado publicitário.

No que respeita à divulgação, os réditos provenientes da prestação de serviços de publicidade nem sempre aparecem discriminados em rubrica autónoma. Por vezes, encontram-se englobados em categorias mais amplas que abrangem também os réditos obtidos com a prestação de outro tipo de serviços, tornando-se impossível identificar qual o montante proveniente exclusivamente da publicidade.

Quanto às políticas contabilísticas adoptadas para os réditos decorrentes da publicidade, o procedimento seguido consiste no seu reconhecimento na demonstração dos resultados no momento da respectiva inserção/exibição, por montantes líquidos de impostos e de descontos comerciais concedidos.

Contudo, quando são praticados descontos de natureza financeira, isto é, descontos relacionados com as condições de recebimento, não se procede à sua dedução ao montante reconhecido como rédito. Em vez disso, os descontos de natureza financeira são registados como gastos da entidade que os concede e, como não são apresentados em rubrica separada, não é possível, a partir da informação recolhida nos relatórios e contas, determinar o seu montante e, por conseguinte, calcular as quantias efectivamente auferidas.

Importa salientar que, para além das lacunas decorrentes dos factores já referidos, subsiste ainda um outro constrangimento: eventuais alterações no perímetro de consolidação (número e tipo de empresas) ou nas percentagens de participação, de um ano para outro,

3. IMPACTO NO MEIO TELEVISÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA OU DE ACESSO CONDICIONADO¹⁹

Nota Introdutória

Este capítulo visa avaliar, ainda que de forma breve, o impacto dos novos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado lançados durante 2008. Entre os quais se encontram os autorizados pela ERC.

A análise, produzida pela Change Partners, seguiu a seguinte metodologia:

- ⇒ Caracterização sumária do mercado de televisão por subscrição.
- ⇒ Agregação da informação relativa aos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado lançados em 2008 autorizados pela ERC.

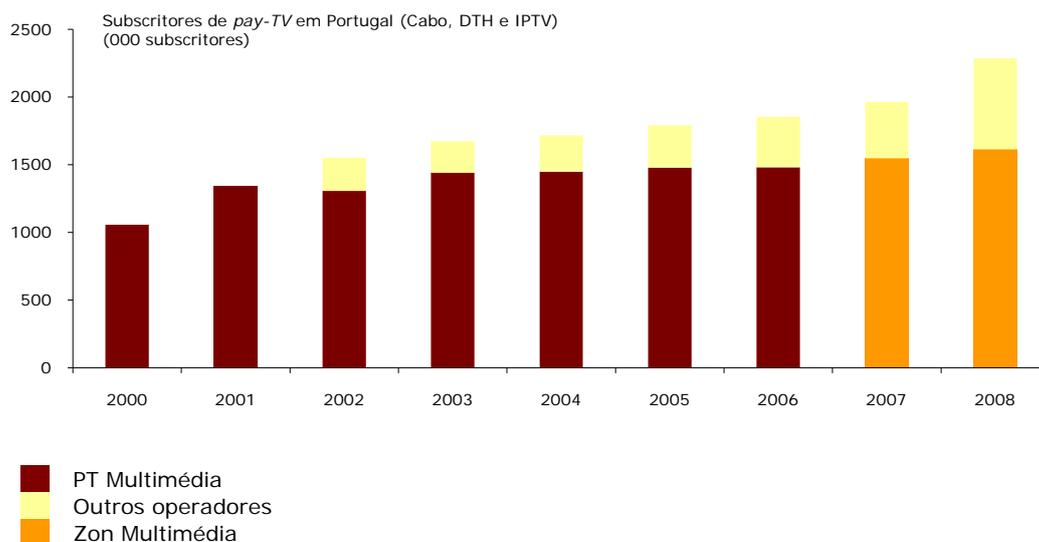
¹⁹ Este capítulo é totalmente preenchido pela análise encomendada pela ERC à consultora Change Partners.

- ⇒ Caracterização da evolução da oferta de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado pelos principais operadores de distribuição de televisão por subscrição, entre 2007 e 2008, tendo em consideração a diversidade temática.
- ⇒ Análise do impacto dos novos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado na quota de receitas publicitárias captadas pelos serviços de programas de televisão por subscrição.
- ⇒ Impacto dos custos adicionais com programação relativos aos novos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado lançados em 2008, no total dos custos com programação dos principais operadores de distribuição de televisão por subscrição em Portugal, e nas receitas de subscrição captadas pelos mesmos.
- ⇒ Conclusão sobre a criação de valor dos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado lançados em 2008, a vários níveis, nomeadamente:
 - na captação de novos subscritores de televisão por subscrição;
 - na receita captada por subscritor;
 - nos custos com programação dos operadores de distribuição de televisão por subscrição;
 - na capacidade de captação de novas receitas publicitárias em televisão por subscrição;
 - na produção de conteúdos televisivos.

O Mercado de *pay TV* em Portugal

Em Dezembro de 2008, existiam aproximadamente 4,3 milhões de alojamentos cablados em Portugal. O total de subscritores fixou-se em 1.475.402 (dados da Anacom). Adicionando 586.389 subscritores de satélite (DTH-Direct to Home) e 223.751 subscritores de IPTV, o total de subscritores de televisão paga é de 2.285.542. A evolução deste mercado está reflectida na seguinte figura:

FIG. 1 Evolução dos subscritores de televisão paga



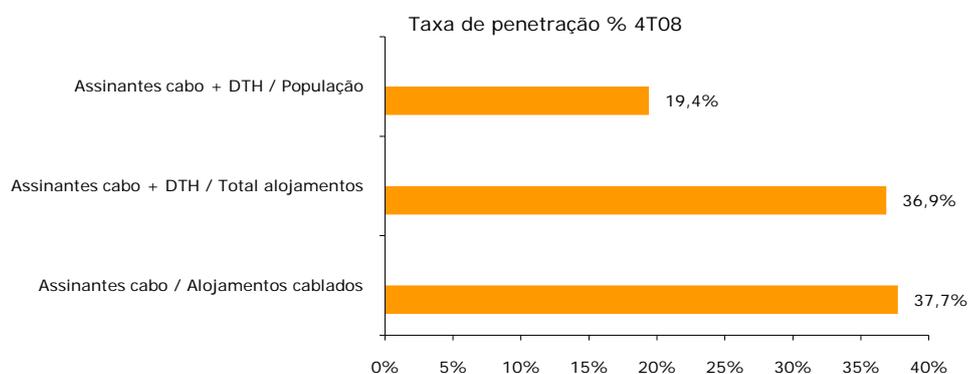
Fonte: Anacom, Serviços de televisão por subscrição 4T.

Nota: A 7 de Novembro de 2007, a PT Multimédia separou-se da empresa-mãe (Portugal Telecom) através de um spin-off amigável, alterando a designação da empresa para Zon Multimédia com o objectivo de consubstanciar o nascimento de uma nova identidade. Desta forma, até 2007, a designação da empresa era PT Multimédia, passando a partir dessa data a Zon Multimédia.

Assim, verifica-se que o número de subscritores de *pay-TV* cresceu a uma média anual de 10,1% desde 2000. Após uma fase acelerada até 2003, o crescimento abrandou no período 2004-2007 (com taxas de crescimento de 2,5%, 4,4%, 3,4% e 5,9%, respectivamente), reflectindo uma maior maturidade do mercado. Em 2008, a taxa de crescimento de subscritores cresceu a um ritmo mais elevado, (16,4%). Este crescimento foi impulsionado pelo aparecimento de um novo operador, o Meo (IPTV), que, a partir de Abril de 2008, massificou a sua distribuição.

A taxa de penetração da televisão por subscrição, nas suas diversas plataformas, situa-se actualmente em 36,9% do total de alojamentos, *versus* 29,6% em 2002 (figura 2).

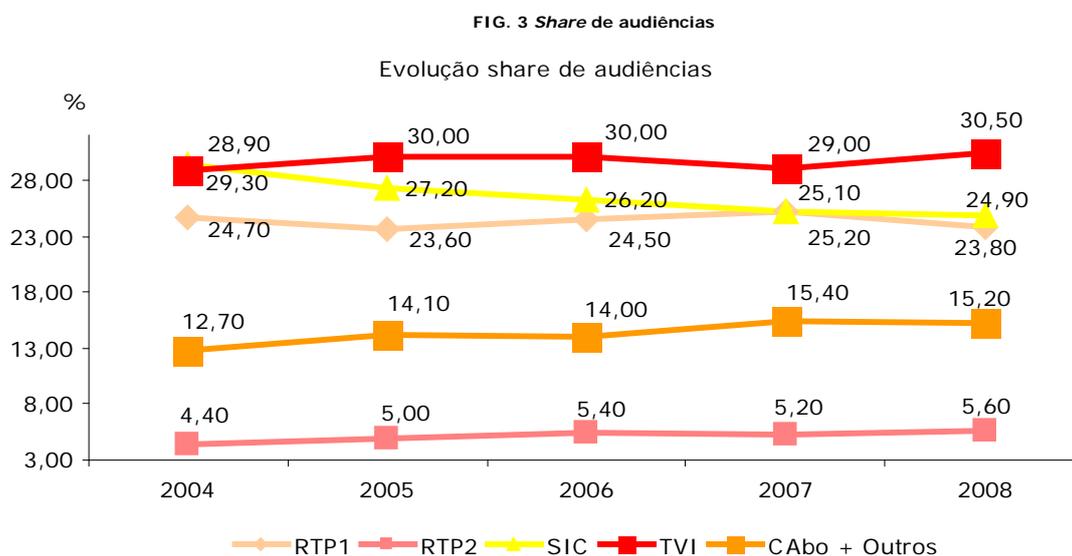
FIG. 2 Taxa de penetração da televisão por subscrição



Fonte: Anacom, Serviços de televisão por subscrição 4T 2008.

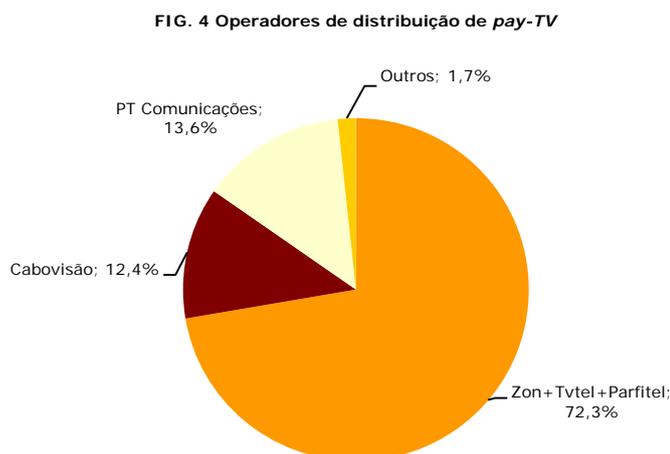
As audiências de televisão continuam dominadas pelos serviços de programas de acesso livre, tendo o acesso condicionado com ou sem assinatura um *share* de 15,2% em 2008.

Desde 2004 que o *share* de audiências de televisão se tem mantido relativamente estável. As maiores variações aparecem na SIC (variação negativa de audiências de -4,4%), na TVI (variação positiva de 1,6%) e na televisão por cabo/outros (variação positiva de 2,5%).



Fonte: Marktest, Relatório de Media e Publicidade 2008

A ZON TV Cabo²⁰ é o operador dominante na distribuição de *pay-TV*, com uma quota de mercado de 72,3%, seguido da PTC (serviço Meo) com 13,6% e da Cabovisão com 12,4% (figura 4).

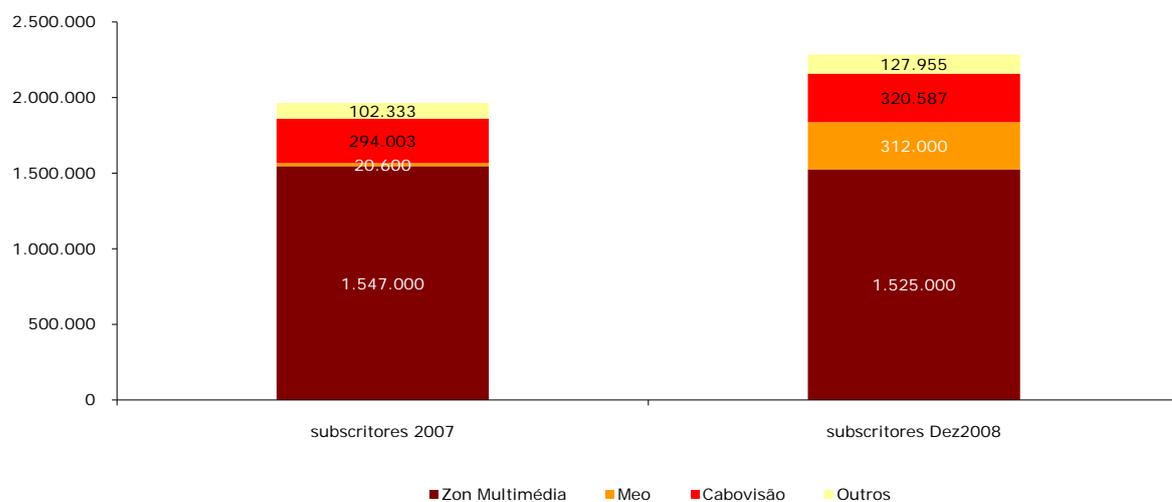


Fonte: Anacom, Serviços de televisão por subscrição 4T2008.

²⁰ No seguimento da aquisição da TVtel pela ZON Multimédia e Caixa BI em 13 de Março de 2008, a TVtel foi integrada na ZON. Em 25 de Novembro de 2008 a autoridade da concorrência autorizou a ZON a comprar TVtel, Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal.

O maior operador de distribuição de televisão por subscrição (ZON) contava com 1547 mil subscritores em 2007, tendo esse número descido para 1525 em Dezembro de 2008, o que significa uma redução de 22 mil subscritores (figuras 5 e 6). Estes números não têm em conta o aumento de 88,5 mil subscritores em Dezembro de 2008 (considerados em “outros”) conseguido com as aquisições da TVtel e da Parfitel, para que mais à frente seja possível efectuar uma análise económico-financeira comparável à evolução dos principais indicadores relacionados com o negócio de *pay-TV* da ZON Multimédia.

FIG. 5 Subscritores por operador em Dezembro de 2007 e Dezembro de 2008

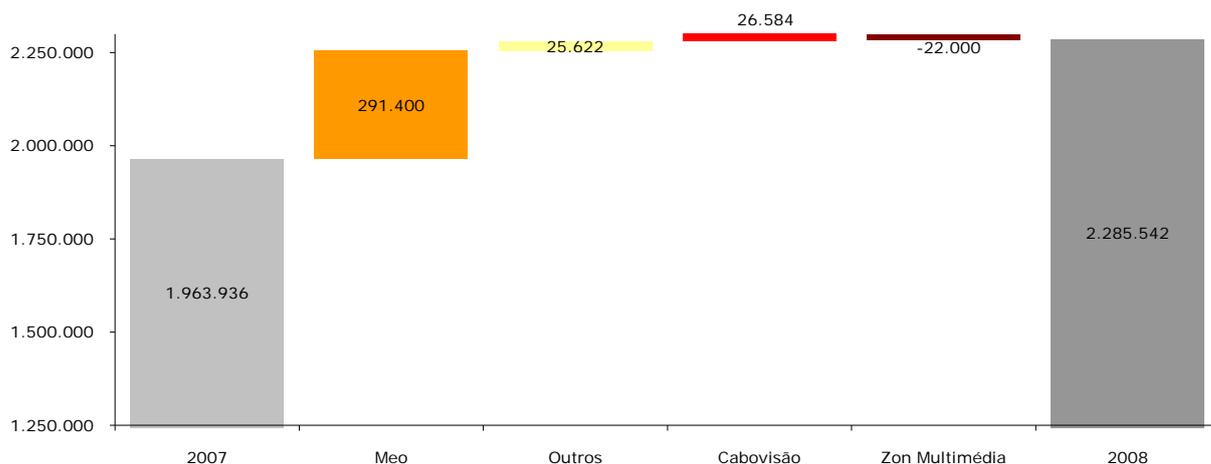


Fonte: Demonstrações financeiras da ZON, PT e Cogeco e Anacom.

A PT, com o seu serviço Meo, foi o operador de distribuição de televisão por subscrição que mais subscritores angariou entre 2007 e 2008. Em Dezembro de 2007, o número de subscritores de televisão da PT (serviço Meo) era de 20,6 mil, tendo atingido 312 mil (figuras 5 e 6) em Dezembro de 2008.

Globalmente, o número de subscritores de televisão por subscrição aumentou em Dezembro de 2008 em 322 mil (figuras 5 e 6).

FIG. 6 Variação do número de subscritores Dezembro 2007 – Dezembro 2008

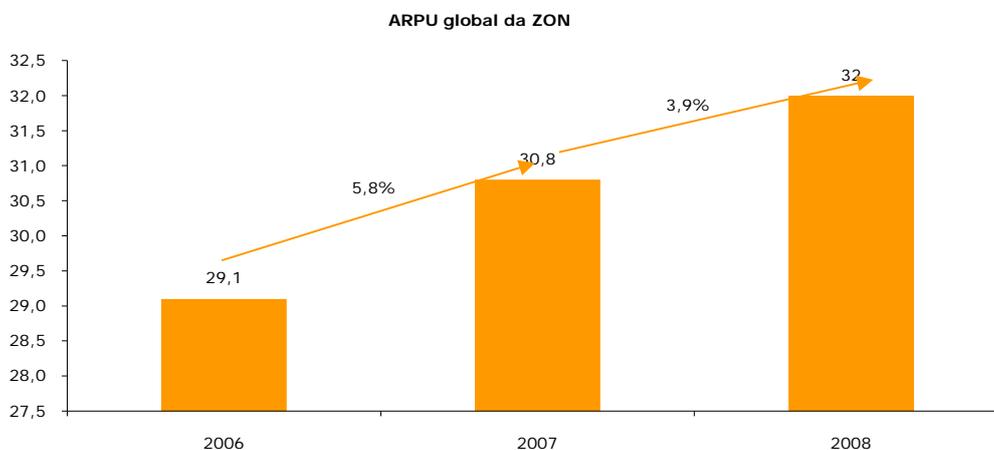


Fonte: Demonstrações financeiras da ZON, PT, Cogeco e Anacom.

O nível médio de receita por subscritor tem vindo a aumentar tanto para a ZON como para a Cabovisão (empresas que disponibilizaram esta informação).

O ARPU²¹ global da ZON cresceu 3,9% em entre 2007 e 2008:

FIG. 7 ARPU global da ZON

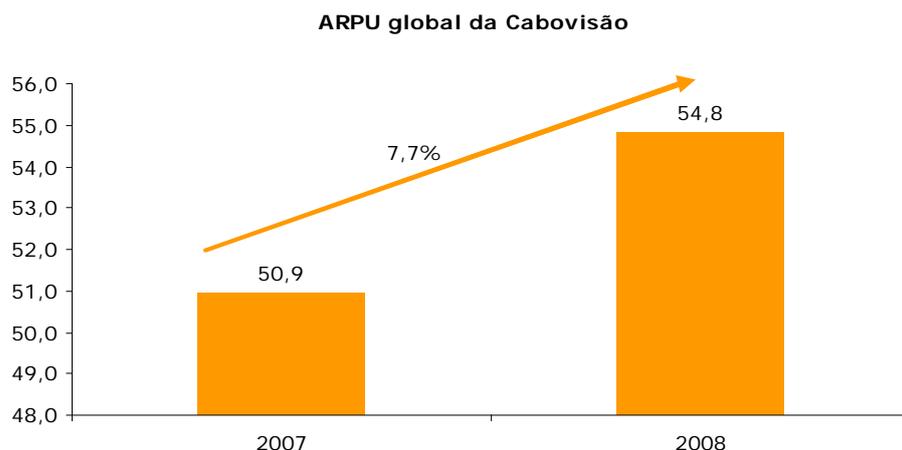


Fonte: Demonstrações financeiras da ZON.

O ARPU global da Cabovisão cresceu 7,7% entre Agosto de 2007 e Agosto de 2008:

FIG. 8 ARPU global da Cabovisão

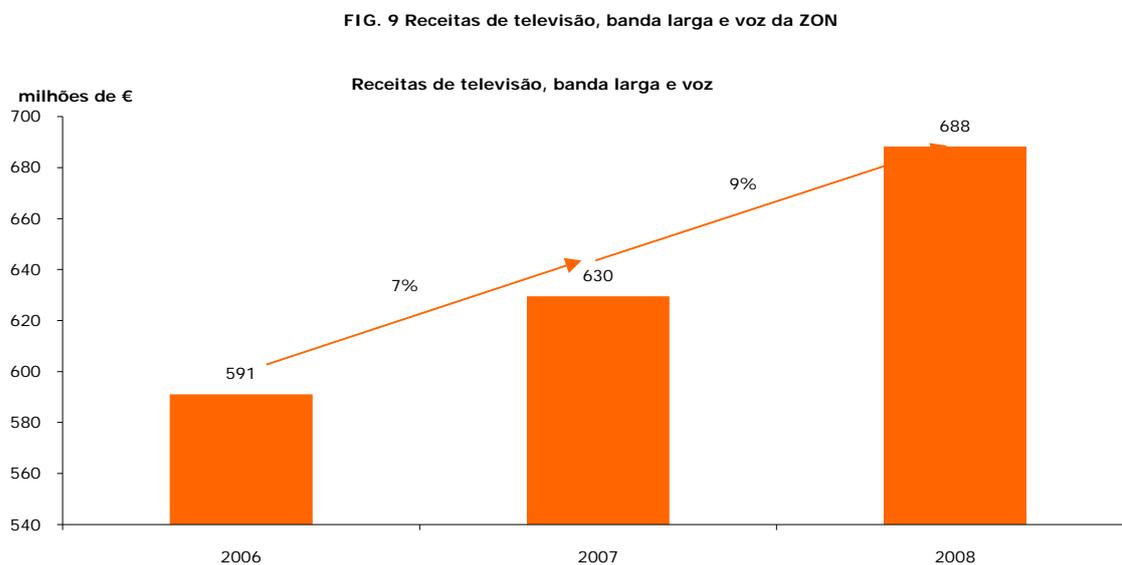
²¹ O ARPU representa o nível médio de receita por subscritor. O ARPU global refere-se aos serviços de televisão, banda larga e voz.



Fonte: Demonstrações financeiras da Cogeco.

Foi apenas possível obter informação sobre receitas e custos com programação do operador de distribuição de televisão por subscrição ZON, pelo que apenas pudemos proceder à análise de evolução de custos e receitas da ZON.

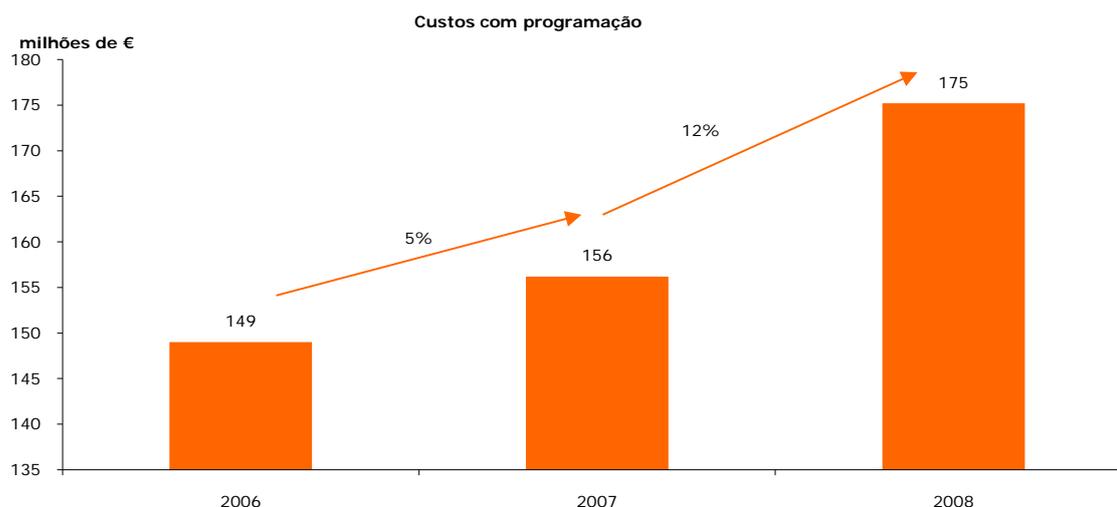
Assim, entre 2007 e 2008, as receitas cresceram 9%. Este crescimento está relacionado com o factor preço (ARPU), uma vez que o número de subscritores deste operador, como atrás referido, conheceu uma redução de 22 mil.



Fonte: Demonstrações financeiras da ZON.

Entre 2007 e 2008, os custos com programação na ZON cresceram 12%, o que está relacionado com a maior oferta de canais por este operador.

FIG. 10 Custos com programação da ZON



Fonte: Demonstrações financeiras da ZON.

Desde 2006 que as receitas de TV por subscrição, banda larga e voz da ZON têm vindo a crescer, a par dos custos com a programação. Os custos com a programação dizem respeito aos valores pagos pelo operador aos serviços de programas que distribui.

Com efeito, o número de serviços de programas oferecidos pelos operadores tem vindo a crescer desde 2006, implicando, naturalmente, o aumento dos encargos com a programação. No entanto, a maior oferta de serviços de programas permite aos operadores aumentar o preço do serviço oferecido, o que, no caso de estar aliado a aumento de subscritores, permite um duplo impacto no resultado: diluição dos custos com programação por subscritor e aumento da receita captada por subscritor.

Analisando a evolução do resultado por subscritor constata-se que este tem vindo a crescer desde 2006, o que significa que, no caso do maior operador de televisão por subscrição, o lançamento de novos serviços de programas parece ter um efeito positivo na actividade. (figura 11).

FIG.11

Rubrica	2006	%	2007	%	2008	%
Subscritores de TV por subscrição	1.480.000		1.547.000		1.525.000	
Receitas TV subscrição, banda larga e voz	591,1	100,0	629,5	100,0	688,2	100,0
Custos com programação	149,0	25,2	156,2	24,8	175,2	25,5
Resultado	442,1	74,8	473,3	75,2	513,0	74,5
Receita por subscritor/ano €	399,4		406,9		451,3	
Receita por subscritor/mês €	33,3		33,9		37,6	
Custo por subscritor/ano €	100,7		101,0		114,9	
Resultado por subscritor/ano €	298,7		305,9		336,4	

FIG.12 Taxa de crescimento

Rubrica	2007	2008
Subscritores de TV por subscrição	4,5%	-1,4%
Receitas TV subscrição, banda larga e voz	6,5%	9,3%
Custos com programação	4,8%	12,2%
Resultado	7,1%	8,4%
Receita por subscritor/ano €	1,9%	10,9%
Receita por subscritor/mês €	1,9%	10,9%
Custo por subscritor/ano €	0,3%	13,8%
Resultado por subscritor/ano €	2,4%	10,0%

Fonte: Demonstrações financeiras da ZON.

Os Serviços de programas autorizados pela ERC (2008)

Em 2008, foram autorizados pela ERC sete novos serviços de programas:

FIG.13 Serviços de programas autorizados pela ERC durante 2008

Serviço de programas	Temática	Autorização
Sport TV3	Desportiva	2008
SCN Sport Canal	Desportiva	2008
Sport TV África	Desportiva	2008
Benfica TV	Desportiva	2008
Sport TV HD	Desportiva	2008
MVM	Musical	2008
Canal Música Brasil	Musical	2008
RNTV	Informativa	2007

Fonte: ERC

Dos serviços de programas autorizados:

- Cinco são de temática desportiva e dois de temática musical.
- O serviço de programas RNTV, apesar de autorizado em 2007, iniciou as suas emissões em 2008.
- O serviço de programas RNTV é de temática informativa.
- O Sport TV África é emitido apenas em África.
- O SCN e o Canal Música Brasil, apesar de autorizados, ainda não fazem ainda parte da oferta dos operadores de distribuição de televisão por subscrição.

Assim, o número de programas autorizados pela ERC, com reflexos em 2008 na oferta dos operadores de distribuição de televisão por subscrição, foi de cinco (a amarelo na figura 13).

De notar que o Benfica TV, incluído na grelha do operador de distribuição de televisão por subscrição Meo, iniciou emissões regulares apenas em Dezembro de 2008.

Dos serviços de programas de televisão autorizados pela ERC incluídos nas grelhas dos operadores de distribuição de televisão por subscrição em 2008, a previsão de receitas, em termos de valor e natureza, foi a seguinte:

FIG. 14 Receitas projectadas pelos serviços de programas considerando um ano completo de actividade (12 meses)

Valores em €		Receitas				
Serviço de programas	Temática	Publicidade	Subscritores	Conteúdos	Distribuição	outras
MVM	Musical	143.000		100.000	25.000	
Sport TV3	Desportiva	492.000	4.312.000			
Sport TV HD	Desportiva	364.563	1.311.127			
RNTV	Informativa	250.000		87.500		75.000
BenficaTV	Desportiva	1.862.000			1.991.000	240.000
Soma		3.111.563	5.623.127	187.500	2.016.000	315.000

Valores relativos a um ano completo de receitas, retirados das projecções de 2008, excepto quanto à Sport TV HD, cujo valor refere-se a 2009.

FIG. 15 Receitas estimadas para 2008 com base nas projecções disponibilizadas

Valores em €		Receitas				
Serviço de programas	Temática	Publicidade	Subscritores	Conteúdos	Distribuição	outras
MVM	Musical	143.000		100.000	25.000	
Sport TV3	Desportiva	246.000	2.156.000			
Sport TV HD	Desportiva					
RNTV	Informativa	250.000		87.500		75.000
BenficaTV	Desportiva	155.167			165.917	20.000
Soma		794.167	2.156.000	187.500	190.917	95.000

Esta figura difere da acima apresentada, apenas no que se respeita ao número de meses projectados para os serviços de programas Sport TV3, Sport TV HD e Benfica TV. Para o canal Sport TV3, apenas foram considerados seis meses de emissão e para o Sport TV HD não foram projectadas quaisquer receitas. Estes valores estão de acordo com as projecções expressas pelos respectivos serviços de programas nos processos de pedido de autorização submetidos à ERC.

Evolução da oferta de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado

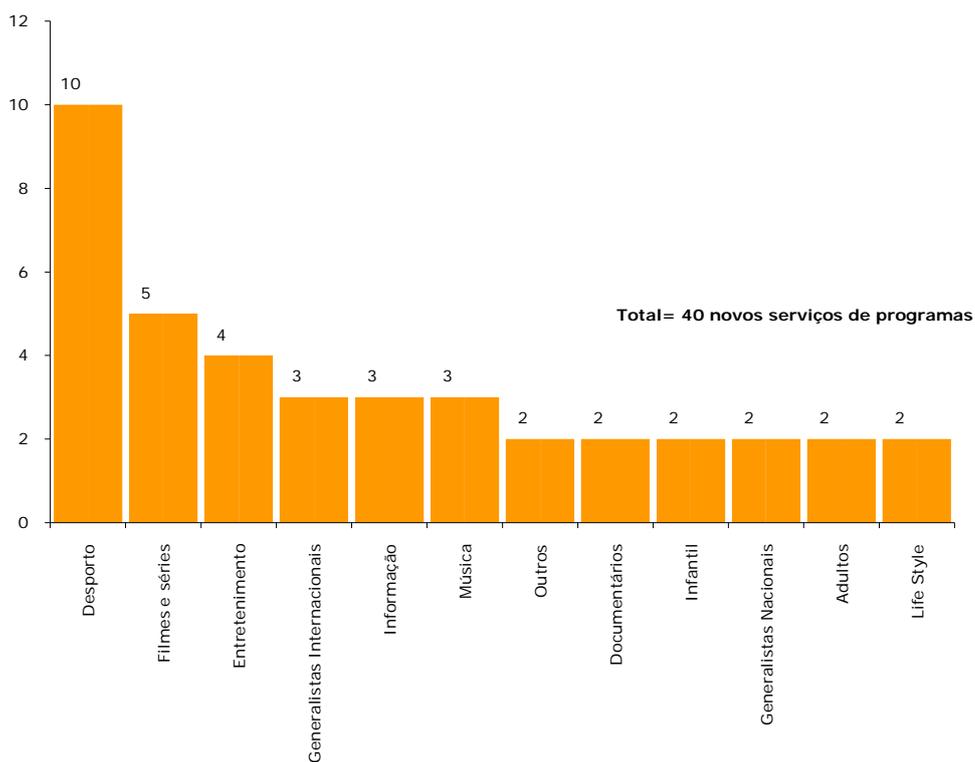
Entre 2007 e 2008, a oferta de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado aumentou em número de 40, dos quais cinco autorizados pela ERC.

Analisando a diversidade dos serviços de programas lançados entre 2007 e 2008, isto é, a diversidade temática dos mesmos, verificou-se que 25% tinham como temática o desporto, o que corresponde à oferta de mais dez canais com esta temática. As restantes temáticas acrescentaram à oferta um número de serviços de programas muito semelhante (5, 4, 3 ou 2 canais), conforme mostra a figura seguinte.

Dos 40 serviços de programas lançados, 8 são nacionais (18%), dos quais 2 se referem à RTP Madeira e Açores, que já existiam, mas que passaram a estar disponíveis no continente apenas em 2008; 1 refere-se ao canal MOV HD, canal com os mesmos conteúdos do MOV, mas com emissão em alta definição, e os restantes 5 são os descritos na figura anterior e referem-se aos serviços de programas autorizados pela ERC em 2008.

A informação dos serviços de programas disponibilizados em 2007 e 2008 refere-se apenas aos serviços de programas oferecidos pelos operadores ZON e Meo, que disponibilizaram esta informação.

FIG. 16 Lançamento de serviços de programas em 2008 por temática



Fonte: ZON e Meo, canais lançados em 2008 por temática.

FIG. 17 Serviços de programas disponibilizados em 2007 e 2008 agrupados por temática

Temática	2007	2008	var
Desporto	12	22	10
Filmes e séries	13	18	5
Entretenimento	11	15	4
Generalistas internacionais	17	20	3
Informação	15	18	3
Música	9	12	3
Outros	3	5	2
Documentários	13	15	2
Infantil	8	10	2
Generalistas nacionais	6	8	2
Adultos	5	7	2
Life Style	5	7	2
Regional	1	1	0
Total	118	158	40

Fonte: ZON e Meo.

FIG.18 Detalhe dos novos serviços de programas lançados entre 2007 e 2008 com indicação do operador

Serviço de programas	Operador	Temática	Obs.
SPORT TV 3	ZON e meo	Desporto	ERC
SPORT TV1 HD	ZON e meo	Desporto	ERC
CAÇA E PESCA	ZON	Desporto	
YACHT & SAIL	ZON e meo	Desporto	
REALMADRID TV	meo	Desporto	
BARÇA TV	meo	Desporto	
MANCHESTER UNITED TV	meo	Desporto	
CHELSEA TV	meo	Desporto	
INTER TV	meo	Desporto	
EUROSPORT HD	meo	Desporto	
Benfica TV	meo	Desporto	ERC
MOV HD	ZON	Filmes e séries	
SONY ENTERTAINMENT	meo	Filmes e séries	
FOX NEXT	meo	Filmes e séries	
TVCINE4 HD	ZON	Filmes e séries	
Sci Fi	meo	Filmes e Séries	
E! ENTERTAINMENT	ZON e meo	Entretenimento	
MVM	ZON	Entretenimento	ERC
FUEL TV	meo	Entretenimento	
ANIMAX	meo	Entretenimento	
TPA INTERNACIONAL	ZON	Generalistas internacionais	
MAX	ZON	Generalistas internacionais	
SET Asia	ZON	Generalistas internacionais	
FOX NEWS	meo	Informação	
FRANCE 24 (I)	meo	Informação	
REGIÕES TV	ZON	Informação	ERC
TRACE TV	meo	Música	
NAT GEO MUSIC	meo	Música	
JUKEBOX	meo	Música	
JUKEBOX MIX	meo	Outros	
CANAL DEMO	meo	Outros	
TV CANÇÃO NOVA	ZON	Outros	
NAT GEO WILD	meo	Documentários	
NAT GEO HD	ZON e meo	Documentários	
BOOMERANG	ZON	Infantil	
DISNEY CINEMAGIC	ZON	Infantil	
RTP MADEIRA (Só Madeira)	meo	Generalistas nacionais	
RTP AÇORES (só Açores)	meo	Generalistas nacionais	
PRIVATE SPICE	meo	Adultos	
PRIVATE WEEKEND	meo	Adultos	
STYLE	meo	Life Style	
CASA CLUB	meo	Life Style	
Saídas:			
Serviço de programas	operador	Temática	Obs.
SAILING CHANNEL	ZON	Desporto	
HD1	meo	Outros	

Fonte: ZON e Meo.

O operador de distribuição de televisão por subscrição que mais contribuiu para o aumento do número de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado foi o Meo, com o lançamento de 30 novos canais (dos quais 5 foram também lançados pelo operador ZON).

Nota: O lançamento de serviços de programas por parte do operador Meo em 2008 foi de 39, no entanto 9 desses canais já eram disponibilizados pelo operador ZON em 2007.

Impacto dos novos serviços de programas nos investimentos publicitários

Em Portugal, a estimativa de investimentos publicitários da OmnicomMediaGroup (OMG) para 2008 é de, aproximadamente 781M€ (figura 19).

Nos últimos cinco anos o mercado publicitário português conheceu uma fase de estagnação, fruto da difícil situação económica. Em 2006, os investimentos publicitários cresceram apenas 0,4%, com a internet a apresentar, nesse ano, uma taxa de crescimento de 62,4%. Prevê-se um decréscimo médio anual dos investimentos em publicidade até 2010 na ordem de 2,9%, sendo a quota da televisão por subscrição de 4,2% (figuras 19 e 20).

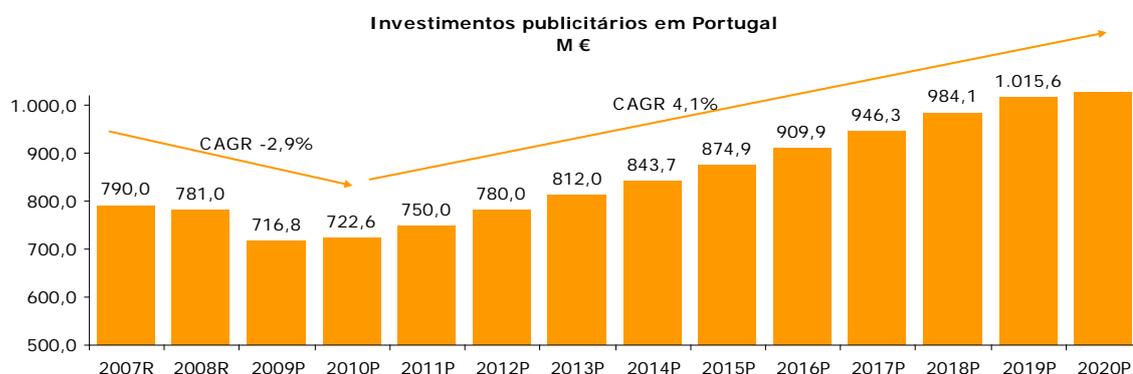
A OMG estima um crescimento dos investimentos publicitários para 2008 em televisão por subscrição superior ao crescimento dos investimentos publicitários nos restantes meios, de 7,9%, atingindo os 32,6M€ (figura 20).

De facto, os investimentos publicitários para televisão de acesso não condicionado livre (free-to-air TV), imprensa, rádio, *outdoors*, cinema, internet e televisão por cabo, decrescem, em 2008, -1,4%; no entanto, individualmente, os investimentos publicitários em internet cresceram 35% e em televisão por cabo 7,9%.

O crescimento médio anual para investimentos publicitários em televisão por subscrição entre 2007 e 2010 (dados de 2007 e 2008, reais) é de 4,9% (figura 20).

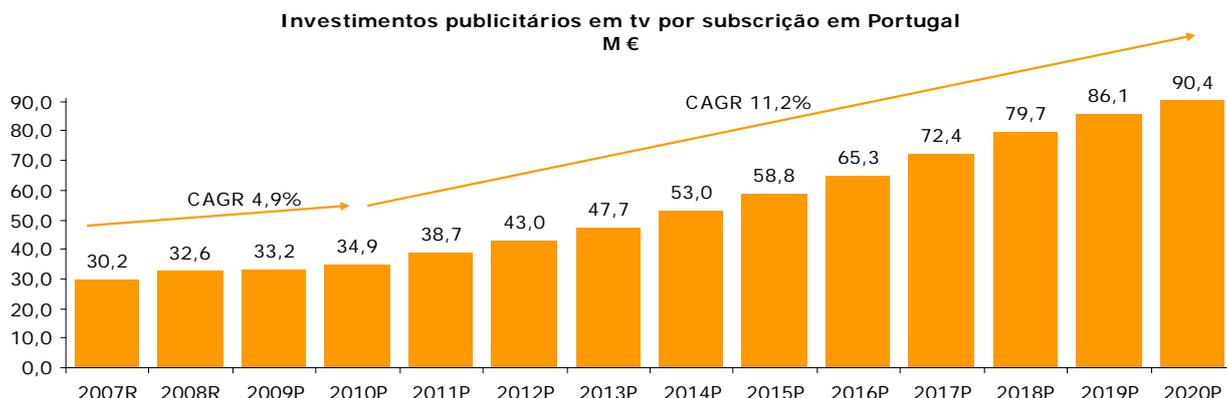
Espera-se que a televisão por subscrição seja um dos *drivers* do crescimento dos investimentos publicitários: a crescente fragmentação das audiências, aliada à diversificação de conteúdos oferecida por este meio, será factor determinante desse crescimento.

FIG. 19 Investimentos publicitários



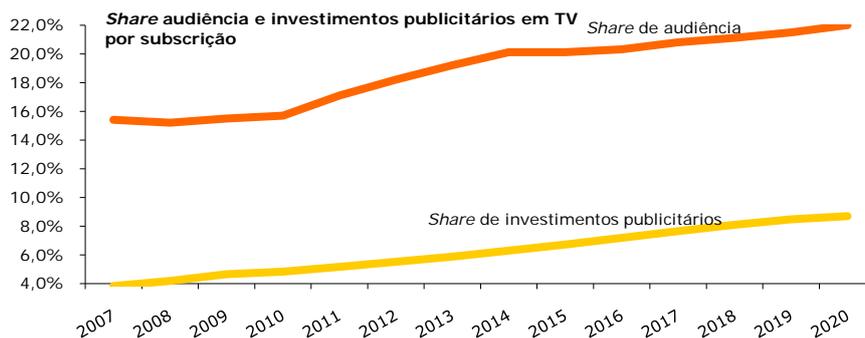
Fonte: Millennium Investment Banking e OmnicomMediaGroup.

FIG. 20 Investimentos publicitários em TV por subscrição



Fonte: Millennium Investment Banking e OmnicomMediaGroup

FIG. 21 Investimentos publicitários e share de audiência em TV por subscrição



Fonte: Millennium Investment Banking e OmnicomMediaGroup.

As receitas publicitárias projectadas em 2008, por serviços de programas autorizados pela ERC, ascendem a 795 M€ (este valor resulta da soma das receitas projectadas pelos serviços de programas, não se tratando do valor de receitas “reais” obtidas durante o exercício de 2008), o que significa que se estima que estes captarão uma quota efectiva de 2,4% em relação às receitas publicitárias captadas em televisão por subscrição.

Anualizando as receitas projectadas, e eliminando as receitas captadas pelo Benfica TV, uma vez que estas poderão corresponder a novos anunciantes devido à particularidade deste serviço de programas, verifica-se que a quota potencial de receitas publicitárias captada pelos novos serviços de programas poderá ascender a 3,8% (abaixo do crescimento dos investimentos publicitários em televisão por subscrição previstos para 2008, de 7,9%).

Assim, conclui-se que os novos serviços de programas não deverão estar a desviar investimento publicitário aos já existentes, uma vez que a publicidade em televisão por

subscrição cresce a ritmos muito superiores à quota potencial a captar pelos novos serviços de programas.

FIG. 22 Detalhe dos cálculos efectuados

Receitas publicitárias TV subscrição 2008	32.600.000
Receitas publicitárias dos novos serviços de programas para 2008	794.167
Receita publicitária captada pelos novos serviços de programas	2,4%
Receitas publicitárias dos novos serviços de programas anualizadas	3.111.563
Exclusão do Benfica TV "efeito captação novos anunciantes"	-1.862.000
Receitas publicitárias novos serviços de programas excepto Benfica TV	1.249.563
Receita publicitária captada pelos novos serviços de programas	3,8%

Fonte: Millennium Investment Banking, OmnicomMediaGroup e ERC.

Impacto dos novos serviços de programas nos custos com programação dos operadores de distribuição de serviços de programas por subscrição

A informação relativa a custos com programação foi apenas disponibilizada pelo operador ZON, relativa a canais por si disponibilizados em 2007 e 2008.

Entre Dezembro de 2007 e Dezembro de 2008, a ZON ofereceu 16 canais adicionais, tendo os custos com programação sofrido um aumento de 12,2% face a 2007, o que significa uma redução de custo por serviço de programa de -4% em relação a 2007. Por outro lado, em termos absolutos, os custos com programação aumentaram 19M€.

Relativamente aos serviços de programas autorizados pela ERC nas grelhas dos principais operadores de distribuição, os custos com programação incluídos nas projecções dos mesmos foram de apenas 190.917 euros (correspondem aos proveitos resultantes da distribuição dos serviços de programas apontados nas suas projecções – ver análise do ponto 3), o que corresponde a 1% do aumento dos custos com programação entre 2007 e 2008.

FIG. 23

ZON		
Euros		
Rúbrica	2007	2008
Custos com programação	156.200.000	175.200.000
n.º serviços de programas	92	108
custo por serviço de programas/ano	1.697.826	1.622.222
variação custos com programação - valor		19.000.000
variação custos com programação - %		12,2%

Fonte: ZON.

Impacto dos novos serviços de programas nas receitas dos operadores de distribuição de serviços de programas por subscrição

A informação disponível relativa a televisão, banda larga e voz diz respeito apenas ao operador ZON.

As receitas de televisão, banda larga e voz aumentaram 9,3% em relação a 2007, tendo tido, em termos absolutos, um aumento de 58,7M€.

A receita por serviço de programas reduziu-se em -6,9%, quando comparada com a receita por serviço de programa em 2007.

FIG.24

ZON			
Euros			
	Rubrica	2007	2008
	Receitas TV subscrição, banda larga e voz	629.500.000	688.200.000
	nº serviços de programas	92	108
	receitas por serviço de programa	6.842.391	6.372.222
	variação receitas - valor		58.700.000
	variação receitas - %		9,3%

Fonte: ZON.

Impacto dos novos serviços de programas no resultado por subscritor dos operadores de distribuição de serviços de programas por subscrição

As receitas de televisão, banda larga e voz por subscritor aumentaram €44/ano (€3,7/mês). No entanto, e devido ao lançamento do Meo em Abril de 2008, o número de subscritores do operador ZON sofreu uma diminuição de 22 mil subscritores, que eliminou o efeito de diluição de custos com programação, por subscritor.

Ainda assim, analisando o resultado por subscritor (receitas de televisão, banda larga e voz deduzidas dos custos com programação), verificou-se que o mesmo aumentou em 10%. Pode, pois, concluir-se que o aumento do número de serviços de programas disponibilizados pelo operador ZON teve um efeito positivo no resultado deste.

FIG.25

ZON

Euros

Rubrica	2007	2008
Receitas tv subscrição, banda larga e voz	629.500.000	688.200.000
nº subscritores	1.547.000	1.525.000
receitas por subscritor	407	451
variação receitas por subs - valor		44
variação receitas por subs - %		10,9%
Custos com programação	156.200.000	175.200.000
custos por subscritor	101	115
variação custos por subs - valor		14
variação custos por subs - %		13,8%
resultado	473.300.000	513.000.000
resultado por subscritor	306	336
variação resultado por subs - valor		30
variação resultado por subs - %		10,0%

Fonte: ZON.

Síntese conclusiva



- Parece existir uma relação de efeito positivo entre o aumento da oferta de serviços de programas e o aumento do número de subscritores de televisão por subscrição. Foram lançados 40 novos serviços de programas em 2008, nas grelhas dos operadores ZON e Meo, tendo o número de subscritores globalmente aumentado em 322 mil.
- Analisando o impacto dos novos serviços de programas apenas para o operador ZON (17 novos serviços de programas nas grelhas até Dezembro de 2008), verifica-se que o aumento do número de subscritores foi afectado pelo aparecimento de um novo concorrente: o Meo. Em Dezembro de 2008, a ZON tinha menos 22 mil subscritores em relação a Dezembro de 2007.

- Apesar da redução no número de subscritores no operador ZON, as receitas aumentaram 9,3%, verificando-se, assim, que a oferta dos novos serviços de programas permitiu o aumento do preço de venda destes serviços aos subscritores.
- O aumento percentual dos custos com programação no operador ZON foi superior ao aumento das receitas, o que está relacionado com a baixa do número de subscritores, que não permitiu que estes custos fossem mais “diluídos”.
- Verifica-se um efeito positivo, a nível do resultado por subscritor, com um aumento de 10% em relação ao ano anterior, resultante do impacto positivo do aumento da oferta.



- O impacto dos novos serviços de programas na captação de receitas publicitárias é residual: a maior parte dos serviços de programas lançados em 2008 não é nacional e os novos serviços de programas nacionais não parecem ter capacidade de “captar” receitas publicitárias relevantes aos serviços de programas já existentes.
- As receitas publicitárias previstas nas projecções dos serviços de programas lançados em 2008 e autorizados pela ERC ascendem a 1,25M€, o que representa 3,8% do total das receitas publicitárias captadas pela televisão por subscrição.
- O crescimento de 7,9% das receitas publicitárias captadas em 2008 no meio televisão por subscrição significa que os novos serviços de programas não só não “roubam” quota de receitas publicitárias aos serviços de programas já existentes como permitem que todos beneficiem do crescimento das receitas publicitárias neste meio.
- A produção de conteúdos nacionais não parece ser afectada significativamente pelos novos serviços de programas: apenas os serviços de programas autorizados pela ERC durante 2008 poderão ter um impacto positivo no aumento da produção de conteúdos, e destes apenas metade contribui efectivamente para o aumento de produção de conteúdos: apenas o serviço de programas Sport TV3, que oferece conteúdos relacionados com desporto dirigidos ao público jovem e feminino, o canal RNTV, que oferece conteúdos informativos de carácter regional, e o Benfica TV, que, para além da transmissão dos jogos, oferece mais informação sobre o clube aos seus adeptos, parecem ter impacto a este nível. No canal MVM, a produção nacional é residual, uma vez que as suas emissões consistem essencialmente em videoclips, na maioria de produção não nacional. No canal Sport TV HD, são oferecidos os mesmos conteúdos que nos restantes serviços de programas da Sport TV, mas em formato de alta definição.

Canal	Impacto na produção de conteúdos
MVM	n.a.
Sport TV3	+
Sport TV HD	n.a.
RNTV	+
BenficaTV	+

Em resumo:



4. IMPACTO DA PRODUÇÃO EXTERNA NA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA²²

Nota Introdutória

Este novo capítulo, pela primeira vez tratado no relatório de regulação da ERC, destina-se a um maior conhecimento dos produtos audiovisuais e, particularmente, da produção externa nacional e internacional emitida pelos operadores de televisão sediados em território nacional.

Esta análise só é possível através dos dados que resultam das novas ferramentas informáticas implantadas pela ERC em 2008 – Portal da TV -, que, com a colaboração dos operadores, permite sistematizar uma parte da informação disponível.

Estamos certos que esta primeira abordagem poderá ser substancialmente melhorada no futuro e responder, assim, às necessidades de todos os actores intervenientes no sector do audiovisual sobre o mercado em que operam.

A informação apresentada centra-se, fundamentalmente, em conteúdos criativos, ou seja, em produtos que possam acrescentar valor à indústria. Por analogia com o regime adoptado

²² Com a colaboração do Professor Doutor Paulo Faustino.

pela Directiva TSF, foram excluídos os programas de informação, os programas desportivos, os serviços religiosos, os tempos de antena e as mensagens de publicidade. Integram, assim, a análise os programas cuja produção directamente da actividade do sector industrial do audiovisual com reflexos na sua cadeia de valor.

Breve Nota Metodológica

Os dados apurados resultam do tratamento estatístico dos elementos enviados trimestralmente pelos operadores e que constam do Portal da ERC. Entendeu-se focalizar a análise apenas em produtos audiovisuais com intervenção autoral, deixando de fora os programas de informação, desportivos, religiosos, bem como os programas institucionais. Relativamente às reexibições, aqui referidas como reutilizações – designação mais comum na indústria –, são consideradas apenas as que resultam de um mesmo contrato.

1. Aspectos do Negócio e Mercado Audiovisual

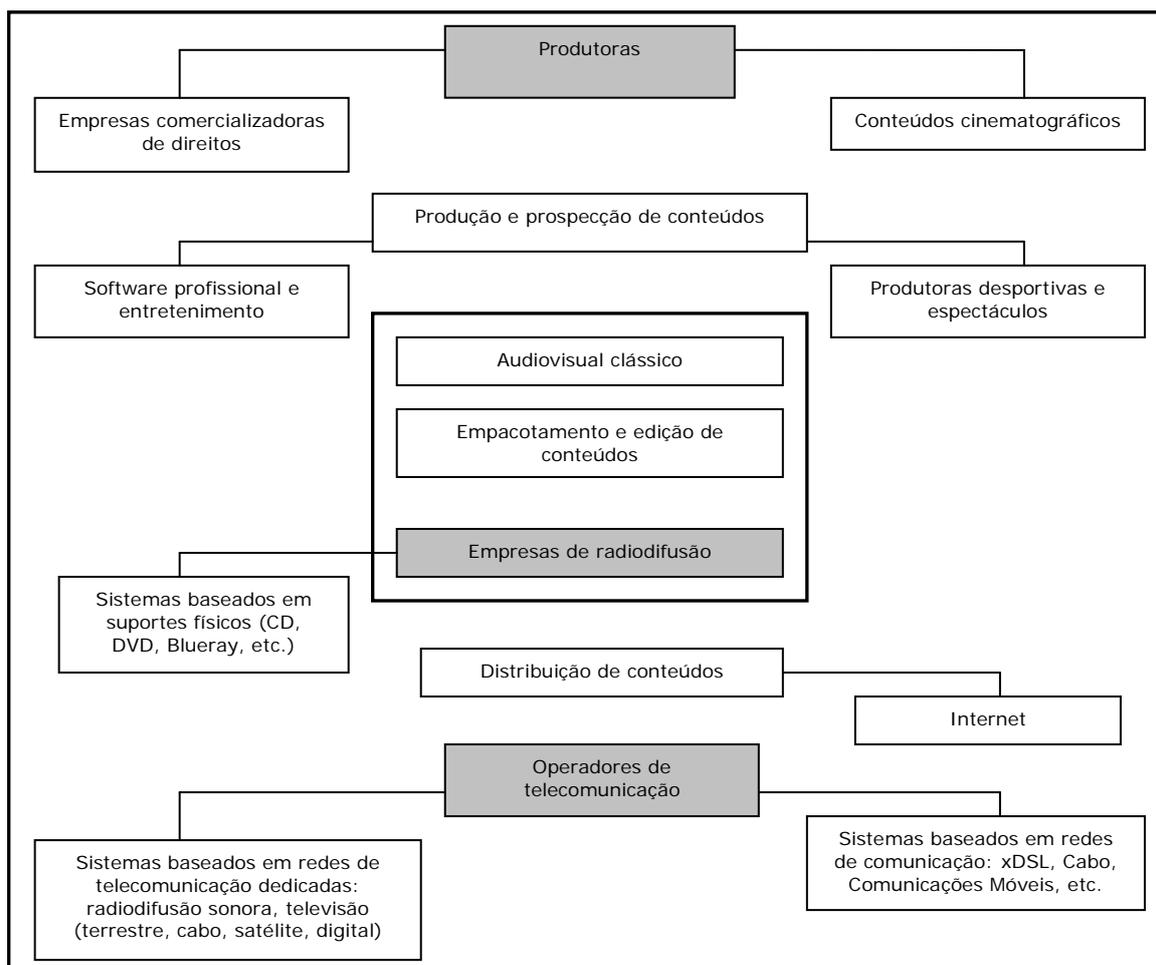
1.1. Caracterização do mercado audiovisual

De acordo com as perspectivas apresentadas por autores como Aguado *et al.*²³, o sector audiovisual deve ser interpretado numa perspectiva ampla de modo a integrar outras actividades para além das que se relacionam intrinsecamente com a televisão. Como indicam Buquet (2005) ou Lange y Renaud (1989), o sector pode ser definido como o conjunto de empresas e instituições que participam no mercado numa óptica económica, política ou cultural, bem como na criação, distribuição, exibição ou difusão de imagens animadas e capazes de serem visionadas em qualquer suporte.

Como sugere a figura 1, relativa à cadeia de valor do sector audiovisual, este mercado é relativamente complexo, englobando na mesma cadeia as empresas produtoras, entidades que comercializam direitos, empresas de produção e pós-produção, organizações de radiodifusão e de distribuição de conteúdos, operadoras de telecomunicações, todas operando na produção, gestão e comercialização, de conteúdos audiovisuais e cinematográficos, através de sistemas baseados em redes de comunicação (cabo, móveis, adsl, etc.) ou em redes de telecomunicações dedicadas (radiodifusão sonora ou televisão).

²³ Aguado, G., *et al.* (2008), *Organización y gestión de la empresa informativa*, Madrid: Editorial Síntesis, pp.182-183.

FIG. 1 Cadeia de valor do sector audiovisual



Fonte: Aguado, G., et al. (2008), *Organización y gestión de la empresa informativa*, Madrid: Editorial Síntesis, pp.182-183.

Decorre da figura 1 que a análise do mercado audiovisual contemporâneo não ficará completa sem a identificação dos vários *players* (pessoas físicas ou jurídicas) envolvidos na cadeia de valor e que intervêm no desenvolvimento e estrutura do mercado, acompanhando essa identificação de uma análise do seu papel e da forma como interagem. Como sugerem Aguado, G, et al., entre as principais figuras do mercado audiovisual, destacam-se:

- a) Operadores – empresas de televisão, rádio, cinema ou internet que, em regra, possuem uma licença de utilização do espectro radioelétrico, ou que utilizam outros meios de difusão que não requerem a utilização deste espectro.
- b) Receptores – no âmbito audiovisual, identificam-se as audiências pelo número de lares ou de pessoas que entram em contacto com um meio audiovisual ao longo de um determinado período de tempo. Do ponto de vista da captação de recursos, as audiências do mercado audiovisual podem apresentar-se na condição de assinantes (pagam uma quota fixa), ocasionais (pagam por emissão – sistema *pay per view* ou *video-on-demand*) e anunciantes (investem em programas ou pagam para que se produzam, sendo assim também receptores).

- c) Intermediários – as entidades que intervêm no processo fornecendo produtos e serviços audiovisuais. São produtores de programas, agências de notícias, gestores de direitos, distribuidores, empresas de telecomunicações e tecnológicas, empresas de audimetria e estudos quantitativos e qualitativos de audiência e intermediários publicitários (como, por exemplo, as agências de meios).
- d) Reguladores – embora não sejam *players* próprios da estrutura interna do mercado audiovisual, a sua intervenção tem um impacto relevante. Trata-se de organismos de regulação e auto-regulação, cujas normas e indicações influenciam de forma impactante a organização e direcção do negócio audiovisual. Estes organismos podem ser tanto nacionais como internacionais.

Para além de todos os *players* identificados anteriormente, é necessário considerar igualmente os denominados «sectores de influência» (ver Medina, 2005: 119²⁴), os sectores industriais que se desenvolvem em torno do negócio televisivo. A evolução destes sectores depende quase por completo das decisões das empresas de televisão, nomeadamente através da negociação das relações comerciais com os fornecedores, distribuidores e clientes, públicos e anunciantes, e produtoras independentes. Este último sector obteve um crescimento assinalável durante a década de 1990, devido ao impulso conferido pela Directiva Europeia Televisão Sem Fronteiras.

Nessa década, na maioria dos países europeus o público reagiu de forma afirmativa aos programas de produção nacional, sendo que a “oferta crescente de programas contribuiu para o fortalecimento dos projectos empresariais das produtoras, que passaram de um nível de produção de um programa por ano, para o triplo ou quádruplo, sendo que algumas aproveitaram a oportunidade para se especializar em géneros concretos” (Medina, 2005: 120). Espanha e Portugal são dois bons exemplos, muito embora em Portugal esta evolução se tenha registado com alguns anos de atraso face a vários países, incluindo Espanha. Neste contexto, com base nos dados disponíveis no Portal da televisão, criado pela ERC no início de 2008, é possível apurar um conjunto de informações de grande utilidade para as entidades envolvidas nas actividades de produção e de difusão/distribuição de conteúdos audiovisuais.

1.2. Modelo de negócio do mercado audiovisual

Como sugere a figura 2, que sintetiza os principais elementos do mercado audiovisual, o encontro dos actores do mercado audiovisual e dos produtos/serviços produzidos pelas empresas regista-se, de forma geral, mediante as relações comerciais que se estabelecem através de quatro tipos de processos, que constituem a base do modelo de negócio desta indústria:

1. Produção – actividade na qual intervêm os produtores de conteúdos, empresas de difusão e distribuidores. Estes actores organizam, criam e decidem os programas que

²⁴ Medina Laverón, M. (2005), *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*, Navarra: EUNSA.

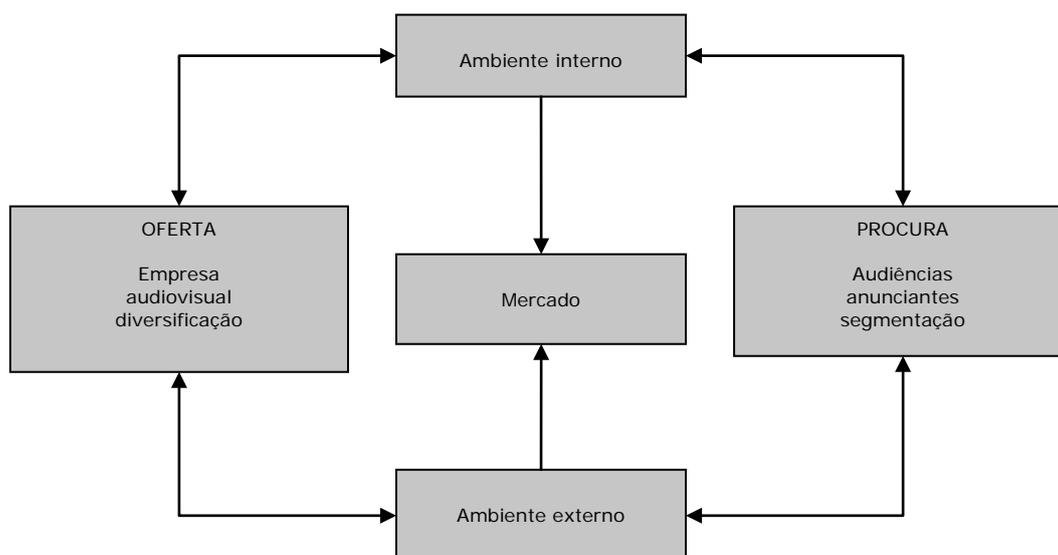
podem ser produzidos internamente (pelas próprias televisões ou empresas audiovisuais), externamente (através de produtoras externas, independentes), ou adquiridos a terceiros (em regra, adquirem-se programas alheios, ou direitos sobre os formatos desses conteúdos).

2. Distribuição/difusão – fase na qual se disseminam os conteúdos, para que cheguem aos seus destinatários finais, através do acesso livre ou condicionado, com e sem assinatura, mediante canais técnicos de distribuição, venda de programas ou de direitos através de distribuidoras locais, regionais, nacionais e internacionais. Esta fase compreende ainda a promoção dos conteúdos e, em simultâneo, a relação com o consumidor final.

3. Comercialização – trata-se da relação que se estabelece em regra entre os anunciantes e as empresas audiovisuais, através das agências e centrais de meios na afectação do espaço de antena.

4. Análises das audiências – as relações comerciais, nesta fase, desenrolam-se através das empresas dedicadas a sondagens e análise de audiências.

FIG. 2 Elementos do mercado audiovisual



Fonte: Aguado, G., *et al.* (2008: 188)

No que respeita aos elementos do ambiente interno, destacam-se: (i) Mercado de serviço público face ao mercado privado, (ii) Sistemas de financiamento do mercado público e do mercado privado, (iii) Âmbitos de cobertura, (iv) Distribuição, (v) Televisão de sinal aberto, (vi) Modelos emergentes: satélite, cabo, televisão digital terrestre e internet protocol TV, (vii) produção audiovisual (cinematográfica, televisiva ou radiofónica), (viii) direitos audiovisuais e a sua gestão, e (ix) investimento publicitário. Como elementos do ambiente

externo, é relevante considerar: (i) legislação, (ii) elementos tecnológicos (desenvolvimento de tecnologias e impacto consequente na produção e difusão de conteúdos), (iii) elementos económicos (indicadores macroeconómicos como o produto interno bruto, a inflação, etc.), (iv) elementos socioculturais, e (v) elementos do ambiente dos média em geral.

2. Caracterização e Estatísticas da Produção Audiovisual

Feito um enquadramento prévio do funcionamento e organização do mercado audiovisual, neste Relatório, pretende-se apresentar alguns indicadores da indústria audiovisual, designadamente:

- Produção externa de origem nacional e estrangeira.
- Produção nacional e produção independente nacional.
- Géneros mais produzidos pelos produtores externos nacionais e estrangeiros.
- Índice das produtoras independentes que produziram maior volume de horas de conteúdos emitidos nos serviços de programas televisivos.
- Principais países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional.

Esta análise incide sobre a emissão do ano 2008 dos serviços de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI) e de acesso condicionado (TV Cine1, TV Cine2, TV Cine3, TV Cine4 e MOV), estes últimos distribuídos por cabo e merecendo saliência devido à especificidade dos seus conteúdos de criação.

As análises contemplam, por vezes, valores globais de primeira exibição e repetições, ou somente os valores de primeira exibição, permitindo obter uma panorâmica mais rigorosa do mercado que se pretende retratar.

2. 1. Produção externa nacional e estrangeira

Numa abordagem aos indicadores de mercado, considera-se que, para efeitos do apuramento dos valores relativos às produções externas, importa também conhecer as taxas de repetição dos operadores, já que estas fornecem indicações sobre os níveis de reutilização dos *stocks* de conteúdos.

Assim, na figura 3, apresenta-se o tempo total de programas, emitidos nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, desagregados por primeira exibição e reutilização.

FIG. 3 Tempos de programas de primeira exibição e de repetições

Tempo de programas	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
Total de programas*	4868:01:06		5033:40:32		5583:58:59		4839:50:11	
Programas – 1ª exibição *	4483:34:50	92%	4161:03:13	83%	4154:16:35	74%	4022:54:33	83,1%
Programas – repetição*	384:26:16	8%	870:58:44	17%	1429:42:24	26%	816:55:38	17%

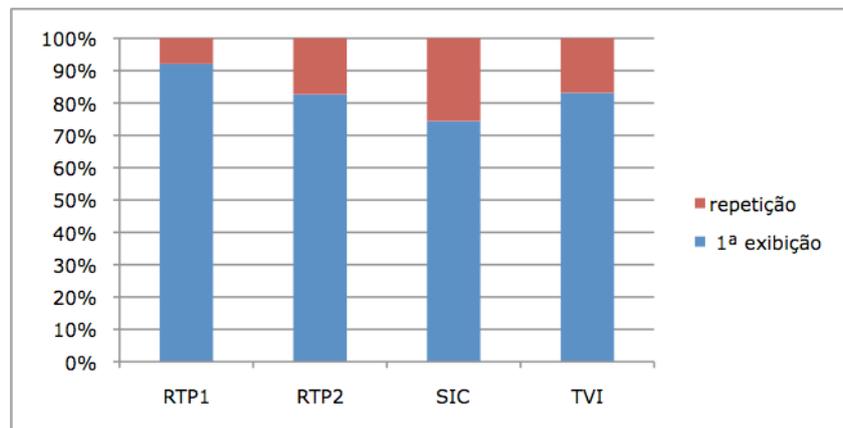
Fonte: ERC

* Sem publicidade, antena, televidas, informação, desportivos e serviços religiosos.

Esta perspectiva de análise permite retirar as seguintes conclusões:

- A RTP1 é o serviço de programas que menos reutiliza os conteúdos televisivos considerados nesta análise, apresentando apenas 8% de tempo de programas repetidos;
- A RTP2 e a TVI apresentam idêntica percentagem de tempo dedicado a reutilizações, 17%;
- A SIC é o serviço de programas em que se verifica o maior volume de repetição de conteúdos aqui considerados, representando cerca de 26%.

FIG. 4 Programas de primeira exibição e repetições



Fonte: ERC

2.1.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

Na figura 5 apresentam-se os resultados, em horas e percentagens, da produção externa nacional e estrangeira, emitida nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, no ano 2008.

FIG. 5 Produção externa nacional e estrangeira nos quatro serviços de acesso não condicionado livre

Produção externa nacional e estrangeira – 2008							
Serviços de programas	Programas (h) *	Produção externa (h)	%	1ª exibição	%	Repetição	%
RTP1	4868	3217	66,1	2888	59,3	329	6,8
RTP2	5033	4144	82,3	3372	67,0	772	15,3
SIC	5583	3580	64,1	3069	55,0	510	9,1
TVI	4839	2597	53,7	2176	45,0	420	8,7
Total	20325	13538		11506		2033	
Média			66,6		56,6		10,0

Fonte: ERC

* Os programas aqui considerados não incluem os programas de informação, desportivos, serviços religiosos, tempos de antena e mensagens de publicidade.

No que respeita à relação entre o total de horas emitidas e à parcela que corresponde a produção externa nacional e estrangeira, verifica-se que os quatro serviços apresentam um volume significativo de tempo dedicado a conteúdos externos, ou seja, não produzidos por operadores de televisão.

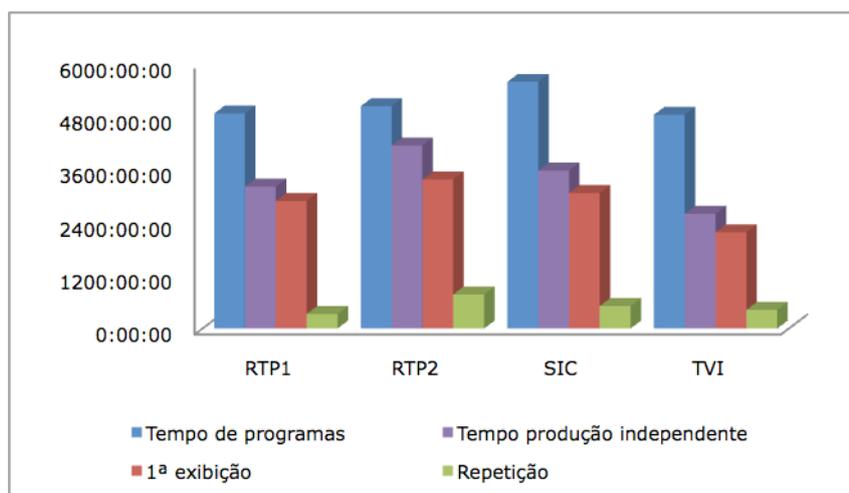
Com efeito, tendo em conta o tempo de emissão dos quatro serviços programas de sinal aberto, 24 horas diárias, foi emitido um número expressivo de horas de produção externa. Das 20.325 horas de programas analisados neste estudo, os serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI dedicaram, no seu conjunto, 13.538 horas a produções externas, que correspondem a 66,6%, sendo 11.506 horas de programas exibidos pela primeira vez (primeira exibição) e 2033 horas de repetições, o que equivale a 56,6% e 10% do tempo de programas, respectivamente.

Analisando os dados por serviço de programas, observa-se que os resultados da produção externa oscilam entre 82,3%, na RTP2, e 53,7%, na TVI; nestes serviços também se registaram os valores máximos e mínimos de primeira exibição, 67,0%, na RTP2, e 45,0%, na TVI.

Quanto aos programas repetidos, o valor mais elevado situou-se na RTP2, 15,3%, e o menor na RTP1, 6,8%. A SIC exibiu 64,1% de obras de produtores externos, das quais 55,0% são de primeira exibição e 9,1% de repetições.

A figura 6 apresenta a distribuição, por serviço, da produção externa no tempo total de programas, confirmando que uma grande fatia da emissão é externa, com especial destaque para as primeiras exibições.

FIG. 6 Produção externa nacional e estrangeira



Fonte: ERC

2.1.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

Na figura 7 apresentam-se os resultados da produção externa nacional e estrangeira, emitida nos serviços de programas temáticos e de acesso condicionado do operador ZON Conteúdos – TV Cine1, TV Cine2, TV Cine3, TV Cine4 e MOV.

FIG. 7 Produção externa nacional e estrangeira nos serviços de cinema e séries

Produção externa nacional e estrangeira – 2008							
Serviços de programas	Programas (h)*	Produção externa (h)	%	1ª exibição	%	Repetição	%
TV Cine1	8207	5985	72,9%	2241	27,3%	3743	45,6%
TV Cine2	8232	5426	65,9%	2116	25,7%	3310	40,2%
TV Cine3	8230	5985	72,7%	2274	27,6%	3711	45,1%
TV Cine4	8251	5576	67,6%	2133	25,9%	3443	41,7%
MOV	8103	8103	100,0%	2099	25,9%	6003	74,1%
Total	41023	31078		10865		20212	
Média			75,8%		26,5%		49,3%

Fonte: ERC

* Os programas aqui considerados não incluem os programas de informação, desportivos, serviços religiosos, tempos de antena e mensagens de publicidade.

Verificou-se que os serviços do operador ZON Conteúdos dedicaram grande parte da programação a produções provenientes de produtores externos.

Estes serviços emitiram, no seu conjunto, um elevado número de horas de produção externa

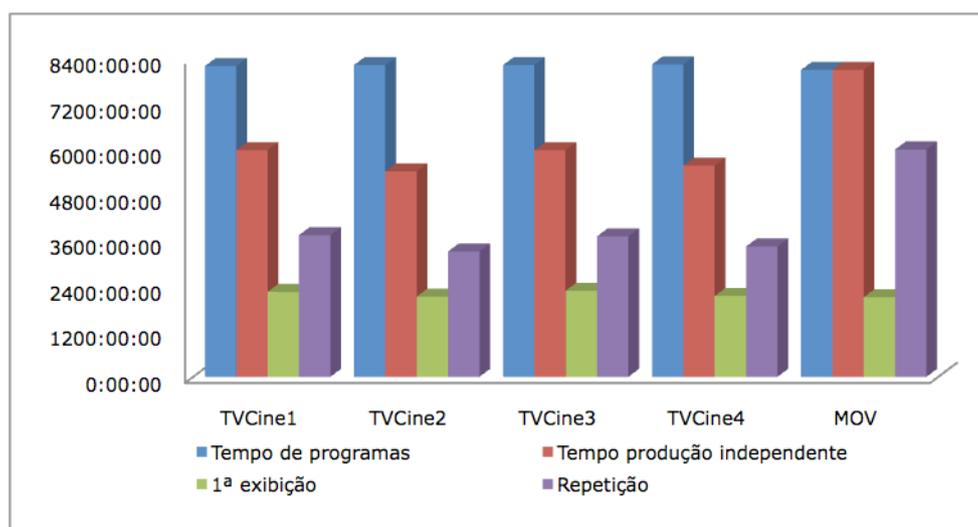
– num total de 31.078, o que corresponde a 75,8% do tempo total de programas, sendo 10.865 horas de programas exibidos de primeira exibição (26,5%) e 20.212 horas de repetições (49,3%).

O valor mais elevado registou-se no serviço MOV, 100%, seguindo-se o TV Cine1, 72,9%, o TV Cine3, 72,7%, o TV Cine4, 67,6% e o TV Cine2, 65,9%.

Quanto aos valores de primeira exibição, é de referir que estes se encontram muito próximos, e variam entre 27,6%, no TV Cine3, e 25,7%, no TV Cine2; o serviço TV Cine1 atingiu 27,3% e os serviços TV Cine4 e MOV obtiveram percentagens idênticas, 25,9%.

Os valores relativos às repetições são bastante superiores aos da primeira exibição, variando entre 74,1% e 40,2%, respectivamente no MOV e no TV Cine2; o TV Cine1 difundiu 45,6% de repetições, o TV Cine3 45,1% e o TV Cine4 41,7%; estes resultados indicam que os serviços em apreço incluem na sua lógica de programação uma parte importante de programas repetidos.

FIG. 8 Tempo de produção externa nacional e estrangeira



Fonte: ERC

2. 2. Produção Nacional e Produção Nacional Independente

Os valores relativos à produção nacional independente constituem indicadores fundamentais para a observação do dinamismo da produção audiovisual interna; além disso, estes dados servem de base para uma posterior caracterização da produção nacional, no que respeita aos géneros mais produzidos.

2.2.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

Na figura 9 apresentam-se os tempos, e respectivas percentagens, da produção nacional e

nacional independente, emitida nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI.

FIG. 9 Produção nacional e produção independente nacional nos quatro serviços de acesso não condicionado livre

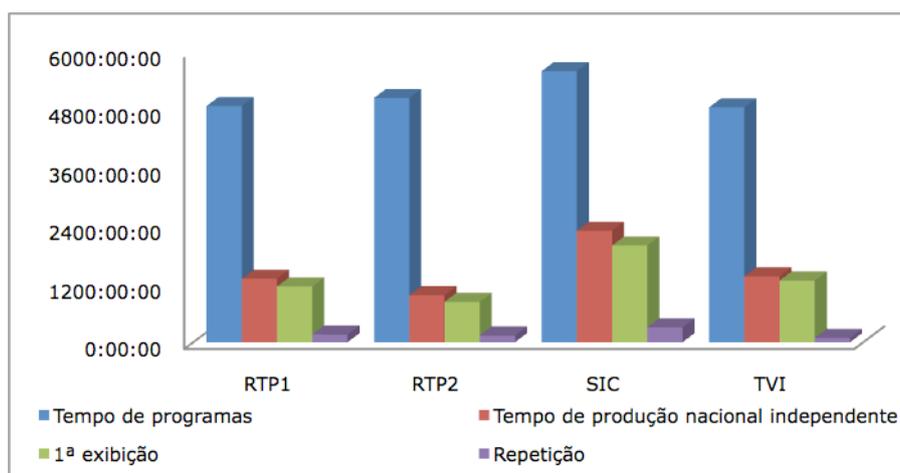
Produção nacional e produção nacional independente – 2008									
Serviços de programas	Programas (h)	Produção nacional (h)	%	Prod. nacional independente (h)	%	1ª exibição (h)	%	Repetição (h)	%
RTP1	4868	2907	59,7	1306	26,8	1147	23,6	158	3,3
RTP2	5033	1293	25,7	968	19,2	830	16,5	137	2,7
SIC	5583	2519	45,1	2297	41,1	1992	35,7	304	5,5
TVI	4839	2936	60,7	1357	28,0	1270	26,3	86	1,8
Total	203258	9657		5929		5241		687	
Média			47,5		29,2		25,5		3,3

Fonte: ERC

Estes valores revelam o peso significativo da produção nacional, próximo dos 50% do tempo total de programas, no conjunto dos quatro serviços, sendo ainda de salientar que, neste apuramento, apenas se consideram os conteúdos de natureza criativa. Particularizando, verifica-se que a TVI emitiu o maior volume de produções nacionais (60,7%), seguindo-se a RTP1 (59,7%), a SIC (45,1%) e, finalmente, a RTP2 (25,7%). Quanto à produção independente nacional, os serviços de programas dos operadores privados registaram os valores mais elevados, com destaque para a SIC, que reservou 41,1% do tempo total de programas a este tipo de produções independentes dos organismos de televisão, seguindo-se a TVI, com 28,0%, a RTP1, com 26,8%, e a RTP2, com 19,2%.

No que respeita à primeira exibição, verifica-se que existe uma correlação com os resultados da produção independente, obtidos nos diversos serviços; os valores oscilam entre 35,7%, na SIC, e 16,5%, na RTP2. Os valores das repetições são claramente inferiores, variando entre 5,5%, na SIC, e 1,8%, na TVI.

FIG. 10 Tempo de produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

2.2.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

Na figura 11 são apresentados os valores da produção nacional e nacional independente, difundida nos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos – TV Cine1, TV Cine2, TV Cine3, TV Cine4 e MOV.

FIG. 11 Produção nacional e produção independente nacional nos serviços de cinema e séries

Produção nacional e produção independente nacional - 2008									
Serviços de programas	Programas (h)	Produção nacional (h)	%	Prod. nacional independente (h)	%	1ª exibição (h)	%	Repetição (h)	%
TV Cine1	8207	45	0,6%	45	0,6%	23	0,3%	21	0,3%
TV Cine2	8232	153	1,9%	153	1,9%	5741	0,7%	95	1,2%
TV Cine3	8230	41	0,5%	41	0,5%	19	0,2%	21	0,3%
TV Cine4	8251	154	1,9%	154	1,9%	54	0,7%	100	1,2%
MOV	8103	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	41023	395		395		155		239	
Média			1,0%		1,0%		0,4%		0,6%

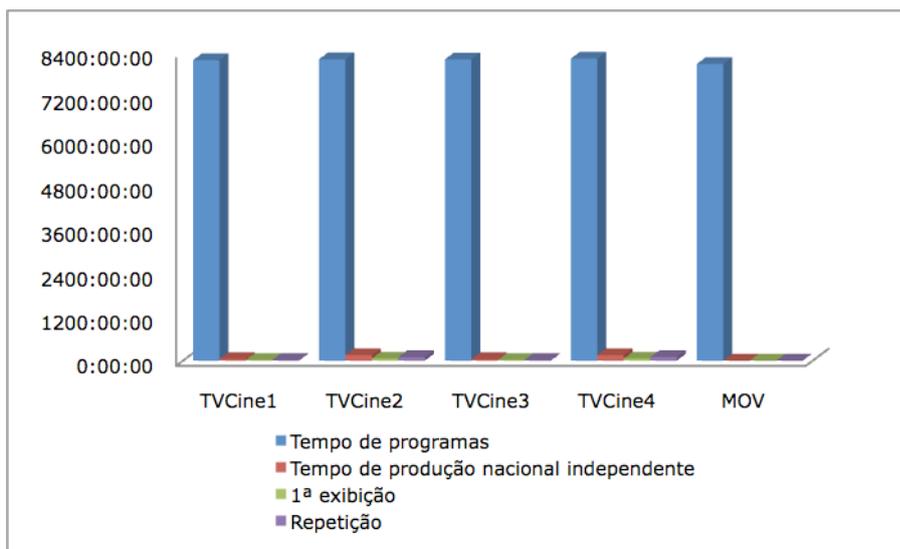
Fonte: ERC

Nestes serviços observa-se que a média da produção nacional e da produção nacional independente é muito inferior à registada nos serviços de sinal aberto, não ultrapassando 1%.

Analisando os resultados por serviço de programas, verifica-se que as percentagens são inexpressivas e não foram além dos 2%, nos serviços TV Cine2 e TV Cine4; os serviços TV Cine1, TV Cine3 e MOV obtiveram 0,6%, 0,5% e 0,0%, respectivamente.

Os valores das primeiras exibições e das repetições encontram-se muito próximos, sendo o maior diferencial entre eles de apenas 0,5%; em qualquer dos serviços, as primeiras exibições situaram-se em níveis inferiores a 1%; quanto às repetições, não foram além de 1,2%, nos serviços TV Cine2 e TV Cine4.

FIG. 12 Tempo de produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

3. Produção Nacional Independente nos Serviços de Acesso não Condicionado Livre – Géneros

Na figura 13 apresentam-se os resultados da produção nacional independente, relativamente a programas de primeira exibição, distribuídos apenas por quatro macro-géneros - ficção, infantis/juvenis, entretenimento e culturais/conhecimento -, nos serviços de programas públicos e privados de sinal aberto.

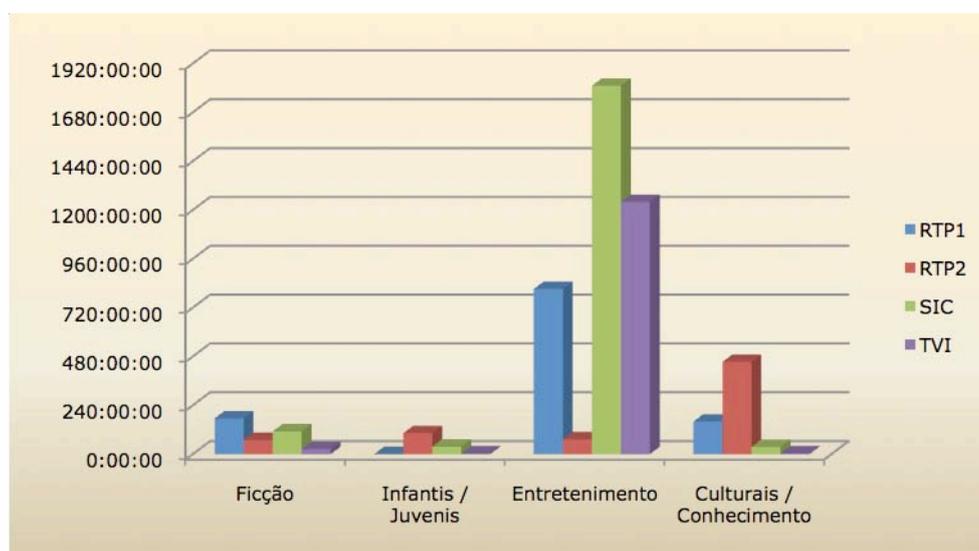
FIG. 13 Produção nacional independente nos serviços de programas generalistas privados e públicos, por géneros – 1ª exibição

PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE (h) – 2008				
Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Ficção	175:43:33	69:03:45	111:23:39	24:38:01
Filme/Telefilme	39:15:44	29:44:25	0:00:00	0:00:00
Telenovela	67:16:44	0:00:00	89:45:26	0:00:00
Ficção (diversos)	69:11:05	39:19:20	21:38:13	24:38:01
Infantis/Juvenis	0:00:00	102:37:14	36:17:40	3:20:09
Entretenimento	811:52:03	72:32:29	1810:28:25	1239:42:51
Talkshow	118:00:52	28:23:29	0:00:00	490:43:21
Concursos/jogos	446:46:00	5:11:16	636:54:23	654:04:12
Entretenimento (diversos)	247:05:11	38:57:44	1173:34:02	94:55:18
Culturais/conhecimento	160:00:14	453:08:41	34:45:52	3:04:48
Documentários	24:57:06	275:21:53	0:00:00	0:00:00
Culturais (diversos)	135:03:08	177:46:48	34:45:52	3:04:48

Fonte: ERC

Verifica-se que o entretenimento tem um peso superior na programação dos serviços em análise, com excepção da RTP2, que dedicou o maior peso aos programas de cultura/conhecimento e Infantis/ juvenis; a RTP1 foi, por sua vez, o serviço que mais tempo reservou à ficção nacional de produção independente.

FIG. 14 Produção nacional independente nos serviços de acesso não condicionado livre, por géneros – 1ª exibição



Fonte: ERC

3.1. Serviços de programas do operador público - RTP1 e RTP2

Os serviços RTP1 e RTP2 revelam diferenças substanciais nos géneros mais produzidos externamente – o primeiro serviço de programas do operador público dedicou a maior fatia da produção nacional independente ao entretenimento, tendo emitido cerca de 812 horas, ao passo que a RTP2 consagrou aos programas culturais/conhecimento a maior parcela, 453 horas; no que respeita aos restantes géneros, verificam-se também valores bastante diversos, designadamente, nos programas de ficção, aos quais a RTP1 dedicou cerca de 176 horas e a RTP2 69 horas; com os programas infantis/juvenis, emitidos apenas na RTP2, foram ocupadas cerca de 102 horas.

Analisando os conteúdos dos dois serviços, verifica-se que estes, no que respeita à produção nacional independente, apostam em produtos distintos, relacionados com as suas obrigações específicas, explanadas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão.

3.2. Serviços de programas dos operadores privados – SIC e TVI

Comparativamente aos dois serviços de programas do operador público, verificou-se que, no conjunto dos géneros analisados, a SIC e a TVI dedicaram mais tempo de emissão a programas de produção nacional independente.

A SIC foi o serviço que difundiu mais programas de entretenimento de produção nacional independente, com 1810 horas; à ficção também foi dedicada uma parte significativa, 111 horas, seguindo-se os programas infantis/juvenis, com 36 horas, e os programas culturais/conhecimento, com 34 horas.

Na TVI, à semelhança da SIC, o género mais privilegiado, no âmbito dos conteúdos criativos de produção nacional independente, foi o entretenimento, tendo-lhe sido afectas 1239 horas. Para a ficção, foram reservadas 24 horas de emissão e para os programas infantis /juvenis e culturais/conhecimento utilizaram-se cerca de 3 horas, em ambas as tipologias.

De referir que a TVI não emitiu produção externa, em sentido próprio, no que respeita a telenovelas, tendo concentrado a sua produção em produtoras integradas no próprio grupo, que recentemente deram origem à produtora Plural, *sub-holding* do Grupo Media Capital/Prisa. Esta estratégia configura uma forte integração vertical da cadeia de valor do audiovisual, cuja actividade visa não só a dinamização da produção audiovisual para consumo dos canais do grupo, como também o reforço da capacidade de exportação de produtos audiovisuais.

4. Principais Produtoras Externas

A relação entre a produção independente nacional e a internacional é um primeiro indicador do grau de dependência externa da produção, pelo que se pretende aqui avaliar o impacto da produção estrangeira no mercado nacional.

4.1. Produtoras externas nacionais e estrangeiras

Na figura 15 são identificadas as produtoras estrangeiras e nacionais que emitiram maior volume de tempo nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, considerando apenas a duração das primeiras exibições, num *ranking* de dez.

FIG. 15 Ranking das principais produtoras estrangeiras e nacionais

Produtoras Estrangeiras	Horas	Produtoras Nacionais	Horas
TV Globo	937	Comunicasom	987
Warner Brothers	922	Endemol, Produções Televisivas Portugal Lda*	751
National Geographic	221	Fremantle*	578
Film & TV House	199	NPE	434
Aquarius & Aquarius Ltd.	181	Fremantlemedia*	358
Disney ABC International Television	167	Valentim de Carvalho - Televisão, Lda	230
BBC	77	SP Televisão, Lda	160
Jet Films	74	Valentim de Carvalho	140
Entertainment Rights	70	CBV - Produções Televisivas	130
Sole Cases Lda	60	Agência Portuguesa de Imagens, Lda	109

Fonte: ERC

*Empresas ligadas a produtoras internacionais.

A análise das principais produtoras estrangeiras revela que a TV Globo foi a produtora que mais tempo de programas emitiu (937 horas), sendo de referir que se trata de produções originariamente em língua portuguesa; em segundo lugar situa-se a produtora Warner Brothers, com 922 horas, muito próxima da anterior; a partir do terceiro posicionamento, em que se situa a National Geographic, verifica-se uma descida significativa do volume de horas emitido, cerca de 700 horas; as últimas quatro produtoras emitiram valores pouco expressivos, inferiores a 100 horas no ano 2008.

Relativamente ao universo das produtoras nacionais, verifica-se que todas as produtoras deste *ranking* emitiram mais de 100 horas de produções; destaca-se na primeira posição a

Comunicasom, com 987 horas, número superior ao registado no *ranking* das produtoras estrangeiras; a Endemol e a Freemantle ocupam a segunda e a terceira posições, com um volume também significativo, 751 e 578 horas, respectivamente.

4.2. Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais

Na figura 16 são identificados os géneros, com o correspondente número de horas, emitidos nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, produzidos pelas principais produtoras, considerando apenas as primeiras exposições.

FIG. 16 Géneros produzidos pelas principais produtoras nacionais

Produtoras	Género	Subgénero	Subgénero (h)	Género (h)	Total (h)
Comunicasom	CULT./CONHECIMENTO	Documentários	34:45:52	34:45:52	987:57:31
	ENTRETENIMENTO	Entretenimento	953:11:39	953:11:39	
Endemol, Produções Televisivas Portugal Lda*	ENTRETENIMENTO	Entretenimento	78:51:01	748:02:03	751:19:59
		Concursos/jogos	595:32:18		
		Espectác./humor	70:27:49		
	FICÇÃO	Série	03:17:56	03:17:56	
Fremantle*	ENTRETENIMENTO	Concursos/jogos	578:04:21		578:04:21
NPE	ENTRETENIMENTO	Concursos/jogos	12:35:21	415:07:26	434:27:09
		Talk-show	359:53:16		
		Variedades/musicais	42:02:32		
	FICÇÃO	Série	19:19:43	19:19:43	
Fremantlemedia*	ENTRETENIMENTO	Concursos/jogos	340:01:43	358:54:14	358:54:14
		Espectác./humor	18:52:31		
Valentim de Carvalho Televisão, Lda.	CULT./CONHECIMENTO	Documentários	116:32:40	116:32:40	230:24:40
	ENTRETENIMENTO	Talk-show	113:52:00	113:52:00	
SP Televisão, Lda	ENTRETENIMENTO	Entretenimento	00:08:10	00:08:10	160:54:06
		FICÇÃO	Telenovela		
			Série	30:45:02	
Valentim de Carvalho	ENTRETENIMENTO	Reality show	09:13:47	140:03:52	140:03:52
		Talk-show	130:50:05		
CBV - Produções Televisivas	ENTRETENIMENTO	Entretenimento	32:12:26	130:07:54	130:07:54
		Concursos/jogos	68:55:36		
		Espectác./humor	28:59:52		
Agência Portuguesa de Imagens, Lda.	CULT./CONHECIMENTO	Ciências	72:04:54	109:11:49	109:11:49
		Documentários	37:06:55		

Fonte: ERC

*Empresas ligadas a produtoras internacionais.

Na figura 17, apresenta-se um quadro resumo com os géneros produzidos e a respectiva duração, verificando-se um claro predomínio dos programas do género entretenimento, o mais produzido pelas produtoras independentes nacionais, num total de 3435 horas; o subgénero concursos/jogos foi o que ocupou mais horas de emissão, no conjunto dos programas de entretenimento.

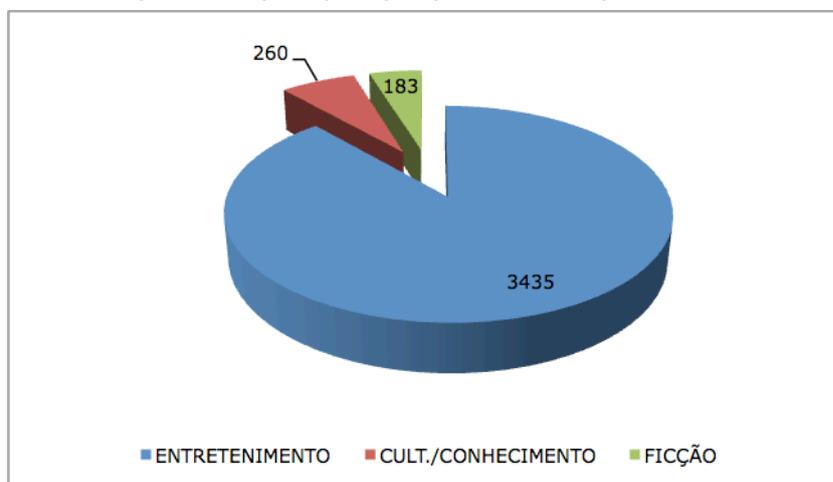
No género culturais/conhecimento foi emitido um número de horas bastante inferior, 260 horas, com destaque para o subgénero documentário, que preencheu 188 horas de emissão. Em último, situa-se o género ficção, com 183 horas, a maioria das quais (130 horas) foi preenchida com telenovelas.

FIG. 17 Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais

Géneros	Subgéneros	Totais/Horas
Entretenimento		3435
	Concursos/jogos	1595
	Entretenimento	1064
	Talk -show	604
	Espectáculos/Humor	118
	Variedades/ musicais	42
	Reality Show	9
	Outro	3
CULT./CONHECIMENTO		260
	Documentário	188
	Ciências	72
FICÇÃO		183
	Telenovela	130
	Série	53

Fonte: ERC

FIG. 18 Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais



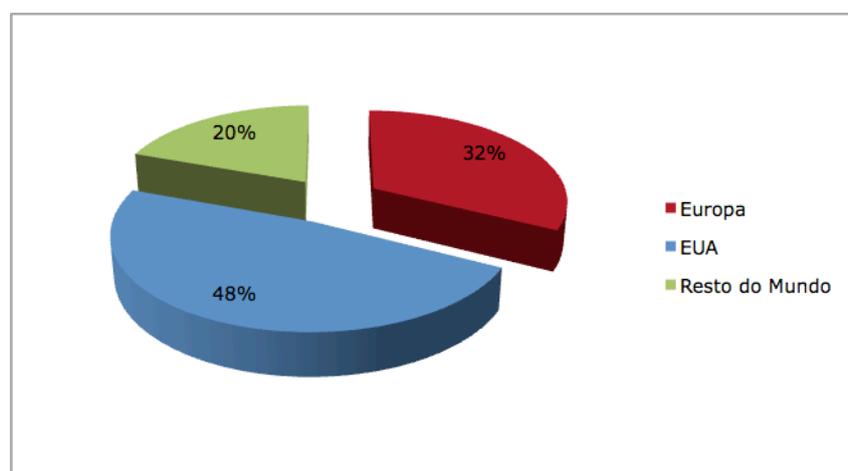
Fonte: ERC

4.3. Principais produtores de conteúdos para o mercado nacional

Importa caracterizar alguns aspectos da geografia da produção audiovisual externa, a fim de verificar o grau de dependência do mercado interno face aos produtores externos e perceber a configuração da partilha deste mercado pelos mais importantes fornecedores de conteúdos para os serviços de programas televisivos generalistas.

Na figura seguinte, observam-se as três grandes áreas dos mercados fornecedores de conteúdos: EUA, Europa e Resto do Mundo, constatando-se que o mercado nacional depende sobretudo dos EUA, com a maior fatia na importação, quase 50%, valor superior ao conjunto dos países europeus, (32%).

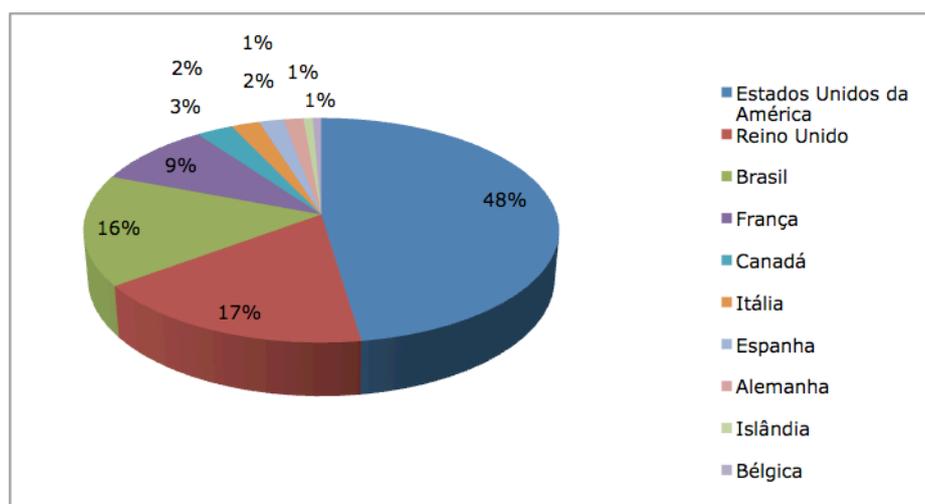
FIG. 19 Mercado externo: principais fornecedores



Fonte: ERC

A fim de identificar os principais países de origem das produções oriundas do exterior, apresenta-se, em seguida, o *ranking* dos dez países fornecedores e produtores de conteúdos.

FIG. 20 Principais países exportadores de conteúdos televisivos



Fonte: ERC

Verifica-se, mais uma vez, que os Estados Unidos se apresentam como o principal mercado fornecedor de conteúdos para os quatro serviços de programas de televisão em sinal aberto, seguindo-se o Reino Unido (17%), o Brasil (16%) e a França (9%).

Se a opção a considerar for a origem linguística dos conteúdos importados pelos operadores nacionais, pode-se concluir que cerca de 69% (incluindo Estados Unidos, Reino Unido, Canadá²⁵ e Austrália) da produção audiovisual tem na língua inglesa o seu principal suporte de expressão.

Noutra perspectiva, observa-se que quatro países (EUA, Reino Unido, Brasil e França) representam assim o grosso das importações nacionais de programas televisivos (89%).

Síntese Conclusiva

Em síntese, os dados aqui apresentados poderão constituir importantes fontes de informação para, por um lado, se analisarem aspectos transversais ao negócio audiovisual (especialmente ao nível da produção externa) e, por outro, se observarem os perfis e posicionamentos dos serviços de programas abertos em função da relação dos géneros dos conteúdos e as respectivas estratégias de programação. Numa perspectiva de possíveis políticas públicas, a informação aqui evidenciada poderá merecer uma análise mais aprofundada no sentido de se equacionarem estratégias para incentivar a produção audiovisual nacional independente, considerando a excessiva dependência dos conteúdos importados. Verifica-se uma grande dependência do mercado norte-americano, com cerca de 48%, face ao mercado europeu que atinge 32%. Por outro lado, não se pode deixar de realçar o desequilíbrio dos géneros produzidos pela produção independente nacional cuja actividade se centrou, de forma intensa, na produção de entretenimento, com 3435 horas,

²⁵ No caso do Canadá, é necessário ressaltar que alguns conteúdos podem ser de origem linguística francesa, mas sem expressão significativa na conclusão aqui apresentada.

enquanto a ficção e os culturais/conhecimento ocuparam apenas 183 horas e 259 horas de emissão, respectivamente.

TÍTULO III - OS MEIOS

CONSUMOS E PERFIL SOCIOGRÁFICO DOS PÚBLICOS

1. Nota Introdutória

Nos capítulos que se seguem apresenta-se uma caracterização geral dos padrões de consumo dos meios de comunicação social e do perfil dos seus públicos, traçada a partir do cruzamento e da sistematização de dados produzidos por diversas fontes de informação – designadamente, Marktest, Autoridade Nacional das Comunicações, Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação e Instituto Nacional de Estatística.

No primeiro capítulo, sobre a televisão hertziana, descrevem-se os tempos de visionamento televisivo diário, os desempenhos em termos de *share* e de *rating* dos canais generalistas e fornece-se um retrato sociográfico dos públicos. No segundo capítulo, dedicado à televisão por subscrição, são fornecidos dados sobre a taxa de penetração do serviço de televisão por assinatura em Portugal. No terceiro capítulo, consagrado à rádio, são descritos os tempos de audição radiofónica diária, os desempenhos em termos de *share* de audiência e de audiência média e traça-se um perfil sociográfico dos públicos. No capítulo sobre a imprensa são apresentadas informações sobre a circulação da imprensa portuguesa, segmentada por periodicidade e por categorias. Um quinto e último capítulo concretiza-se na indicação das taxas de utilização de computadores e de acesso à internet.

É inserida em anexo uma breve definição dos principais indicadores utilizados nos capítulos em que se estrutura esta parte do Relatório de Regulação.

2. Televisão hertziana: consumos e perfis dos públicos

Entre 2007 e 2008 registou-se um ligeiro aumento, de quase seis minutos, para as 3h35m, dos tempos médios de visionamento diário de televisão.

FIG. 1 Tempo médio diário de visionamento televisivo (h:m:s) – 2003 a 2008

Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tempo de visionamento	3:26:48	3:34:10	3:32:09	3:30:05	3:29:36	3:35:11

Fonte: Marktest – *Anuário de Média e Publicidade 2008*.

Nota 1: Inclui cabo/outros.

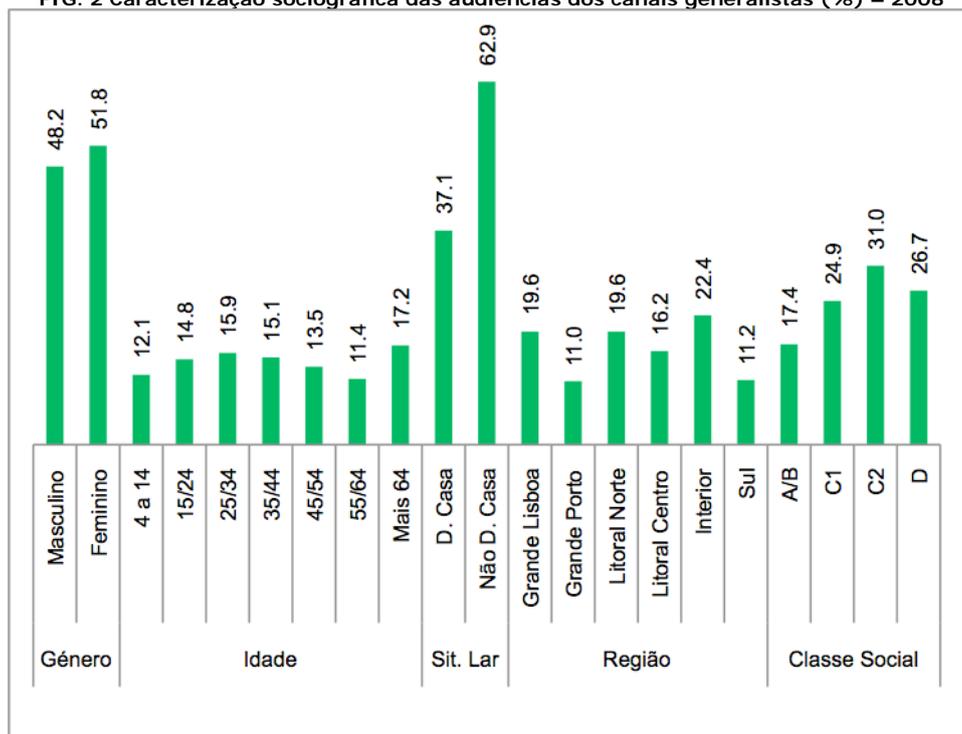
Numa caracterização sociográfica, baseada em dados da Marktest, os públicos de televisão correspondem genericamente aos seguintes traços:

- As mulheres continuam a ver mais televisão do que os homens mas a diferença de género tendeu a diminuir em 2008.
- Também se registaram alterações numa distribuição do consumo televisivo por idades – os espectadores com mais de 64 anos continuam a ser aqueles que

proporcionalmente mais vêem televisão mas o consumo tendeu a diminuir nos grupos mais idosos e a aumentar nos mais jovens.

- Numa distribuição geográfica, o Interior do país é a região onde se continua a ver mais televisão, seguindo-se a Grande Lisboa e o Litoral Norte. Grande Porto e Sul são, no espectro oposto, as regiões do país com menor visionamento televisivo.
- O consumo deste meio é mais intenso nas classes C2 e D e mais escassa nas classes A/B. No entanto, em 2008, tendeu-se para uma maior uniformidade do visionamento televisivo por estrato social.

FIG. 2 Caracterização sociográfica das audiências dos canais generalistas (%) – 2008

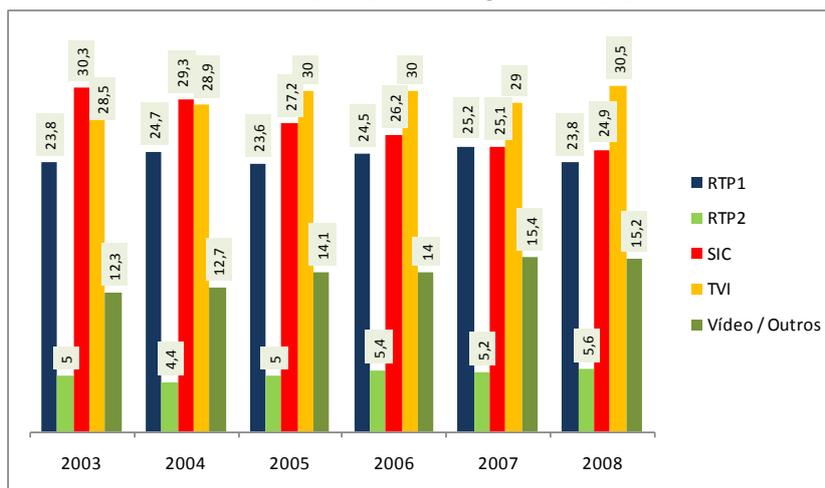


Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

Em 2008, a TVI continuou a ser o canal televisivo que obteve o mais elevado *share* de audiência²⁶, seguindo-se a SIC e a RTP1, com uma diferença mínima entre si, e a RTP2. Entre 2007 e 2008, a RTP1 e a SIC desceram o seu *share* de audiência, respectivamente, em 1,4 e 0,2 pontos percentuais, ao passo que a RTP2 e a TVI registaram subidas quanto a este indicador, de 0,4 e 1,5 pontos percentuais, respectivamente. O segmento de cabo e outros registou uma pequena descida de 0,2 pontos percentuais.

²⁶ **Nota metodológica:** As audiências de televisão em Portugal são medidas pelo processo de audimetria. As audiências são 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, é assegurado pelo grupo Markttest. Através deste serviço são fornecidos dados de audiência para períodos horários e programas de televisão recebidos no território de Portugal continental vias terrestre, satélite e cabo.

FIG. 3 Quota de audiência (Share) dos canais generalistas (%) – 2003 a 2008



Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008

2.1 Serviço público de televisão (RTP1 e RTP2)

Em 2008, os espectadores despenderam, em média, menos um minuto e meio por dia a ver a RTP1, o que se traduziu num visionamento diário de 51 minutos. Por outro lado, a RTP2 registou naquele período um tempo de visionamento diário de 12 minutos, mais um do que no ano anterior.

A quota de audiência da RTP1 (o terceiro canal generalista com maior *share* em 2008, depois da TVI e da SIC) subiu ligeiramente para os 24,0% em horário nobre. Já a quota de audiência do segundo canal de serviço público desceu para os 4,9% durante o designado *prime time*.

FIG. 4 Tempo médio diário de visionamento da RTP1 e da RTP2 (h:m:s) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
RTP1	0:49:11	0:52:50	0:50:07	0:51:29	0:52:55	0:51:14
RTP2	0:10:22	0:09:27	0:10:40	0:11:17	0:10:59	0:12:06

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

FIG. 5 Quota de audiência (Share) da RTP1 e da RTP2 (%) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
RTP1	23,8	24,7	23,6	24,5	25,2	23,8
em horário nobre	22	24	24,5	24,4	26,7	24,0
RTP2	5	4,4	5	5,4	5,2	5,6
em horário nobre	5	4	4,6	4,9	4,8	4,9

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

FIG. 6 Audiência média (Rating) da RTP1 e da RTP2 (%) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
RTP1	3,4	3,7	3,5	3,6	3,7	3,6
RTP2	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

Numa caracterização sociográfica, notam-se diferenças entre as audiências da RTP1 e da RTP2:

- A RTP1 e a RTP2 são mais vistas por mulheres do que por homens.
- A RTP1 é mais apreciada por audiências mais velhas: 38,4% dos seus públicos têm mais de 64 anos. Já o grupo etário proporcionalmente mais significativo numa análise das audiências da RTP2 é o dos 4 aos 14 anos, seguido do grupo etário com mais de 64 anos. As crianças e jovens dos 4 aos 14 anos são o segmento que menos contribuiu para as audiências da RTP1.
- Comparativamente, há mais audiências da RTP1 do que da RTP2 a ocupar a situação no lar de “dona de casa”.
- Geograficamente, as audiências dos dois canais de serviço público concentram-se no Interior. A RTP1 é mais vista na Grande Lisboa, a RTP2 no Litoral Norte.
- As audiências da RTP1 estão mais concentradas na classe D ao passo que as da RTP2 se encontram mais distribuídas na C2.

FIG. 7 Caracterização sociográfica dos públicos da RTP1 e da RTP2 (%) – 2008

Indicadores sociográficos	Total TV	RTP1	RTP2
Género			
Masculino	48,2	44,2	48,8
Feminino	51,8	55,8	51,2
Idade			
4/14	12,1	4,2	21,1
15/24	14,8	6,7	11,0
25/34	15,9	10,2	13,5
35/44	15,1	9,3	14,9
45/54	13,5	13,6	11,1
55/64	11,4	17,6	11,1
+64	17,2	38,4	17,3
Situação no lar			
Dona de casa	37,1	50,4	36,0
Não-dona de casa	62,9	49,6	64,0
Região			
Grande Lisboa	19,6	18,2	15,2
Grande Porto	11,0	10,7	13,0
Litoral Norte	19,6	16,1	21,0
Litoral Centro	16,2	15,3	16,4
Interior	22,4	27,1	25,0
Sul	11,2	12,6	9,4
Classe social			
A/B	17,4	12,9	19,6
C1	24,9	20,3	21,9
C2	31,0	25,3	31,2
D	26,7	41,5	27,2

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

2.2 Serviços de programas comerciais (SIC e TVI)

O tempo de visionamento diário da SIC fixou-se em 53m30ss em 2008. Já a TVI canaliza uma hora e seis minutos de visionamento diário, continuando a ser o serviço de programas televisivo mais visto pelos públicos nacionais. A TVI tem também mantido uma maior estabilidade, registando em 2008 um *share* de audiência de 30,5%, indicador que ascendeu aos 34,4% em horário nobre. A SIC perdeu quota de audiência no horário nobre.

FIG. 8 Tempo médio diário de visionamento da SIC e da TVI (h:m:s) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SIC	01:02:41	01:02:48	00:57:43	00:54:56	00:52:36	00:53:30
TVI	00:58:59	01:01:52	01:03:39	01:02:56	01:00:52	01:05:42

Fonte: Markttest – *Anuário de Média e Publicidade 2008*.

FIG. 9 Quota de audiência (*Share*) da SIC e da TVI (%) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SIC	30,3	29,3	27,2	26,2	25,1	24,9
<i>em horário nobre</i>	30,0	29,0	27,2	26,9	24,2	24,5
TVI	28,5	28,9	30,0	30,0	29,0	30,5
<i>em horário nobre</i>	33	34	33,3	33,3	32,4	34,4

Fonte: Markttest – *Anuário de Média e Publicidade 2008*.

FIG. 10 Audiência média (*Rating*) da SIC e da TVI (%) – 2003 a 2008

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SIC	4,4	4,4	4,0	3,8	3,7	3,7
TVI	4,1	4,3	4,4	4,4	4,2	4,6

Fonte: Markttest – *Anuário de Média e Publicidade 2008*.

Numa caracterização sociográfica, há aspectos que aproximam as audiências da SIC e da TVI:

- A SIC e a TVI são serviços de programas claramente mais vistos por mulheres, com valores de audiências femininas acima dos 60%.
- As audiências da SIC e da TVI estão distribuídas com alguma harmonia pelos diferentes grupos etários, continuando, porém, mais pronunciadas entre os espectadores com mais de 64 anos. Entre as crianças e jovens dos 4 aos 14 anos, a SIC e a TVI atingem audiências de, respectivamente, 9,4% e 10,5%.
- Não há diferenças entre os dois canais quanto à situação no lar, sendo mais significativa a posição de “não-dona de casa”.
- Não se registam, por outro lado, diferenças numa distribuição geográfica das audiências da SIC e da TVI, concentrando-se no Interior e no Litoral Norte.
- Os espectadores dos dois canais pertencem preferencialmente às classes D e C2.

FIG. 11 Caracterização sociográfica dos públicos da SIC e TVI (%) – 2008

Indicadores sociográficos	Total TV	SIC	TVI
Género			
Masculino	48,2	39,4	38,1
Feminino	51,8	60,6	61,9
Idade			
4/14	12,1	9,4	10,5
15/24	14,8	11,9	13,6
25/34	15,9	14,3	10,0
35/44	15,1	12,0	14,4
45/54	13,5	13,7	13,3
55/64	11,4	13,7	13,1
+64	17,2	25,1	25,2
Situação no lar			
Dona de casa	37,1	44,7	45,9
Não-dona de casa	62,9	55,3	54,1
Região			
Grande Lisboa	19,6	17,0	17,0
Grande Porto	11,0	10,8	9,8
Litoral Norte	19,6	21,9	18,5
Litoral Centro	16,2	16,1	15,0
Interior	22,4	24,0	25,8
Sul	11,2	10,3	14,0
Classe social			
A/B	17,4	10,5	9,2
C1	24,9	21,4	22,4
C2	31,0	29,4	32,5
D	26,7	38,8	35,9

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

2.3 Cabo/outros

O tempo de visionamento do cabo/outros tem aumentado desde 2003, fixando-se em quase 33 minutos em 2008. O *share* desta plataforma tem subido continuamente no mesmo período, atingindo uma quota de 15,2% em 2008.

FIG. 12 Tempo médio diário de visionamento, quota de audiência (*Share*) e audiência média (*Rating*) de cabo/outros – 2003 a 2008

Vídeo / Outros	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tempo de visionamento (h:m:s)	0:25:31	0:27:09	0:30:01	0:29:27	0:32:15	0:32:39
<i>Share</i> (%)	12,3	12,7	14,1	14,0	15,4	15,2
<i>Rating</i> (%)	1,8	1,9	2,1	2,0	2,2	2,3

Fonte: Markttest – *Anuário de Média e Publicidade 2008*.

Em contraste com a caracterização das audiências de televisão dos quatro canais generalistas, o cabo/outros:

- É preferido por audiências masculinas (56,5%) e mais jovens (dos 25 aos 44 anos).
- Quanto à situação no lar, o suporte é mais popular junto daqueles que ocupam a posição de “não-dona de casa” (63,1%).
- Em termos geográficos, as audiências situam-se principalmente na Grande Lisboa (31,9%). Proporcionalmente, o Interior é onde se registam as audiências mais modestas do cabo/outros (9,2%).
- As classes C1 e A/B denotam os hábitos de visionamento mais intensos do suporte enquanto a D revela hábitos mais mitigados.

FIG. 13 Caracterização sociográfica das audiências de Cabo/Outros (%) – 2008

Indicadores sociográficos	Total TV	Cabo / Outros
Género		
Masculino	48,2	56,5
Feminino	51,8	43,5
Idade		
4/14	12,1	13,3
15/24	14,8	14,3
25/34	15,9	18,2
35/44	15,1	16,4
45/54	13,5	13,8
55/64	11,4	10,6
+ 64	17,2	13,3
Situação no lar		
Dona de Casa	37,1	36,9
Não-Dona de Casa	62,9	63,1
Região		
Grande Lisboa	19,6	31,9
Grande Porto	11,0	15,9
Litoral Norte	19,6	15,7
Litoral Centro	16,2	15,1
Interior	22,4	9,2
Sul	11,2	12,2
Classe social		
A/B	17,4	29,0
C1	24,9	29,8
C2	31,0	27,6
D	26,7	13,6

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

3.1 Televisão por Subscrição em Portugal

3.1 Taxa de penetração do serviço de televisão por cabo

Em Portugal, para um total de 5.590 milhares de alojamentos, 4.270 milhares encontram-se “cablados”. Lisboa é a região do país com maior número de alojamentos “cablados” (43,3%) – e onde se verifica, aliás, o fenómeno da múltipla cablagem –, seguindo-se o Norte (30,5%).

FIG. 1 Acesso ao serviço de televisão por cabo: Alojamentos cablados – 2008

Regiões	Alojamentos cablados		Total alojamentos*
	n	%	n
Norte	1.301	30,5	1.812
Centro	588	13,8	1.376
Lisboa	1.850	43,3	1.392
Alentejo	162	3,8	456
Algarve	213	5,0	334
RAA	66	1,5	103
RAM	91	2,1	118
Total	4.270	100,0	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008

* Dados do total de alojamentos do INE.

Nota: A *múltipla cablagem* do mesmo alojamento, especialmente visível em relação à região de Lisboa, significa que a soma dos alojamentos “cablados” por todos os operadores é superior ao total de alojamentos.

No final de 2008, o número de assinantes do serviço de televisão por cabo totalizava 1.475 milhares, o que representa uma taxa de penetração de 26,4% em relação ao total de alojamentos (a taxa de penetração sobe para 38% se se considerar apenas os alojamentos “cablados”). Numa distribuição geográfica, Lisboa (47,7%) e Norte (25,7%) continuam a ser as regiões do país com maior número de assinantes.

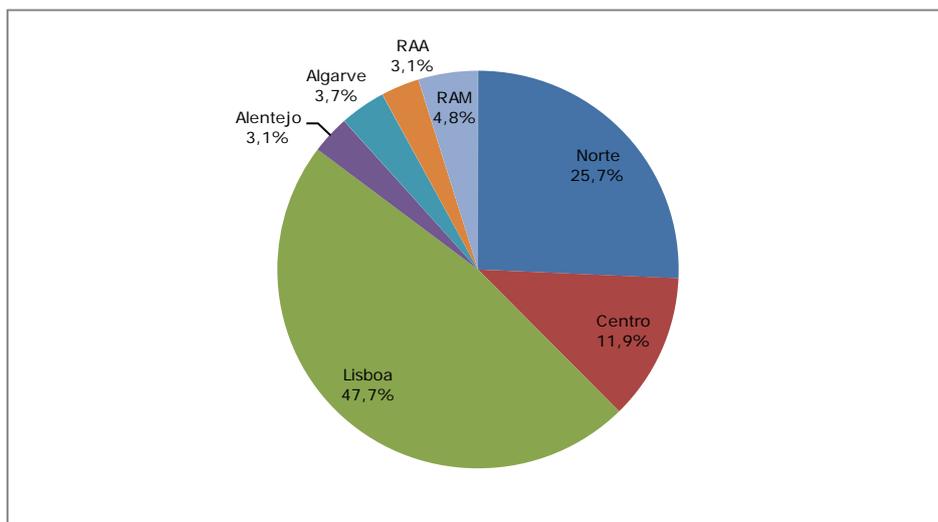
FIG. 2 Acesso ao serviço de televisão por cabo: Assinantes (milhares) – 2008

Regiões	Assinantes por região	Dos quais digitais	Total de alojamentos*
Norte	379	145	1.812
Centro	176	41	1.376
Lisboa	704	285	1.392
Alentejo	46	11	456
Algarve	55	23	334
RAA	46	21	103
RAM	70	46	118
Total	1.475	573	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.

* Dados do total de alojamentos do INE.

FIG. 3 Distribuição do número de assinantes do serviço de televisão por cabo por regiões (%) – 2008



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.

3.2 Taxa de penetração do serviço de televisão por satélite

Até ao final de 2008 o serviço de televisão por satélite (DTH – *Direct to Home*) era subscrito por 586 mil clientes, o que representa um aumento de 103 mil assinantes em relação a 2007. A taxa de penetração do serviço de televisão por DTH situa-se em 10,5%. Observando apenas a distribuição do número de assinantes do serviço de DTH por regiões do país, o Norte (32,8%) e o Centro (28,8%) são as que apresentam o maior número de assinantes.

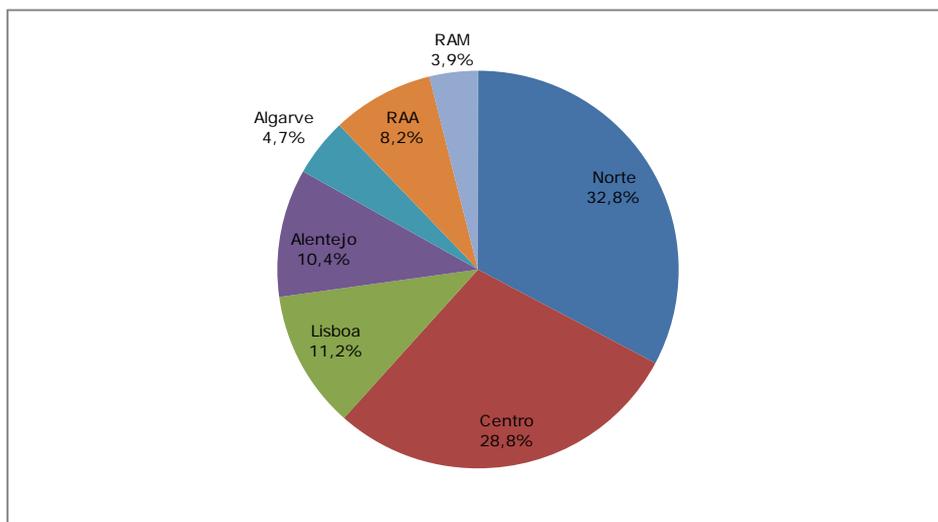
FIG. 4 Acesso ao serviço de televisão por satélite (DTH – *Direct to Home*): Assinantes (milhares) – 2008

Regiões	Assinantes	Total de alojamentos*
Norte	192	1.812
Centro	169	1.376
Lisboa	66	1.392
Alentejo	61	456
Algarve	28	334
RAA	48	103
RAM	23	118
Total	586	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.

* Dados do total de alojamentos do INE.

FIG. 5 Distribuição de assinantes do serviço de televisão por satélite (DTH) por regiões (%) – 2008



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.

3.3 Outras modalidades de acesso ao serviço de televisão por subscrição

As tecnologias consideradas nesta sistematização de outras modalidades de acesso ao serviço de televisão por subscrição são a rede telefónica pública (xDSL/IP), sobre FWA (*Fixed Wireless Access*) e sobre fibra (FTTH).

Segundo a ANACOM, o número destes subscritores totalizava 224 milhares no final de 2008, o que representa uma taxa de penetração de 4,1%. Os assinantes estão concentrados em Lisboa (47,2%) e no Norte (22,0%).

FIG. 6 Acesso ao serviço de televisão por satélite (outras plataformas): Assinantes (milhares) – 2008

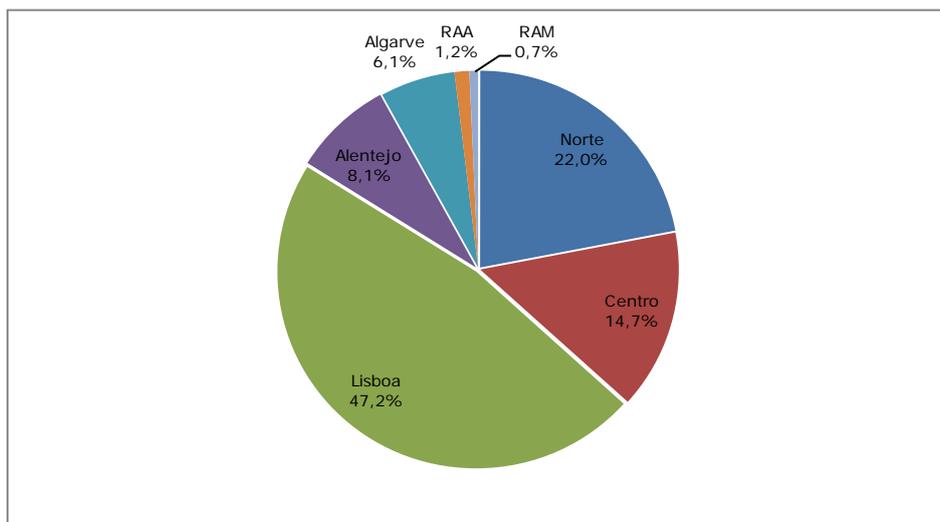
Regiões	Assinantes	Total de alojamentos*
Norte	49	1.812
Centro	33	1.376
Lisboa	106	1.392
Alentejo	18	456
Algarve	14	334
RAA	3	103
RAM	2	118
Total	224	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.

* Dados do total de alojamentos do INE.

Nota: Dados agregados por todas as plataformas e tecnologias alternativas.

FIG. 7 Distribuição de assinantes de outros serviços de televisão por subscrição por regiões (%) – 2008



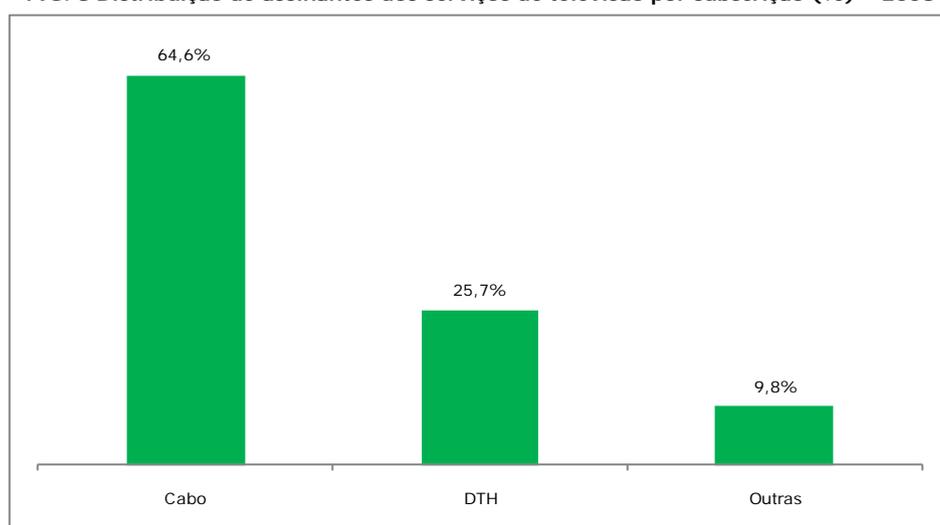
Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.
Nota: Dados agregados por todas as plataformas e tecnologias alternativas.

3.4 Síntese

Segundo a ANACOM, uma vez que o crescimento dos serviços de televisão através de satélite e de plataformas alternativas superou o decréscimo do serviço de televisão por cabo, a taxa de penetração dos assinantes deste serviço fixou-se em 40,9% em relação ao número de alojamentos. O número total de assinantes atingiu 2,29 milhões no mesmo período. O número de clientes é mais significativo em Lisboa e no Norte.

Os clientes dos serviços televisivos por subscrição distribuem-se como mostra a figura seguinte.

FIG. 8 Distribuição de assinantes dos serviços de televisão por subscrição (%) – 2008



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação estatística 4.º trimestre de 2008.
Nota: Total de clientes do serviço de televisão por subscrição, 2,29 milhões; cabo, 1.475 milhares; DTH, 586 milhares; outras, 224 milhares.

4. Rádio: consumo e perfis dos públicos

Segundo a Marktest, o tempo consagrado à rádio pelos públicos tem sofrido ligeiras quebras desde 2003. O tempo médio de escuta de rádio em 2008 fixou-se em 3h11, menos um minuto do que no ano anterior. Entre os operadores de radiodifusão contemplados na análise da Marktest (Bareme Rádio), os grupos mais escutados são, por esta ordem, Renascença, Media Capital, RDP e TSF.

FIG. 1 Tempo médio diário de audiência de rádio (h:m) – 2003 a 2008

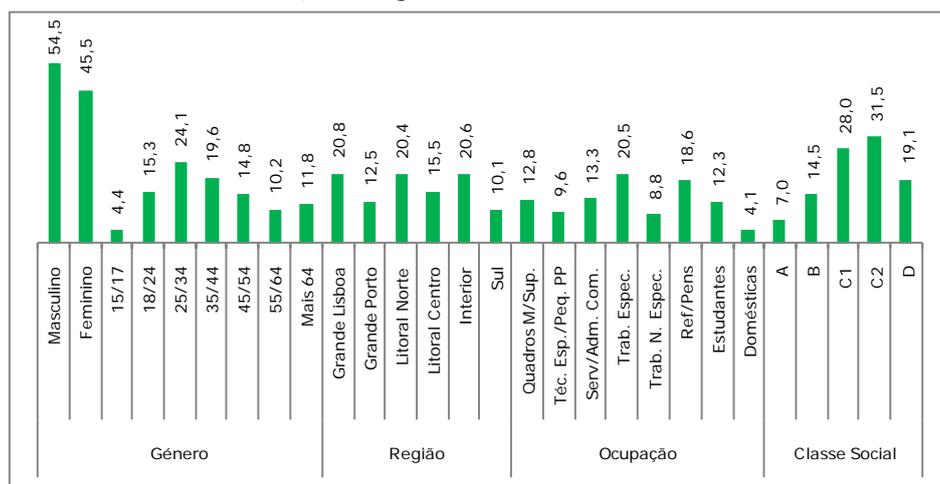
Grupos/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grupo Rádio Renascença	03:14	03:01	02:59	02:53	02:59	02:56
<i>RFM</i>	03:29	03:13	03:07	03:06	03:01	03:02
<i>R. Renascença</i>	02:54	02:42	02:41	02:31	02:48	02:39
<i>Mega FM</i>	02:28	02:22	02:31	02:13	02:29	02:10
Grupo Media Capital	02:59	02:54	02:49	02:44	02:42	02:36
<i>Rádio Comercial</i>	02:52	02:47	02:48	02:50	02:48	02:37
<i>Cidade FM</i>	02:32	02:35	02:32	02:21	02:21	02:13
<i>Rádio Clube</i>	03:10	03:06	02:53	02:43	02:24	02:27
<i>Best Rock FM</i>	02:49	02:38	02:33	02:06	02:27	02:21
<i>M80</i>					02:54	02:38
Grupo RDP	02:42	02:30	02:35	02:36	02:35	02:29
<i>Antena 1</i>	02:29	02:20	02:16	02:32	02:27	02:21
<i>Antena 2</i>	02:58	02:40	02:30	02:19	02:16	02:31
<i>Antena 3</i>	02:51	02:34	02:46	02:35	02:41	02:17
TSF	02:31	02:15	02:17	02:19	02:04	02:07
Total Rádio	03:26	03:20	03:19	03:13	03:12	03:11

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

Enunciam-se de seguida as principais características sociográficas das audiências de rádio:

- Os homens tendem a ouvir mais este meio do que as mulheres.
- As audiências radiofónicas concentram-se nos grupos etários entre os 25 e os 44 anos. Os jovens dos 15 aos 17 anos são os que ouvem menos rádio.
- Numa distribuição das audiências de rádio por ocupação, os trabalhadores especializados e os reformados / pensionistas são os grupos com maiores hábitos de escuta de rádio. No espectro oposto, as domésticas constituem o grupo que tendencialmente escuta menos rádio.
- Grande Lisboa, Interior e Litoral Norte são as regiões do país que mais contribuem, em termos proporcionais, para as audiências de rádio. Sul é a região do país onde se detectaram hábitos mais enfraquecidos de escuta radiofónica.
- As audiências radiofónicas concentram-se nas classes C1 e C2 e menos na classe D. Em conjunto, a escuta de rádio junto das classes A e B representou 21,5%.

FIG. 2 Caracterização sociográfica das audiências de rádio (%) – 2008



Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

4.1 Serviço público de radiodifusão sonora (RDP: Antena 1, Antena 2, Antena 3)

Para uma audiência média total da rádio de 5,7%, o Grupo RDP representou 0,7%, menos uma décima em relação a 2007. Dentro deste aglomerado, a Antena 1 significou metade da audiência média (0,4%), seguindo-se a Antena 3 (0,3%). Já a Antena 2 foi pouco expressiva em termos de audiência média (0,0%).

FIG. 3 Audiência média da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2003 a 2008

Grupo / Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grupo RDP	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7
Antena 1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Antena 2	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Antena 3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Total Rádio	7,0	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

O Grupo RDP representou 11,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Markttest em 2008, o que significa uma descida de 1,2 pp.. A principal descida verificou-se na Antena 1.

Fig. 4 *Share* de audiência da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2003 a 2008

Grupo / Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grupo RDP	10,2	10,7	12,2	13,1	13,1	11,9
Antena 1	4,7	4,9	5,9	6,8	6,8	5,9
Antena 2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6
Antena 3	4,5	4,9	5,1	5,2	5,2	5,0
Total Rádio	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações da RDP:

- Todas são mais ouvidas por homens do que mulheres, notando-se que as audiências da Antena 1 são mais marcadamente masculinizadas (72,8%).
- As audiências da Antena 1 e da Antena 2 concentram-se nos grupos etários menos jovens, verificando-se inversamente que 78% das audiências da Antena 3 se encontram nos grupos entre os 18 e os 34 anos. As três estações da RDP são pouco escutadas pelas audiências dos 15 aos 17 anos.

- Registram-se também diferenças na distribuição geográfica das audiências das três antenas: a Antena 1 é escutada fundamentalmente na Grande Lisboa e no Interior; a Antena 2 na Grande Lisboa e no Litoral Norte; a Antena 3 no Litoral Norte e no Interior.
- A Antena 1 e a Antena 2 são mais ouvidas por reformados e pensionistas; a Antena 3 por quadros médios e superiores e por estudantes.
- As audiências da Antena 1 e da Antena 3 concentram-se na classe C1, as da Antena 2 na classe B.

FIG. 5 Caracterização sociográfica das audiências da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) - 2008

Indicadores sociográficos	Antena 1	Antena 2	Antena 3	Total Rádio
Género				
Masculino	72,8	67,2	68,1	54,5
Feminino	27,2	32,8	31,9	45,5
Idade				
15/17	0,6	0,6	2,5	4,4
18/24	4,1	5,9	28,2	15,3
25/34	12,3	15,0	50,4	24,1
35/44	13,0	12,1	11,6	19,6
45/54	19,9	18,9	5,1	14,8
55/64	20,8	19,1	1,3	10,2
+64	29,3	28,5	0,9	11,8
Região				
Grande Lisboa	22,1	39,0	17,6	20,8
Grande Porto	12,4	11,7	12,8	12,5
Litoral Norte	16,6	23,0	21,5	20,4
Litoral Centro	15,5	11,1	15,1	15,5
Interior	19,9	9,4	21,4	20,6
Sul	13,5	5,7	11,5	10,1
Ocupação				
Quadros MSup.	15,3	33,5	23,9	12,8
Téc. Esp. / Peq. PP	7,9	4,5	14,2	9,6
Serv. Adm.Com.	10,6	6,4	18,0	13,3
Trab. Espe.	16,3	4,6	14,9	20,5
Trab. N. Esp.	5,8	4,2	5,4	8,8
Ref. / Pens.	38,1	36,2	4,8	18,6
Estudantes	2,9	7,6	18,5	12,3
Domésticas	3,0	2,9	0,2	4,1
Classe social				
A	8,0	20,2	10,3	7,0
B	20,8	38,4	20,9	14,5
C1	27,2	23,3	34,9	28,0
C2	23,8	9,0	23,7	31,5
D	20,1	9,1	10,3	19,1

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

4.2 Serviço comercial de radiodifusão sonora (Grupo Rádio Renascença, Media Capital Rádios, TSF)

Para uma audiência média total de 5,7%, o Grupo Renascença representou uma audiência média de 2,4%, o Grupo Media Capital, de 1,3%, e a TSF, de 0,3%. A RFM e a Rádio Renascença são as antenas mais escutadas do Grupo Renascença; a Rádio Comercial é a mais escutada do Grupo Media Capital.

FIG. 6 Audiência média das estações dos grupos RR, Media Capital e da TSF (%) – 2003 a 2008

Grupos / Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grupo Renascença	3,2	2,5	2,5	2,3	2,4	2,4
<i>RFM</i>	1,7	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4
<i>R. Renascença</i>	1,2	1,0	1,0	0,8	0,8	0,8
<i>Mega FM</i>	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Grupo Media Capital	1,3	1,5	1,5	1,3	1,2	1,3
<i>Rádio Comercial</i>	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6
<i>Cidade FM</i>	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4
<i>Rádio Clube</i>	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
<i>Best Rock FM</i>	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>M80</i>					0,0	0,1
TSF	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
Total Rádio	7,0	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

Correlativamente, o Grupo Renascença obteve, em 2008, o *share* de audiência mais elevado (41,5%, dos quais 24,6% correspondentes à RFM), seguindo-se o Grupo Media Capital (22,2%, dos quais 10,9% correspondentes à Rádio Comercial) e a TSF, com uma quota de audiência de 5,2%.

FIG. 7 *Share* de audiência das estações dos grupos Renascença, Media Capital e TSF (%) – 2003 a 2008

Grupos / Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grupo Rádio Renascença	45,5	39,6	37,6	37,7	41,2	41,5
<i>RFM</i>	24,9	22,4	21,2	22,2	23,6	24,6
<i>R. Renascença</i>	18,1	15,2	14,3	13,6	15,2	14,2
<i>Mega FM</i>	2,2	1,8	2,0	1,8	2,2	2,2
Grupo Media Capital	18,8	23,4	22,7	23,0	21,1	22,2
<i>Rádio Comercial</i>	8,4	9,9	9,5	11,4	10,6	10,9
<i>Cidade FM</i>	3,3	5,2	6,7	6,3	6,0	5,9
<i>Rádio Clube</i>	3,0	5,8	4,8	3,9	2,0	1,7
<i>Best Rock FM</i>	1,5	2,0	1,3	0,9	1,0	0,8
<i>M80</i>					0,8	2,1
TSF	5,6	5,8	6,5	5,4	5,0	5,2
Total Rádio	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Renascença:

- A Rádio Renascença é a estação com audiências mais masculinizadas (59,2%) enquanto a Mega FM é mais ouvida por mulheres (52,6%).
- Numa distribuição por grupos etários, a RFM é ouvida fundamentalmente por audiências dos 25 aos 44 anos, a Rádio Renascença por audiências com mais de 64 anos e a Mega FM por audiências entre os 18 e os 34 anos.
- Quanto à distribuição geográfica das audiências, a RFM é mais ouvida no Litoral Norte, a Rádio Renascença no Interior e a Mega FM na Grande Lisboa.
- Em termos ocupacionais, a RFM é mais ouvida por trabalhadores especializados, a Rádio Renascença por reformados e pensionistas, a Mega FM por estudantes.
- A RFM e a Mega FM são escutadas em primeiro lugar pela classe C1, a Rádio Renascença pela classe D.

FIG. 8 Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo RR (%) – 2008

Indicadores sociográficos	RFM	Rádio Renascença	Mega FM	Total Rádio
Género				
Masculino	50,0	59,2	47,4	54,5
Feminino	50,0	40,8	52,6	45,5
Idade				
15/17	3,7	0,8	6,1	4,4
18/24	14,9	3,1	39,2	15,3
25/34	33,7	9,6	42,8	24,1
35/44	28,9	15,5	6,7	19,6
45/54	13,8	19,0	3,8	14,8
55/64	4,0	19,4	1,0	10,2
+64	1,0	32,7	0,3	11,8
Região				
Grande Lisboa	16,7	21,2	45,3	20,8
Grande Porto	13,6	11,9	11,5	12,5
Litoral Norte	21,3	19,9	22,3	20,4
Litoral Centro	15,6	15,4	15,4	15,5
Interior	22,7	23,5	3,8	20,6
Sul	10,2	8,0	1,7	10,1
Ocupação				
Quadros M. Sup.	17,6	5,1	17,4	12,8
Téc. Esp./Peq. PP	11,9	6,7	12,2	9,6
Serv. Adm.Com.	19,0	8,0	13,9	13,3
Trab. Espe.	23,3	21,0	8,4	20,5
Trab. N. Esp.	7,9	9,8	7,9	8,8
Ref./Pens.	6,6	39,7	4,9	18,6
Estudantes	11,6	2,2	34,4	12,3
Domésticas	2,2	7,5	1,0	4,1
Classe social				
A	8,5	2,8	11,8	7,0
B	17,8	10,1	20,3	14,5
C1	32,0	23,5	31,5	28,0
C2	30,6	30,8	28,2	31,5

D	11,2	32,8	8,2	19,1
---	------	------	-----	------

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Media Capital:

- A Cidade FM é mais ouvida por mulheres, ao passo que são predominantemente masculinas as audiências da Rádio Comercial, Rádio Clube Português, Best Rock FM e M80.
- Com exceção do Rádio Clube Português, preferido pelas audiências com mais de 45 anos, as audiências das estações deste grupo situam-se nos intervalos etários entre os 18 e os 34 anos.
- Também com exceção da Rádio Comercial, mais ouvida no Litoral Norte, e a Best Rock FM, mais ouvida no Grande Porto, Cidade FM, Rádio Clube Português e M80 são essencialmente ouvidas na Grande Lisboa.
- Registam-se algumas variações entre as estações do Grupo Media Capital numa perspectiva ocupacional: a Rádio Comercial, a Cidade FM e a Best Rock são mais ouvidas por estudantes; o Rádio Clube por reformados e pensionistas; a M80 por trabalhadores especializados.
- Com exceção da Cidade FM, mais escutada por audiências da classe C2, todas as estações deste grupo de comunicação são mais escutadas entre a classe C1.

FIG. 9 Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Media Capital (%) – 2008

Indicadores sociográficos	Rádio Comercial	Cidade FM	Rádio Clube	Best Rock FM	M80	Total Rádio
Género						
Masculino	52,2	44,7	65,0	67,3	63,1	54,5
Feminino	47,8	55,3	35,0	32,7	36,9	45,5
Idade						
15/17	5,4	16,5	1,2	9,0	1,6	4,4
18/24	25,1	40,1	3,4	38,4	14,4	15,3
25/34	36,9	29,5	13,6	40,4	36,1	24,1
35/44	17,5	10,4	15,6	10,0	26,9	19,6
45/54	9,9	3,0	20,3	1,7	14,0	14,8
55/64	4,0	0,3	26,5	0,0	5,2	10,2
+64	1,3	0,2	19,5	0,6	1,7	11,8
Região						
Grande Lisboa	20,0	25,6	43,7	30,6	55,3	20,8
Grande Porto	9,2	14,4	2,2	39,2	23,0	12,5
Litoral Norte	21,3	18,0	5,9	2,4	5,8	20,4
Litoral Centro	16,1	18,1	22,4	17,2	12,5	15,5
Interior	21,1	11,1	5,5	10,6	2,4	20,6
Sul	12,4	12,8	20,3	0,0	1,0	10,1
Ocupação						
Quadros MSup.	17,5	6,7	18,1	15,8	18,6	12,8
Téc. Esp. / Peg. PP	12,3	7,0	10,0	12,9	12,3	9,6
Serv. Adm.Com.	19,1	16,0	12,6	9,1	18,1	13,3

Trab. Espe.	17,8	17,5	15,8	15,3	19,1	20,5
Trab. N. Esp.	7,0	9,8	7,1	4,7	8,6	8,8
Ref. / Pens.	7,0	5,8	31,0	5,7	8,4	18,6
Estudantes	18,0	36,1	3,1	35,5	13,5	12,3
Domésticas	1,4	1,0	2,5	1,0	1,3	4,1
Classe social						
A	8,1	5,5	9,2	9,7	10,1	7,0
B	16,9	8,7	22,2	17,1	22,3	14,5
C1	33,8	29,1	28,5	28,3	36,1	28,0
C2	29,5	40,7	24,2	27,4	23,3	31,5
D	11,7	16,0	15,8	17,5	8,2	19,1

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2008.

As audiências da TSF são essencialmente masculinas (proporção de 74,3%), situadas no grupo etário entre os 35 e os 44 anos, residentes na Grande Lisboa, profissionalmente enquadrados na categoria de quadros médios e superiores e pertencentes à classe C1. A estação informativa praticamente não é escutada entre os jovens dos 15 aos 17 anos. As suas audiências são mais reduzidas no Sul do país, entre domésticas e estudantes, e na classe D.

FIG. 10 Caracterização sociográfica das audiências da TSF (%) - 2008

Indicadores sociográficos	TSF	Total Rádio
Género		
Masculino	74,3	54,5
Feminino	25,7	45,5
Idade		
15/17	1,2	4,4
18/24	3,6	15,3
25/34	21,4	24,1
35/44	25,6	19,6
45/54	23,2	14,8
55/64	14,2	10,2
+64	10,8	11,8
Região		
Grande Lisboa	26,2	20,8
Grande Porto	17,7	12,5
Litoral Norte	20,7	20,4
Litoral Centro	10,3	15,5
Interior	20,6	20,6
Sul	4,5	10,1
Ocupação		
Quadros M. Sup.	28,3	12,8
Téc. Esp./Peq. PP	12,9	9,6
Serv. Adm.Com.	14,2	13,3
Trab. Espe.	16,4	20,5
Trab. N. Esp.	4,6	8,8
Ref./Pens.	17,2	18,6
Estudantes	4,2	12,3

Domésticas	2,3	4,1
Classe social		
A	18,0	7,0
B	27,1	14,5
C1	28,7	28,0
C2	15,9	31,5
D	10,4	19,1

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2008.

4.3 Financiamento público das rádios locais

Em 2008, o Gabinete para os Meios de Comunicação Social apoiou 14 projectos no âmbito do Incentivo à Iniciativa à Consolidação e ao Desenvolvimento das Empresas de Comunicação Social Regional e Local, atribuindo uma verba global de 197 mil euros.

FIG. 11 Incentivos do Estado concedidos aos operadores de radiodifusão – 2005 a 2008

Ano	N.º Projectos	Montantes (em Euros)
2005*	9	186.906,67
2006*	22	315.317,31
2007*	18	545.027,02
2008**	14	197.394,24

Fonte: ICS / Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

* Incentivo à Iniciativa Empresarial e Desenvolvimento Multimédia.

** Incentivo à Consolidação e ao Desenvolvimento das Empresas de Comunicação Social Regional e Local.

Em 2008, Faro foi o distrito mais beneficiado com este apoio (57 mil euros), seguindo-se o distrito de Aveiro e Porto (27 mil euros cada).

FIG. 12 Incentivos do Estado concedidos aos operadores de radiodifusão por distrito - 2008

Distrito	N.º Projectos	Montantes	
	n	n	%
Faro	2	56.720,35	28,7
Aveiro	2	27.471,57	13,9
Porto	2	26.898,09	13,6
Viseu	2	21.172,19	10,7
Castelo Branco	1	13.688,42	6,9
Évora	1	12.089,50	6,1
Funchal	1	12.110,00	6,1
Coimbra	1	10.267,33	5,2
Beja	1	9.491,79	4,8
Viana do Castelo	1	7.485,00	3,8
Total	14	197.394,24	100,0

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

5. Imprensa: consumos

5.1 Circulação dos títulos nacionais de informação geral

Em 2008, o Correio da Manhã conservou a liderança entre os diários nacionais de informação geral, com uma circulação de 122 mil exemplares (subida de 2,8%), seguido do Jornal de Notícias, com uma circulação de 103 mil exemplares (acréscimo de 9,8%). Os diários qualificados de “referência” Diário de Notícias e Público tiveram comportamentos diferentes em 2008, com o primeiro a aumentar a circulação em 9,4% (41 mil exemplares) e o Público a descer 1,2% (44 mil exemplares). Este foi, aliás, o único jornal diário nacional que registou quebras na circulação.

O Expresso continua a ser o semanário português com maior circulação (121 mil exemplares). A grande distância encontra-se o Sol, com uma circulação de 48 mil exemplares, menos 4% em comparação com 2007.

No universo das revistas de informação geral, a Visão conserva a liderança em termos de circulação, na ordem dos 102 mil exemplares (-2,2%), mantendo atrás de si a Sábado, que registou uma circulação de 77 mil exemplares, um crescimento de 13,7% face a 2007.

FIG. 1 Circulação dos títulos nacionais de informação geral, diários e não-diários (inclui newsmagazines) (unidades) – 2007 e 2008

Títulos	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 (%)
Diários				
24 Horas	Global Notícias – Publicações, SA	36.943	38.476	4,1
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, SA	118.846	122.207	2,8
Diário de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	37.798	41.333	9,4
Jornal de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	93.940	103.165	9,8
Público	Público – Comunicação Social, SA	44.153	43.642	-1,2
Semanários				
Expresso	Sojornal – Sociedade Jornalística e Editorial, SA	120.203	121.107	0,8
Semanário	Exactopress, Edições e Publicações, Lda	20.500	20.503	0,0
Sol	O Sol É Essencial, SA	49.807	47.813	-4,0
Newsmagazines				
Visão	Edimpresa – Editora, Lda	104.686	102.350	-2,2
Sábado	Presselivre – Imprensa Livre SA	67.555	76.829	13,7
Focus	Impala – Editores, SA	16.687	13.126	-21,3

Fonte: APCT – Boletim 2008.

5.2 Circulação dos jornais de economia, negócios e gestão

Todos os títulos diários especializados em Economia, Negócios e Gestão registaram subidas na circulação. O segmento é liderado pelo Diário Económico, com uma circulação de 15 mil exemplares. Entre os semanários, o jornal Vida Económica apresenta a maior circulação, de 13 mil exemplares, mas com quebras em 2008, seguindo-se o Semanário Económico, com 11 mil (subida de 6,8%).

FIG. 2 Circulação dos jornais de economia, negócios e gestão, diários e não-diários (unidades) – 2007 e 2008

Títulos	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Diários				
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda	13.525	14.724	8,9
OJE	Megafin – Sociedade Editora, SA	23.134	26.964	16,6
Jornal de Negócios	Edisport – Sociedade de Publicações, SA	8.269	9.343	13,0
Semanários				
Semanário Económico	S.T. & S.F. - Sociedade de Publicações, Lda	10.379	11.086	6,8
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	13.573	12.821	-5,5

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

5.3 Circulação dos jornais desportivos

Os jornais desportivos considerados nesta análise registaram descidas de circulação em 2008. O Record mantém, entre os jornais diários desportivos auditados pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação, a liderança em termos de circulação, que ascende a perto de 74 mil exemplares por edição. O Jogo registou, em 2008, uma circulação de 33 mil exemplares.

FIG. 3 Circulação dos jornais desportivos diários (unidades) – 2007 e 2008

Títulos	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Diários				
A Bola	Sociedade Vicra Desportiva	-	-	-
Record	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas SA	76.622	73.939	-3,5
O Jogo	Jornalinveste – Comunicação, SA	36.005	32.794	-8,9
Semanários				
Autosport	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	12.996	12.280	-5,5

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

Nota: Os valores de circulação de A Bola não são auditados pela APCT.

5.4 Circulação dos jornais gratuitos

Em termos de circulação dos jornais gratuitos, entre os diários, o Global Notícias superou o Metro Portugal em 2008, passando a liderar o segmento com uma circulação de 201 mil exemplares (uma subida de 33,7%). De uma forma geral o segmento foi afectado por descidas de circulação, mais pronunciada no caso do Meia-Hora, com uma quebra de 30,4%.

FIG. 4 Circulação dos jornais gratuitos de informação geral, diários e não-diários (unidades) – 2007 e 2008

Jornais	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Diários				
Global Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	150.587	201.289	33,7
Jornal Destak	Transjornal – Edição de Publicações, SA	173.021	159.820	-7,6
Meia-Hora	Metro News Publicações, Lda	86.953	60.477	-30,4
Metro Portugal	Metro News Publicações, Lda	175.695	168.803	-3,9
Semanários				
Sexta	Vipu, Ace	312.131	285.171	-8,6

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

Nota: O Jornal da Região deixou de ser auditado pela APCT.

5.5 Circulação das revistas femininas/moda

A Maria continua a ser a publicação que lidera o segmento das revistas femininas e de moda, com uma circulação média de 222 mil exemplares por edição em 2008, o que representa uma quebra de 8,8%. Happy Woman lidera a circulação entre as publicações mensais desta categoria. O segmento foi, de uma forma geral, afectado por um decréscimo de circulação.

FIG. 5 Circulação das revistas femininas/moda, semanais e mensais (unidades) – 2007 e 2008

Títulos	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Semanais				
Ana	Impala – Editores, Lda	68.267	53.903	-21,0
Maria	Impala – Editores, SA	244.025	222.493	-8,8
Mariana	Presspeople – Edição de Publicações, Lda	18.063	22.618	25,2
Mulher Moderna	Impala - Editores, SA	14.988	11.744	-21,6
Mensais				
Activa	Edimpresa – Editora, Lda	77.539	65.978	-14,9
Cosmopolitan	Hearst Edimpresa – Editora, Lda	51.282	42.026	-18,0
Elle	RBA II Publicações, Lda	51.468	51.122	0,7
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	90.408	122.303	35,3
Lux Woman	MCE – Media Capital Edições, Lda	53.667	48.178	-10,2
Máxima	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	60.968	55.417	-9,1
Ragazza	RBA II Publicações, Lda	29.231	34.969	19,6
Vogue	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	32.768	32.892	0,4

Fonte: APCT – Boletim 2008.

5.6 Circulação das revistas masculinas

Entre as publicações auditadas pela APCT, a Maxmen lidera o segmento, embora com pouca diferença da FHM. Com excepção da GQ, todas as publicações deste segmento registaram quebras de circulação.

FIG. 6 Circulação das revistas masculinas, mensais (unidades) – 2007 e 2008

Título	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
FHM	Edimpresa – Editora Lda	50.086	45.666	-8,8
GQ	Edirevistas – Sociedade Editorial SA	16.237	16.433	1,2
Maxmen	MCE – Media Capital Edições Lda	56.385	47.941	-15,0
Men's Health	Motorpress Rodale SA	32.448	29.638	-8,7

Fonte: APCT – Boletim 2008.

Nota: A revista Homem Magazine deixou de ser auditada pela APCT.

5.7 Circulação das revistas de sociedade

A Nova Gente, do grupo editorial Impala, continua a liderar o segmento das revistas de sociedade, com uma circulação de 135 mil exemplares por edição, ainda assim uma descida de 7,7%. Todas as publicações deste segmento registaram descidas de circulação em 2008, com excepção da VIP.

FIG. 7 Circulação das revistas de sociedade, semanais (unidades) – 2007 e 2008

Título	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Caras	Edimpresa – Editora, Lda	92.809	89.845	-3,2
Flash	Edirevistas, Sociedade Editorial, Lda	52.220	46.016	-11,9
Lux	MCE – Media Capital Edições, Lda	69.037	64.005	-7,3
Nova Gente	Impala – Editores, SA	145.765	134.611	-7,7
VIP	Impala – Editores, SA	37.322	37.385	0,2

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

5.8 Circulação das revistas de televisão

A TV 7 Dias continua a liderar o segmento, com uma circulação de 150 mil exemplares (uma descida de 9,1%), seguida a alguma distância da Telenovelas e da TV Guia.

FIG. 8 Circulação das revistas de televisão (unidades) – 2007 e 2008

Título	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Telenovelas	Edimpresa – Editora	96.768	95.226	-1,6
TV 7 Dias	Impala – Editores	165.484	150.484	-9,1
TV Guia	TVG – Editora de Publicações e Multimédia	71.686	80.745	12,6
TV Guia Novelas	TVG – Editora de Publicações e Multimédia	23.534	23.913	1,6
TV Mais	Edimpresa – Editora Lda	68.094	68.689	0,9

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

Nota1: A Cabovisão Magazine deixou de ser auditada pela APCT.

5.9 Imprensa local e regional

Entre os diários regionais auditados pela APCT, as tiragens não são normalmente elevadas, destacando-se quanto a este indicador o Diário Cidade (22 mil exemplares de circulação, a maior parte correspondente a assinaturas online) e o Diário de Notícias da Madeira (13 mil exemplares). Estas são as únicas publicações diárias com circulação acima dos 10 mil exemplares por edição em 2008. O Diário Regional de Viseu foi, entre os títulos auditados pela APCT, aquele que registou a circulação mais baixa (2.005 exemplares), com pouca diferença do Diário de Leiria (2.258 exemplares). O mais antigo jornal português ainda em circulação, o Açoriano Oriental, manteve uma circulação de 4 mil exemplares.

FIG. 9 Circulação de publicações regionais diárias (unidades) – 2007 e 2008

Títulos	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	08/07 %
Açoriano Oriental	Açormedia, SA	4.178	4.113	-1,6
Diário As Beiras	Sojormédia Beiras, SA	8.092	8.354	3,2
Diário Cidade	O Liberal – Empresa de Artes Gráficas, Lda	20.089	21.888	9,0
Diário de Aveiro	Diaveiro – Empresa do Diário de Aveiro, Lda	4.043	3.863	-4,5
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda	9.947	9.801	-1,5
Diário de Leiria	Diário de Leiria – Empresa Jornalística, Lda	2.192	2.258	3,0
Diário de Noticias da Madeira	Empresa do Diário de Noticias da Madeira Lda	14.429	13.325	-7,7
Diário do Minho	Empresa Diário do Minho, Lda	5.414	4.940	-8,8

Diário do Sul	Piçarra & Companhia, Lda	5.529	5.431	-1,8
Diário de Viseu	Diário de Viseu, Lda.	1.417	2.005	41,5

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

Entre os 17 jornais regionais de periodicidade não diária auditados pela APCT, O Mirante (29 mil exemplares), o Jornal do Fundão (14 mil exemplares), o Reconquista (12 mil exemplares) e o Região de Leiria (11 mil exemplares) continuaram a ser os títulos que registaram os mais elevados níveis de circulação em 2008.

FIG. 10 Circulação de publicações regionais semanárias/quinzenais (unidades) – 2007 e 2008

Título	Editor	Circulação 2007	Circulação 2008	2008/2007 %
A Voz de Trás-os-Montes	Edireal – Edição de Jornais, Lda	6.064	5.692	-6,1
Açores Magazine	Açormedia, SA	4.826	4.805	-0,4
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial de S. Pedro e Santiago de Torres Novas	10.036	9.725	-3,1
Barcelos Popular	Milho-Rei, Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos	8.934	8.309	-7,0
Correio do Ribatejo	João Arruda Sucessores, Lda	4.010	3.779	-5,8
Jornal da Bairrada	Editorial Jornal da Bairrada, Lda	9.699	8.971	-7,5
Jornal do Centro	O Centro de Produção e Edição de Conteúdos Lda	2.498	3.291	31,7
Jornal do Fundão	Jornal do Fundão Editora, SA	15.147	14.229	-6,1
Jornal Soberania do Povo	Soberania do Povo Editora, SA	7.292	6.662	-8,6
Notícias de Vouzela	Sociedade Editora Lafonense, Lda	6.038	5.570	-7,8
O Aveiro	Vouga Press – Edições e Publicações, SA	2.649	4.004	51,2
O Eco	Empresa Jornalística o Eco Lda	2.809	2.811	0,1
O Mirante	Joaquim António Emídio/Maria de Fátima Emídio	24.419	28.705	17,6
O Ribatejo	Jortejo – Jornais, Rádio e Televisão Lda	5.782	6.249	8,1
Postal do Algarve	Postal do Algarve – Publicações e Editores, Lda	7.284	7.533	3,4
Reconquista	Fábrica Igreja S. Miguel da Sé	12.101	11.680	-3,5
Região de Leiria	Empresa Jornalística Região de Leiria Lda	12.433	10.840	-12,8

Fonte: APCT – *Boletim 2008*.

Nota: O Interior – Jornal da Guarda deixou de ser auditado pela APCT.

5.10 Financiamento público da imprensa local e regional

Nos termos da lei, os jornais locais e regionais podem candidatar-se à Iniciativa à Leitura e ao Incentivo à Consolidação e ao Desenvolvimento das Empresas de Comunicação Social Regional e Local.

Em 2008, beneficiaram do Incentivo à Leitura 274 publicações, o que correspondeu a um apoio global de 5,6 milhões de euros. Desde 2002, tanto o número de publicações apoiadas como os montantes envolvidos tendem a diminuir.

FIG. 11 Publicações apoiadas com o porte pago/Incentivo à Leitura – 2002 a 2008

Ano	N.º Publicações	Montantes (Euros)
2002	570	13.660.206,14
2003	518	13.209.696,97
2004	537	12.806.763,69
2005	532	11.723.137,51

2006	434	11.677.362,95
2007*	343	7.601.062,16
2008	274	5.649.470,65

Fonte: ICS/Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

*Incentivo à Leitura, que substitui o porte pago (Decreto-Lei n.º 98/2007, de 2 de Abril).

Em 2008, um total de 14 projectos foram contemplados com o Incentivo à Consolidação e ao Desenvolvimento das Empresas de Comunicação Social Regional e Local, no valor total de 306 mil euros.

FIG. 12 Incentivos do Estado concedidos à imprensa regional – 2005 a 2008

Ano	N.º Publicações	Montantes (Euros)
2005*	9	337.771,89
2006**	11	271.414,20
2007**	16	337.573,63
2008***	14	306.429,89

Fonte: ICS/Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

* *Incentivo à Iniciativa Empresarial e Desenvolvimento Multimédia.*

Incentivo à Qualificação e ao Desenvolvimento dos Recursos Humanos.

** *Incentivo à Iniciativa Empresarial e Desenvolvimento Multimédia.*

*** Incentivo à Consolidação e ao Desenvolvimento das Empresas de Comunicação Social Regional e Local.

Numa distribuição geográfica, Porto consistiu no distrito onde os projectos aprovados representaram um montante mais elevado de financiamento (representa 25% do total do incentivo atribuído, distribuído por três projectos). Seguiu-se o distrito de Faro com dois projectos aprovados. Guarda, Aveiro, Portalegre, Viana do Castelo, Leiria e Coimbra foram os restantes distritos com projectos financiados.

FIG. 13 Incentivos do Estado concedidos à imprensa regional por distrito – 2008

Distrito	Montantes		N.º Projectos
	€	%	n
Porto	76.539,89	25,0	3
Faro	71.710,00	23,4	2
Guarda	39.887,00	13,0	1
Aveiro	35.133,37	11,5	4
Portalegre	22.747,50	7,4	1
Viana do Castelo	22.385,14	7,3	1
Leiria	21.647,44	7,1	1
Coimbra	16.379,55	5,3	1
Total	306.429,89	100,0	14

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

6. Novos média

6.1 Internet

6.1.1 Taxa de penetração e modalidades de acesso à internet

O Instituto Nacional de Estatística estima que, no primeiro trimestre de 2008, 49,8% dos agregados domésticos possuíam computador e 46,0% ligação à internet. Do conjunto de lares com acesso à internet, indica a mesma fonte, 39,3% faziam-no através de banda larga.

Lisboa salienta-se como a região com as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à internet e acesso a este meio por banda larga.

FIG. 1 Posse de computador, ligação à internet e banda larga nos agregados domésticos por regiões (%) – 1º trimestre 2008

	Computador	Internet	Banda Larga
Norte	47,6	45,5	35,8
Centro	43,7	39,6	31,3
Lisboa	57,9	54,1	50,2
Alentejo	43,2	38,0	34,5
Algarve	54,4	46,3	43,8
RAA	51,6	41,1	38,7
RAM	52,6	44,7	41,3
Média Portugal	49,8	46,0	39,3

Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2008.

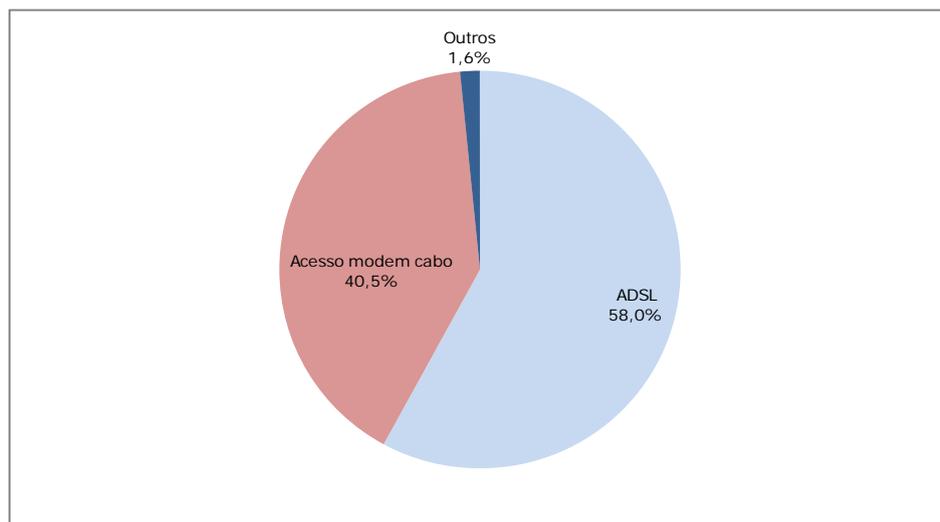
Segundo dados da ANACOM, em 2008 o número de clientes do serviço fixo de acesso à internet fixou-se em 1.675 milhares, a maioria (98%) optando pelo acesso por banda larga. A tecnologia ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) continuou a constituir a modalidade de acesso por banda larga mais generalizada, seguida do cabo. Ao crescimento da adesão ao serviço de internet de banda larga contrapõe-se o decréscimo de clientes de acesso *dial-up*, que totalizou 41 mil em 2008.

FIG. 2 Clientes do serviço de acesso fixo à internet – 2008

Modalidade de acesso	2008
Acesso por banda larga	1.634.360
ADSL	947.141
Acesso modem cabo	661.413
Outros	25.806
Clientes de acesso <i>dial-up</i>	40.975
Total clientes	1.675.335

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º trimestre de 2008.

FIG. 3 Modalidades de acesso fixo à internet por banda larga – 2008



Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º trimestre de 2008. Total clientes: 1.634.360; ADSL, 947.141; Cabo, 661.413; Outros, 25.806.

Em 2008 consolidou-se o fenómeno da generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel, com um número de utilizadores activos superior a 1.160 milhares.

FIG. 4 Clientes do serviço de acesso móvel à internet –2008

Modalidade de acesso	2007
Utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel*	2.378.800
Utilizadores activos**	1.160.767

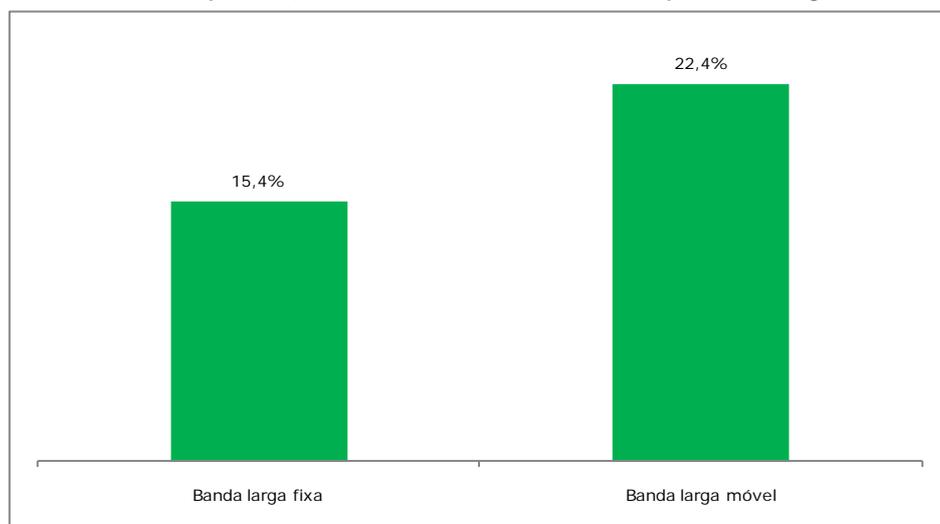
Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º trimestre de 2008.

* Clientes dos operadores móveis que podem aceder à internet em banda larga móvel e que o fizeram pelo menos uma vez desde o lançamento do serviço.

** Clientes dos operadores móveis que podem aceder à internet em banda larga móvel e que o fizeram pelo menos uma vez no último trimestre de 2008.

Segundo a ANACOM, o acesso à internet em banda larga fixa alcançou, em 2008, uma taxa de penetração de 15,4%, ao passo que a banda larga móvel registou uma taxa de penetração de 22,4%.

FIG. 5 Taxa de penetração do serviço de acesso à internet por banda larga – 2008



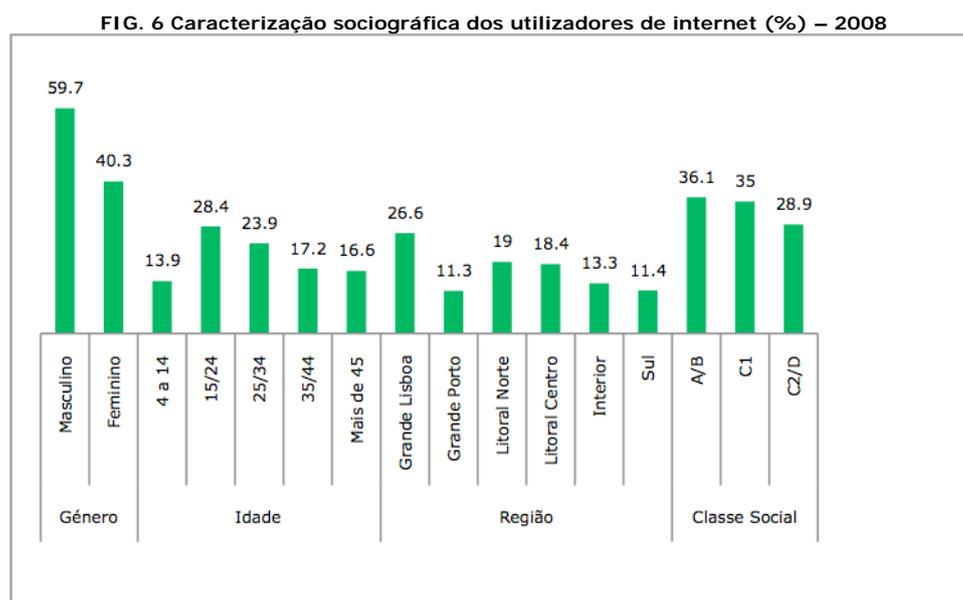
Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º trimestre de 2008.

Nota: Taxa de penetração calculada em função do número de clientes por cada 100 habitantes.

6.2 Perfil dos utilizadores de computador e de internet

Em relação a 2007, segundo a descrição da Marktest no *Anuário de Media e Publicidade 2008*²⁷, o perfil dos utilizadores de internet mantém-se praticamente inalterado:

- Os homens tendem a aceder mais frequentemente a esta tecnologia do que as mulheres.
- Trata-se de um meio com utilizadores mais jovens, essencialmente com idades entre os 15 e os 34 anos, apesar de somar uma taxa de utilização de 13,9% entre as crianças e jovens dos 4 aos 14 anos. Acima dos 45 anos a taxa de acesso à internet é de apenas 16,6%.
- Grande Lisboa é a região do Continente com mais utilizadores de internet, enquanto Grande Porto e Sul apresentam os valores mais baixos.
- É nas classes A/B que se registam os índices mais elevados de utilização de internet embora não muito afastados dos restantes grupos sociais.



Fonte: Marktest – *Anuário de Media e Publicidade 2008*.

Cruzando esta caracterização da Marktest do perfil do utilizador de internet com os dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística:

- Estatisticamente confirmam-se os maiores níveis de utilização do computador e de acesso à internet junto dos homens.

²⁷ **Nota metodológica:** esta caracterização fundamenta-se no Netpanel, serviço da Marktest destinado a medir as audiências de internet em Portugal. Baseia-se num painel de lares (1000) e utiliza um software que permite acompanhar e registar a navegação nos computadores com acesso à internet, de todos os membros do painel.

- A utilização do computador e o acesso à internet tendem a diminuir com a idade – é especialmente pronunciada nos segmentos etários dos 16 aos 44 anos (valores acima da média nacional) e mais residual a partir dos 65 anos.
- O recurso a estas tecnologias tende também a acompanhar o nível de escolaridade, sendo da ordem dos 90% entre indivíduos com o ensino superior.
- Numa relação com as condições perante o trabalho, os estudantes e os indivíduos empregados revelam hábitos mais intensos de utilização do computador e de acesso à internet, em contraste com os desempregados e outros inactivos.

FIG. 7 Perfil dos utilizadores de computador e de internet (%) – 1.º trimestre 2008

Indicadores sociográficos	Computador	Internet
Média nacional	45,9	41,9
Género		
Homens	50,1	46,5
Mulheres	41,9	37,6
Idade		
16/24	89,6	87,4
25/34	74,0	69,5
35/44	53,3	47,3
45/54	34,8	30,5
55/64	23,2	18,7
65/74	6,1	5,2
Nível de escolaridade		
Até ao 3.º Ciclo	30,2	25,7
Ensino Secundário	90,0	86,9
Ensino Superior	92,5	90,5
Condição perante o trabalho		
Empregado	56,0	50,5
Desempregado	36,6	32,9
Estudante	97,6	97,1
Outros inactivos	11,6	9,6

Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2008.

Síntese conclusiva

Neste capítulo procede-se a uma sistematização de padrões de consumo e a uma genérica caracterização sociográfica dos públicos dos diferentes média.

A análise inicia-se com a televisão que, em 2008, registou uma média de utilização diária de 3h35. Este meio é visto preferencialmente por mulheres, por espectadores com mais de 64 anos, na região do Interior e nas classes C2 e D. Segundo o *Anuário de Media e Publicidade* da Marktest, a TVI continuou, em 2008, a liderar as audiências (30,5%), seguindo-se a SIC (24,9%), a RTP1 (23,8%) e a RTP2 (5,6%). A TVI também regista o mais elevado *share* em horário nobre (34,4%).

De acordo com a mesma fonte, o “cabo e outros” registou em 2008 um *share* de 15,2%. As audiências desta plataforma caracterizam-se por serem mais masculinas e jovens, residirem

principalmente na Grande Lisboa e pertencerem às classes C1 e A/B. Segundo outra fonte, a ANACOM, o número de assinantes do serviço de televisão por cabo totalizou 1.475 milhares no final de 2008, o que corresponde a uma taxa de penetração de 26,4%. No mesmo período, o serviço de televisão por satélite (DTH – *Direct to Home*) era subscrito por 586 mil clientes, o que corresponde a uma taxa de penetração de 10,5%. O número de subscritores de outras modalidades de acesso ao serviço de televisão por subscrição totalizou 224 milhares no final de 2008, o que representa uma taxa de penetração de 4,1%. Em suma, a taxa de penetração dos serviços de televisão por assinatura alcançou os 40,9% em relação ao total de alojamentos, com um total de subscritores de 2,29 milhões, concentrados nas regiões de Lisboa e do Norte.

A escuta de rádio, por seu turno, não registou qualquer evolução em 2008, situando-se, segundo a Marktest, num tempo médio diário de 3h11. Os grupos radiofónicos mais escutados são, por esta ordem, Renascença, Media Capital, RDP e TSF. Os homens tendem a ouvir mais este meio e as audiências concentram-se nos grupos etários entre os 25 e os 44, junto dos trabalhadores especializados e reformados/pensionistas, nas regiões da Grande Lisboa, Interior e Litoral Norte e nas classes C2 e C1.

No que toca à imprensa, em 2008, segundo a APCT, o Correio da Manhã conservou a liderança entre os diários nacionais de informação geral, notando-se, aliás, uma tendência de subida neste segmento, com excepção do Público. O Expresso continuou a ser o semanário português com maior circulação e a Visão a principal *newsmagazine*, sendo que nestes segmentos várias publicações foram afectadas por descidas de circulação. Quanto aos segmentos especializados, verificaram-se tendências ambivalentes, com subidas no segmento de economia, negócios e gestão e nas revistas de televisão e descidas nos jornais desportivos e gratuitos e nas revistas femininas e de moda, masculinas, de sociedade.

A utilização da internet continua a registar índices crescentes. Segundo o INE, no primeiro trimestre de 2008, 49,8% dos agregados domésticos possuíam computador e 46,0% ligação à internet. Lisboa é a região com as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à internet e acesso a esta tecnologia por banda larga. Segundo a ANACOM, em 2008 o número de clientes do serviço fixo de acesso à internet totalizou 1.675 milhares, 98% dos quais optando pela banda larga. No mesmo período consolidou-se o fenómeno da generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel, com um número de utilizadores activos superior a 1.160 milhares. Cruzando as caracterizações do INE e da Marktest, esta tecnologia é mais usada por homens, por grupos etários mais novos e com maior nível de escolaridade, residentes na Grande Lisboa. A utilização deste meio é também mais pronunciada nas classes sociais mais altas.

Anexo I - Definição dos Principais Indicadores dos Capítulos

Televisão

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.

Horário nobre: Corresponde ao período entre as 20h00 e as 23h00.

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.

Tempo médio de visionamento: Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa.

Rádio

Audiência média: Audiência ponderada, pelo tempo de audição, do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação num determinado período horário.

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.

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.

Imprensa

Circulação: compreende o número de exemplares vendidos em banca e por assinatura e as ofertas.

REGISTOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. Nota Introdutória

Entre as finalidades do registo, figura inequivocamente a garantia de transparência da propriedade dos órgãos de comunicação social, reforçando-se, por esta via, um importante desiderato constitucional como é a garantia do direito à informação.

A disciplina legal a que estão sujeitos os registos dos média em Portugal encontra-se essencialmente vertida no Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9.06, rectificado pela Declaração de Rectificação n.º 10 BC/99, de 30.06, e alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2008, de 27.02, o qual atribui à ERC a missão de assegurar a existência de um registo específico dos órgãos de comunicação social nacionais ou sujeitos à jurisdição do Estado Português (cfr. n.º 1, do artigo 1º do citado diploma).

Pelo mesmo normativo ficam definidas as finalidades do Registo e, conseqüentemente, a missão da Unidade de Registos da ERC, consubstanciada na garantia da transparência da propriedade dos órgãos de comunicação social e no assegurar da protecção legal dos títulos das publicações periódicas e das denominações dos operadores de rádio e de televisão (cfr. n.º 2 do artigo 1º do citado DR n.º 8/99, de 9.06).

Ainda em sede normativa, cumpre evidenciar a importante alteração no regime operada pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2008, de 27.02, o qual vem introduzir o conceito de “verificação oficiosa”, relativamente à existência prévia de direitos de propriedade industrial a favor de terceiros, para efeitos de registo de órgãos de comunicação social.

Até à entrada em vigor deste diploma, o requerente de um novo registo tinha que entregar, em sede de procedimento instrutório, uma declaração negativa emitida pelo INPI-Instituto Nacional da Propriedade Industrial, comprovando a inexistência de registo de marca confundível com o registo pretendido.

No novo regime, instituído no âmbito do SIMPLEX/2007, a obrigação de entrega da referida declaração do INPI, em sede de instrução de processo de registo, foi eliminada, passando esta verificação a ser efectuada officiosamente pela Unidade de Registos da ERC junto do INPI.

Para o efeito, foi estabelecido entre as duas entidades um protocolo informal de cooperação, sendo as comunicações efectuadas exclusivamente por via electrónica e satisfeitas no prazo máximo de dois dias.

2. Órgãos de Comunicação Social Sujeitos a Registo

Estão obrigados a registo, nos termos previstos pelo artigo 2º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9.06:

- As publicações periódicas portuguesas.
- As empresas jornalísticas.
- As empresas noticiosas.
- Os operadores de rádio e respectivos serviços de programas.
- Os operadores televisivos e respectivos serviços de programas.
- Os operadores de distribuição.
- Os serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente pela internet.

Refira-se que também dos diplomas sectoriais resulta esta obrigação legal, concretamente:

- Publicações periódicas, empresas jornalísticas e empresas noticiosas - artigo 5.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13.01):
- Operadores radiofónicos - 12º da Lei n.º 4/2001, de 23.02.
- Operadores televisivos e os operadores de distribuição – artigo 19º da Lei 27/2007, de 30.07.
- A difusão de serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente pela internet - artigo 13º da Lei 27/2007, de 30.07.

Cumpre definir cada um dos conceitos em presença:

a) Publicações periódicas portuguesas:

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos artigos 9º a 12º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13.01).

Em primeiro lugar, para que possa integrar este conceito, é necessário que a publicação se enquadre na própria definição de imprensa (artigo 9º), i.e., que seja uma reprodução impressa de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado.

O passo seguinte é a verificação da sua condição de periódica (artigo 11º), o que ocorrerá se a publicação em causa for editada em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

Por último, aplica-se o critério da nacionalidade (artigo 12º), pelo qual são consideradas portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob marca e

responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado membro da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional.

Em conclusão, encontram-se obrigadas a registo prévio à sua edição todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob marca de editor português.

b) Empresas jornalísticas:

Mais uma vez, é a Lei de Imprensa que nos fornece a descrição do conceito, desta feita por força do seu artigo 7º.

As empresas proprietárias de publicações são jornalísticas se tiverem como actividade principal a edição de publicações periódicas.

c) Empresas noticiosas:

As pessoas colectivas que têm como objecto principal a recolha e distribuição de notícias são, nos termos do artigo 8º da Lei de Imprensa, classificadas como empresas noticiosas.

d) Operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos:

As pessoas colectivas legalmente habilitadas para o exercício da actividade de radiodifusão (artigo 2º, alínea b) da Lei da Rádio (Lei n.º 4/2001, de 23.02) encontram-se obrigadas a registo, por força do referido Decreto Regulamentar n.º 8/99, mas também por imposição do artigo 12º da citada Lei n.º 4/2001.

e) Operadores de televisão e serviços de programas televisivos:

Dispõe a alínea f) do artigo 2º da Lei n.º 27/2007, de 30.07, que operador de televisão é a pessoa colectiva responsável pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitada para o exercício da actividade de televisão.

f) Operadores de distribuição:

As pessoas colectivas responsáveis pela selecção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações electrónicas, encontram-se sujeitas a registo por força do disposto pelo artigo 19º da Lei da Televisão.

- g) A actividade de televisão está sujeita a registo, nos termos previstos no artigo 19º da Lei da Televisão, quando consista na difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objecto de retransmissão através de outras redes.

3. Actos Registais Praticados em 2008 – Inscrições, Averbamentos, Conversões e Cancelamentos

Características essenciais dos actos de registo (artigos 3º, 4º e 5º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9.06):

- Os registos são lavrados em suporte próprio, com base nos elementos constantes da documentação apresentada.
- Os actos de registo dependem de requerimento do interessado, salvo aqueles relativos aos operadores de rádio e de televisão e respectivos serviços de programas, que decorrem de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização.
- O cancelamento dos registos é feito por averbamento.

3.1. Inscrições

- a) Publicações periódicas

Dispõe o artigo 13º do DR n.º 8/99 que as entidades proprietárias de publicações periódicas não podem iniciar a sua edição, mesmo electrónica, antes de efectuado o registo, constituindo contra-ordenação punível com coima de €2493,98 a €4987,97 a inobservância desta obrigação, nos termos do artigo 37º, n.º 1, alínea c), do mesmo diploma.

No ano de 2008, a ERC procedeu ao registo de 258 publicações periódicas, distribuídas por diferentes temáticas.²⁸

²⁸ Não foram aqui consideradas as publicações periódicas que pertencem ou que são editadas, directa ou indirectamente, pelas administrações central, regional ou local, bem como por quaisquer serviços ou departamento delas dependentes pois estas são objecto de anotação, nos termos do artigo 12º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9.06. Em 2008, foi requerida a anotação de 127 publicações.

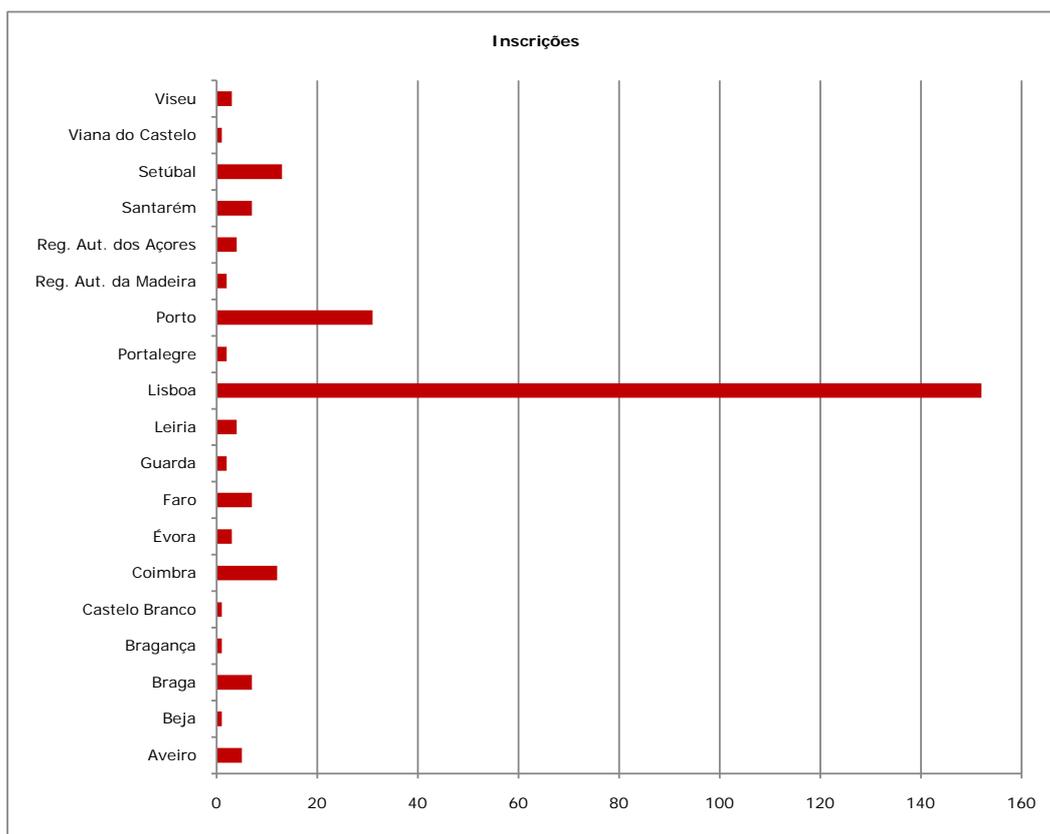
FIG.1 Inscrições de publicações periódicas em 2008

Distrito	Inscrições	Tipo de publicação
Aveiro	5	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação e reportagem • 4 Publicações de informação especializada
Beja	1	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação especializada
Braga	7	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 2 Publicações de informação e reportagem • 4 Publicações de informação especializada
Bragança	1	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação especializada
Castelo Branco	1	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação especializada
Coimbra	12	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais diários • 4 Jornais não diários • 6 Publicações de informação especializada
Évora	3	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação e reportagem • 2 Publicações de informação especializada
Faro	7	<ul style="list-style-type: none"> • 7 Publicações de informação especializada
Guarda	2	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Publicações de informação especializada
Leiria	4	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicações de informação e reportagem • 3 Publicações de informação especializada
Lisboa	152	<ul style="list-style-type: none"> • 152 Publicações de informação especializada
Portalegre	2	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Publicações de informação especializada
Porto	31	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais diários • 1 Jornal não diário • 28 Publicações de informação especializada
Reg. Aut. da Madeira	2	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Publicações de informação especializada
Reg. Aut. dos Açores	4	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação e reportagem • 3 Publicações de informação especializada
Santarém	7	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Publicações de informação e reportagem • 5 Publicações de informação especializada
Setúbal	13	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 1 Publicação de informação e reportagem • 11 Publicações de informação especializada
Viana do Castelo	1	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Publicação de informação especializada
Viseu	3	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais não diários • 1 Publicação de informação especializada
Total	258	

Fonte: ERC

Uma observação mais pormenorizada dos novos títulos de jornais, diários e não diários permite-nos concluir que as regiões Centro e Norte do País demonstraram uma especial vitalidade.

FIG.2 Inscrições por distrito em 2008



Fonte: ERC

b) Empresas jornalísticas

No período em análise, foram 21 as empresas jornalísticas que viram diferidos os seus requerimentos de registo na ERC.

FIG.3 Empresas jornalísticas registadas em 2008

Sociedades unipessoais
<ul style="list-style-type: none"> • Alive Word - Comunicação, Unipessoal, Lda • Brainpix, Actividades Editoriais Unipessoal, Lda • Correio Popular - Edições e Publicidade, Unipessoal, Lda • EDF Edições Unipessoal, Lda • Edições Plural Especializadas, Unipessoal, Lda • Joeli Publishing Portugal, Unipessoal, Lda • Outras Vozes - Edições, Unipessoal, Lda • Palavras Reais - Edição de Jornais, Unipessoal, Lda • Ruedo Ibérico Edições Unipessoal, Lda
Sociedades por quotas
<ul style="list-style-type: none"> • BD4 - Comunicação Social, Lda • Discurso Perfeito - Edição de Jornais, Lda • Estrelas & Ouriços, Lda • Lendas & Cultos, Lda • Mangalaranjar - Produção de Imagem e Organização de Eventos, Lda • Mustchange Media, Lda • Richpress, Lda • Top Press, Lda
Sociedades anónimas
<ul style="list-style-type: none"> • IF Executives-Edições e Formação, SA • Magna Estudantil - Publicações, SA • Sojormédia Beiras, SA
Associações
<ul style="list-style-type: none"> • Associação Reflexo das Caldas das Taipas

Fonte: ERC

c) Empresas noticiosas

Não foi apresentado qualquer pedido de inscrição.

d) Operadores radiofónicos

Procedeu-se à inscrição de 14 operadores. Esta inscrição não corresponde a novos operadores, mas tão só à regularização do registo obrigatório que não havia sido efectuado na altura do licenciamento.

FIG.4 Operadores radiofónicos inscritos em 2008

Sociedades unipessoais
<ul style="list-style-type: none">• Fernando Moura Unipessoal, Lda
Sociedades por quotas
<ul style="list-style-type: none">• Ecos da Raia Publicidade e Rádio, Lda• Jornal de Esposende - Sociedade Editora, Lda• Oficina Vídeo, Lda• Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, Lda• SPN - Sociedade Produtora de Notícias, Lda
Sociedades anónimas
<ul style="list-style-type: none">• RTVA - Rádio Televisão Atlântico, SA
Cooperativas
<ul style="list-style-type: none">• Cooperativa Rádio Guadalupe, CRL• Rádio Cartaxo, CRL• Rádio Clube de Pombal, CRL• Rádio Europa, CRL• Rádio Riba Távora Cooperativa de Produções Radiofónicas, CRL• TLA/Telefonia Local D'Aljustrel - Cooperativa de Informação e Cultura, CRL• Unirádio - União de Coop. do Concelho de Reguengos de Monsaraz, UCRL

Fonte: ERC

e) Operadores de televisão

Durante o ano de 2008 foram registados os operadores:

- “RNTV – Região Norte Televisão, SA” – canal de informação de matriz regional, particularmente vocacionado para o espaço regional a Norte do Mondego, compreendendo os distritos de Bragança, Vila Real, Porto, Braga e Viana do Castelo.
- “SCN Sportcanal – Actividades de Televisão e Rádio, SA” – serviço de programas que pretende assumir-se como meio de difusão, informação e divulgação de conteúdos de desporto, com incidência nas modalidades amadoras e na divulgação dos desportos e atletas nacionais.

FIG.5 Registos efectuados em 2008

Tipo de registo	Inscrições	
	N.º	%
Publicações periódicas	385	91,45
Empresas jornalísticas	21	4,75
Empresas Noticiosas	0	0,00
Operadores de Rádio	14	3,33
Operadores de Televisão	2	0,4
Total	434	

Fonte: ERC

FIG.6 Evolução dos registos no triénio 2006/2008

Tipo de registo	N.º de inscrições		
	2006	2007	2008
Publicações	238	246	385
Empresas jornalísticas	11	30	20
Empresas noticiosas	1	1	0
Operadores de rádio	12	6	14
Operadores de televisão	1	2	2
Total	263	285	421

Fonte: ERC

3.2. Averbamentos

Pretendendo-se que o Registo da ERC seja um reflexo da realidade do sector, torna-se fundamental que as alterações que sobrevenham aos elementos inicialmente registados sejam averbadas assim que se verificarem.

Visando assegurar esta essencial actualidade do registo, o legislador determinou, pelo artigo 8º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, que o averbamento das alterações subsequentes aos elementos do registo deve ser requerido no prazo de 30 dias após a sua verificação, consubstanciando a ausência de actualização uma contra-ordenação punível com coima de €249,39 a € 498,79, nos termos do artigo 37º, n.º 1, alínea a), do mesmo diploma.

a) Elementos de registo (Cfr. Anexo)

b) Averbamentos inscritos em 2008

Durante o período em análise foram averbadas 1624 alterações aos registos da ERC, divididas pelos diferentes meios de comunicação.

FIG. 7 Averbamentos por órgão de comunicação social

Averbamentos	
Tipo de registo	N.º
Publicações Periódicas	1513
Empresas Jornalísticas	28
Empresas Noticiosas	0
Operadores de Rádio	68
Operadores de Televisão	15
Total	1624

Fonte: ERC

3.3. Actos registais de conversão

O registo das publicações periódicas é provisório por natureza, convertendo-se em definitivo mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado no prazo máximo de 90 dias (cfr. artigo 15º do DR n.º 8/99).

Caso não seja requerida a conversão da inscrição provisória em definitiva, ou caso o exemplar apresentado para o efeito desrespeite a sinopse do projecto inicial, a inscrição provisória não será convertida e caducará, conforme prescrevem os números 3 e 4 do artigo 15º do DR n.º 8/99.

No período em análise, foram 215 os registos provisórios convertidos em definitivos, tendo caducado 22 por ausência de conversão.

3.4. Actos de cancelamento officioso

Tendo sempre presente que o registo pretende plasmar a realidade do sector dos média, é preocupação essencial da ERC obstar à existência de registos sem efectiva correspondência material.

Para responder da melhor forma a esta questão, na medida em que, ao contrário do que seria desejável, os proprietários dos média registados não trazem (na sua esmagadora maioria) ao Registo a notícia do fim de edição das suas publicações, nem do termo de actividade da sua empresa, o legislador dotou o Registo da figura do cancelamento officioso das inscrições (cfr. artigos 22º e 38º do DR n.º 8/99).

O cancelamento officioso pode operar sempre que uma publicação cesse de se editar ou que uma empresa jornalística ou noticiosa deixe de ter actividade, ou ainda nos casos em que uma empresa jornalística deixe de ser proprietária de qualquer publicação periódica.

Nos casos das actividades sujeitas a licenciamento ou autorização, o registo é officiosamente cancelado em caso de cessação da validade da licença ou da autorização (artigo 32.º do DR n.º 8/99).

3.5. Cancelamentos operados em 2008

Tendo-se, no ano de 2008, constatado o fim de edição de 539 publicações periódicas, foram desencadeados os devidos procedimentos, sendo officiosamente cancelados os seus registos.

Igualmente cancelados foram os 22 registos provisórios caducados por ausência de conversão.

Também os registos das 53 empresas que deixaram de titular publicações periódicas, perdendo assim a sua qualidade legal de empresas jornalísticas, foram officiosamente cancelados (ao abrigo do artigo 23º do D.R. 8/99).

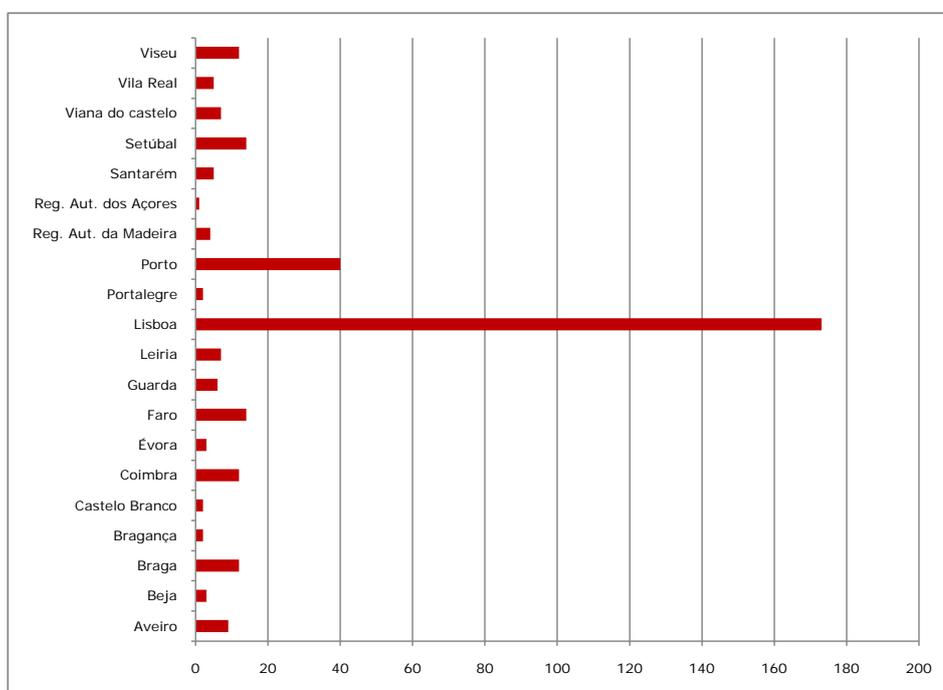
FIG.8 Cancelamentos por órgãos de comunicação social em 2008

Cancelamentos	
Tipo de registo	N.º
Publicações periódicas	539
Empresas jornalísticas	53
Empresas noticiosas	-----
Operadores de rádio	-----
Operadores de televisão	-----
Total	592

Fonte: ERC

O distrito onde se verificou o maior número de cancelamentos foi o de Lisboa, com 173 cancelamentos, entre eles dois jornais diários e 24 não diários, seguido do Porto, com 40 cancelamentos, nos quais se incluem 15 jornais não diários. Faro e Setúbal tiveram o mesmo número de cancelamentos de publicações.

FIG.9 Cancelamentos por distrito em 2008



Fonte: ERC

FIG.10 Cancelamentos por distritos/tipo de publicação 2008*

Cancelamentos em 2008		
Distrito	N.º	Tipo de publicação
Aveiro	9	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 3 Jornais não diários • 5 Outros periódicos
Beja	3	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 2 Revistas políticas, filosóficas, religiosas e culturais
Braga	12	<ul style="list-style-type: none"> • 4 Jornais não diários • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 7 Outros periódicos
Bragança	2	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Revista de turismo, viagens, lazer e desportos • 1 Outros periódicos
Castelo Branco	2	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 1 Outros periódicos
Coimbra	12	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal diário • 3 Jornais não diários • 1 Revista de informação e reportagem • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 1 Revista de turismo, viagens, lazer e desportos • 5 Outros periódicos
Évora	3	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal não diário • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 1 Outros periódicos
Faro	14	<ul style="list-style-type: none"> • 9 Jornais não diários • 2 Revistas de turismo, viagens, lazer e desportos • 3 Outros periódicos
Guarda	6	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais não diários • 1 Revista de informação e reportagem • 3 Outros periódicos
Leiria	7	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal diário • 2 Jornais não diários • 4 Outros periódicos
Lisboa	173	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais diários • 24 Jornais não diários • 5 Revistas de informação e reportagem • 7 Revistas políticas, filosóficas, religiosas e culturais • 5 Revistas femininas, masculinas e de imprensa familiar • 1 Revista de radiotelevisão e cinema • 17 Revistas de turismo, viagens, lazer e desportos • 13 Revistas de informação científica e técnica • 9 Revistas de infância e juventude, BD e imprensa ilustrada • 90 Outros periódicos
Portalegre	2	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais não diários
Porto	40	<ul style="list-style-type: none"> • 15 Jornais não diários • 1 Revista de informação e reportagem • 6 Revistas políticas, filosóficas, religiosas e culturais • 3 Revistas de turismo, viagens, lazer e desportos • 4 Revistas de informação científica e técnica • 11 Outros periódicos
Reg. Aut. dos Açores	1	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Outros periódicos
Reg. Aut. da Madeira	4	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jornal diário • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 2 Outros periódicos

Santarém	5	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Jornais não diários • 2 Outros periódicos
Setúbal	14	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Jornais não diários • 1 Revista de informação científica e técnica • 8 Outros periódicos
Viana do castelo	7	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Jornais não diários • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 3 Outros periódicos
Vila Real	5	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Jornais não diários • 1 Revista de turismo, viagens, lazer e desportos • 1 Revista de informação científica e técnica • 1 Outros periódicos
Viseu	12	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Jornais não diários • 1 Revista de informação e reportagem • 1 Revista política, filosófica, religiosa e cultural • 2 Revistas de turismo, viagens, lazer e desportos • 1 Revista de informação científica e técnica • 2 Outros periódicos
Total	333	

Fonte: ERC

*Nesta listagem não se incluíram: 1.) as 129 publicações que pertencem ou são editadas pela administração central, regional ou local ou por quaisquer serviços ou departamentos delas dependentes (publicações objecto de anotação nos termos previstos pelo n.º 2 do artigo 12º do Dec. Regulamentar n.º 8/99, de 9.06); 2.) as 77 publicações sem classificação atribuída.

4. Caracterização do Universo de Registos – Publicações, Empresas jornalísticas, Empresas noticiosas, Operadores de Rádio, Operadores de televisão

A Unidade de Registos da ERC organiza e alimenta uma base de dados que pretende representar o panorama do sector dos média em Portugal, divididos pelos diferentes meios que o integram.

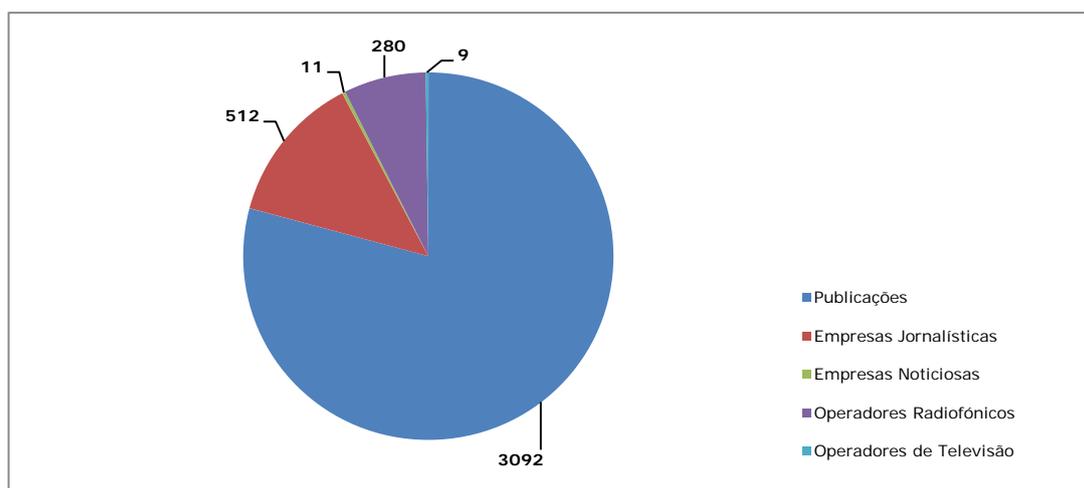
Em 2008, estavam activos 3904 registos repartidos pelos diferentes órgãos e meios de comunicação social.

FIG.11 Registos activos em 2008

Tipo de registo	N.º	%
Publicações	3092	79,20
Empresas jornalísticas	512	13,11
Empresas noticiosas	11	0,28
Operadores de rádio	280	7,17
Operadores de televisão	9	0,23
Total	3904	

Fonte: ERC

FIG.12 Registos activos em 2008



Fonte: ERC

De referir que, na sequência da renovação das licenças de radiodifusão, foi iniciado, em 2008 um processo de actualização e registo dos operadores radiofónicos. Daí a diferença entre os operadores existentes e os que, até final de 2008, procederam ao registo obrigatório.

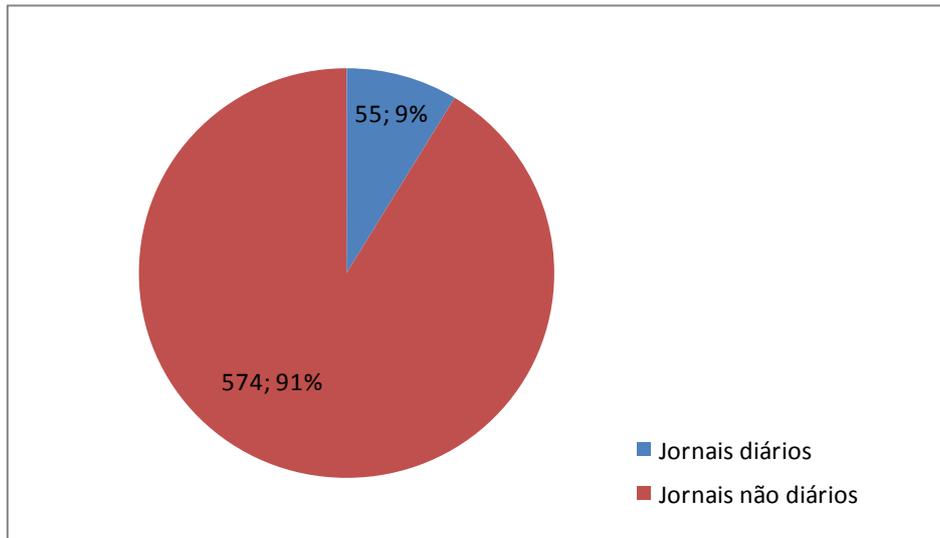
4.1. Publicações periódicas

Em 2008, foram editadas 3092 publicações, de 617 diferentes empresas jornalísticas, as quais se dividem, relativamente às suas especificidades como se enuncia:

A - Jornais

1. Diários - 55
2. Não diários – 574

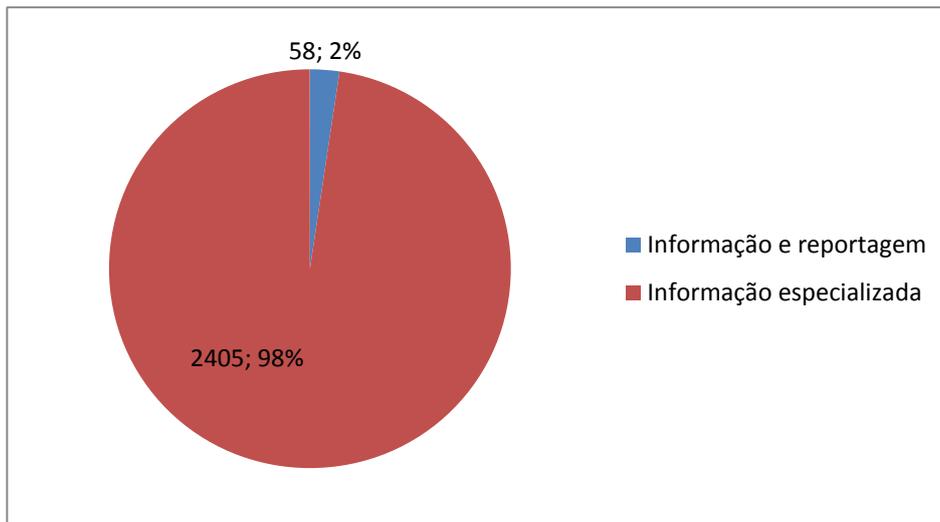
FIG.13 Jornais diários e não diários editados em 2008



Fonte: ERC

B - Publicações periódicas de informação e reportagem – 58

FIG.14 Publicações periódicas de informação e reportagem/de informação especializada



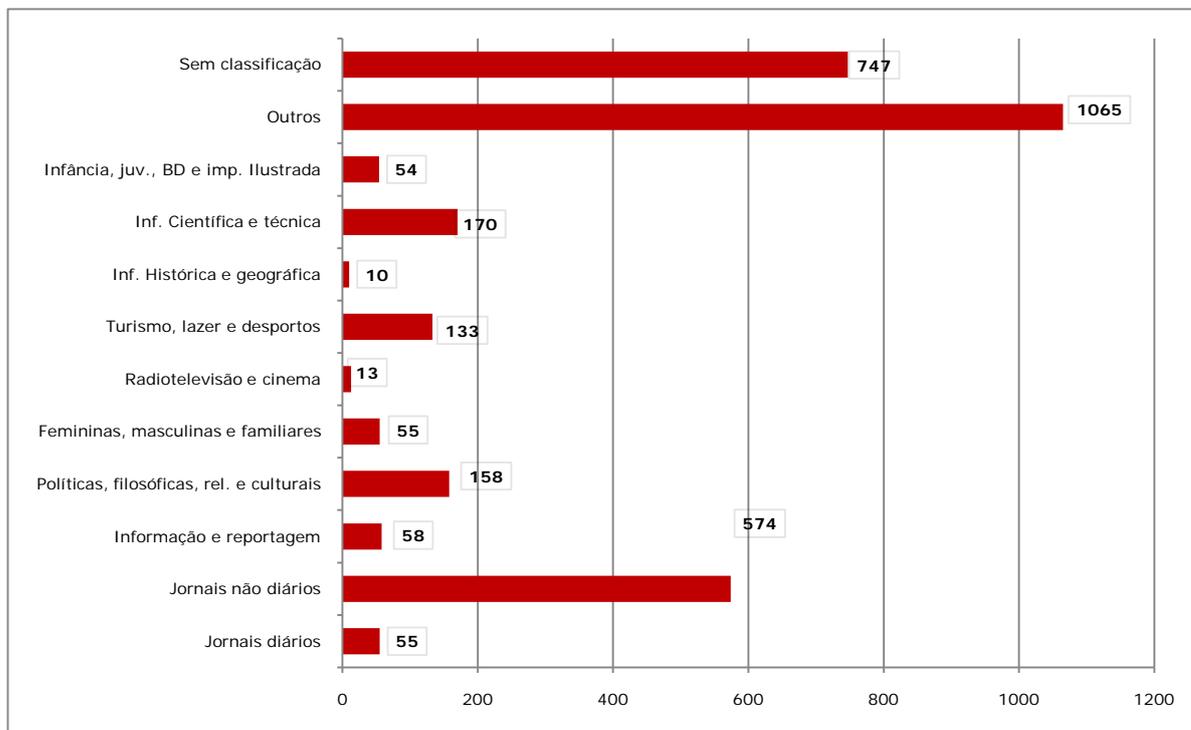
Fonte: ERC

C - Publicações periódicas de informação especializada

1. Publicações políticas, filosóficas, religiosas e culturais: 158
2. Revistas femininas, masculinas e de imprensa familiar: 55
3. Revistas de radiotelevisão e de cinema: 13
4. Publicações dedicadas ao turismo, às viagens, ao lazer e aos desportos: 133
5. Publicações de informação histórica e geográfica: 10
6. Publicações de informação científica e técnica: 170

- 7. Publicações para a infância e juventude, banda desenhada e imprensa ilustrada: 54
- 8. Outros periódicos destinados ao grande público que não se incluem nas categorias acima descritas: 1065
- 9. Sem classificação: 747

FIG.15 Classificação das publicações periódicas editadas em 2008



Fonte: ERC

4.2. Empresas jornalísticas

Integram este universo 512 empresas: 423 sociedades por quotas, 52 sociedades anónimas, 11 associações e 26 cooperativas de responsabilidade limitada.

4.3. Empresas noticiosas

Em 2008, eram 11 as empresas noticiosas activas em Portugal.

4.4. Operadores de rádio

Relativamente aos operadores de radiodifusão sonora, o registo até 2008 estava sujeito ao impulso do operador, daí a discrepância entre o número de operadores licenciados, 355, e os operadores registados, 279.

FIG.16 Evolução dos registos de operadores de radiodifusão no triénio 2006/2008

Tipo de registo	Operadores de rádio		
	2006	2007	2008
Operadores licenciados	312	355	355
Operadores registados	257	265	279

Fonte: ERC

4.5. Operadores de televisão

Quanto aos operadores de televisão, no final de 2008, encontravam-se registadas 10 empresas.

Da consulta dos elementos de registo relativos a estes operadores constatou-se a existência de 10 serviços de programas classificados como generalistas e de 24 classificados como temáticos .

Síntese Conclusiva

Em 2008 verificou-se um significativo aumento do numero de publicações periódicas nacionais, o qual se reflectiu no aumento de pedidos de registo, de 258 contra os 246 recepcionados em 2007.

Também de realçar o dinamismo demonstrado pelas entidades publicas (administrações central, regional ou local) que requereram a anotação de 127 publicações periódicas.

Uma observação mais pormenorizada dos novos títulos de jornais, diários e não diários, permite-nos ainda concluir que as regiões Centro e Norte do país demonstraram uma especial vitalidade.

Como resultado das acções de fiscalização promovidas pela ERC, foram 14 os operadores de radiodifusão que vieram junto da Unidade de Registos regularizar a sua situação, numero manifestamente relevante em relação aos apenas 6 que se registaram no passado ano.

Entre as publicações que efectivamente cessaram a sua edição e aquelas que, tendo terminado em anos anteriores apenas em 2008 viram o seu termo formalmente certificado, obtém-se um número total de 561, o qual corresponde ao número de registos cancelados officiosamente.

Considerando que o cancelamento dos títulos retira às empresas suas proprietárias a qualidade de empresas jornalísticas, foram 53 os registros deste tipo que igualmente foram oficiosamente cancelados.

Anexo I – Elementos de Registo

- Publicações periódicas – título, periodicidade, sede de redacção, nome do director, nome ou denominação da entidade proprietária e sua forma jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome e nacionalidade do editor. Importa salientar que a alteração de todos os elementos de registos está na livre disponibilidade dos particulares, com excepção da alteração do título/logótipo, a qual está dependente de autorização da ERC (n.º 1 do artigo 17º do DR n.º 8/99).
- Empresas jornalísticas – denominação da empresa e sua forma jurídica, capital social e relação discriminada dos seus titulares e identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 2 do artigo 17º do DR n.º 8/99).
- Empresas noticiosas – nome ou denominação da entidade proprietária e sua forma jurídica, sigla utilizada, domicílio ou sede da entidade proprietária, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais e nome do director de informação (artigo 24º do DR n.º 8/99).
- 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, identificação dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, localização das instalações das estações emissoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas, data de emissão da licença e respectivas renovações e identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão. Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio são oficiosamente efectuados pela ERC (artigo 28º do DR n.º 8/99).
- 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, identificação dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, classificação dos serviços de programas, data de emissão da licença e respectivas renovações. Também aqui os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio, são oficiosamente efectuados pela ERC (artigo 33º do DR n.º 8/99, de 9.06)

Direito de resposta

I. Doutrina da ERC sobre direito de resposta

1. No Relatório de Regulação de 2007, o Conselho Regulador teve oportunidade de expor com algum detalhe o essencial dos princípios da doutrina da ERC sobre os direitos de resposta e de rectificação.
2. Tal como se referiu no Relatório de 2007, o direito de resposta e rectificação é um direito fundamental, consagrado constitucionalmente (art.º 37, n.º 4, CRP). Este direito encontra a sua génese na colisão de outros dois direitos fundamentais: de um lado, a liberdade de imprensa, do outro, o direito ao bom nome e reputação. E existe na esfera da pessoa, singular ou colectiva, objecto de referências, directas e indirectas, que possam afectar a sua reputação e boa fama (art.º 24, n.º 1, da Lei de Imprensa, doravante LI). O direito de rectificação existe sempre que tenham sido feitas referências factuais inverídicas ou erróneas. Concomitantemente, o direito de resposta (em sentido amplo quando abrange os direitos de resposta e de rectificação) constitui, na esfera da publicação periódica, a obrigação de difusão de uma réplica a ela exterior, com relevo equivalente à notícia que lhe deu origem (art.º 26, n.º 3, LI).
3. Ainda que integrado na liberdade de expressão e informação, o exercício do direito de resposta implica, necessariamente, um condicionamento da liberdade editorial (enquanto elemento integrante da liberdade de imprensa), por impor a publicação de um texto em determinado jornal ou publicação. Compreende-se, por isso, que o seu exercício fique condicionado à verificação de determinados pressupostos e requisitos, de fundo e de forma.
4. Estes últimos encontram-se materializados, essencialmente, nos artigos 25º e 26º da LI. O seu exercício depende do cumprimento de certo prazo, contenção do texto dentro de determinados limites, exclusão de expressões desproporcionadamente desprimorosas, existência de uma relação directa e útil com o texto respondido, etc.
5. No ano de 2008, face ao elevado número de solicitações que lhe vinham sendo dirigidas, neste domínio, o Conselho Regulador considerou que se impunha a adopção de uma Directiva sobre a publicação de textos de resposta e de rectificação na imprensa, que clarificasse a doutrina que vinha sendo aprofundada e aplicada pela ERC. Essa Directiva – Directiva 2/2008 - foi adoptada em 12 de Novembro de 2008.

A Directiva 2/2008 surge, assim, na sequência do aumento considerável dos recursos de direito de resposta e de rectificação apreciados pela ERC em 2008, como decorre da análise a seguir efectuada.

- 6.** Aí se demonstra que o número de recursos conheceu um acréscimo muito significativo no ano de 2008, comparativamente a 2007, passando de 45 para 105, com particular incidência em situações de deficiente respeito, da parte das direcções dos periódicos, pelo exercício destes direitos fundamentais.
- 7.** A Directiva 2/2008, disponível para consulta no sítio electrónico da ERC, assume-se como um instrumento de cariz prático colocado ao dispor dos órgãos de comunicação social e dos cidadãos. O documento obedece a uma abordagem essencialmente pragmática, sendo os grandes temas relacionados com o direito de resposta, ao abrigo da Lei de Imprensa, analisados na perspectiva das dúvidas de interpretação jurídica concretas que mais frequentemente se suscitam nas relações entre os regulados e o público. Com base nas orientações que tem vindo a consolidar ao longo de três anos de experiência regulatória, sem esquecer a experiência legada pela Alta Autoridade para a Comunicação Social, a ERC expôs aquilo que constitui o seu entendimento relativamente a diversos aspectos duvidosos ao longo de sete capítulos sucessivos, a saber:

 - a. Pressupostos gerais do exercício do direito de resposta;
 - b. Legitimidade dos respondentes;
 - c. Exigências formais relativas à publicação dos textos de resposta e de rectificação;
 - d. Regime das anotações inseridas na mesma edição em que for publicada a resposta ou a rectificação;
 - e. Requisitos legais de admissibilidade da resposta e da rectificação;
 - f. Comunicação da recusa de publicação da resposta ou rectificação pelo director do periódico;
 - g. Execução das deliberações do Conselho Regulador da ERC relativas aos direitos de resposta e de rectificação.
- 8.** A directiva, cuja publicação foi precedida de um período de consulta pública, logrou um acolhimento favorável pelos seus destinatários. As orientações dela constantes surgem, com frequência crescente, citadas quer por regulados, quer por cidadãos, no âmbito de recursos contra situações de denegação ou cumprimento deficiente do dever de facultar o direito de resposta ou de rectificação.
- 9.** Para além disso, é de crer que este documento tenha gerado um acrescido grau de segurança jurídica e de transparência do Direito aplicável, com repercussões positivas na prevenção de alguma da conflitualidade ligada ao instituto.

II. Análise de conteúdo dos recursos de direito de resposta e de rectificação apreciados pela ERC em 2008

1. Nota Introdutória

Tendo em conta que os recursos em sede de direito de resposta e de rectificação possuem um peso significativo nas queixas, reclamações e outro tipo de solicitações dirigidas à ERC, o Conselho Regulador considerou, atentas as suas atribuições e competências, que as questões ligadas ao direito de resposta e de rectificação mereciam tratamento qualitativo e quantitativo. Daí ter sido introduzido, no Relatório de Regulação 2007, um capítulo dedicado à análise de conteúdo dos recursos apresentados à ERC nesse ano, a que agora se dá continuidade relativamente a 2008.

O interesse desta análise reside no facto de ela permitir identificar um conjunto de elementos úteis para um conhecimento mais completo e rigoroso dos cidadãos e das entidades públicas e privadas que recorrem à ERC. Por um lado, permite caracterizar os meios de comunicação social sujeitos a regulação da ERC; por outro, fazer a caracterização sociográfica dos recorrentes.

O presente capítulo apresenta, assim, os resultados da análise qualitativa e quantitativa dos recursos de direito de resposta e de rectificação que foram objecto de deliberação do Conselho Regulador no ano de 2008.

Os dados de 2008 são analisados comparativamente a 2007.

2. Metodologia

O *corpus* de análise é constituído pelos recursos analisados em 2008, que perfazem um total de **105**, correspondendo cada um deles a uma **unidade de análise**. Trata-se, assim, de uma análise extensiva a **todo o universo** de recursos apreciados em 2008.

Por comodidade e economia de exposição, os termos “recurso” e “recorrente” são aqui empregues em sentido amplo, designando dois sub universos – os casos de recurso, propriamente dito, em que o interessado pretende obter, do órgão de comunicação social visado, a prática de um acto diferente do ocorrido (ou da pura recusa de publicação da resposta ou rectificação); e aqueles em que a ERC é chamada a apreciar, em processo de queixa, o desrespeito de normas aplicáveis, em termos, sobretudo, sancionatórios (sem que essa intervenção corresponda, forçosamente, à denegação dos direitos de resposta ou de rectificação).

A análise é, como referido, de natureza qualitativa e quantitativa e assenta num conjunto de variáveis criadas, especificamente, para o direito de resposta e rectificação, as quais são objecto de tratamento em base de dados com recurso ao programa estatístico SPSS²⁹. A cada uma das variáveis corresponde um código identificador. Os códigos atribuídos são inscritos nos campos referentes a cada registo da base de dados. 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/reacção/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

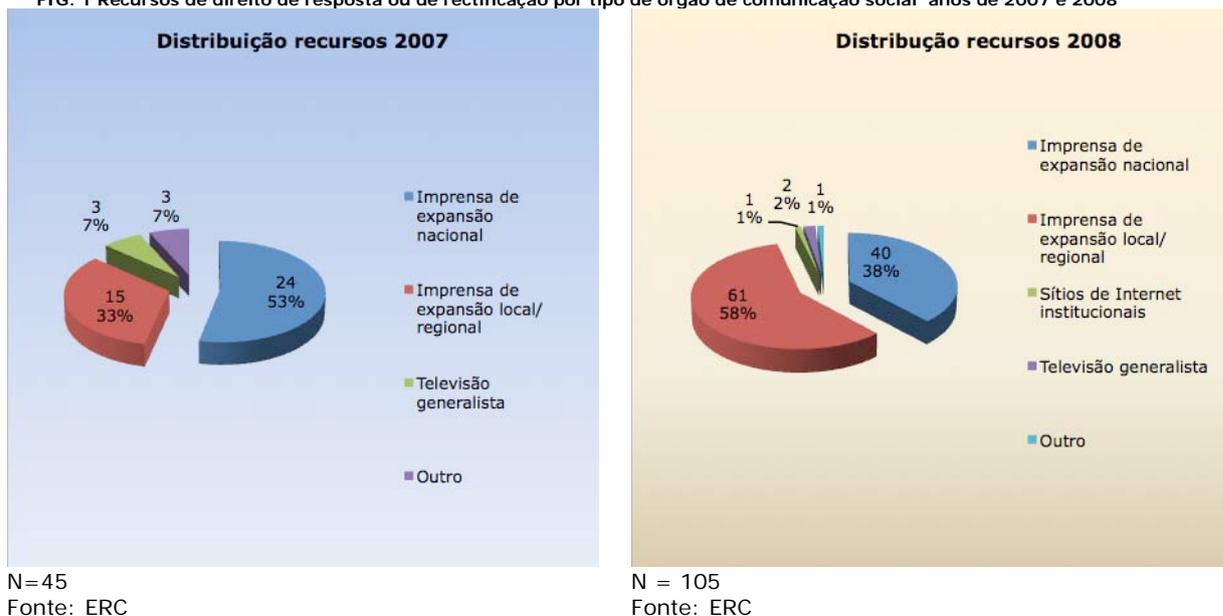
No ano de 2008, a ERC apreciou **105 recursos** de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre um total de **40 órgãos de comunicação social**, sendo **101** relativos a publicações periódicas, **2** a um serviço de programas televisivo generalista, de acesso não condicionado livre, e **1** a um sítio electrónico (internet).

Trata-se de um aumento considerável, quer no que respeita ao número de recursos de direito de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos.

Como referido no Relatório de Regulação de 2007, nesse ano, a ERC apreciou **45** recursos de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre **25** órgãos de comunicação social (imprensa e televisão).

²⁹ *Statistic Package for Social Science*

FIG. 1 Recursos de direito de resposta ou de rectificação por tipo de órgão de comunicação social anos de 2007 e 2008



Em 2008, tal como em 2007, mas com muito maior expressão, a grande maioria dos recursos tem como alvo a *imprensa* (**96%** dos recursos). Nesta, e ao contrário de 2007, a de **âmbito regional**, alvo de **58%** (61) dos recursos, é a que apresenta o número mais elevado.

A imprensa de **âmbito nacional** é alvo de **38%** (40) dos recursos. Apenas 2% (2 recursos) se dirigem à **televisão**, tendo como destinatário o serviço de programas do operador público RTP1 (figura 1), situação que já se verificou em 2007.

Em 2008, surge pela primeira vez um recurso de direito de resposta dirigido contra um **sítio electrónico**, relativo, na circunstância, à Câmara Municipal do Porto. Tal como em 2007, não se registaram recursos relativamente à **rádio**.

FIG. 2 Identificação do órgão de comunicação social alvo de recurso (2007-2008)

Órgão de comunicação social recorrido	2008		2007
	N.º de recursos	%	N.º de recursos
1. Jornal de Santo Thyrsó	13	12,4	-
2. Barcelos Popular	9	8,6	1
3. Jornal de Vila do Conde	8	7,6	3
4. Correio da Manhã	7	6,7	4
5. Jornal de Notícias	7	6,7	6
6. Semanário Expresso	5	4,8	2
7. Público + Revista Pública	5	4,8	5
8. Diário de Notícias	4	3,8	2
9. Jornal Sol	4	3,8	-
10. Diário Notícias da Madeira	3	2,9	-
11. Jornal O Mirante	3	2,9	1

12. Revista ProTeste	3	2,9	1
13. Jornal do Barreiro	2	1,9	-
14. Jornal Fórum da Quinta do Conde	2	1,9	-
15. Jornal Regional O Ribatejo	2	1,9	-
16. Jornal Regional Terra Viva	2	1,9	-
17. RTP	2	1,9	3
18. Semanário Mealhada Moderna	2	1,9	-
19. A Aurora do Lima	1	1,0	-
20. Jornal A Voz de Chaves	1	1,0	1
21. 24 Horas	1	1,0	2
22. Bora te Beio	1	1,0	-
23. Correio do Minho	1	1,0	-
24. Jornal da Madeira	1	1,0	2
25. Jornal da Trofa	1	1,0	-
26. Diário do Minho	1	1,0	1
27. Douro & Beira	1	1,0	-
28. Fórum do Vale do Sousa	1	1,0	-
29. Lamego Hoje	1	1,0	1
30. O Balcão	1	1,0	-
31. O Comércio de Macedo	1	1,0	-
32. O Coura	1	1,0	-
33. Quercus Ambiente	1	1,0	-
34. O Progresso de Paredes	1	1,0	-
35. Revista Crescer	1	1,0	-
36. Revista Oculta	1	1,0	-
37. Revista Sábado	1	1,0	-
38. Revista Visão	1	1,0	-
39. Semanário Económico	1	1,0	-
40. Site Institucional da Câmara Municipal do Porto	1	1,0	-
Total	105	100,0	

N=105 (Número total de recursos analisadas em 2008)

A figura 2 identifica os órgãos de comunicação social objecto de recurso de direito de resposta apreciados pela ERC em 2008. Dos 105 recursos, o maior número abrange três publicações periódicas de âmbito regional, dos quais, **12,4%** (13) são contra o **Jornal de Santo Thyrsó**, **8,6%** (9) contra o **Barcelos Popular** e **7,6%** (8) contra o Jornal de **Vila do Conde**.

De notar que, em 2007, o Jornal de Santo Thyrsó não foi objecto de qualquer recurso de direito de resposta. O Barcelos Popular subiu de 1 recurso, em 2007, para 9, em 2008, e o Jornal de Vila do Conde de 3, em 2007, para 8, em 2008. Estas duas publicações haviam sido já, em 2007, as de âmbito regional mais visadas pelos recursos de direito de resposta e de rectificação.

Em 2008, as publicações de âmbito nacional alvo de maior número de recursos foram o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias, ambos com 6,7% (7 recursos); o Expresso e o Público (incluindo neste a revista Pública) com 4,8% (5 recursos); o Diário de Notícias e o Sol, cada um representando 3,8% dos recursos (4).

Em 2008, aumentou o número de recursos contra as seguintes publicações periódicas de expansão nacional: Correio da Manhã (de 4, em 2007, para 7, em 2008); Jornal de Notícias (de 6, em 2007, para 7 em 2008); Expresso (de 2, em 2007, para 5, em 2008); Diário de Notícias (de 2, em 2007, para 4, em 2008). O diário 24 Horas foi o único jornal de expansão nacional a ver diminuído, em 2008, o número de recursos de que foi alvo (de 2, em 2007, para 1, em 2008).

Foram alvo de recursos de direitos de resposta e de rectificação, contrariamente ao que se verificou em 2007, as seguintes publicações periódicas: Sol (4); Semanário Económico (1); Revista Sábado (1) e Revista Visão (1).

O serviço de programas RTP1 foi alvo de menos 1 recurso em 2008 (2), comparativamente a 2007 (3).

O jornal Público foi alvo do mesmo número de recursos em 2007 e em 2008 (5 recursos).

FIG. 3 Distribuição dos recursos por publicação e por distrito/área geográfica (2008)

Direitos de Resposta 2008			
Área geográfica	OCS	Quantidade	Total por área geográfica
Nacional genérico	Jornal de Notícias	7	
	Público	5	
	Diário de Notícias	4	
	Expresso	5	
	Correio da Manhã	7	
	24 Horas	1	
	Sol	4	
	Semanário Económico	1	
	Quercus Ambiente	1	
	Sábado	1	
	ProTeste	3	
	Visão	1	
	Crescer	1	
RTP	2		
Total nacional genérico			43
Viana do Castelo	A Aurora do Lima	1	
	O Coura	1	
Total distrito Viana do Castelo			2

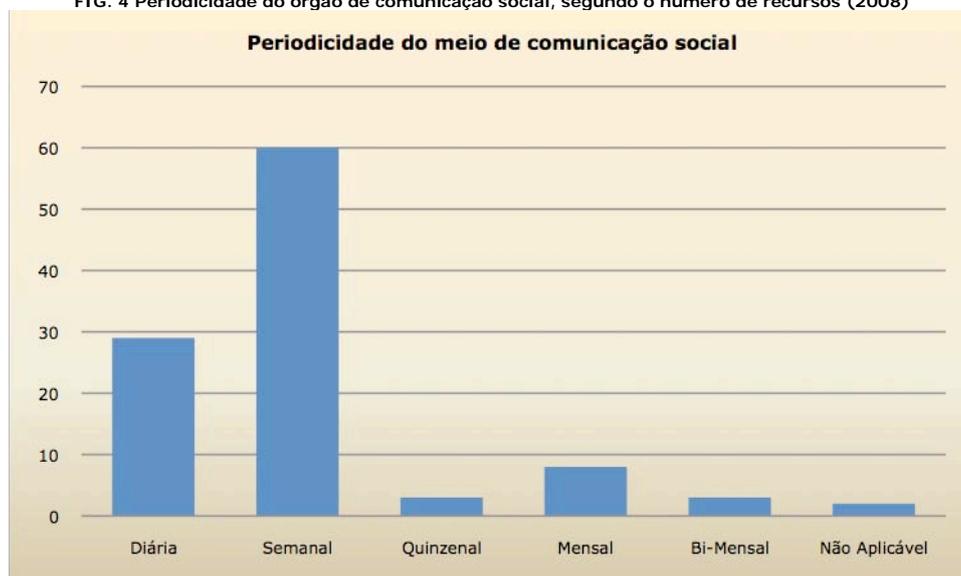
Vila Real	A Voz de Chaves	1	1
Bragança	O Comércio de Macedo de Cavaleiros	1	1
Braga	Barcelos Popular	9	12
	Correio do Minho	1	
	O Balcão	1	
	Diário do Minho	1	
Total distrito de Braga			12
Porto	Jornal de Santo Thyrsó	13	26
	Jornal de Vila do Conde	8	
	Jornal da Trofa	1	
	Fórum Vale do Sousa	1	
	O Progresso de Paredes	1	
	Revista Oculta	1	
	Site Institucional da Câmara Municipal do Porto	1	
Total distrito do Porto			26
Aveiro	Mealhada Moderna	2	3
	Bora Te Beio	1	
Total distrito de Aveiro			3
Viseu	Douro & Beira	1	2
	Lamego Hoje	1	
Total distrito de Viseu			2
Santarém	O Ribatejo	2	7
	Terra Viva	2	
	O Mirante	3	
Total distrito de Santarém			7
Setúbal	Fórum da Quinta do Conde	2	4
	Jornal do Barreiro	2	
Total distrito de Setúbal			4
Madeira	Jornal da Madeira	1	4
	Diário de Notícias da Madeira	3	
Total RAM			4
Total geral		105	

A figura 3 mostra a distribuição geográfica dos órgãos de comunicação social objecto de recurso de direitos de resposta e de rectificação.

Para além das publicações de informação geral de âmbito nacional, na qual se incluem três publicações periódicas de informação especializada – Revista ProTeste, Boletim Quercus Ambiente e revista Crescer -, alvo de recursos em 2008, é no distrito do Porto que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos (26), sendo que, como referido supra, duas delas – Jornal de Santo Thyrsó e Jornal de Vila do Conde - concentram grande parte dos recursos (13 e 8, respectivamente). Seguem-se as publicações do distrito de Braga, com 12 recursos, a grande distância das publicações de outros distritos, verificando-se que,

também nesta circunscrição, os recursos apresentam um certo grau de concentração – aqui protagonizado pelo Barcelos Popular, alvo de 9 recursos.

FIG. 4 Periodicidade do órgão de comunicação social, segundo o número de recursos (2008)



N = 105 (Número total de recursos). Órgãos de comunicação social de periodicidade diária: 29 (27,62%); semanal: 60 (57,14%); quinzenal 3 (2,86%); mensal 8 (7,62%); bi-mensal 3 (2,86%). Valores em percentagem e em números absolutos

A figura 5 mostra a distribuição dos recursos segundo a *periodicidade* do órgão de comunicação social visado, verificando-se que, em 2008, a maioria dos recursos (60) teve como alvo órgãos de comunicação social de **periodicidade semanal**. Trata-se, como já referido, maioritariamente de publicações periódicas de âmbito regional.

Ao contrário, em 2007, a maioria dos recursos teve como alvo de recursos de direitos de resposta e de rectificação publicações periódicas de periodicidade diária. Tratou-se, nesse ano, de jornais de informação geral de âmbito nacional, os quais não constituíram, no entanto, a maioria dos órgãos de comunicação social recorridos.

FIG. 5 Tipologia/caracterização do recorrente (2008)

Recorrente/queixoso	N.º de recursos	%
Cidadão anónimo	29	27,6
Autarquia	12	11,4
Figura pública	12	11,4
Partido político	11	10,5
Pessoa colectiva privada	10	9,5
Autarca	8	7,6
Profissional da comunicação social	7	6,7
Dirigente partidário/deputado	5	4,8
Funcionário da adm. pública ou de organismo oficial	4	3,8
Pessoa colectiva pública	3	2,9
Outro	2	1,9

Governo nacional	1	1,0
Membro do Governo de região autónoma	1	1,0
Total	105	100,0

N = 105 (número total de recursos). Valores em percentagem e em números absolutos.

A figura 5 refere-se à caracterização do recorrente/queixoso. Numa primeira leitura, a análise desta variável permite saber *quem* apresenta recurso por denegação ou deficiente cumprimento dos direitos de resposta e de rectificação.

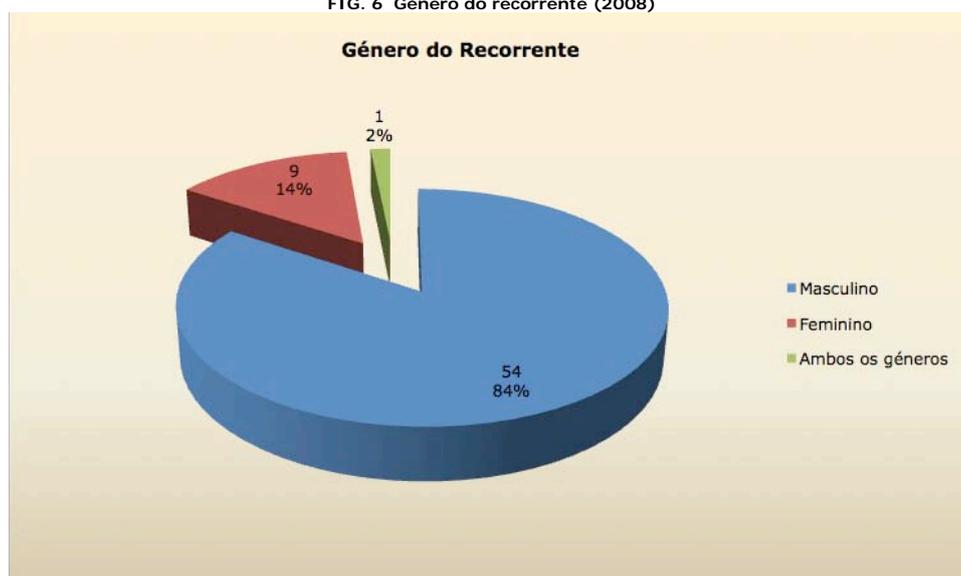
Os dados da figura 5 mostram que, em 2008, os **cidadãos anónimos** representaram 27,6% dos recorrentes (29 recursos) - a maioria relativa dos recorrentes - seguindo-se **autarcas e autarquias**, que em conjunto, representam 19% recorrentes (20 recursos), a segunda categoria de recorrentes.

Os membros das categorias *partido político* e *dirigente partidário/deputado* representaram 15,3% dos recorrentes (16).

Agregando as categorias de recorrentes oriundos do **campo político-partidário** - *autarcas e autarquias, partido político e dirigente partidário/deputado, Governo nacional e membro do Governo de Região Autónoma* -, atinge-se o valor de **36,2% dos recorrentes (38)**, o que significa que os membros do campo político-partidário constituíram, em conjunto, a **primeira categoria de recorrentes**.

Em 2007, a situação foi idêntica, tendo os *cidadãos anónimos* como categoria mais numerosa de recorrentes (31,11%). Contudo, quando tomados em conjunto, em 2007 os recorrentes pertencentes ao campo político-partidário - *autarcas, autarquias, dirigente partidário /deputado* - foram a primeira categoria de recorrentes.

FIG. 6 Género do recorrente (2008)



N = 64. Não aplicável às categorias *autarquias, partido político, Governo nacional, pessoa colectiva privada e pública*.

A figura 6 mostra que a grande maioria dos recursos foi apresentada por recorrentes/queixosos do **género masculino** (84%), enquanto 14% são do *género feminino*. 2% dos recursos foram apresentados, conjuntamente, por pessoas dos dois géneros.

Este dados revelam-se úteis na caracterização sociográfica dos recorrentes/queixosos que, no ano de 2008, tal como em 2007, foram sobretudo indivíduos do género masculino.

FIG. 7 Temática dos artigos/peças alvo de recurso (2007-2008)

Temática	2008		2007
	Frequência	%	Frequência
Política Nacional	1	1,0	1
Actividades de Autarquias	27	25,7	14
Actividades de Órgãos Regionais	3	2,9	
Participação Cívica	1	1,0	
Escândalo/Irregularidades Políticas	8	7,6	1
Actividades da Administração Pública	1	1,0	1
Políticas do Governo para a Saúde	4	3,8	
Políticas Fiscais/Financeiras do Governo	1	1,0	
Actividades Policiais	2	1,9	
Outros Ordem Interna	1	1,0	
Casos de Justiça	5	4,8	4
Outros Sistema Judicial	7	6,7	
Indústria	1	1,0	1
Turismo	2	1,9	
Actividades de Organizações Económicas	1	1,0	
Outros Economia, Finanças e Negócios	1	1,0	1
Consumo/Consumidores	4	3,8	
Funcionamento do Sistema Educativo	2	1,9	
Ensino Superior	2	1,9	
Outros Educação	2	1,9	
Outros Saúde e Acção Social	1	1,0	
Energias/Recursos Naturais	1	1,0	
Outros População	2	1,9	
Artes e Eventos Culturais	1	1,0	
Outros Cultura	2	1,9	1
Comunicação Social	4	3,8	
Relações Familiares	1	1,0	1
Comportamentos Sociais	3	2,9	1
Casos de Interesse Humano	1	1,0	1
Outros Sociedade	13	12,4	4
Total	105	100,0	

Fonte: ERC

A figura 7 identifica os *temas* dos artigos de imprensa e das peças audiovisuais que motivaram os recursos analisados pela ERC em 2008.

As temáticas ligadas às *autarquias locais* são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação, representando 25,7% dos temas. Seguem-se os temas *sociedade* (17,1%, correspondendo a 18 recursos) e *casos de justiça*, que, juntamente com outros temas ligados ao sistema judicial, atingem a percentagem de 11,4% dos recursos (12 recursos), encontrando-se as restantes categorias de temas a alguma distância destas três (ver figura 7).

Estes dados encontram correspondência no facto de a maioria dos recursos incidir sobre publicações periódicas de âmbito regional, mais centradas em temas e protagonistas regionais e locais.

Também o tema *sociedade*, o segundo mais presente nas peças objecto de direitos de resposta e de rectificação encontra correspondência no facto de *figuras públicas* serem também a segunda categoria de recorrentes em 2008.

A hierarquia temática das peças que motivaram recursos em 2007, no que respeita ao predomínio do tema *actividades das autarquias*, é idêntica à verificada em 2008, a mostrar a persistência de conflitualidade entre autarcas e órgãos de comunicação social relativamente a este instituto.

FIG. 8 Género jornalístico das peças alvo de recurso (2008)



Fonte: ERC

A análise do *género jornalístico*, isto é, do tipo/formato dos textos que, em 2008, originaram recursos de direito de resposta ou de rectificação, permite saber se são *peças noticiosas* (por definição, baseadas em factos e sujeitas a tratamento jornalístico do órgão de comunicação

social) ou *textos de opinião*, seja *comentário*, *crónica*, *crítica*, etc., (em geral, da autoria de colaboradores externos) ou *editorial* (da responsabilidade da direcção do órgão de comunicação social).

Os dados mostram que, em 2008, a grande maioria (57%) das peças alvo de recurso são *textos noticiosos*. 12% são de géneros não clássicos, agrupados na categoria *outros* sob a forma de carta aberta, carta ao director, textos de humor, entre outros.

O padrão identificado em 2008, quanto aos géneros jornalísticos dos textos que motivaram recursos, é idêntico ao de 2007, ano em que a grande maioria das peças pertencia à categoria de *textos noticiosos* (73%) e 18% à categoria de textos de *opinião*, dos quais 2% *editoriais*.

Também em 2007 algumas peças (9%) não se inseriam nos géneros jornalísticos clássicos, sendo classificadas como *outros*.

FIG. 9 Sentido da decisão da ERC (2008)

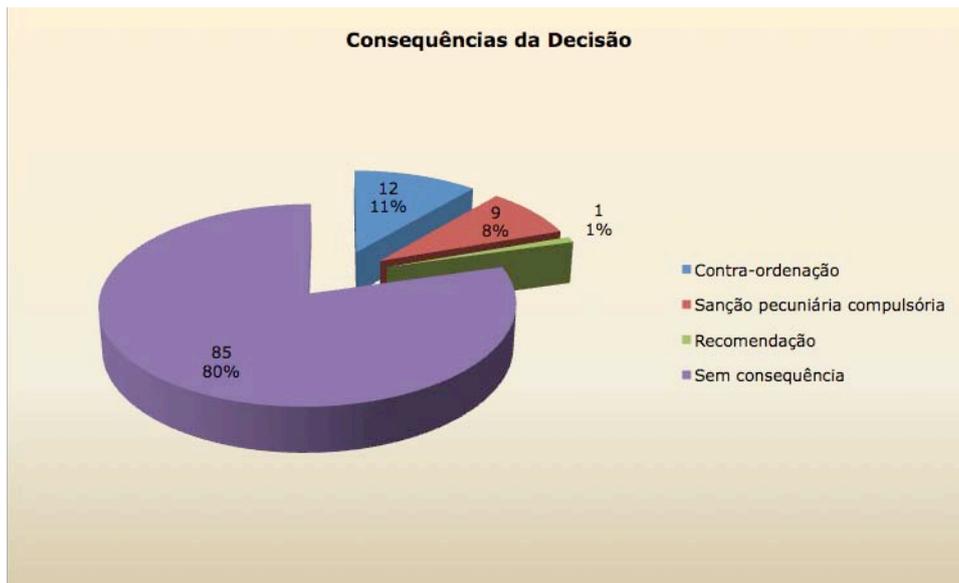
Decisão	N.º recursos	%
Arquivamento (Decisão) por improcedência	20	19,0
Arquivamento por inutilidade superveniente	1	1,0
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de rectificação	27	25,7
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de rectificação após reformulação do texto	33	31,4
Obrigaçao de republicaçao	20	19,0
Outra	4	3,8
Total	105	100,0

Fonte: ERC

A figura 9 mostra que, em 2008, na grande maioria das decisões (76,1%), o Conselho Regulador deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta*. Em 31,4% dos casos obrigou à *reformulaçao do texto* de resposta e em 19% determinou a *republicaçao* de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). 20% dos recursos tiveram decisão de arquivamento.

Estes dados mantêm o padrão de 2007, no que respeita às decisões da ERC.

FIG. 10 Consequências da decisão nos recursos não sujeitos a arquivamento (2008)



Fonte: ERC

Em 2008, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contra-ordenação* em 12 (11%), decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 9 (8%), e adoptada uma recomendação em 1 recurso (1%). 80% dos recursos não tiveram consequências de natureza sancionatória.

Em 2007, nos 33 recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 10 (19%), em 9 (18%) instaurado processo de *contra-ordenação* e dirigida *recomendação* a dois deles (4%). 59% não tiveram consequências de natureza sancionatória.

Síntese Conclusiva

1. No ano de 2008, a ERC apreciou **105** recursos de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre um total de **40** órgãos de comunicação social, sendo **101** relativos a publicações periódicas, **2** a um serviço de programas generalista de acesso não condicionado livre e **1** a um sítio electrónico (internet).
2. Trata-se de um aumento considerável relativamente a 2007, quer no que respeita ao número de recursos de direitos de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos. Nesse ano, a ERC apreciou **45** recursos de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre **25** órgãos de comunicação social (imprensa e televisão).

3. Em 2008, tal como em 2007, a grande maioria dos recursos tem como alvo a *imprensa* (**96%** dos recursos/queixas). Nesta, e ao contrário de 2007, a imprensa de **âmbito regional** foi alvo de **61** recursos (**58%**), sendo o sub-sector mais visado.
4. Dos 105 recursos apreciados pela ERC em 2008, o maior número abrange três publicações periódicas de âmbito regional: **12,4%** (13) são contra o **Jornal de Santo Thyrsó**, **8,6%** (9) contra o **Barcelos Popular** e **7,6%** (8) contra o **Jornal de Vila do Conde**.
5. As **publicações de âmbito nacional** alvo de maior número de recursos em 2008 foram o **Correio da Manhã** e o **Jornal de Notícias**, ambos com **6,7%** (7) dos recursos; seguem-se o **Expresso** e o **Público** com **4,8%** (5) dos recursos; o **Diário de Notícias** e o **Sol**, cada um representando **3,8%** (4) dos recursos.
6. Em 2008, apenas **2%** (2 recursos) dizem respeito à **televisão**, tendo como recorrido o serviço de programas RTP1, situação que já se verificara em 2007, tendo nesse ano a RTP1 sido alvo de 3 recursos. Tal como em 2007, não se registaram, em 2008, recursos relativamente à **rádio**.
7. Em 2008, surge, pela primeira vez, um recurso de direito de resposta contra um **sítio electrónico** – o sítio da Câmara Municipal do Porto.
8. Os **cidadãos anónimos** representam, em 2008, a maioria dos recorrentes, correspondendo a **27,6%** (29) dos recursos, seguindo-se **autarcas e autarquias** que, em conjunto, correspondem a **19%** (20), a segunda categoria de recorrentes.
9. Os membros das categorias *partido político* e *dirigente partidário/deputado* representam **15,3%** dos recorrentes (16).
10. Agregando as categorias de recorrentes oriundos do **campo político-partidário** - *autarcas e autarquias, partido político e dirigente partidário/deputado, Governo nacional e membro do Governo de região autónoma* -, verifica-se que atingem **36,2% dos recorrentes (38)**, o que significa que os membros do campo político-partidário constituem, em conjunto, a **primeira categoria de recorrentes**.
11. As temáticas ligadas às **autarquias locais** são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação, representando **25,7%** dos temas. Seguem-se os temas *sociedade* (**17,1%**, correspondendo a 18 recursos) e *casos de justiça*, que, juntamente com outros temas ligados *ao sistema judicial* (**11,4%**, 12 recursos), constituem a terceira categoria temática sobre a qual recaíram os recursos em 2008. Os restantes temas encontram-se a alguma distância destes três.
12. Estes dados encontram correspondência no facto de a maioria dos recursos incidir sobre publicações periódicas de âmbito regional, precisamente as mais centradas em temas e protagonistas regionais e locais.

13. A hierarquia temática das peças, no que respeita ao predomínio do tema *actividades das autarquias* nas peças que motivaram recursos em 2007, é idêntica à verificada em 2008, a mostrar a persistência de um elevado grau de litigiosidade entre autarquias e órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.
14. Também o tema *sociedade*, o segundo mais presente nas peças objecto de direitos de resposta e de rectificação, encontra correspondência no facto de *figuras públicas* serem também a segunda categoria de recorrentes em 2008.
15. Em 2008, como em 2007, a grande maioria dos recursos provém de pessoas do **género masculino** (84%), sendo 14% dos recursos oriundos de recorrentes do *género feminino*. 2% dos recursos foram apresentados, conjuntamente, por pessoas dos dois géneros.
16. Em 2008, em 76,1% dos recursos o Conselho Regulador deu razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta*. Desses, em 31,4% dos casos, obrigou à *reformulação do texto* de resposta e, em 19%, determinou a *republicação* de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). Por outro lado, 20% dos recursos tiveram decisão de arquivamento. Estes dados mantêm o padrão de 2007, no que respeita às decisões da ERC.
17. Relativamente aos recursos apresentados em 2008, sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contra-ordenação* em 12 (11%), decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 9 (8%), e adoptada uma Recomendação em 1 recurso (1%). 80% dos recursos não tiveram consequências de natureza sancionatória.

TELEVISÃO

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

1. Nota introdutória

1.1 Objectivos

Os operadores televisivos sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, no âmbito do artigo 44º da Lei da Televisão, que tem por objectivo a defesa da língua.

FIG. 1 Quotas de difusão de obras audiovisuais - Defesa da língua portuguesa

Difusão de Obras Audiovisuais – Defesa da Língua Portuguesa	Quotas
Programas originariamente em língua portuguesa (n.º 2 do art.º 44º da Lei da Televisão)	Mínimo 50%
Obras criativas de produção originária em LP (n.º 3 do art.º 44º da Lei da Televisão)	Mínimo 20%

Fonte: ERC

Neste capítulo, são analisados os resultados obtidos nos diversos serviços de programas generalistas e temáticos, no que respeita a estas obrigações, utilizando informações prestadas pelos operadores, no cumprimento do artigo 49º da Lei da Televisão (Dever de Informação): “[o]s operadores de televisão estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com modelo por ela definido, todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44º a 46º”.

Ainda nos termos da Lei da Televisão (artigo 47º), é referido que esta avaliação anual deve ter em atenção a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos.

1.2 Critérios e Metodologia

Neste relatório são analisados os dados prestados pelos operadores (figura 2), colocados no “Portal TV-ERC” e validados pela Entidade Reguladora. O portal, implementado no início do ano 2008, permite obter informação sobre a totalidade dos programas emitidos pelos operadores abrangidos por estas obrigações nas 24 horas de emissão diária, a partir da qual são apuradas as percentagens anuais. Dessa informação constam, para além da duração,

outros elementos, tais como género, primeira transmissão, ano de produção, identificação do produtor e origem dos programas.

São ainda incluídas análises adicionais, designadamente, a programação produzida por outros países lusófonos, emitida nos diversos serviços de programas, as percentagens de produções nacionais e de produções nacionais independentes e, ainda, a evolução das percentagens de programas originariamente em língua portuguesa, incluindo os de natureza criativa, nos anos 2006, 2007 e 2008, nos serviços de programas de acesso não condicionado livre RTP1, RTP2, SIC e TVI.

FIG. 2 Operadores e serviços de programas analisados

Operadores de Televisão	Serviços de Programas
RTP - Rádio e Televisão de Portugal	RTP1 RTP2 RTP Internacional RTP África RTP Memória RTPN RTP Madeira RTP Açores
SIC - Sociedade Independente de Comunicação	SIC SIC Internacional SIC Radical SIC Mulher
TVI - Televisão Independente	TVI
ZON Conteúdos - Activ.tv e de Prod.de Conteúdos	TV Cine1 TV Cine2 TV Cine3 TV Cine4 MOV
Lisboa TV	SIC Notícias
SPORT TV	SPORT TV1 SPORT TV2

	SPORT TV3 SPORT TV ÁFRICA
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação	Porto Canal
RNTV - Região Norte Televisão	RNTV mvm

Fonte: ERC

1.3 Definições

Para efeitos da leitura do presente relatório, apresentam-se algumas definições de termos utilizados:

- **Operador de televisão** - A pessoa colectiva responsável pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitada para o exercício da actividade de televisão (alínea f) do n.º 1 do artigo 2º da Lei da Televisão).
- **Serviço de programas televisivo** - O conjunto sequencial e unitário de programas fornecidos por um operador de televisão.
- **Programa originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa.
- **Programas originários de outros países lusófonos** – Programas produzidos originariamente em língua portuguesa e provenientes de países lusófonos que não Portugal (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor).
- **Obra criativa/programa criativo** - A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação, nomeadamente, longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, reportagens, debates, entrevistas, telefilmes, séries televisivas, programas musicais, artísticos ou culturais e programas didácticos ou com componente formativa (alínea c) do nº 1 do artigo 2º da Lei da Televisão).
- **Produção nacional** - Conjunto das operações desde a concepção à produção de programas para emissão, efectuadas em território nacional.
- **Produção nacional independente** - Obras de produção nacional provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão.

2. Defesa da Língua Portuguesa

Nas figuras seguintes, são apresentados os volumes percentuais dos programas originariamente em língua portuguesa e dos programas criativos de produção originária em língua portuguesa.

As percentagens de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos e de programas criativos de língua portuguesa originários de outros países lusófonos também são incluídas, dado que, nos termos da Lei, os programas produzidos pelos países referidos podem contribuir para estas quotas com uma percentagem máxima de 25%.

2.1 Programas Originariamente em Língua Portuguesa e Obras Criativas em Língua Portuguesa

RTP

FIG. 3 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

RTP - Rádio e Televisão de Portugal	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
RTP1	81,0	46,6
RTP2	57,0	30,9
RTP Açores	77,4	23,9
RTP África	97,9	62,8
RTP Internacional	99,6	64,5
RTP Madeira	81,8	22,3
RTP Memória	77,0	66,1
RTPN	96,3	24,6

Fonte: ERC

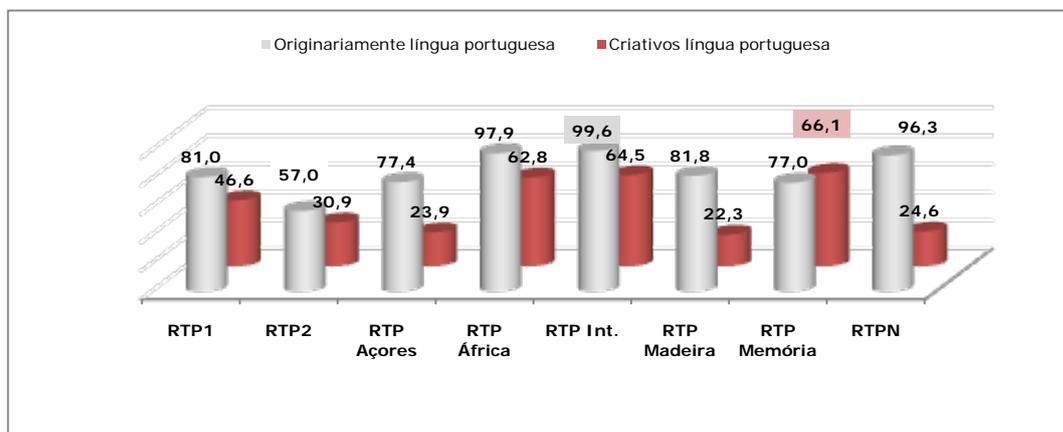
A RTP dedicou mais de 50% das emissões dos seus serviços à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, tendo ultrapassado a quota mínima exigida, em todos os seus serviços de programas, cujas percentagens oscilaram entre 57,0%, na RTP2 e 99,6%, na RTP Internacional.

Tal como se tem verificado em anos anteriores, os serviços de programas de âmbito internacional, designadamente, a RTP África e a RTP Internacional, continuam a alcançar as percentagens mais elevadas, no conjunto dos canais do operador, situação que decorre do seu objectivo na divulgação da língua e da cultura portuguesas.

Os serviços da RTP ultrapassaram os valores mínimos exigidos (20%) para a quota de programas de natureza criativa, variando entre 22,3% na RTP Madeira e 66,1% na RTP

Memória. Também neste item os serviços de vocação internacional, RTP Internacional e RTP África, alcançaram valores elevados.

FIG. 4 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

SIC

FIG. 5 Percentagens de programas originariamente em em língua portuguesa

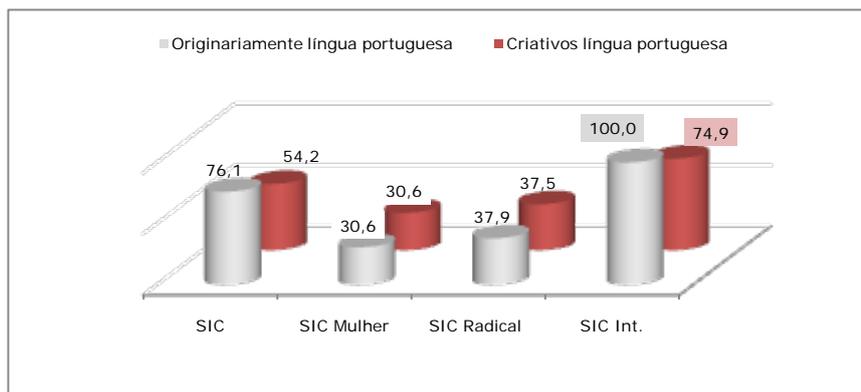
SIC-Sociedade Independente de Comunicação	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
SIC	76,1	54,2
SIC Mulher	30,6	30,6
SIC Radical	37,9	37,5
SIC Internacional	100,0	74,9

Fonte: ERC

O operador SIC atingiu uma percentagem superior a 50%, nos serviços de programas SIC e SIC Internacional, destacando-se este último pelo valor absoluto da sua percentagem (100%); nos restantes serviços de programas, SIC Mulher e SIC Radical, os resultados ficaram aquém da quota exigida, 30,6% e 37,9%, respectivamente.

Os serviços de programas do operador SIC superaram claramente a percentagem mínima prevista na Lei para os programas de natureza criativa, oscilando entre 30,6% na SIC Mulher e 74,9% na SIC Internacional. No caso da SIC Mulher, todos os programas originariamente em língua portuguesa foram considerados criativos; quanto à SIC Radical, a diferença entre as percentagens é pouco significativa.

FIG. 6 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

TVI

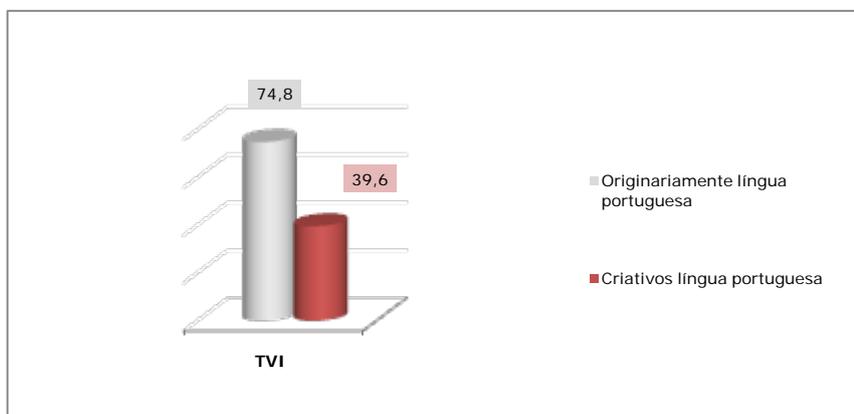
FIG. 7 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

TVI - Televisão Independente	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
TVI	74,8	39,6

Fonte: ERC

O operador TVI atingiu uma percentagem acima dos 50%, no seu serviço de programas generalista, ultrapassando confortavelmente a quota mínima prevista na Lei. A TVI atingiu um valor de programas de natureza criativa superior ao mínimo exigido, 39,6%, resultado que se deve essencialmente à difusão diária de programas de ficção nacional, sobretudo séries e novelas; a contribuição de obras de outros países lusófonos para estes resultados foi pouco significativa.

FIG. 8 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

Lisboa TV

FIG. 9 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

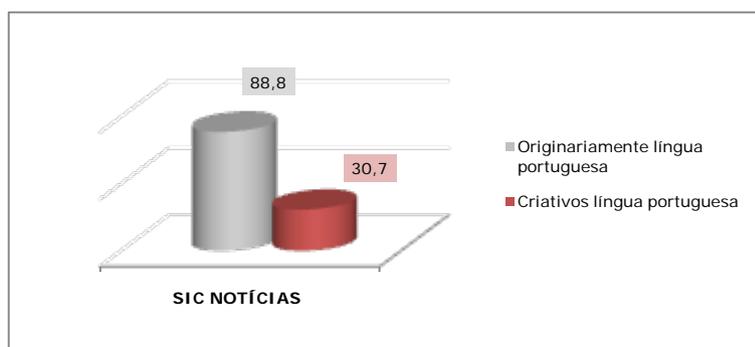
Lisboa TV	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
SIC NOTÍCIAS	88,8	30,7

Fonte: ERC

O operador Lisboa TV alcançou uma percentagem de programas originariamente em língua portuguesa muito superior a 50%, no seu serviço de programas SIC Notícias, 88,8%. Este valor elevado deve-se ao tipo de programação deste serviço temático de informação, que emite essencialmente formatos de programas de informação produzidos originariamente em língua portuguesa, designadamente os serviços noticiosos que ocupam um significativo espaço na antena.

O serviço SIC Notícias, da Lisboa TV, também alcançou uma percentagem de programas criativos superior ao mínimo indicado na Lei, devido às características da sua programação, que inclui, regularmente, formatos classificados como obras criativas, tais como reportagens, debates e entrevistas.

FIG. 10 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

SPORT TV

FIG. 11 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

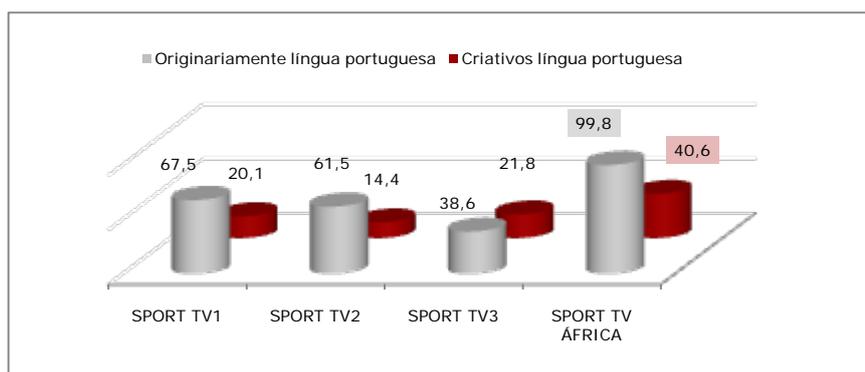
SPORT TV	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
SPORT TV1	67,5	20,1
SPORT TV2	61,5	14,4
SPORT TV3	38,6	21,8
SPORT TV ÁFRICA	99,8	40,6

Fonte: ERC

O operador SPORT TV atingiu uma elevada percentagem de programas originariamente em língua portuguesa, no seu serviço de âmbito internacional, a SPORT TV África (quase 100%) a SPORT TV1 e a SPORT TV2 também alcançaram percentagens superiores a 50%, apenas o serviço SPORT TV3 emitiu uma percentagem inferior a 50%, (38,6%).

Os programas de natureza criativa tiveram maior expressão no serviço SPORT TV África, que duplicou a quota mínima exigida, tendo alcançado um valor superior a 40%; os serviços SPORT TV1 e SPORT TV3 também alcançaram uma percentagem satisfatória, tendo ultrapassado o indicador mínimo de 20%. Apenas o serviço SPORT TV2 não atingiu a quota prevista na Lei.

FIG. 12 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

ZON Conteúdos

FIG. 13 Percentagens de programas em língua portuguesa

ZON Conteúdos	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
TVC1	1,7	1,7
TVC2	5,0	5,0
TVC3	1,3	1,3
TVC4	4,1	4,1
MOV	1,4	1,4

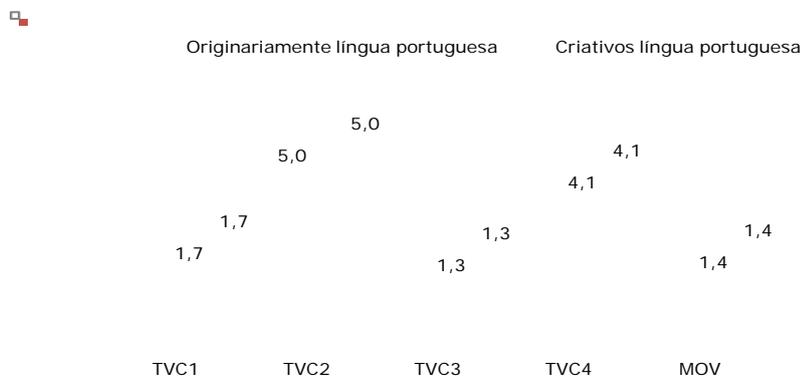
Fonte: ERC

As percentagens anuais de difusão de obras audiovisuais do operador ZON, detentor de cinco serviços temáticos de cinema e séries, são inexpressivas nestes itens, devido às características específicas da programação destes serviços.

As emissões destes serviços são sobretudo dedicadas a programas de ficção norte-americanos (filmes e séries); os resultados situaram-se entre 1,3% e 5%, valor máximo alcançado no serviço TVC2.

De facto, no que respeita a este operador, deve ser considerado o critério de aplicação consignado no artigo 47º da Lei da Televisão, onde se prevê que, na avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de obras audiovisuais, deve ser tida em conta “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos”.

FIG. 14 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação

FIG. 15 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

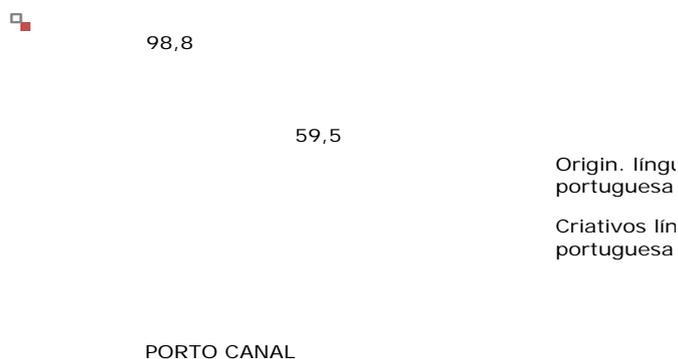
Av. dos Aliados- Soc. de Comunicação	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
PORTO CANAL	98,8	59,5

Fonte: ERC

No serviço de programas PORTO CANAL, foram difundidas percentagens muito superiores à quota exigida na Lei, quer no que respeita aos programas originariamente em língua portuguesa (99%), quer aos programas criativos de produção originária em língua portuguesa (56%).

Na emissão deste serviço não foram incluídos programas originários de outros países lusófonos para além de Portugal.

FIG. 16 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

RNTV- Região Norte Televisão

Fig. 17 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa

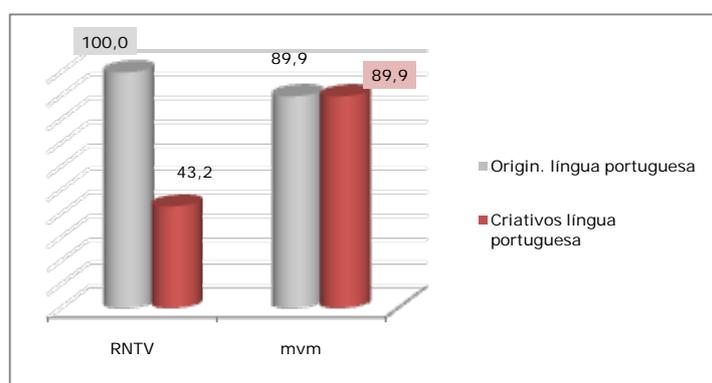
RNTV - Região Norte Televisão	Originariamente língua portuguesa	Criativos língua portuguesa
RNTV	100,0	43,2
MVM	89,9	89,9

Fonte: ERC

O serviço de programas RNTV, no que se refere aos programas originariamente em língua portuguesa, atingiu um valor absoluto, tendo emitido unicamente programas originariamente em língua portuguesa; quanto aos programas criativos de produção originária em língua portuguesa, a percentagem alcançada também se situou muito acima do mínimo de 20% exigido na Lei.

O serviço de programas MVM obteve também valores muito elevados, destacando-se ainda o facto de apresentar resultados idênticos em ambas as quotas, significando que todos os programas originariamente em língua portuguesa, emitidos neste serviço, são de natureza criativa (90%).

FIG. 18 Programas originariamente em língua portuguesa



Fonte: ERC

2.2 Programas Originários de Países Lusófonos

A Lei da Televisão prevê limites máximos para a contribuição de conteúdos oriundos de outros países lusófonos, relevando para as quotas de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos de produção originária em língua portuguesa até um máximo de 25%.

Os dados apurados servem, contudo, para uma breve reflexão sobre os programas oriundos de outros países lusófonos, tendo em conta o seu interesse, não só de cariz cultural, mas também como contributo para o intercâmbio no domínio da produção audiovisual.

A análise efectuada abrange os países produtores, o tipo de conteúdos produzidos e o volume de horas que ocuparam na emissão de cada serviço de programas.

RTP

FIG. 19 Tempos de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos para além de Portugal

Serviços de Programas	País	Género	Duração
RTP1	S. Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	3:53:31
	Brasil	Ficção	6:07:23
	Brasil	Ficção	301:57:09
	Total		311:58:03
RTP2	Moçambique	Cultura/Conhecimento	47:17:21
	Brasil	Ficção	5:21:30
	Brasil	Infantis/Juvenis	20:09:01
	Total		72:47:52
RTP AÇORES	S. Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	16:37:44
	Brasil	Ficção	99:14:04
	Brasil	Infantis/Juvenis	18:51:43
	Guiné	Informativos	0:30:14
	Total		135:13:45
RTP ÁFRICA	Angola	Cultura/Conhecimento	124:59:06
	Brasil	Cultura/Conhecimento	35:31:23
	Cabo Verde	Cultura/Conhecimento	256:42:18
	Guiné	Cultura/Conhecimento	0:51:52
	Moçambique	Cultura/Conhecimento	174:41:29
	Moçambique	Ficção	6:53:36
	Moçambique	Infantis/Juvenis	16:47:07
	Moçambique	Informativos	23:20:51
	S. Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	27:20:03
	Timor	Cultura/Conhecimento	21:38:38
Total		688:46:23	
RTP INTERNACIONAL	Angola	Cultura/Conhecimento	27:17:38
	São Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	5:16:05
	Cabo Verde	Cultura/Conhecimento	21:39:45
	Moçambique	Cultura/Conhecimento	47:18:29
	Brasil	Cultura/Conhecimento	34:15:41
	Cabo Verde	Cultura/Conhecimento	44:03:15
	Moçambique	Cultura/Conhecimento	17:47:50
	Timor	Cultura/Conhecimento	31:47:18
	Cabo Verde	Entretenimento	1:38:47

	Angola	Ficção	33:39:17
	Moçambique	Infantis/Juvenis	0:30:00
	Total		265:14:05
RTP MADEIRA	São Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	25:42:33
	Brasil	Cultura/Conhecimento	200:01:21
	Total		225:43:54
RTP MEMÓRIA	Guiné	Cultura/Conhecimento	0:33:58
	São Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	0:31:26
	Total		1:05:24
RTPN	São Tomé e Príncipe	Cultura/Conhecimento	11:06:07
	Total		11:06:07

Fonte: ERC

O operador RTP emitiu conteúdos originários de outros países lusófonos em todos os seus canais; a RTP África foi o serviço de programas deste operador que dedicou maior número de horas de emissão à difusão destes programas (cerca de 688 horas de emissão), seguindo-se a RTP1 (cerca de 312 horas), a RTP Internacional (265 horas), a RTP Madeira (225 horas), a RTP Açores (135 horas) e a RTP2 (72 horas); os serviços RTPN e RTP Memória obtiveram resultados inexpressivos:

SIC

FIG. 20 Tempos de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos para além de Portugal

Serviços de Programas	País	Género	Duração
SIC	Brasil	Cultura/Conhecimento	2:01:24
	Brasil	Ficção / Novela	1031:03:25
SIC INTERNACIONAL	Brasil	Ficção / Novela	116:17:26
-	Total		1149:22:15

Fonte: ERC

Na SIC generalista, verificou-se que foi dedicado um volume significativo de horas de emissão a programas oriundos de apenas um país lusófono, o Brasil, dado que este serviço dedicou diariamente espaços da emissão à difusão de novelas brasileiras, que ocuparam cerca de 1031 horas. Na SIC Internacional, foi também emitida uma novela de produção originária do Brasil, que preencheu um espaço menor da emissão (apenas cerca de 116 horas). Nos restantes serviços do operador SIC não foram emitidos quaisquer conteúdos originários de outros países lusófonos.

TVI

FIG. 21 Tempos de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos para além de Portugal

Serviços de Programas	País	Género	Duração
TVI	Brasil	Ficção	6:19:57
	Total		6:19:57

Fonte: ERC

No serviço TVI, foram emitidos programas de ficção, num total de cerca de 6 horas, cuja produção é originária do Brasil.

Lisboa TV

FIG. 22 Tempos de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos para além de Portugal

Serviços de Programas	País	Género	Duração
SIC Notícias	Brasil	Cultura, Conhecimento	1:58:00
	Total		1:58:00

Fonte: ERC

No serviço temático de informação SIC Notícias, foram difundidas menos de 2 horas de programação desta natureza: apenas um documentário de origem brasileira.

Sport TV

FIG. 23 Tempos de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos para além de Portugal

Serviços de Programas	País	Género	Duração
SPORT TV1 SPORT TV2	Brasil	DESPORTO/Futebol	7:18:14
	Brasil	DESPORTO/Futebol	4:28:33
	Total		11:46:47

Fonte: ERC

Nos serviços de programas da Sport TV, foi emitido um total de cerca de 12 horas de produções originárias do Brasil, distribuídas nos serviços SPORT TV1 e SPORT TV2.

3. Produção Nacional e Produção Nacional Independente

Foram ainda efectuados apuramentos da produção nacional e da produção nacional independente com o objectivo de observar o dinamismo da produção audiovisual nacional independente.

Nas figuras seguintes, são apresentados os valores deste tipo de produções, por operador e por serviço de programas.

RTP

FIG. 24 Percentagens de programas de produção nacional e nacional independente

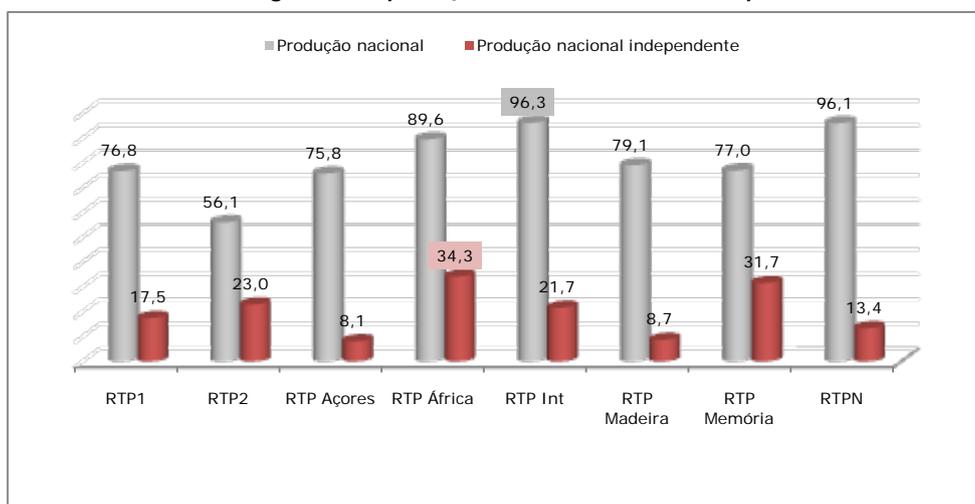
RTP - Rádio e Televisão de Portugal	Produção nacional	Produção nacional independente
RTP1	76,8	17,5
RTP2	56,1	23,0
RTP Açores	75,8	8,1
RTP África	89,6	34,3
RTP Internacional	96,3	21,7
RTP Madeira	79,1	8,7
RTP Memória	77,0	31,7
RTPN	96,1	13,4

Fonte: ERC

No conjunto dos programas do operador RTP, o valor mais elevado de produção nacional foi alcançado na RTP Internacional, que emitiu 96,3% de programas de produção nacional; destes, 21,7% são oriundos de produtores independentes de organismos de televisão; o serviço que emitiu menor volume de produção nacional foi a RTP2, com 56,1%.

No que respeita à produção independente, a RTP África situa-se no topo, com 34,3% e a RTP Açores obteve o valor mais reduzido, 8,1%.

FIG. 25 Programas de produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

SIC

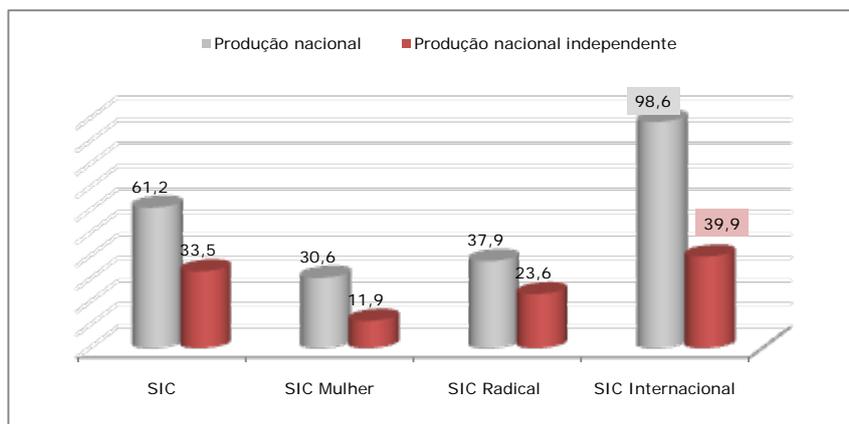
FIG. 26 Percentagens de produção nacional e nacional independente

SIC-Sociedade Independente de Comunicação	Produção nacional	Produção nacional independente
SIC	61,2	33,5
SIC Mulher	30,6	11,9
SIC Radical	37,9	23,6
SIC Internacional	98,6	39,9

Fonte: ERC

O serviço do operador SIC Internacional alcançou o valor mais elevado, com 98,6% de produções nacionais; neste serviço também se registou a percentagem mais alta de produções nacionais independentes, 39,9%; seguiu-se o serviço generalista SIC, com 61,2% de produções nacionais, maioritariamente independentes (cerca de 34%).

FIG. 27 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

TVI

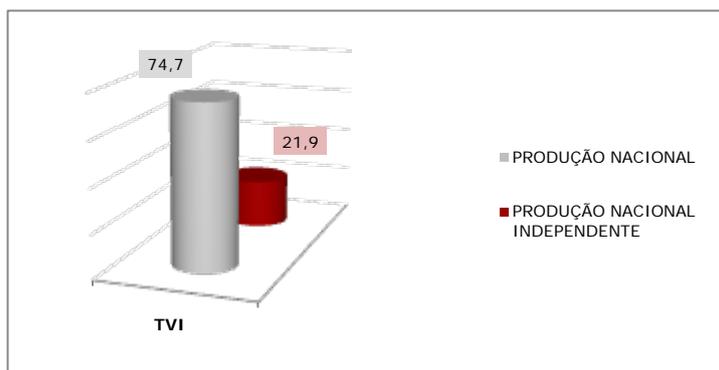
FIG. 28 Percentagens de produção nacional e nacional independente

TVI - Televisão Independente	Produção nacional	Produção nacional independente
TVI	74,7	21,9

Fonte: ERC

O operador TVI emitiu 74,7% de programas de produção nacional no seu serviço generalista, dos quais 21,9% são produções provenientes de produtores nacionais independentes.

FIG. 29 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

Lisboa TV

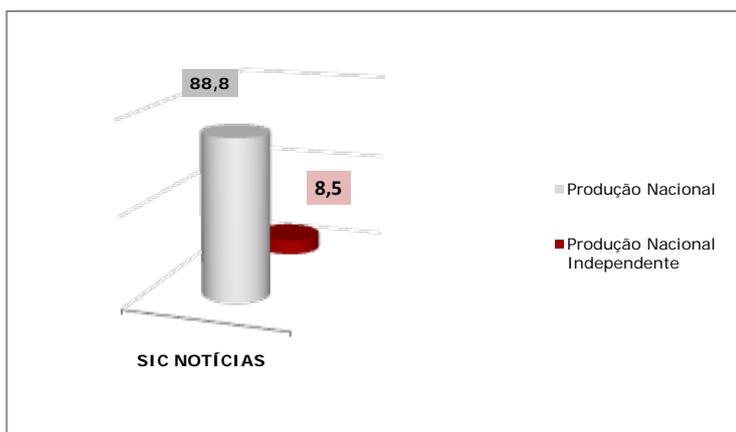
FIG. 30 Percentagens de produção nacional e nacional independente

Lisboa TV	Produção nacional	Produção nacional independente
SIC Notícias	88,8	8,5

Fonte: ERC

Na SIC Notícias, a percentagem de programas de produção nacional foi significativa, 89%; no entanto, o valor referente aos conteúdos de produção nacional independente é bastante inferior (8,5%), o que indica que quase todos os programas emitidos são produzidos pelo operador.

FIG. 31 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

Sport TV

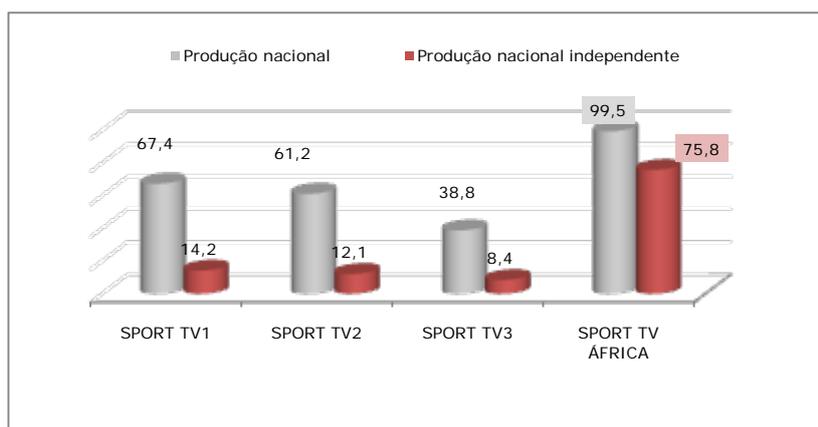
FIG. 32 Percentagens de produção nacional e nacional independente

SPORT TV	Produção nacional	Produção nacional independente
SPORT TV1	67,4	14,2
SPORT TV2	61,2	12,1
SPORT TV3	38,8	8,4
SPORT TV África	99,5	75,8

Fonte: ERC

No serviço de programas Sport TV África, foi atingido um resultado próximo dos 100%; este serviço emitiu também uma percentagem significativa, 76%, de obras de produtores independentes.

FIG. 33 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

ZON Conteúdos

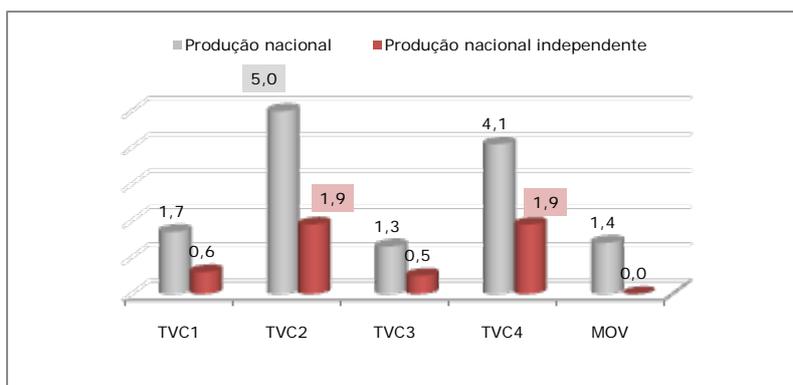
FIG. 34 Percentagens de produção nacional e nacional independente

ZON Conteúdos	Produção nacional	Produção nacional independente
TVC1	1,7	0,6
TVC2	5,0	1,9
TVC3	1,3	0,5
TVC4	4,1	1,9
MOV	1,4	0,0

Fonte: ERC

O operador ZON Conteúdos alcançou resultados pouco significativos nestes itens; a percentagem mais elevada de programas de produção nacional situou-se no serviço de programas TVC2, 5%, e o valor máximo de produção nacional independente registou-se nos serviços TVC2 e TVC4, que não foi além de 2%.

FIG. 35 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação

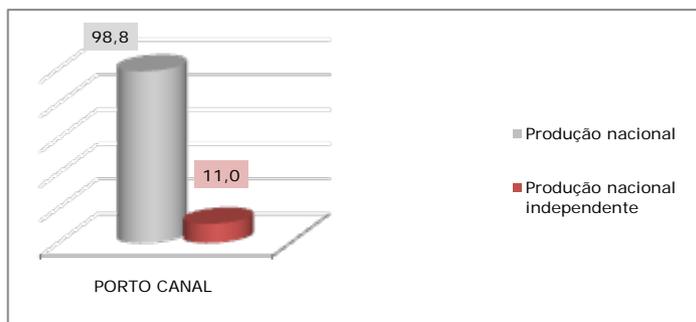
FIG. 36 Percentagens de produção nacional e nacional independente

Av. dos Aliados- Soc. de Comunicação	Produção nacional	Produção nacional independente
PORTO CANAL	98,8	11,0

Fonte: ERC

No serviço de programas PORTO CANAL, foi emitida uma percentagem de programas de produção nacional próxima dos 100%, dos quais 11% são produções independentes.

FIG. 36 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

RNTV - Região Norte Televisão

FIG. 37 Percentagens de produção nacional e nacional independente

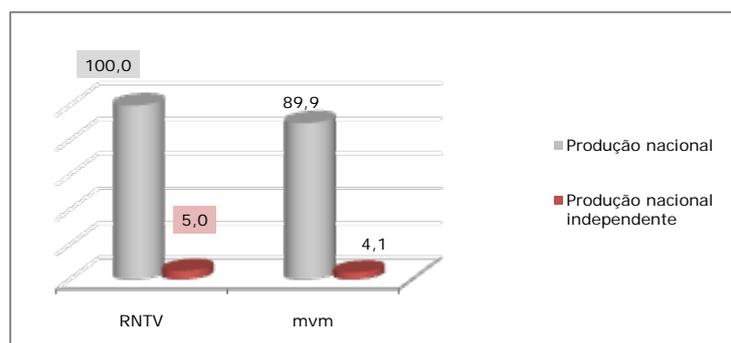
RNTV-Região Norte Televisão	Produção nacional	Produção nacional independente
RNTV	100,0	5,0
MVM	89,9	1,0

Fonte: ERC

O serviço de programas RNTV apenas difundiu produção nacional na sua emissão tendo obtido uma percentagem de 100%, da qual apenas 5% é originária de produtores nacionais independentes.

O serviço de programas MVM também difundiu uma percentagem muito elevada de programas de produção nacional, 90%, mas apenas 1% foram produções independentes.

FIG. 38 Produção nacional e nacional independente



Fonte: ERC

4. Programas em língua portuguesa – Evolução 2006/2008

Nas figuras seguintes, são apresentadas as percentagens de programas originariamente em língua portuguesa, de produção nacional e de produção nacional independente, obtidas no triénio 2006/2007/2008, nos serviços de programas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, a fim de observar a evolução do desempenho dos principais operadores.

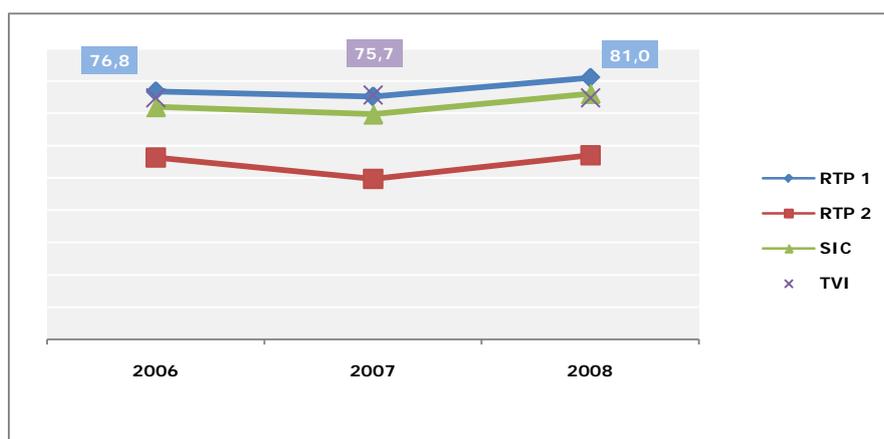
FIG. 39 Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa – 2006/2008

Serviço de programas	% Programas originariamente em língua portuguesa			
	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	76,8	75,2	81,0	5,8
RTP2	56,3	49,7	57,0	7,3
SIC	72,0	69,7	76,1	6,4
TVI	74,8	75,7	74,8	-0,9

Fonte: ERC

Pode observar-se a ocorrência de variações positivas de 2007 para 2008, na RTP1, na RTP2 e na SIC; na TVI, registou-se uma ténue descida, inferior a 1 ponto percentual. Os resultados do triénio revelam uma estabilização dos tempos preenchidos por programas originariamente em língua portuguesa, cujas percentagens se situam confortavelmente acima do mínimo de 50% exigido na Lei.

FIG. 40 Programas originariamente em língua portuguesa - 2006/2008



Fonte: ERC

FIG. 41 Percentagens de programas criativos em língua portuguesa – 2006/2008

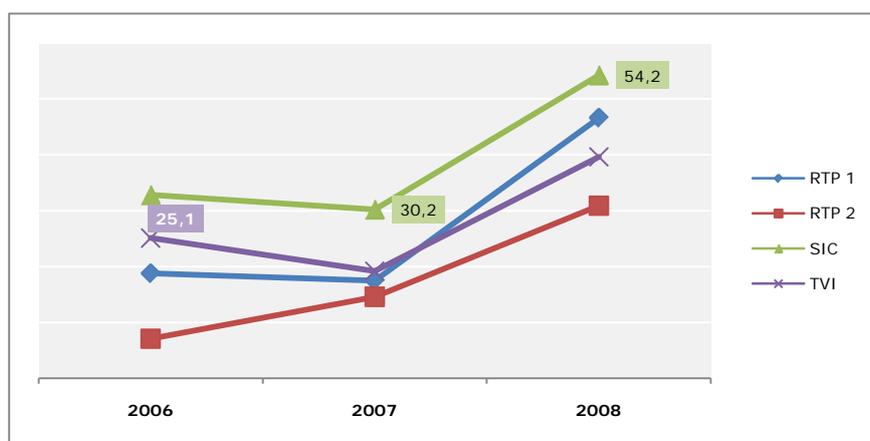
Serviços de programas	% Programas criativos em língua portuguesa			
	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	18,8	17,5	46,6	29,1
RTP2	7,1	14,6	30,9	16,3
SIC	32,8	30,2	54,2	24,0
TVI	25,1	19,2	39,6	20,4

Fonte: ERC

As percentagens de programas criativos emitidos nos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI subiram consideravelmente em 2008, tendo-se registado subidas significativas em todos os operadores, sendo a maior, quase 30%, na RTP1, seguida da SIC e da TVI; a menor registou-se na RTP2, cerca de 16%, mantendo-se, contudo, num patamar bastante superior ao legalmente exigível.

De salientar que as subidas globais dos resultados de 2008 devem-se, em parte, ao facto de terem sido alterados os critérios de classificação de “obra criativa”, com a entrada em vigor da actual Lei da Televisão, de 30 de Julho de 2007. A nova lei, para além de elevar a quota mínima de 15% para 20%, alargou o conceito de criativo a outros géneros de conteúdos, tais como reportagens, debates e entrevistas.

FIG. 42 - Programas criativos em língua portuguesa -2006/2008



Fonte: ERC

FIG. 43 Percentagens de programas de produção nacional – 2006/2008

Serviços de programas	% Produção nacional			
	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	72,6	71,9	72,6	0,7
RTP2	47,6	49,5	46,2	-3,3
SIC	54,5	57,0	61,1	4,1
TVI	74,8	75,7	74,0	-1,7

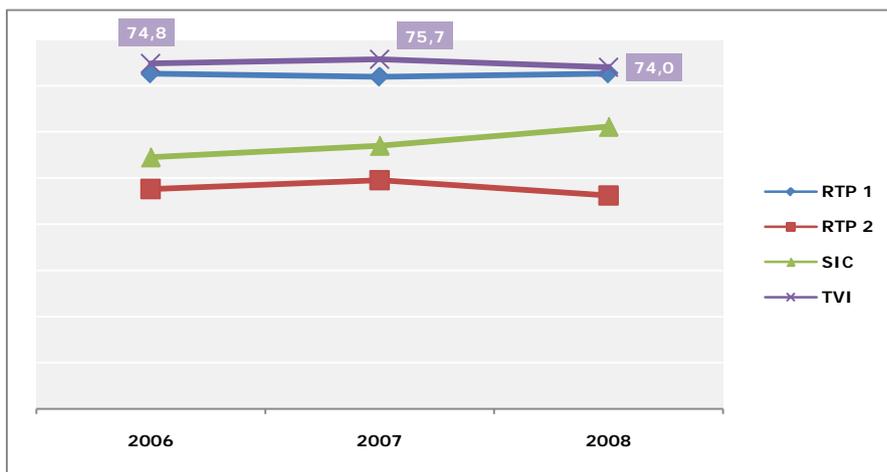
Fonte: ERC

As percentagens de programas de produção nacional subiram, em 2008, nos serviços de programas RTP1 e SIC; na RTP2 e na TVI, registaram-se quebras.

A RTP1 melhorou o seu resultado em 2008, tendo recuperado o valor alcançado em 2006, 72,6%. Quanto à RTP2, registou-se uma subida ligeira em 2007 e uma descida em 2008; o valor máximo do triénio foi atingido em 2007.

A SIC tem melhorado os seus resultados regularmente desde 2006 e a TVI, apesar de continuar com o valor mais elevado no conjunto dos serviços de programas e nos três anos consecutivos, desceu ligeiramente a sua percentagem em 2008.

FIG. 44 Programas de produção nacional – 2006/2008



Fonte: ERC

FIG. 45 Percentagens de programas de produção nacional independente – 2006/2008

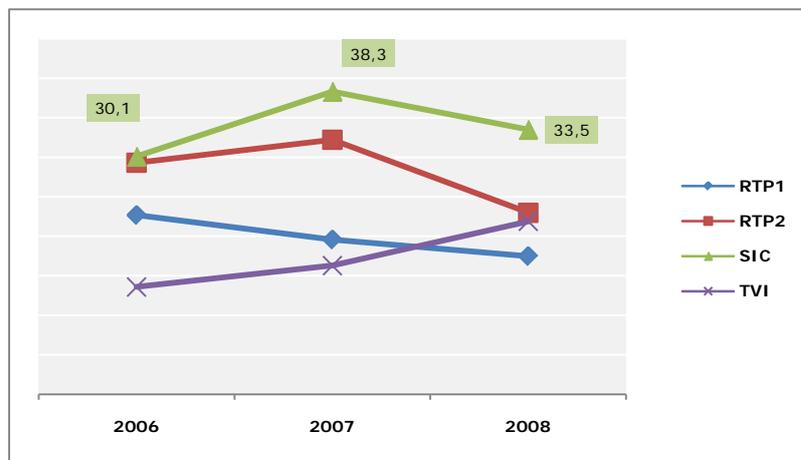
% Produção nacional independente				
Serviços de programas	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	22,7	19,6	17,5	-2,1
RTP2	29,3	32,2	23,0	-9,2
SIC	30,1	38,3	33,5	-4,8
TVI	13,6	16,3	21,9	5,6

Fonte: ERC

Nos três anos em análise, registaram-se variações positivas na TVI e negativas na RTP1; a RTP2 e a SIC subiram em 2007 e desceram em 2008. Quanto ao biénio 2007/2008, ocorreram descidas nos serviços RTP1, RTP2 e SIC e a única subida registada situou-se na TVI.

O serviço TVI foi o único a registar progressos, assinalando-se um crescimento percentual nos três anos analisados, apesar de ainda estar aquém da SIC, serviço que alcançou os melhores resultados, superiores a 30%.

FIG. 46 Programas de produção nacional independente – 2006/2008



Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

No que respeita à difusão de **programas originariamente em língua portuguesa**, os operadores televisivos sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, nos termos do artigo 44º da Lei da Televisão, que tem por objectivo a defesa da língua.

No que respeita à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, evidenciaram-se os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional, RTP África, SIC Internacional e SPORT TV África, ultrapassando a percentagem de 50% a que estão obrigados, com valores superiores a 90%. Os serviços generalistas RTP1, SIC e TVI ultrapassaram os 70%, com destaque para o primeiro serviço de programas do serviço público, que foi além dos 80%. Os serviços temáticos de informação, RTPN, SIC Notícias, RNTV e PORTO CANAL, ultrapassaram largamente o valor estipulado, com valores superiores a 89%. Quanto aos serviços de programas dedicados ao desporto somente a SPORT TV 3 ficou aquém do valor preconizado. Por último, registaram-se resultados pouco expressivos nos serviços temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos, cujos resultados se situaram entre 1% e 5%, devido ao facto de a emissão destes serviços se dedicarem sobretudo a programas de ficção norte-americanos.

Quanto aos programas originariamente em língua portuguesa de natureza criativa, aos quais deve ser reservado um mínimo de 20% da totalidade da emissão, o valor mais elevado, no conjunto dos serviços de programas generalistas, foi obtido pela SIC, mais de 50%, tendo os serviços RTP1, RTP2 e TVI ultrapassado os 30%. Os serviços temáticos de cariz informativo, RTPN, SIC Notícias, RNTV e PORTO CANAL, dedicaram mais de 20% a este tipo de programas, uma vez que grande parte das suas emissões é ocupada com entrevistas,

debates e reportagens. Dos serviços de programas dedicados ao desporto, somente a SPORT TV 2 não atingiu a quota prevista na Lei. Os serviços temáticos de cinema e séries mantiveram percentagens inexpressivas também neste item.

A produção nacional proveniente de produtores independentes, apurada com o objectivo de observar o dinamismo da produção audiovisual, obteve os valores mais elevados nos serviços de vocação internacional, SIC Internacional e RTP África, com valores superiores a 34%. No conjunto dos serviços generalistas, a SIC obteve o melhor resultado, 34%. Os serviços de programas do operador RNTV e do operador ZON dedicaram tempo escasso da sua emissão à produção nacional independente.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

1. Nota introdutória

1.1 Objectivos

Os operadores televisivos 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 do disposto na Lei da Televisão (Ltv) e na Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” (SCSA).

FIG. 1 Quotas de difusão de obras de produção europeia

Difusão de Audiovisuais – Produção Europeia	Quotas
Produção europeia (art.º 45º da Ltv e 4º da Directiva SCSA)	Mais de 50%
Produção independente recente (art.º 46º da Ltv)	Mínimo 10%
Produção independente (art.º 5º da Directiva SCSA)	Mínimo 10%
Produção recente (art.º 5º da Directiva SCSA)	% adequada

Fonte: ERC

Os operadores de televisão “estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (...) todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas”, de acordo com o dever de informação determinado no artigo 49º da Lei da Televisão.

A avaliação do seu desempenho é objecto de relatório anual, cujos resultados são apresentados à Comissão Europeia, de dois em dois anos, conforme o disposto no n.º 2 do artigo 4º da Directiva SCSA.

Esta análise tem como suporte as “Novas Orientações para o acompanhamento da aplicação dos artigos 4º e 5º da Directiva Televisão Sem Fronteiras (TSF), de 11 de Junho de 1999”³⁰, o “Manual de Classificação” elaborado pela ERC e ainda os critérios de aplicação, expressos no artigo 47º da Lei da Televisão.

1.2. Critérios e Metodologia

Neste capítulo são analisados os resultados obtidos nos serviços de programas detidos pelos operadores RTP, SIC, TVI, ZON Conteúdos e RNTV (figura 2), no ano 2008.

Os valores apurados incidiram, pela primeira vez, sobre o universo total da emissão do ano e não em amostras de períodos regulares, como anteriormente.

Esta alteração foi possível com a criação do “Portal TV-ERC”, implementado pela Entidade Reguladora no início de 2008, permitindo aos operadores disponibilizar a informação das emissões dos seus serviços, no que respeita à difusão de obras audiovisuais e possibilitando, também, alargar a análise a um maior número de serviços de programas, designadamente, aos temáticos de cinema e séries.

Apresentam-se, ainda, os valores dos anos anteriores, a fim de avaliar a evolução do comportamento, no triénio 2006 a 2008, dos serviços de acesso não condicionado livre.

Tendo em consideração as orientações para o acompanhamento da aplicação da Directiva TSF, acima referidas, os artigos 4º e 5º da Directiva SCSA não se aplicam a serviços que difundem conteúdos que não relevam para estes apuramentos, designadamente, os serviços temáticos de notícias e desporto e os de cobertura local (no sentido de sub-regional).

Os serviços de informação, RTPN, SIC Notícias, PORTO CANAL e RNTV e os serviços de desporto da SPORT TV não se dedicam exclusivamente a uma temática, daí a inclusão dos seus valores no relatório e, atendendo também a que a ERC, no âmbito do projecto Portal TV, possui aqueles dados, entende-se que a sua inclusão no relatório de regulação tem utilidade como contributo para o conhecimento mais alargado da situação do audiovisual em Portugal.

³⁰ http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/twvf/eu_works/controle45_en.pdf

FIG. 2 Operadores de televisão e serviços de programas analisados

Operadores de Televisão	Serviços de Programas
<p>RTP - Rádio e Televisão de Portugal</p>	<p>RTP1</p> <p>RTP2</p> <p>RTP Internacional</p> <p>RTP África</p> <p>RTP Memória</p> <p>RTPN</p> <p>RTP Madeira</p> <p>RTP Açores</p>
<p>SIC - Sociedade Independente de Comunicação</p>	<p>SIC</p> <p>SIC Internacional</p> <p>SIC Radical</p> <p>SIC Mulher</p>
<p>TVI - Televisão Independente</p>	<p>TVI</p>
<p>ZON Conteúdos – Actividade de televisão e de Produção de Conteúdos</p>	<p>TV Cine1</p> <p>TV Cine2</p> <p>TV Cine3</p> <p>TV Cine4</p> <p>MOV</p>
<p>Lisboa TV</p>	<p>SIC Notícias</p>
<p>SPORT TV</p>	<p>SPORT TV1</p> <p>SPORT TV2</p> <p>SPORT TV3</p> <p>SPORT TV ÁFRICA</p>
<p>Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação</p>	<p>PORTO CANAL</p>
<p>RNTV - Região Norte Televisão</p>	<p>RNTV</p> <p>mvm</p>

Fonte: ERC

1.3. Definições

Para efeitos da leitura do presente relatório, apresentam-se algumas definições de termos utilizados:

- **Operador de televisão** - A pessoa colectiva responsável pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitada para o exercício da actividade de televisão (alínea f) do n.º 1 do artigo 2º da Lei da Televisão).
- **Serviço de programas televisivo** - O conjunto sequencial e unitário de programas fornecidos por um operador de televisão.
- **País de origem da produção** - País onde foi produzido o programa.
- **Obras europeias** - as produções nacionais e de co-produção de criação (ficção, séries, telenovelas, filmes, documentários, programas artísticos e didácticos), de acordo com os requisitos fixados no artigo 6º da Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”:
 - As obras originárias de Estados membros;
 - As obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa, ou seja, as obras realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados acima referidos e satisfaçam uma das três condições seguintes:
 - i) serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados ou
 - ii) a produção dessas obras ser supervisionada e efectivamente controlada por um ou por mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados ou
 - iii) a contribuição dos co-produtores desses Estados para o custo total da co-produção ser maioritária e a co-produção não ser controlada por um mais produtores estabelecidos fora desses Estados.
- As obras produzidas ao abrigo de tratados bilaterais de co-produção celebrados entre Estados membros e países terceiros, (...) sempre que caiba aos co-produtores comunitários a parte maioritária do custo total da sua produção e esta não seja controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora do território dos Estados membros (ver alínea n) do n.º 2 do artigo 1º da Directiva 2007/65/CE, de 11 de Dezembro).
- **Produção independente** - Obras concebidas por produtores independentes.

- **Produtor/produtora** - Entidade que tem a iniciativa e a responsabilidade da concepção da obra e reúne os meios artísticos e técnicos necessários à produção da obra audiovisual ou cinematográfica.
- **Produtor independente** - A pessoa colectiva cuja actividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais, desde que se verifiquem os requisitos previstos na alínea g) do n.º 1 do artigo 2º da Lei da Televisão.
- **Ano da produção** - Ano em que a obra é produzida, fixando-se como data relevante a do fim da produção ou, no caso da produção nacional, o ano a que corresponde o *copywrite* que é declarado.

2. Produção Europeia e Produção Independente

De acordo com o artigo 45º da Lei da Televisão, os operadores de televisão devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na programação dos seus serviços, uma vez deduzido o tempo dedicado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto.

Nos termos do artigo 46º da referida Lei, os serviços de programas devem, ainda, assegurar que pelo menos 10% da respectiva programação, com exclusão dos tempos anteriormente referidos, sejam preenchidos através da difusão de obras europeias, provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, produzidas há menos de cinco anos.

2.1. Produção Europeia

RTP

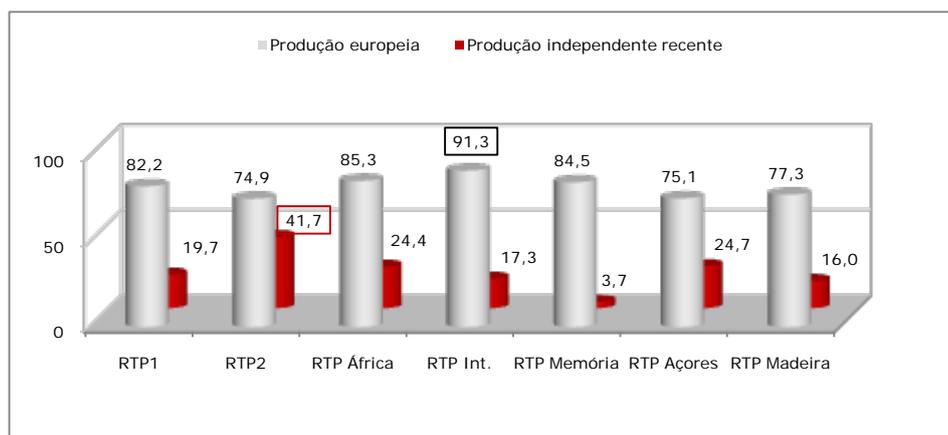
FIG. 3 Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
RTP1	82,2	19,7
RTP2	74,9	41,7
RTP África	85,3	24,4
RTP Internacional	91,3	17,3
RTP Memória	84,5	3,7
RTP Açores	75,1	24,7
RTP Madeira	77,3	16,0

Fonte: ERC

O operador de serviço público RTP dedicou uma percentagem maioritária de obras de produção europeia em todos os seus serviços de programas, situando-se os valores entre 74,9%, na RTP2, e 91,3%, na RTP Internacional; neste serviço, praticamente todos os programas exibidos são de origem nacional, elevando, assim, o seu resultado.

FIG. 4 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

SIC

FIG. 5 Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

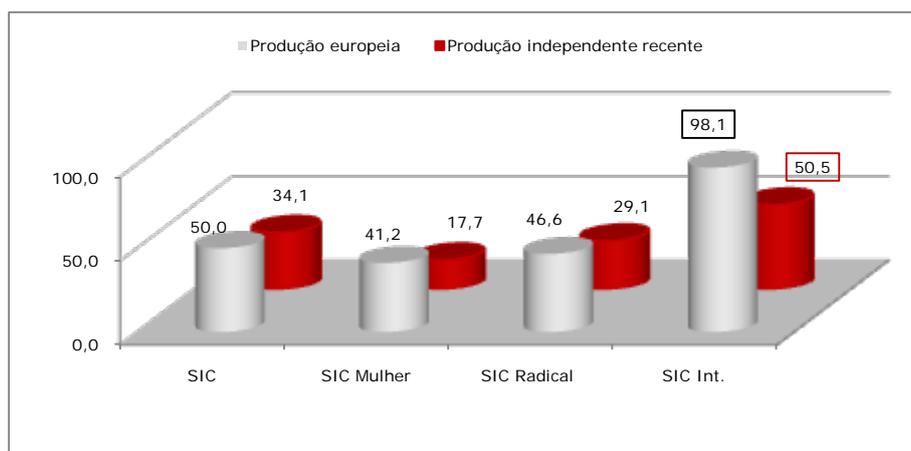
Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
SIC	50,0	34,1
SIC Mulher	41,2	17,7
SIC Radical	46,6	29,1
SIC Internacional	98,1	50,5

Fonte: ERC

O operador SIC só alcançou uma percentagem maioritária de obras europeias no seu serviço internacional, ultrapassando largamente o previsto, com 98,1%.

O serviço de programas generalista SIC ficou no limiar da quota exigida, com 50% (49,98%); os outros serviços ficaram aquém do valor mínimo exigido: a SIC Mulher, com 41,2%, e a SIC Radical, com 46,6%, valores que decorrem do volume de horas dedicado à exibição de séries de origem americana.

FIG. 6 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

TVI

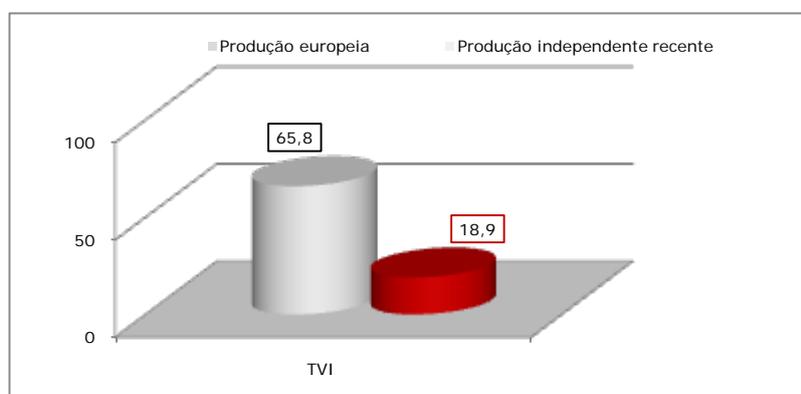
FIG. 7 Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

Serviço de programas	Produção europeia	Produção independente recente
TVI	65,8	18,9

Fonte: ERC

O operador TVI superou a quota prevista, tendo transmitido 65,8% de obras de produção europeia, para o que contribuiu a produção de ficção do próprio operador, com novelas e séries juvenis, que ocuparam grande parte da sua programação.

FIG. 8 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

ZON Conteúdos

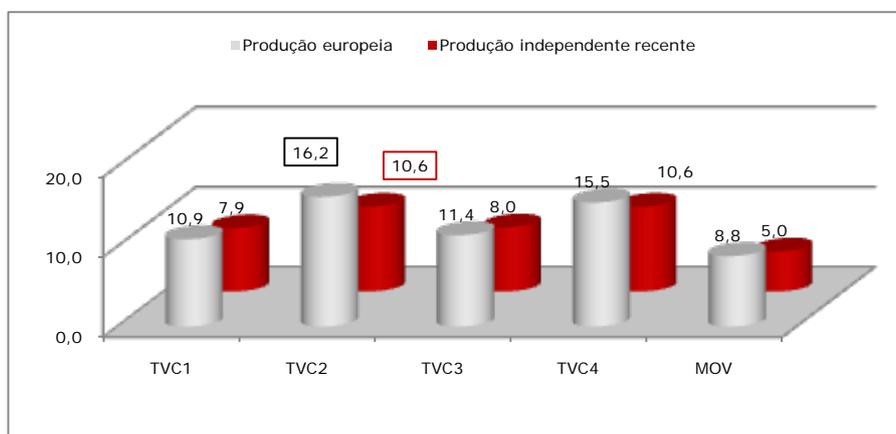
FIG. 9 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
TV C1	10,9	7,9
TVC2	16,2	10,6
TVC3	11,4	8,0
TVC4	15,5	10,6
MOV	8,8	5,0

Fonte: ERC

O operador ZON Conteúdos apresenta, pela primeira vez, dados dos seus serviços de programas. Os valores variaram entre 8,8%, no canal MOV, e 16,2%, no TV Cine 2, percentagens baixas dadas as características dos conteúdos destes serviços, cuja lógica de programação assenta na transmissão de obras cinematográficas e séries predominantemente de origem americana.

FIG. 10 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

Nestes serviços, são considerados os critérios de aplicação das normas que fixam percentagens em matéria de difusão de obras audiovisuais tendo em conta “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão”, nos termos do n.º 1 do artigo 47º da Lei da Televisão.

RNTV – Região Norte Televisão

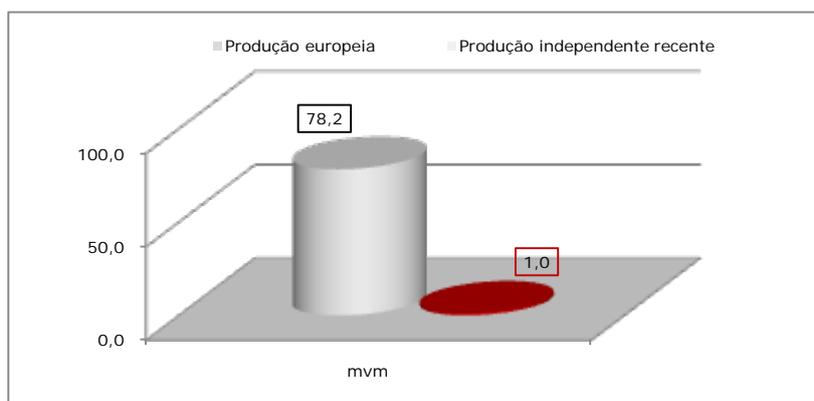
FIG. 11 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
mvm	78,2	1,0

Fonte: ERC

O serviço de programas do operador RNTV – Região Norte Televisão, dedicado à moda, vídeo e música, mvm, consagrou uma percentagem maioritária de obras europeias na respectiva programação, 78,2%.

FIG. 12 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

Seguidamente, apresentam-se os valores referentes aos serviços temáticos de notícias, RTPN, SIC Notícias, PORTO CANAL e RNTV e aos de desporto, SPORT TV1, SPORT TV2, SPORT TV3 e SPORTV ÁFRICA, que, como já salientado, são um contributo para a avaliação da situação do audiovisual em Portugal.

RTPN

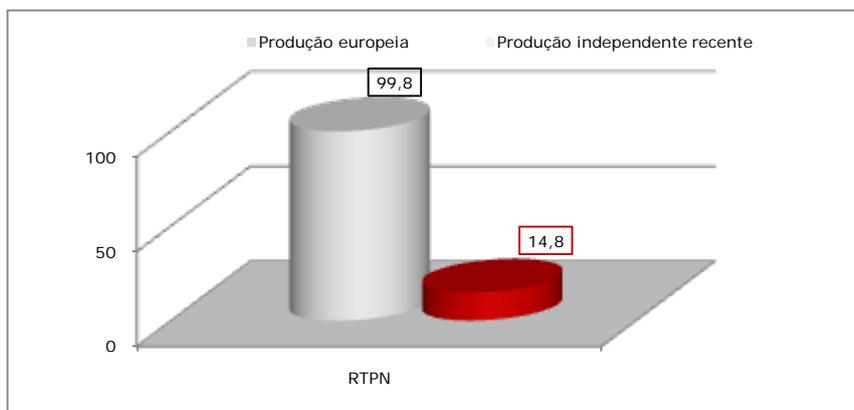
FIG. 13 Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

Serviço de programas	Produção europeia	Produção independente recente
RTPN	99,8	14,8

Fonte: ERC

O serviço de programas RTPN apresentou um valor elevado de programas de produção europeia, 99,8%, pois praticamente todos os programas exibidos, além das reportagens e documentários, não relevam para este apuramento.

FIG. 14 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

Lisboa TV

FIG. 15 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviço de programas	Produção europeia	Produção independente recente
SIC NOTÍCIAS	90,8	44,9

Fonte: ERC

O serviço de programas SIC Notícias atingiu uma percentagem de obras de produção europeia elevada, muito superior ao previsto no normativo, 90,8%, valor que se deve à natureza informativa deste serviço que preenche a maior parte da sua emissão com programas de exclusão para cálculo desta quota.

FIG. 16 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

SPORT TV

FIG. 17 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
SPORT TV1	68,7	28,5
SPORT TV2	44,2	26,7
SPORT TV3	14,4	11,2
SPORT TV ÁFRICA	99,2	40,7

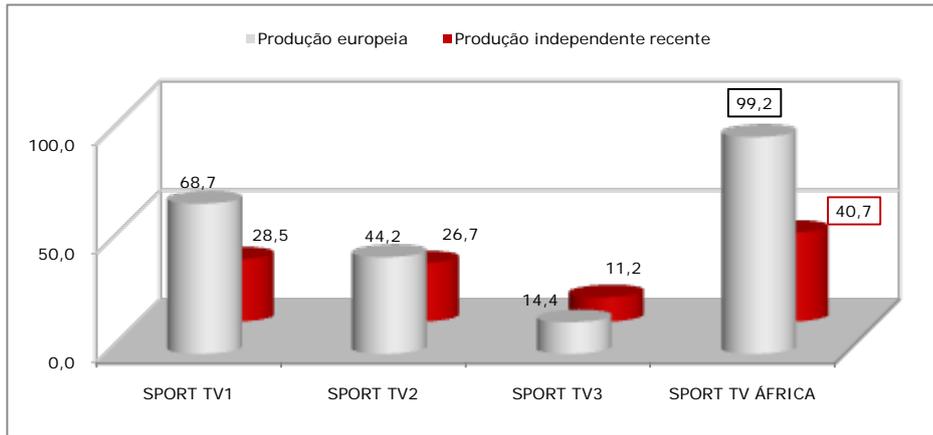
Fonte: ERC

O operador SPORT TV, que detém os serviços de temática desportiva, iniciou as emissões de dois novos serviços, SPORT TV3 e SPORT TV ÁFRICA, em 2008, respectivamente, a 1 de Junho e a 1 de Agosto.

Este operador apresentou valores que ultrapassaram a quota maioritária de obras de produção europeia no serviço SPORT TV1, com 68,7%, e no serviço de âmbito internacional, SPORT TV ÁFRICA, com 99,2%, enquanto os serviços SPORT TV2 e SPORT TV3 ficaram abaixo do valor previsto.

Contudo, deve ser considerada a natureza temática dos serviços, de acordo com o disposto no artigo 47º da LTV, uma vez que estes serviços disponibilizam, além de programas dedicados a várias modalidades, como reportagens e documentários, essencialmente transmissões em directo das competições nacionais e internacionais.

FIG. 18 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação

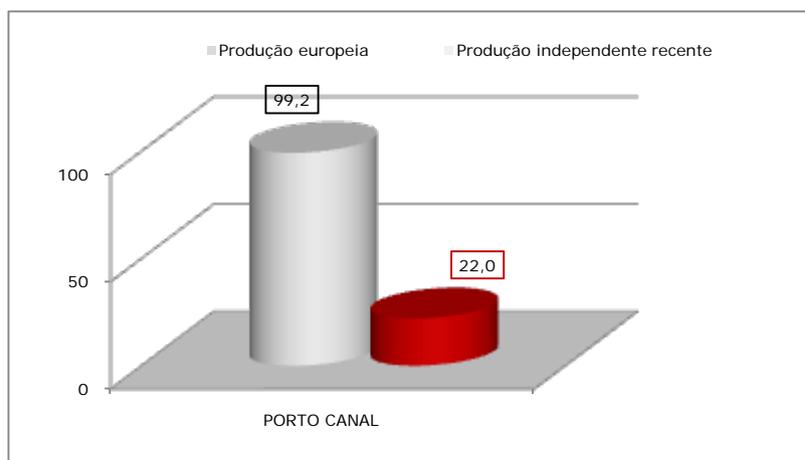
FIG. 19 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviço de programas	Produção europeia	Produção independente recente
PORTO CANAL	99,2%	22,0%

Fonte: ERC

O serviço de programas PORTO CANAL, do operador Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, apresentou um valor elevado de obras de produção europeia, 99,2%. Tal se deve ao facto de a maioria dos programas transmitidos serem de informação, ou seja, não são contabilizados para este apuramento, fazendo aumentar a percentagem de produção europeia.

FIG. 20 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

RNTV – Região Norte Televisão

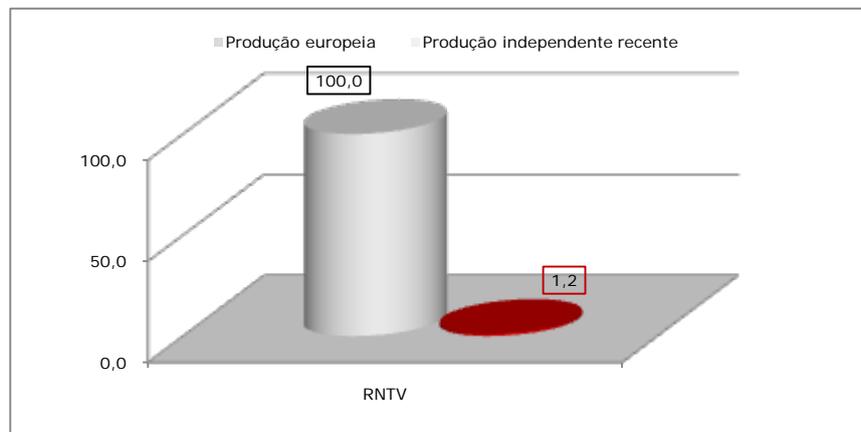
FIG. 21 Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços de programas	Produção europeia	Produção independente recente
RNTV	100,0	1,2

Fonte: ERC

O serviço de programas de informação do operador RNTV – Região Norte Televisão, RNTV, atingiu a percentagem absoluta de obras de produção europeia, uma vez que a programação relativa a informação, desporto e entrevistas não releva para este cálculo.

FIG. 22 Produção europeia e produção independente recente



Fonte: ERC

2.2. Produção Independente Recente

Relativamente à produção independente recente, os serviços de programas do operador RTP apresentaram resultados confortáveis. O valor mais elevado registou-se na RTP2, com 41,7% (figura 3). Como se compreende, a excepção ocorreu no serviço RTP Memória, cujo objectivo é promover “a divulgação do acervo documental” proveniente dos arquivos da RTP; assim se explica a baixa percentagem (3,7%) de obras europeias independentes, produzidas há menos de cinco anos, ali exibidas.

Os serviços de programas do operador SIC tiveram um bom desempenho, cumprindo e, nalguns casos, ultrapassando os valores mínimos exigidos, oscilando entre 17,7%, na SIC Radical, e 50,5%, na SIC Internacional (figura 5).

O serviço de programas do operador TVI consagrou 18,9% da sua programação à transmissão de produções europeias independentes recentes (figura 7).

Os serviços de programas do operador ZON Conteúdos exibiram uma percentagem baixa de obras de produção europeia, pelas razões atrás aduzidas; contudo, as obras transmitidas nos serviços TV Cine2 e TV Cine4 são praticamente todas recentes, situando-se nos 10,6%. Os canais MOV e TV Cine3 não atingiram o valor prescrito, registando somente 5% e 8%, respectivamente (figura 9). Vale também aqui, no entanto, a ressalva anteriormente feita, a respeito do universo temático destes serviços de programas.

O serviço de programas, mvm, do operador RNTV – Sociedade de Comunicação, transmitiu somente 1% de obras europeias independentes, produzidas há menos de cinco anos, pois a quase totalidade dos programas transmitidos são produzidos pelo operador.

Por último, são apresentados os valores dos serviços de informação, RTPN, SIC Notícias, PORTO CANAL e RNTV, e dos serviços de desporto do operador SPORT TV.

Os serviços de programas dedicados a informação, RTPN, SIC Notícias, PORTO CANAL e RNTV, transmitiram, respectivamente 14,8%, 44,9%, 22% e 1,2% de obras de produção independente recente (figuras 13, 15 e 19). No caso da RNTV, o valor é extremamente baixo, em virtude de os programas deste serviço serem produzidos pelo operador, como acontece com o serviço mvm.

O operador SPORT TV atingiu valores superiores aos 10% preconizados na Lei, em todos os seus serviços de programas (figura 17).

2.3. Produção Independente e Produção Recente

Nos termos dos artigos 4º e 5º da Directiva SCSA, os Estados membros deverão submeter à apreciação da Comissão Europeia, de dois em dois anos, um relatório sobre o desempenho dos serviços de programas dos operadores de televisão sob jurisdição de cada Estado.

Assim, de acordo com os critérios de aplicação do artigo 5º da referida Directiva, o relatório deverá apresentar as percentagens de obras europeias provenientes de produtores independentes, cuja quota mínima é de 10% do total da programação.

As obras recentes são apuradas no total da produção independente pois, de acordo com o citado artigo, os operadores devem reservar “uma percentagem adequada a obras recentes, isto é, difundidas num lapso de tempo de cinco anos após a sua produção”.

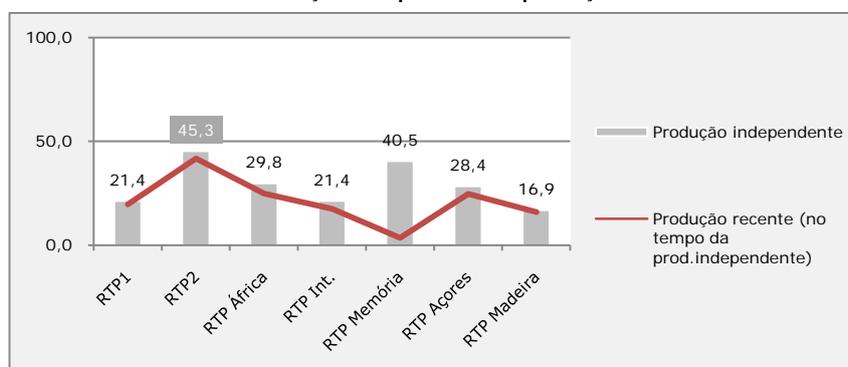
RTP

FIG. 23 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
RTP1	21,4	92,0
RTP2	45,3	92,2
RTP África	29,8	83,4
RTP Internacional	21,4	82,1
RTP Memória	40,5	8,8
RTP Açores	28,4	87,1
RTP Madeira	16,9	94,5

Fonte: ERC

FIG. 24 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

Os serviços de programas da RTP atingiram valores superiores ao mínimo de 10% estabelecido pela Directiva, que se situaram entre 21,4%, na RTP1 e na RTP Internacional, e 45,3%, na RTP2; incluíram uma percentagem adequada de obras recentes, variando entre 82,1%, na RTP Internacional, e 94,5%, na RTP Madeira.

Como atrás se salientou, a RTP Memória, pelo facto de apresentar obras de arquivo, registou uma percentagem baixa, tendo reservado 8,8% da sua programação à exibição de produções recentes entre os 40,5% de obras europeias de produção independente (fig.23).

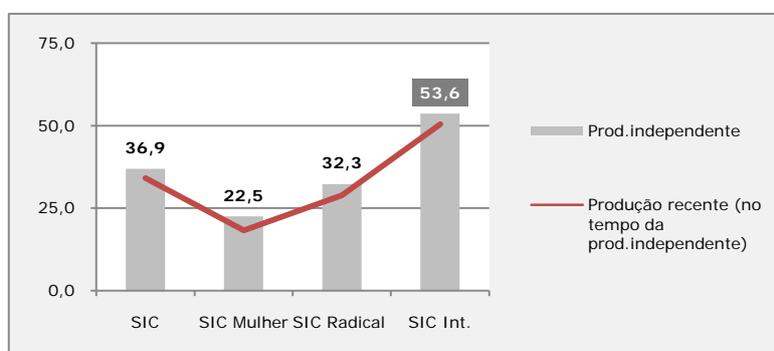
SIC

FIG. 25 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
SIC	36,9	92,3
SIC Mulher	22,5	81,1
SIC Radical	32,3	89,4
SIC Internacional	53,6	94,1

Fonte: ERC

FIG. 26 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

Os serviços de programas da SIC ultrapassaram os valores prescritos, variando entre 22,5%, na SIC Mulher, e 53,6%, na SIC Internacional.

Quanto às obras recentes, os serviços de programas deste operador apresentaram percentagens acentuadas; neste apuramento, os serviços onde se registaram os mínimos e os máximos foram a SIC Mulher e a SIC Internacional, com 81,1% e 94,1%, respectivamente.

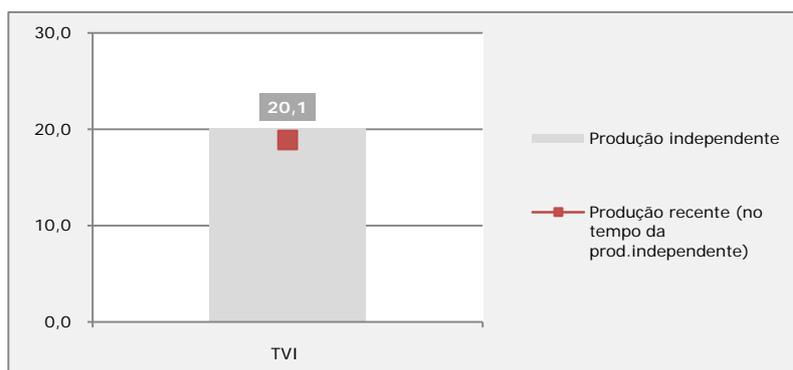
TVI

FIG. 27 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviço de programas	Produção independente	Produção recente
TVI	20,1	94,0

Fonte: ERC

FIG. 28 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

O serviço de programas TVI duplicou o mínimo previsto no que diz respeito ao tempo reservado à produção independente, sendo recentes quase todas as obras europeias exibidas neste serviço (94%).

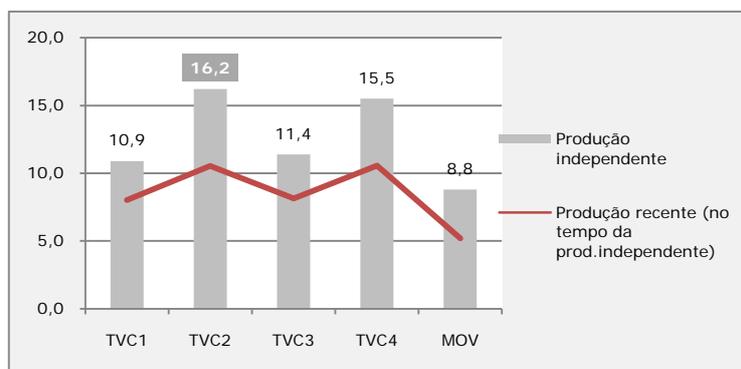
ZON Conteúdos

FIG. 29 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
TVC1	10,9	73,6
TVC2	16,2	65,0
TVC3	11,4	71,3
TVC4	15,5	68,1
MOV	8,8	59,1

Fonte: ERC

FIG. 30 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

Os serviços de programas da ZON Conteúdos reservaram à transmissão de produções independentes entre 8,8%, no serviço MOV, e 16,2%, no TV Cine2, valores que correspondem aos apurados para a produção europeia.

No que se refere à exibição de obras recentes, os valores oscilaram entre 59,1%, no MOV, e 73,6%, no TV Cine1 (figura 29).

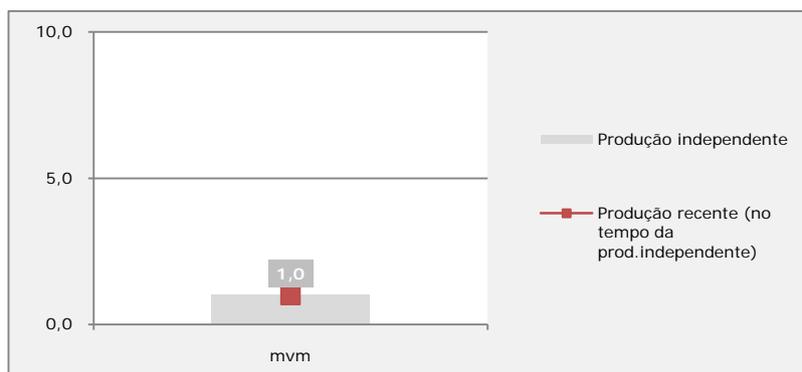
RNTV – Região Norte Televisão

FIG. 31 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
mvm	1,0	100,0

Fonte: ERC

FIG.32 - Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

O serviço de programas mvm transmitiu somente 1% de obras de produção independente, valor que corresponde à produção independente recente, pois foram produzidas há menos de cinco anos.

Os valores seguintes dizem respeito aos serviços temáticos de notícias, RTPN, SIC Notícias, PORTO CANAL e RNTV e aos de desporto, SPORT TV1, SPORTV 2, SPORT TV3 e SPORTV ÁFRICA, quanto à transmissão de obras de produção independente e de produção recente.

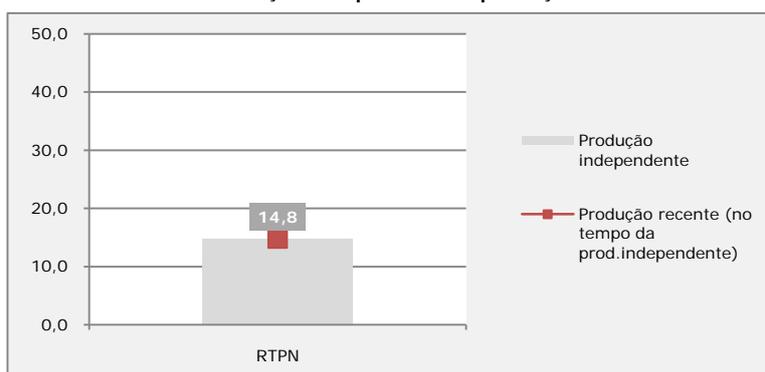
RTPN

FIG. 33 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviço de programas	Produção independente	Produção recente
RTPN	14,8	100,0

Fonte: ERC

FIG. 34 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

Este serviço de programas, apesar da sua temática ser informativa, transmitiu obras de produção independente, que ultrapassou o valor preconizado, com 14,8%. Estas obras apresentam uma grande actualidade, uma vez que todas foram produzidas há menos de cinco anos (100%).

Lisboa TV

FIG. 35 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviço de programas	Produção independente	Produção recente
SIC NOTÍCIAS	46,4	96,7

Fonte: ERC

FIG. 36 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

O serviço de programas SIC Notícias transmitiu 46,4% de obras de produção independente, sendo estas praticamente todas produzidas há menos de cinco anos (96,7%).

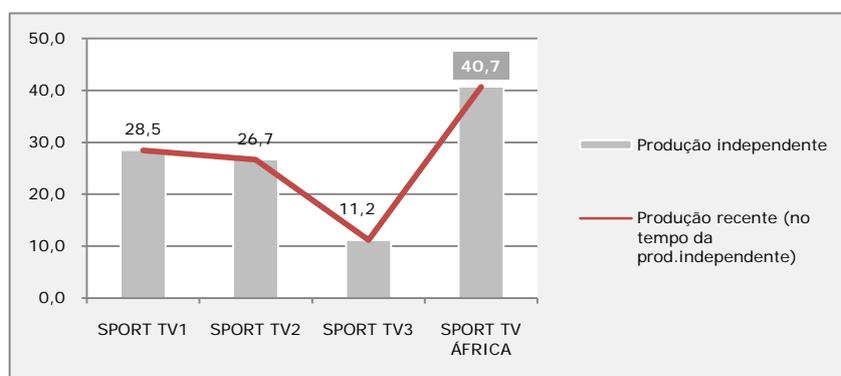
SPORT TV

FIG. 37 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
SPORT TV1	28,5	100,0
SPORT TV2	26,7	100,0
SPORT TV3	11,2	100,0
SPORT TV ÁFRICA	40,7	100,0

Fonte: ERC

FIG. 38 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

Os serviços de programas do operador SPORT TV transmitiram valores acima do previsto, que se situaram entre 11,2%, na SPORT TV3, e 40,7%, na SPORT TV ÁFRICA. Os dados apresentados para a produção recente, 100% em todos os serviços, revelam que todas as obras de produção independente são recentes.

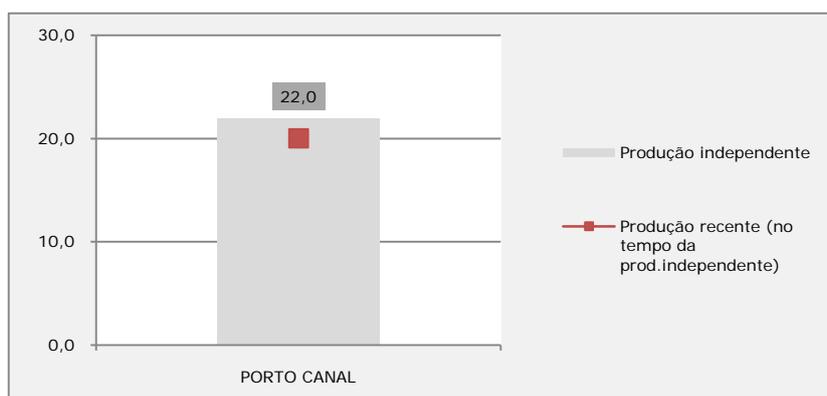
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação

FIG. 39 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviço de programas	Produção independente	Produção recente
PORTO CANAL	22,0%	99,7%

Fonte: ERC

FIG. 40 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

O serviço de programas do operador Avenida dos Aliados, PORTO CANAL, reservou 22,0% da sua programação a obras de produção independente, sendo praticamente de produção recente (99,7%).

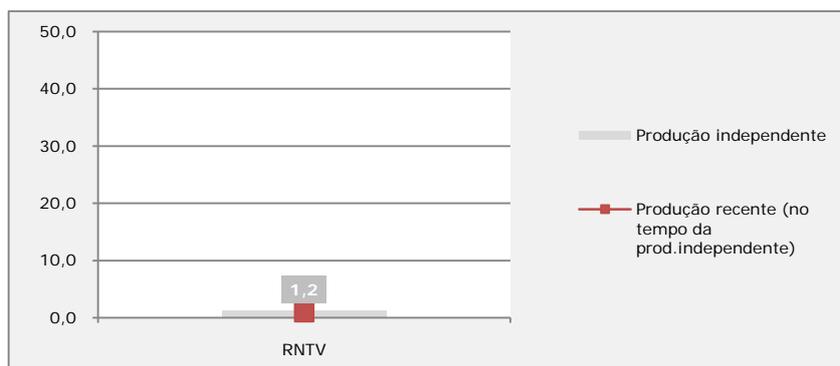
RNTV – Região Norte Televisão

FIG. 41 Percentagens de produção independente e de produção recente

Serviços de programas	Produção independente	Produção recente
RNTV	1,2%	80,0

Fonte: ERC

FIG. 42 Produção independente e produção recente



Fonte: ERC

A RNTV, serviço de programas de informação, transmitiu um valor pouco significativo, 1,2%, de obras de produção independente, mas de produção recente.

3. Evolução 2006/2008

Nesta análise, apresentam-se os valores do triénio 2006/2008, dos serviços de acesso não condicionado livre, bem como a comparação do ano em análise com o ano de 2007.

3.1. Produção Europeia

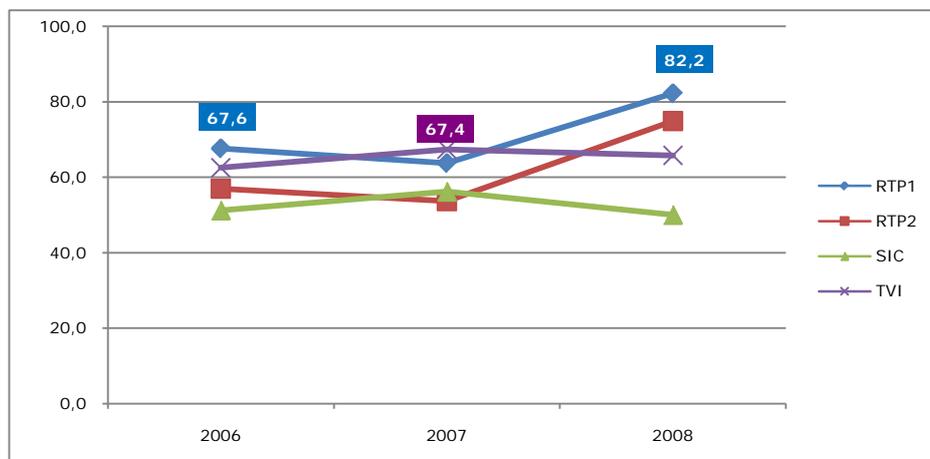
Na globalidade, observou-se que os quatro serviços em sinal aberto têm mantido um bom desempenho, com tendência de subida acentuada no operador de serviço público e de descida nos serviços privados, com a SIC a registar a maior quebra (figura 31).

FIG. 43 Produção europeia triénio 2006/2008 (%)

Serviços de programas	Produção europeia			
	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	67,6	63,7	82,2	18,5
RTP2	57,0	53,7	74,9	21,2
SIC	51,2	56,2	50,0	-6,2
TVI	62,5	67,4	65,8	-1,6

Fonte: ERC

FIG. 44 Evolução produção europeia 2006/2008



Fonte: ERC

Os serviços de programas do operador de serviço público apresentaram subidas em 2008, com variações de cerca de 19 pontos percentuais, na RTP1, e de 21, na RTP2, após a descida que se verificou em 2007.

A SIC incorporou na sua programação, em 2006 e 2007, uma percentagem maioritária de obras europeias, enquanto, no ano de 2008, sofreu uma descida de cerca de 6 pontos percentuais, situando-se, como já referido, no limiar da quota estabelecida.

A TVI apresentou uma ténue variação de -1,6%, se bem que, em 2007, tenha atingido o valor máximo do triénio.

3.2. Produção Independente Recente

No que se refere à produção independente recente, todos os serviços de programas de acesso não condicionado livre apresentaram valores acima do determinado, em 2008.

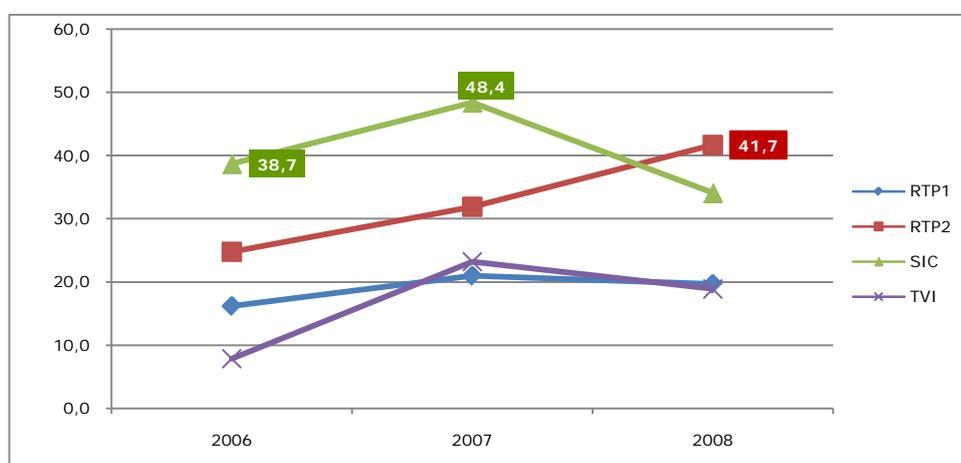
Cotejados os valores de 2007 com os de 2006, observa-se que os serviços registaram subidas na exibição deste tipo de obras, entre aqueles dois anos. Contudo, já o mesmo não se revelou se compararmos os anos de 2007 e 2008, onde se verificou uma redução nos serviços de programas RTP1, TVI e SIC, sendo mais acentuada neste último.

FIG. 45 Evolução produção independente recente triénio 2006/2008 (%)

Serviços de programas	Produção independente recente			
	2006	2007	2008	Var. 07/08
RTP1	16,2	21,0	19,7	-1,3
RTP2	24,8	31,9	41,7	9,8
SIC	38,7	48,4	34,1	-14,3
TVI	7,9	23,2	18,9	-4,3

Fonte: ERC

FIG. 46 Produção independente recente triénio 2006/2008



Fonte: ERC

Em 2008, apesar de todos os serviços de programas ultrapassarem a quota determinada na Lei da Televisão, só a RTP2 assinalou uma subida de quase dez pontos percentuais. As descidas ocorridas nos restantes serviços situaram-se entre 1,3%, na RTP1, e 14,3%, na SIC.

De referir o progresso alcançado no biénio 2007/2008 pelo serviço de programas TVI. Com efeito, em 2006 este serviço de programas não chegou a atingir a quota estabelecida.

Síntese Conclusiva

No que se refere à obrigação de **difusão de obras europeias**, consagrada nos termos do artigo 45º da Lei da Televisão, todos os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre alcançaram a quota maioritária exigida, destacando-se a RTP1, com mais de 80%. É de salientar que os serviços de programas televisivos de âmbito internacional,

RTP Internacional e SIC Internacional, ultrapassaram o valor já elevado da RTP1, atingindo valores superiores a 90%.

Confirmou-se, nos demais serviços de programas analisados – RTP África, RTP Memória, RTP Açores, RTP Madeira, RTPN, SIC Notícias, mvm, RNTv, PORTO CANAL, SPORT TV1 e SPORT TV África –, um cumprimento generalizado da quota maioritária de difusão de obras europeias.

Destacam-se, pela negativa, os serviços disponibilizados pelo operador ZON Conteúdos (TVCine 1, 2, 3, 4 e MOV), a SPORT TV2 e SPORT TV3, e a SIC Mulher e SIC Radical, nos quais a percentagem de difusão de obras europeias se encontra abaixo do limiar exigido pela Lei. Refira-se que, relativamente às percentagens baixas registadas nos serviços TVCine's, MOV e SPORT TV, há que atender à natureza temática dos serviços, o que nos termos do artigo 47º da LTV, deverá ser tido em conta na avaliação anualmente efectuada.

Relativamente à **produção independente**, foram efectuados apuramentos de acordo com a Lei da Televisão e com a Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”. O valor indicado na Lei da Televisão para a produção independente recente, 10%, foi ultrapassado pela generalidade dos serviços de programas, tendo a RTP2 obtido um dos valores mais elevados, 42%. No conjunto dos serviços temáticos dedicados a cinema e séries, apenas o TVCine2 e o TVCine4 atingiram a quota prevista. Dos demais serviços de programas analisados, concluiu-se que os serviços MOV, TV Cine3, mvm e RNTV não atingiram o valor estabelecido, bem como a RTP Memória, que apresentou uma percentagem baixa, em virtude de o seu objectivo ser o de promover a divulgação do acervo documental.

Foram, ainda, analisadas, nos termos do normativo comunitário - artigos 4º e 5º da referida Directiva -, as percentagens de difusão de obras europeias provenientes de produtores independentes, cuja quota mínima é de 10% do total da programação. As obras recentes são apuradas no total da produção independente pois, de acordo com o citado artigo, os operadores devem reservar “uma percentagem adequada a obras recentes, isto é, difundidas num lapso de tempo de cinco anos após a sua produção”.

Os serviços de programas analisados apresentaram resultados satisfatórios, tendo alcançado, na generalidade, a quota indicada. No que respeita a obras recentes de produtores independentes, grande parte das obras exibidas foram produzidas há menos de cinco anos, com excepção do serviço RTP Memória que exhibe obras de arquivo. Dos serviços analisados, apenas a mvm e a RNTV transmitiram valores pouco significativos de obras de produção independente, produzidas há menos de cinco anos.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. Nota Introdutória

Os deveres dos operadores de televisão, relativamente ao anúncio da programação dos seus serviços de programas, foram introduzidos com a publicação da nova Lei da Televisão, Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho, tendo a Entidade Reguladora iniciado a verificação do cumprimento deste normativo em Setembro de 2007, com referência inicial ao ano de 2008, o primeiro a ser abrangido, na sua totalidade, por este procedimento.

Nos termos do n.º 1 do artigo 29º da Lei da Televisão, “[o]s operadores devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação dos serviços de programas televisivos de que sejam responsáveis.”

Ainda de acordo com o n.º 2 do mesmo dispositivo legal, a “programação anunciada, assim como a sua duração prevista e horário de emissão, apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas”.

2. Metodologia

A fim de realizar uma adequada verificação do cumprimento destes deveres do operador, a Entidade procedeu à análise comparativa entre a programação anunciada pelo operador e a emissão diária.

O acompanhamento efectuado pela ERC, num período inicial, revelou a existência de níveis elevados de incumprimento desta obrigação, pelo que se entendeu oportuno implementar medidas que conduzissem a um maior cumprimento da programação anunciada pelos operadores.

Atendendo ainda a que esta matéria assume especial relevo no quotidiano dos telespectadores, a ERC sensibilizou os operadores para um maior cumprimento destes deveres, reconhecendo o importante papel das iniciativas de auto-regulação.

Para tal foram realizados encontros com os diversos operadores, no sentido de, em conjunto, serem criados mecanismos de controlo da emissão dos seus serviços, a fim de que a mesma corresponda às grelhas previamente anunciadas.

A Entidade Reguladora também sentiu a necessidade de criar uma ferramenta informática para a verificação do desempenho dos operadores, tendo sido implementada uma aplicação, designada “Análise das grelhas de programação”, que permite efectuar de forma ágil e eficaz a comparação entre a emissão real e o anúncio da programação.

A utilização plena desta aplicação informática, em Junho de 2008, conduziu à implementação de rotinas procedimentais, com vista à verificação diária das situações de desvios da programação anunciada, as quais passaram a ser consideradas justificadas ou não justificadas, tendo presentes os critérios de excepção definidos no n.º 3 do artigo 29º da Lei da Televisão³¹.

Assim, a metodologia de acompanhamento desta matéria sofreu alterações desde Junho de 2008, pelo que no ponto 3.3 são apresentados os casos de acordo com a nova perspectiva de análise.

Neste Relatório são abrangidos os quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI -, tendo sido excluídos dos resultados os desvios de valor inferior ou igual a três minutos.

Incluem-se, para além dos quadros descritivos, suporte de leitura, gráficos que possibilitam uma panorâmica geral do comportamento dos diversos operadores e uma avaliação da evolução ocorrida ao longo do ano 2008, bem como a sua comparação com período homólogo do ano anterior (4º trimestre de 2007).

3. Alterações da Programação Anunciada

3.1. Análise das Alterações dos Horários

Verificou-se que, no ano 2008, ocorreu um total de 1210 casos de alteração dos horários anunciados, dos quais 483 se referem a antecipação do horário da programação anunciada e 727 a diferimento.

FIG. 1 Programas exibidos antes e depois do horário anunciado

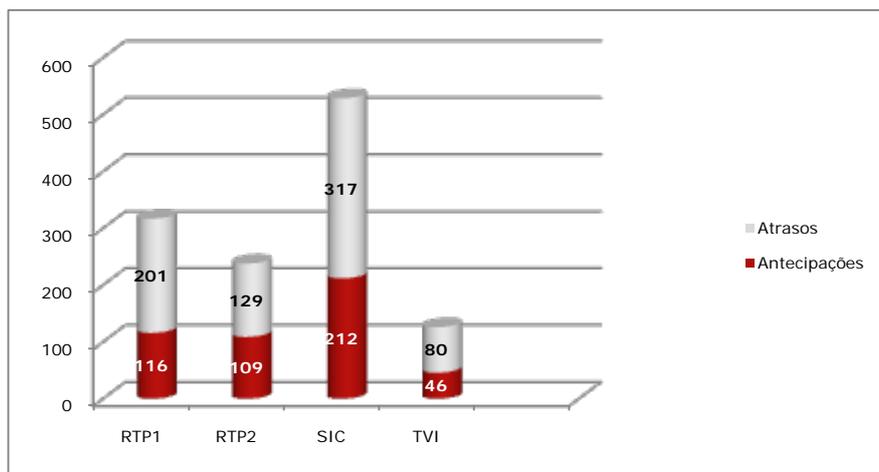
ANO 2008	Antes e depois do horário />3m				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Antecipações	116	109	212	46	483
Atrasos	201	129	317	80	727
TOTAL	317	238	529	126	1210

Fonte: ERC

Nas figuras seguintes, são apresentadas as ocorrências registadas no ano 2008, distribuídas pelos meses do ano e divididas em duas categorias: antes do horário (antecipações) e depois do horário (atrasos) previsto.

³¹ "A obrigação prevista (...) pode ser afastada quando a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior."

FIG. 2 Programas exibidos antes e depois do horário



Fonte: ERC

O mês em que ocorreram mais antecipações dos horários anunciados foi Janeiro, verificando-se um total de 168 ocorrências, merecendo particular destaque a descida significativa registada ao longo do ano, atingindo os valores mínimos nos meses de Novembro e de Dezembro, ambos com 5 casos.

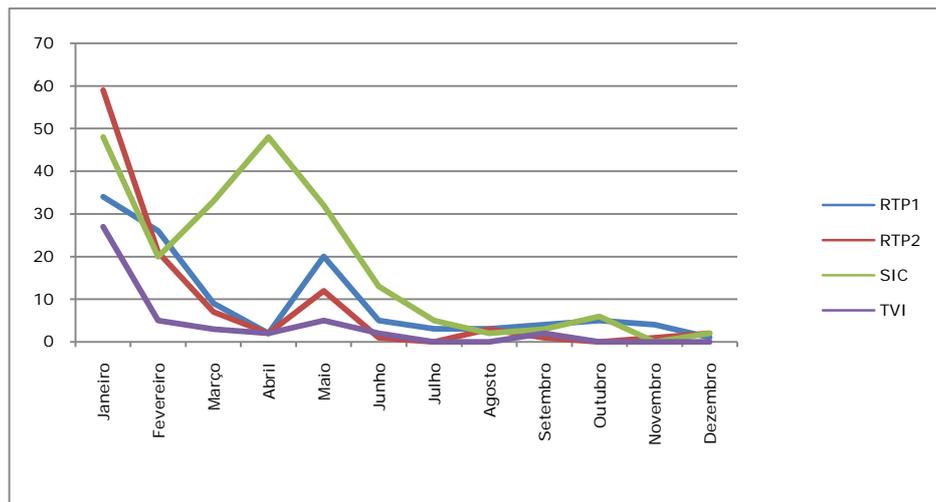
FIG. 3 Programas exibidos antes do horário anunciado – Evolução Jan./Dez. 08

Antes do horário / >3m					
MESES	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Janeiro	34	59	48	27	168
Fevereiro	26	21	20	5	72
Março	9	7	33	3	52
Abril	2	2	48	2	54
Mai	20	12	32	5	69
Junho	5	1	13	2	21
Julho	3	0	5	0	8
Agosto	3	3	2	0	8
Setembro	4	1	3	2	10
Outubro	5	0	6	0	11
Novembro	4	1	0	0	5
Dezembro	1	2	2	0	5

Fonte: ERC

A redução das irregularidades, ao longo do ano, foi transversal a todos os serviços de programas, sendo que, em Janeiro, a RTP1 teve 34 casos e, em Dezembro, apenas 1; a RTP2 desceu de 59 para 2; a SIC de 48 para 2 e a TVI de 27 para 0. Refira-se que, tal como em 2007, este foi o serviço de programas em que se registou o menor número de casos, quer por meses quer na totalidade do ano.

FIG. 4 Programas exibidos antes do horário



Fonte: ERC

O mês de Janeiro foi igualmente aquele em que ocorreram mais atrasos nos horários da programação anunciada, perfazendo um total de 160, número que foi reduzido para 17 casos, no último mês do ano.

FIG. 5 Programas emitidos depois do horário anunciado - Evolução Jan./Dez. 08

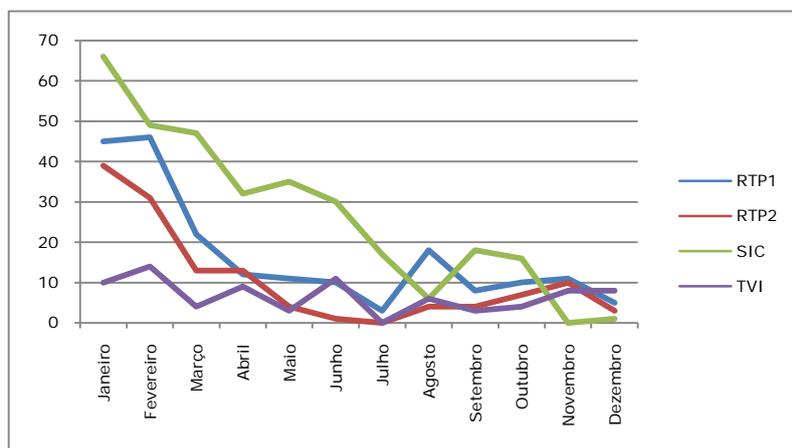
Depois do horário />3m					
MESES	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Janeiro	45	39	66	10	160
Fevereiro	46	31	49	14	140
Março	22	13	47	4	86
Abril	12	13	32	9	66
Maio	11	4	35	3	53
Junho	10	1	30	11	52
Julho	3	0	17	0	20
Agosto	18	4	6	6	34

Setembro	8	4	18	3	33
Outubro	10	7	16	4	37
Novembro	11	10	0	8	29
Dezembro	5	3	1	8	17

Fonte: ERC

Registou-se uma nítida redução das irregularidades, nos quatro serviços de programas, mais significativa na SIC, que desceu de 66 casos em Janeiro para apenas 1 em Dezembro; a RTP1, que registou o maior número de casos em Fevereiro, 46, desceu para 5 em Dezembro; a RTP2 desceu de 39 em Janeiro para 3 em Dezembro; e a TVI, serviço em que se registou o menor número de ocorrências na totalidade do ano, desceu de 14 casos, em Fevereiro, para 8, em Dezembro.

FIG. 6 Programas exibidos depois do horário



Fonte: ERC

Em suma, verificou-se que, no conjunto dos serviços de programas em análise, quer as antecipações, quer os atrasos, sofreram uma descida expressiva ao longo do ano, claramente indicadora dos progressos dos diversos operadores no cumprimento deste dever.

3.2. Análise das Alterações da Programação

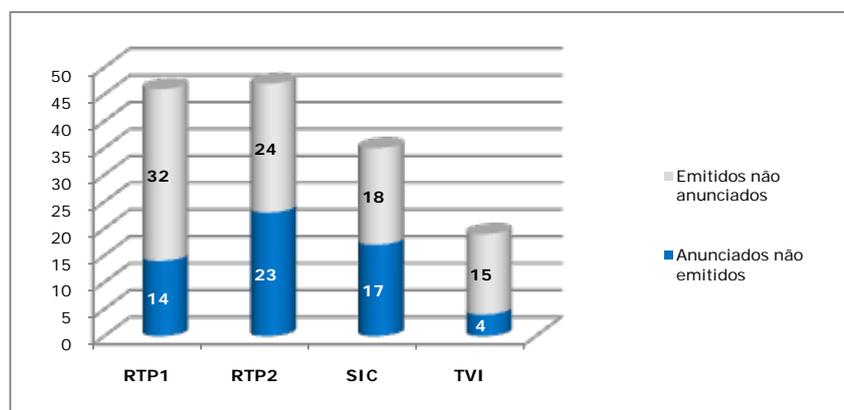
Verificou-se que, no ano 2008, ocorreu um total de 147 casos de alteração dos programas anunciados, que se referem a 58 programas anunciados e não exibidos e a 89 programas exibidos e não anunciados.

FIG. 7 Casos de alteração da programação

Alterações da programação/2008					
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Anunciados não emitidos	14	23	17	4	58
Emitidos não anunciados	32	24	18	15	89
TOTAL	46	47	35	19	147

Fonte: ERC

FIG. 8 Alteração da programação



Fonte: ERC

Nas figuras seguintes, são apresentadas as ocorrências registadas no ano 2008, distribuídas pelos meses do ano e divididas em duas categorias: programas anunciados e não exibidos e programas exibidos não anunciados.

Verificou-se que, tal como aconteceu com o cumprimento dos horários, também no que se refere à alteração da programação anunciada, ocorreu uma significativa redução das irregularidades, ao longo do ano 2008, no conjunto dos serviços analisados.

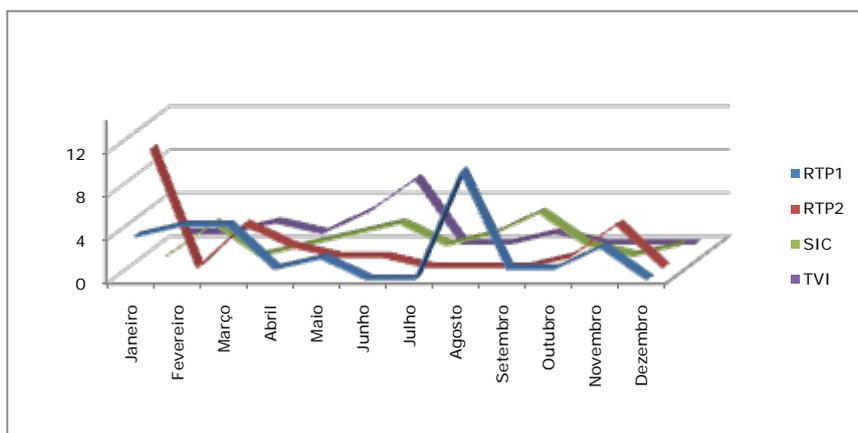
FIG. 9 Programas emitidos e não anunciados – Evolução Jan./Dez. 08

Programas exibidos não anunciados					
MESES	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Janeiro	4	11	0	1	16
Fevereiro	5	0	3	1	9
Março	5	4	0	2	11
Abril	1	2	1	1	5

Maio	2	1	2	3	8
Junho	0	1	3	6	10
Julho	0	0	1	0	1
Agosto	10	0	2	0	12
Setembro	1	0	4	1	6
Outubro	1	1	1	0	3
Novembro	3	4	0	0	7
Dezembro	0	0	1	0	1
TOTAL	32	24	18	15	89

Fonte: ERC

FIG. 10 Programas emitidos e não anunciados



Fonte: ERC

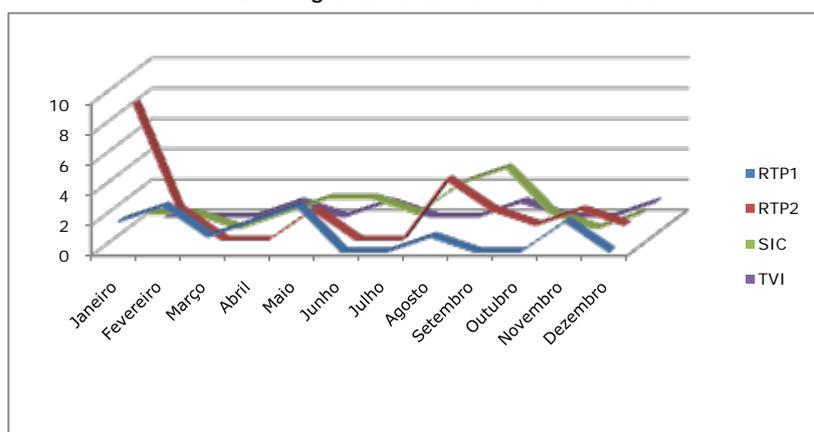
Registou-se um total anual de 89 casos de programas emitidos não anunciados (figura 9), tendo ocorrido o maior número no mês de Janeiro, 16; o ano finalizou com apenas 1 situação, número também registado em Julho. A maioria das situações ocorreu na RTP1 e RTP2 e o serviço em que se registou o menor número de casos foi a TVI.

FIG. 11 - Programas anunciados não emitidos – Evolução Jan./Dez. 08

Programas anunciados não exibidos					
MESES	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL
Janeiro	2	9	1	0	12
Fevereiro	3	2	1	0	6
Março	1	0	0	0	1
Abril	2	0	1	1	4
Maio	3	2	2	0	7
Junho	0	0	2	1	3
Julho	0	0	1	0	1
Agosto	1	4	3	0	8
Setembro	0	2	4	1	7
Outubro	0	1	1	0	2
Novembro	2	2	0	0	4
Dezembro	0	1	1	1	3
TOTAL	14	23	17	4	58

Fonte: ERC

FIG. 12 - Programas anunciados não emitidos



Fonte: ERC

No que respeita aos programas anunciados e não emitidos, registou-se um total de 58 casos (figura 11); o maior número de situações, 12, ocorreu no mês de Janeiro e o menor nos meses de Março e Julho, tendo o ano terminado com 3 casos.

3.3. Análise dos Casos Junho 2008/Dezembro 2008

Tal como referido anteriormente, no ponto relativo a critérios e metodologia, as situações de desvios da programação anunciada passaram a sofrer uma nova abordagem de maior rigor e exigência.

No período de Junho a Dezembro de 2008, ocorreu um total de 290 desvios, dos quais 141 foram considerados justificados e 149 não justificados (figura 13). No mês de Agosto, registou-se o número mais elevado de alterações de horários consideradas justificadas, 30, que, na sua grande maioria, 20, ocorreram na RTP1: estas situações relacionaram-se com transmissões em directo de eventos desportivos, nomeadamente, os Jogos Olímpicos de Pequim, e de blocos de informação de última hora.

FIG. 13 Alterações dos horários da programação – Casos ocorridos entre Jun./Dez. 08

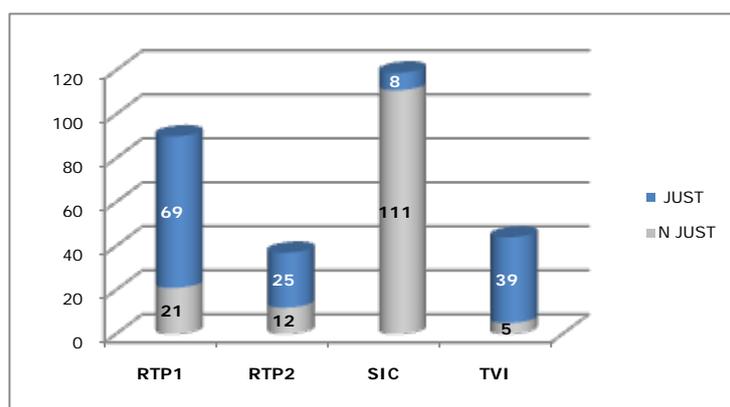
Alteração de horários										
MESES	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL JUST	RTP1	RTP2	SIC	TVI	TOTAL N JUST
	JUST	JUST	JUST	JUST		N JUST	N JUST	N JUST	N JUST	
Junho	11	0	3	13	27	4	2	40	0	46
Julho	4	0	4	0	8	2	0	18	0	20
Agosto	20	4	0	6	30	1	3	8	0	12
Setembro	2	0	0	1	3	10	5	21	4	40
Outubro	15	7	1	4	27	0	0	21	0	21
Novembro	11	9	0	7	27	4	2	0	1	7
Dezembro	6	5	0	8	19	0	0	3	0	3
TOTAL	69	25	8	39	141	21	12	111	5	149

Fonte: ERC

A RTP1 foi o serviço em que foi justificado o maior número de casos, 69, seguindo-se a TVI, com 39, a RTP2 com 25 e a SIC com 8 casos.

Por outro lado, considerando ainda o período acima referido, o serviço de programas que conheceu mais alterações não justificadas foi a SIC, com 111 casos, logo seguido do primeiro serviço de programas do operador de serviço público, com 21 alterações não justificadas.

FIG. 14 Alterações dos horários da programação – Jun./Dez. 08



Fonte: ERC

Analisadas as situações de alteração dos programas anunciados (figura 15), entre Junho e Dezembro de 2008, a ERC considerou devidamente justificados, face ao normativo legal, 47 casos num total de 65. Agosto foi o mês em que foram justificadas mais situações, 16, na sua maioria na RTP1, 11.

No serviço de programas SIC, ocorreu o número mais elevado de situações não justificadas, 15; na TVI, não foram justificadas 2 e, na RTP2, apenas 1; os 18 casos ocorridos na RTP1 foram considerados justificados na sua totalidade.

FIG. 15 Alterações da programação – Casos ocorridos entre Jun./Dez. 08

Alteração da programação										
	RTP1	RTP2	SIC	TVI		RTP1	RTP2	SIC	TVI	
MESES	JUST	JUST	JUST	JUST	TOTAL JUST	N JUST	N JUST	N JUST	N JUST	TOTAL N JUST
Junho	0	1	2	7	10	0	0	3	0	3
Julho	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Agosto	11	4	1	0	16	0	0	4	0	4
Setembro	1	2	4	0	7	0	0	4	2	6
Outubro	1	2	0	0	3	0	0	2	0	2
Novembro	5	6	0	0	11	0	0	0	0	0
Dezembro	0	0	2	1	3	0	1	0	0	1
TOTAL	18	15	7	7	47	0	1	15	2	18

Fonte: ERC

4. Evolução 4º Trimestre 2007 - 4º Trimestre 2008

Face aos elementos agora disponíveis, importa conhecer a evolução verificada em dois momentos homólogos.

Comparando os resultados do último trimestre de 2008 com o mesmo do ano anterior, observa-se uma expressiva redução de casos de alterações da programação. Nas figuras seguintes, são confrontados os valores relativos a ambos os trimestres, quer no que respeita a alterações de horários anunciados, quer a alterações de programas.

FIG. 16 Alterações dos horários – Evolução 4º trim. 07/4º trim. 08

Antecipações				
Serviço de programas	4º TRIM/07	4º TRIM/08	Var.(nº)	Var. (%)
RTP1	101	10	-91	▼ 90
RTP2	191	3	-188	▼ 98
SIC	173	8	-165	▼ 95
TVI	41	0	-41	▼ 100
TOTAL	506	21	-485	▼ 96

Fonte: ERC

Verificou-se uma redução global de 96% no que respeita aos casos de exibição de programas antes da hora anunciada, situando-se os valores das descidas, nos serviços analisados, acima dos 90%; a maior descida ocorreu na TVI, não se tendo registado qualquer antecipação neste serviço de programas, no último trimestre de 2008.

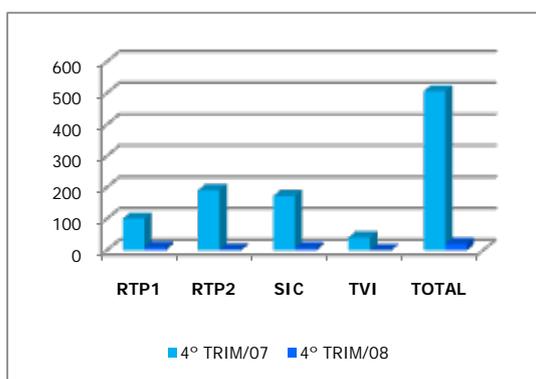
Os casos de exibição de programas depois da hora anunciada também registaram uma significativa descida, 90% (figura 17); destacam-se as descidas nos serviços RTP1, RTP2 e SIC, que foram superiores a 200 casos; a TVI registou a menor redução, dado que também no último trimestre de 2007 foi o serviço em que se registaram menos ocorrências.

FIG. 17 Alterações dos horários – Evolução 4º trim 07/4º trim 08

Atrasos				
Serviço de programas	4º TRIM/07	4º TRIM/08	Var. (nº)	Var. (%)
RTP1	255	26	-229	▼ 90
RTP2	268	20	-248	▼ 93
SIC	229	17	-212	▼ 93
TVI	45	20	-25	▼ 56
TOTAL	797	83	-714	▼ 90

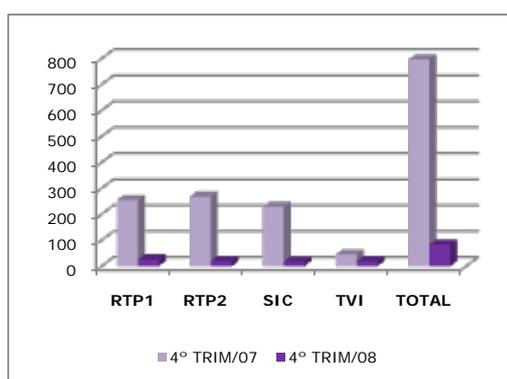
Fonte: ERC

FIG. 18 Antecipações



Fonte: ERC

FIG. 19 Atrasos



Fonte: ERC

A descida global de casos de programas emitidos não anunciados, 184, foi igualmente significativa e corresponde a uma redução de 94%; a descida mais expressiva, em número de casos, ocorreu na SIC, de 98 para 2, mas em percentagem a maior descida, 100%, ocorreu na TVI, serviço no qual não se observaram quaisquer casos desta natureza, no último trimestre de 2008.

FIG. 20 Alterações da programação – Evolução 4º trim. 07/4º trim. 08

Programas emitidos não anunciados				
Serviço de programas	4º TRIM/07	4º TRIM/08	Var. (nº)	Var. (%)
RTP1	44	4	-40	▼ 91
RTP2	21	5	-16	▼ 76
SIC	98	2	-96	▼ 98
TVI	32	0	-32	▼ 100
TOTAL	195	11	-184	▼ 94

Fonte: ERC

No que respeita aos programas anunciados não emitidos, destaca-se também a descida do número de casos, 51, correspondendo a uma redução de 85%; o serviço em que se verificou a maior descida foi a RTP1, que passou de 26 para 2 casos, o que corresponde a uma redução de 92%; o serviço em que se observaram menos casos, em ambos os períodos, foi a TVI.

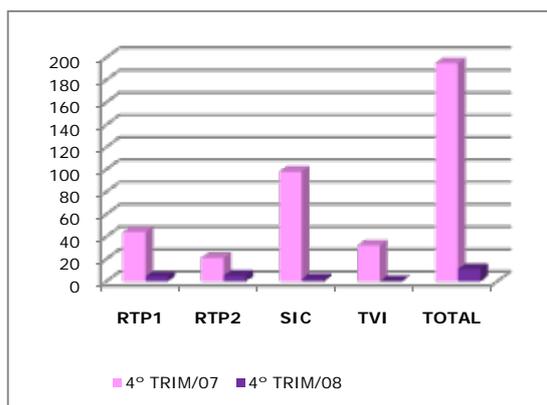
FIG. 21 Alterações da programação – Evolução 4º trim 07/4º trim 08

Programas anunciados não emitidos				
Serviço de programas	4º TRIM/07	4º TRIM/08	Var. (nº)	Var. (%)
RTP1	26	2	-24	▼ 92
RTP2	13	4	-9	▼ 69
SIC	16	2	-14	▼ 88
TVI	5	1	-4	▼ 80
TOTAL	60	9	-51	▼ 85

Fonte: ERC

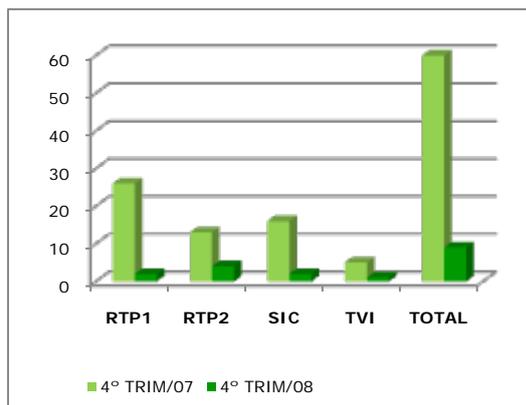
Em suma, este exercício de comparação de dois trimestres de anos consecutivos demonstra uma evolução claramente positiva no que respeita ao cumprimento das obrigações relacionadas com o anúncio da programação, sendo de destacar que os mais incumpridores, RTP1, RTP2 e SIC, foram também os que registaram maiores progressos.

FIG. 22 Emitidos não anunciados



Fonte: ERC

FIG. 23 Anunciados não emitidos



Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

No comportamento global dos operadores, em 2008, destacam-se progressos significativos em matéria de cumprimento do artigo 29º da Lei da Televisão, que são visíveis na redução do número de irregularidades registadas ao longo do ano; em Janeiro ocorreram 328 desvios dos horários da programação anunciada e, em Dezembro, apenas 22 casos, no conjunto dos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI.

O maior número de casos de desvio dos horários anunciados registou-se na SIC, seguindo-se a RTP1, a RTP2 e, por fim, a TVI.

O maior número de casos de alteração dos programas anunciados ocorreu na RTP2, seguindo-se a RTP1, a SIC e a TVI, serviço no qual se registou o menor número de situações.

Comparados os resultados do último trimestre deste ano, com os do período homólogo de 2007, confirma-se a evolução positiva, com uma redução global superior a 90% do número de desvios ao horário anunciado e superior a 85% no que respeita a alterações dos programas anunciados.

No que respeita a desvios dos horários, salientam-se os progressos registados nos serviços de programas do operador público e na SIC, que reduziram em mais de 90% o volume de situações de alteração dos horários; também a TVI registou progressos, no entanto, o seu desempenho em 2007 já revelava uma maior conformidade com o disposto no artigo 29º da Lei da Televisão, relativamente aos restantes serviços de programas.

INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

1. Nota Introdutória

1.1 Objectivos

A Lei da Televisão fixa limites de tempo para a difusão de mensagens publicitárias, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, nos termos do disposto no artigo 40º da Lei da Televisão.

Os serviços de acesso não condicionado livre ou com assinatura não devem dedicar à difusão de publicidade mais de 20% da hora (12 minutos); os serviços de programas televisivos de acesso condicionado estão limitados a 10% (seis minutos).

No que respeita à concessionária de serviço público de televisão, foi considerado o limite previsto na Cláusula 23ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (CCSPT) a transmitir um máximo de seis minutos de publicidade comercial, a que podem acrescer seis minutos de publicidade institucional.

Quanto à RTP2, o seu comportamento é analisado exclusivamente em matéria de difusão de patrocínios e autopromoções, uma vez que não emite publicidade comercial, de acordo com o estipulado no n.º2 da Cláusula 23ª do CCSPT.

Apresentam-se ainda análises relativas aos patrocínios e autopromoções (promoção do serviço de programas e dos programas do próprio operador), as quais não se efectuam por força da verificação do cumprimento da Lei, mas para efeitos de avaliação do seu impacto na duração dos intervalos publicitários.

1.2 Metodologia

A amostra seleccionada para a verificação do cumprimento dos limites de tempo contidos na Lei da Televisão abrange seis meses de emissão dos canais RTP1, SIC e TVI, e um mês da RTP África, RTP Memória, RTPN, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Notícias e SPORT TV1.

Relativamente à análise dos espaços de patrocínios e autopromoções, difundidos nos intervalos publicitários, foi abrangido todo o ano de 2008.

Nestas análises, foi consultada a base de dados de alinhamento da emissão, incluindo publicidade, da empresa Mediamonitor, e gravações das emissões.

2. Tempo Reservado à Publicidade por Hora

Nos termos do n.º2 do artigo 40º da Lei da Televisão, que fixa os limites de tempo reservados a mensagens publicitárias, é prevista a exclusão para efeitos desta contagem de determinadas mensagens de natureza publicitária, designadamente “as mensagens difundidas pelos operadores de televisão relacionadas com os seus próprios programas e produtos acessórios directamente deles derivados, bem como as que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente, assim como a identificação de patrocínios”.

Na figura seguinte, são descritos os casos de excesso de publicidade por unidade de hora, excluídos os tempos referidos, nos termos da Lei.

FIG. 1 Casos de excesso de publicidade/hora

Operador	Serviço de programas	PUB H >12m		
		2007	2008	Dif.
RTP	RTP1*	11	8	↓3
	RTP África	0	0	0
	RTP Memória	0	0	0
	RTP N	0	0	0
SIC	SIC	1	4	↑3
	SIC Radical	0	0	0
	SIC Mulher	0	0	0
	SIC Notícias	0	0	0
TVI	TVI	2	9	↑7
SPORT TV	SPORT TV1	0	0	0
TOTAL		14	21	↑7

Fonte: ERC

*De acordo com o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, a RTP1 não pode exceder seis minutos por hora de publicidade comercial.

Registou-se, no ano 2008, um total de 21 ocorrências, tendo sido ultrapassado, no caso da RTP1, o limite de seis minutos consignados no CCSPT, em oito blocos horários; os 13 casos

restantes referem-se a mais de 12 minutos, nos termos da Lei da Televisão, quatro na SIC e nove na TVI.

Em comparação com o ano anterior, verificou-se um aumento do total de casos de excesso de publicidade (7), tendo-se registado uma redução na RTP1 (3) e acréscimos na SIC (3) e na TVI (7).

3. Avaliação do Impacto dos Intervalos no Tempo de Emissão

Procedeu-se à avaliação do peso dos intervalos e do tipo de conteúdos neles inseridos, considerando que esta matéria se reveste de especial interesse, sobretudo no que respeita ao telespectador, que frequentemente se refere à excessiva duração destes espaços na emissão.

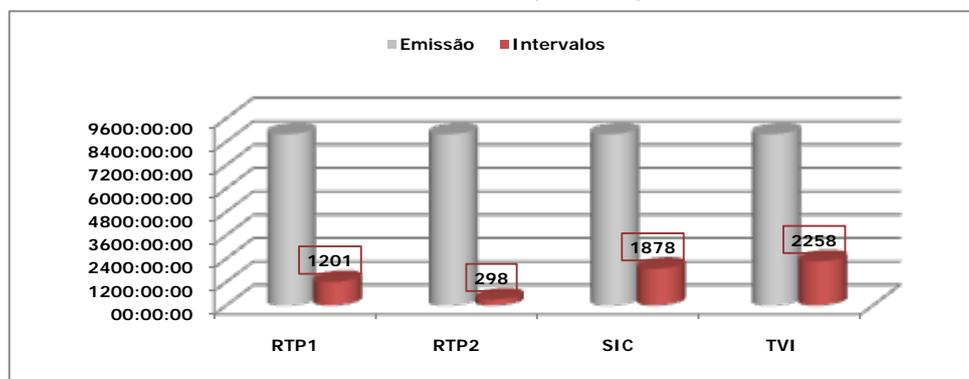
Na figura seguinte, são apresentadas a duração, o número de mensagens e as respectivas percentagens dos intervalos no tempo total de emissão, dos canais RTP1, RTP2, SIC e TVI.

FIG. 2 Intervalos no tempo de emissão

Serviços de programas	Tempo de emissão	Tempo de intervalos	N.º mensagens nos intervalos	% Intervalos
RTP1	8784:00	1201:37	185.595	13,7
RTP2	8783:58	298:04	49.631	3,4
SIC	8784:00	1878:53	288.189	21,4
TVI	8784:00	2258:29	337.867	25,7

Fonte: Markdata

FIG. 3 Intervalos (em horas)



Fonte: ERC

O serviço de programas que mais tempo dedicou a intervalos para inserção de publicidade foi a TVI, com 2258 horas, correspondentes a 25,7% do tempo de emissão; segue-se a SIC, com 1878 horas, que representam 21,4%, a RTP1, com 1201 horas, equivalentes a 13,7% e, finalmente, a RTP2, com 298 horas, que correspondem a 3,4% do tempo total de emissão.

4. Avaliação do Impacto das Autopromoções e Patrocínios nos Intervalos

No âmbito da avaliação dos conteúdos publicitários que preenchem os intervalos, foi efectuada uma análise do impacto das mensagens que, sendo excluídas da contagem para efeitos dos limites de tempo legalmente previstos, podem ser inseridas neste espaço sem as restrições impostas às comunicações comerciais, nos termos do normativo atrás referido.

Assim, foram analisados os tempos, as percentagens relativas e o número de inserções de autopromoções e patrocínios nos intervalos, que ainda incluem as designadas mensagens de divulgação ou de comunicação apoiada, igualmente excluídas para efeitos de contagem do tempo reservado à publicidade, mas que não se analisam no contexto deste relatório, dada a especificidade dos seus objectivos de interesse público e de teor humanitário.

De acordo com a definição contida na linha b) do n.º2 da Lei da Televisão, entende-se por “autopromoção” a “publicidade difundida pelo operador de televisão relativa aos seus próprios produtos, serviços, serviços de programas televisivos ou programas, assim como às obras cinematográficas e audiovisuais em que tenha participado financeiramente”.

No que respeita ao “patrocínio”, este é definido no n.º1 do artigo 24º do Código da Publicidade como “a participação de pessoas singulares ou colectivas que não exerçam a actividade televisiva ou de produção de obras audiovisuais no financiamento de quaisquer obras audiovisuais, programas (...) independentemente do meio utilizado para a sua difusão, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas actividades, bens ou serviços”.

A duração da apresentação do patrocínio tem, geralmente, uma duração inferior à da autopromoção, cerca de 5 segundos, e além de surgir no início e/ou no final do programa patrocinado, também surge junto da autopromoção do programa.

Na figura seguinte, são apresentados os tempos e as respectivas percentagens dos espaços de autopromoções e de patrocínios, incluídos no tempo dos intervalos.

FIG. 4 Autopromoções e patrocínios nos intervalos

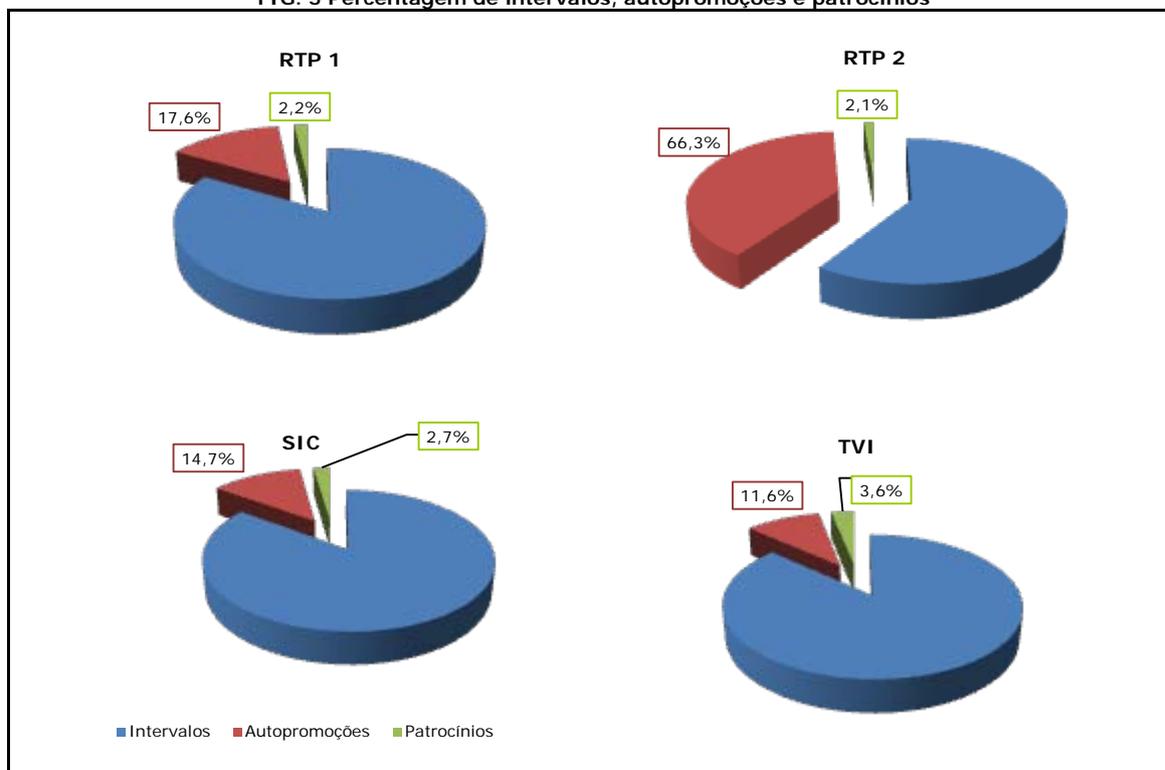
Serviços de programas	Tempo intervalos	% Interv.na emissão	Tempo autoprom.	% Autoprom. nos intervalos	Tempo patrocínios	% patrocínios nos intervalos
RTP1	1201:37	13,7%	211:49	17,6%	27:01	2,2%
RTP2	298:04	3,4%	197:34	66,3%	6:18	2,1%
SIC	1878:53	21,4%	276:05	14,7%	50:25	2,7%
TVI	2258:29	25,7%	261:57	11,6%	80:30	3,6%

Fonte: Markdata

A SIC foi o serviço de programas que mais tempo dedicou a autopromoções, cerca de 276 horas, correspondendo a 14,7% do tempo dos intervalos; segue-se a TVI com quase 262 horas, equivalentes a uma percentagem de 11,6%; a RTP1 com cerca de 212 horas, num valor percentual de 17,6%; e, por último, a RTP2, com 197 horas, o que corresponde a 66,3%.

A TVI foi o serviço de programas que destinou mais tempo à apresentação de patrocínios, cerca de 80 horas, que correspondem a 3,6% do tempo dos intervalos, seguindo-se a SIC, com cerca de 50 horas, que equivalem a 2,7%; a RTP1, apresentou 27 horas de patrocínios, o que representa uma percentagem de 2,2; e a RTP2 apresentou cerca de 6 horas, o que significa um percentual de 2,1.

FIG. 5 Percentagem de intervalos, autopromoções e patrocínios



Fonte: ERC

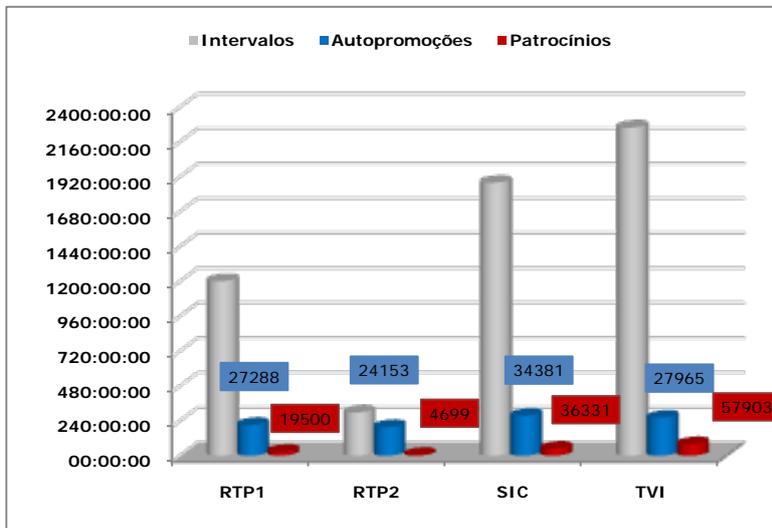
Na figura seguinte, são apresentados os totais de inserções de autopromoções e de patrocínios, por serviço de programas e no conjunto dos serviços.

FIG. 6 Número de autopromoções e de patrocínios

Serviços de programas	Autopromoções/n.º	Patrocínios/n.º
RTP1	27.288	19.500
RTP2	24.153	4.699
SIC	34.381	36.331
TVI	27.965	57.903
TOTAL	113.787	118.433

Fonte: Markdata

FIG. 7 Autopromoções e patrocínios (n.º de inserções)



Fonte: ERC

No ano 2008, foram difundidas 113.787 mensagens de autopromoções e 118.433 de apresentação de patrocínios, nos quatro canais analisados.

A SIC foi o serviço que maior número de autopromoções exibiu, 34.381, seguindo-se a TVI, com 27.965, a RTP1 com 27.288 e a RTP2 com 24.153.

O serviço que difundiu o maior número de apresentações de patrocínios, 57.903, foi a TVI, seguindo-se a SIC com 36.331, a RTP1 com 19.500 e, finalmente, a RTP2 com 4.699 inserções.

Confrontando o tempo dedicado às autopromoções e o número de inserções, conclui-se que a SIC foi o serviço que atingiu os valores mais elevados de tempo e de número, no que respeita a autopromoções; quanto aos patrocínios, a TVI foi o canal que lhes dedicou mais tempo e exibiu o maior número de inserções.

5. Análise da Evolução dos Intervalos

A análise dos volumes de publicidade emitida nos intervalos, ao longo dos meses de 2008, permite não só observar as oscilações ocorridas, mas também identificar os períodos de maior incidência dos tempos preenchidos por intervalos, autopromoções e patrocínios.

Na figura seguinte, constam os tempos dedicados aos intervalos, nos quatro serviços de programas.

FIG. 8 Tempos de intervalos - 2008 (meses)

Serviços /Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Agt	Set	Out	Nov	Dez
RTP1	150:10	142:05	90:37	90:55	103:01	90:08	100:55	89:00	87:39	89:46	87:02	80:15
RTP2	21:11	20:48	21:22	21:45	28:03	22:40	25:48	21:14	22:34	27:59	33:41	30:55
SIC	175:49	154:45	147:43	144:24	162:32	155:01	169:36	152:53	161:07	158:33	154:53	141:31
TVI	192:11	189:42	196:04	184:04	191:51	178:59	197:37	191:25	188:21	180:33	185:17	182:19
TOTAL	539:21	507:20	455:46	441:08	485:27	446:48	493:56	454:32	459:41	456:51	460:53	435:00

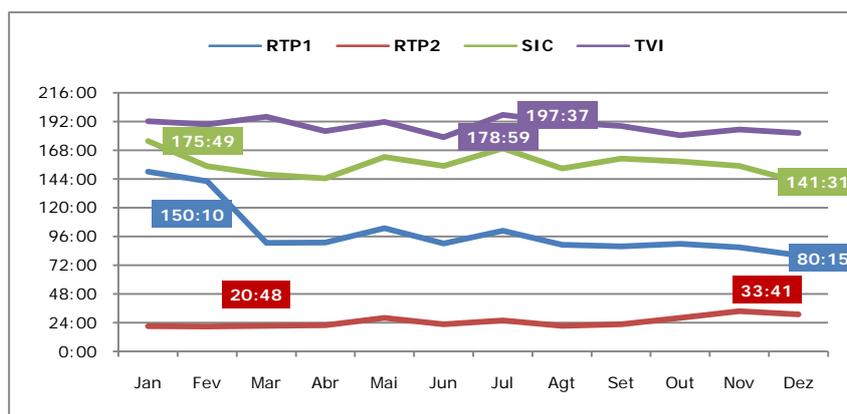
Fonte: Markdata

Máx	Mín.
-----	------

No conjunto dos serviços de programas, registou-se o maior volume de tempo de intervalos no mês de Janeiro e o menor em Dezembro.

Na RTP1, o máximo alcançado situou-se no mês de Janeiro, com cerca de 150 horas e o mínimo, no mês de Dezembro, com cerca de 80 horas, sendo de destacar o diferencial de 70 horas entre o primeiro e o último mês do ano; na SIC, ocorreu situação semelhante, com um máximo de 175 horas registado no mês de Janeiro e um mínimo de 141 horas, no mês de Dezembro, tendo um diferencial de 34 horas; na RTP2, o maior volume de duração de intervalos registou-se em Novembro e o menor em Fevereiro, tendo um diferencial de 13 horas; a TVI atingiu o máximo e o mínimo em meses contíguos, Julho e Junho, tendo, respectivamente, cerca de 197 horas e 178 horas, com um diferencial de 19 horas.

FIG. 9 Intervalos - 2008 (horas)



Fonte: ERC

5.1 Autopromoções

Na figura abaixo, apresenta-se o volume de tempo dedicado às autopromoções, em cada mês do ano 2008.

FIG. 10 Tempos de autopromoções (meses)

Serviços /Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Agt	Set	Out	Nov	Dez
RTP1	17:31	18:17	20:10	19:32	20:26	19:12	18:06	17:20	19:35	20:02	18:02	16:19
RTP2	17:25	15:42	15:41	14:45	17:41	16:02	16:26	15:11	14:59	16:01	21:39	16:51
SIC	24:19	24:41	27:07	25:29	24:26	25:23	24:53	23:28	24:35	29:41	25:40	27:17
TVI	22:13	21:15	22:30	22:39	24:33	21:48	23:01	25:28	20:23	19:54	19:28	22:57
TOTAL	81:28	79:55	85:28	82:25	87:06	82:25	82:26	81:27	79:32	85:38	84:49	83:24

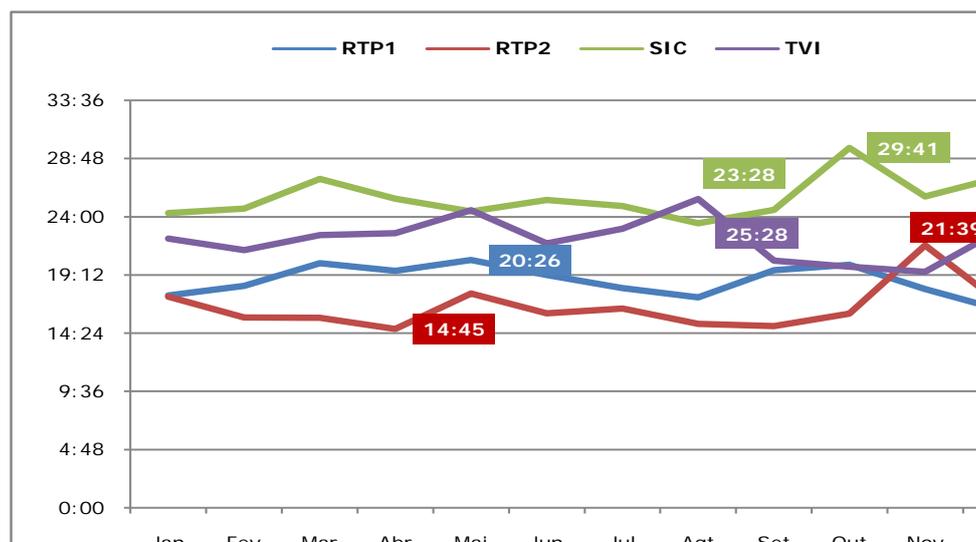
Fonte: Markdata

Máx	Min.
-----	------

No conjunto dos serviços de programas, registou-se o maior volume de autopromoções no mês de Maio e o menor em Setembro.

Na RTP1, o máximo registado situou-se no mês de Maio, cerca de 20 horas e o mínimo em Dezembro, com 16 horas; na RTP2 foi atingido o máximo no mês de Novembro e o mínimo em Abril, respectivamente, com 21 e 14 horas; na SIC, o valor mais elevado observou-se no mês de Outubro e o menor no mês de Agosto, cerca de 29 horas e 23 horas; a TVI atingiu o pico no mês de Agosto, com 25 horas e o mínimo em Novembro, com 19 horas; de registar que o mês de maior volume da TVI correspondeu ao mês de menor volume da SIC.

FIG. 11 Autopromoções – 2008 (horas)



Fonte: ERC

5.2 Patrocínios

Na figura seguinte, são apresentados os tempos preenchidos com a apresentação de patrocínios, distribuídos ao longo dos meses de 2008.

FIG. 12 Tempos de patrocínios - 2008 (meses)

Serviços /Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Agt	Set	Out	Nov	Dez
RTP1	1:57	2:29	2:49	2:29	2:25	2:49	1:46	1:48	1:28	1:49	2:37	2:29
RTP2	0:11	0:15	0:19	0:53	0:33	0:23	0:23	0:29	1:00	0:39	0:33	0:35
SIC	3:01	4:12	3:49	4:35	4:29	4:36	3:51	3:58	3:46	5:30	4:53	3:37
TVI	6:09	7:30	8:35	8:49	7:26	6:59	7:56	6:16	4:28	5:16	6:30	4:31
TOTAL	11:18	14:26	15:32	16:46	14:53	14:47	13:56	12:31	10:42	13:14	14:33	11:12

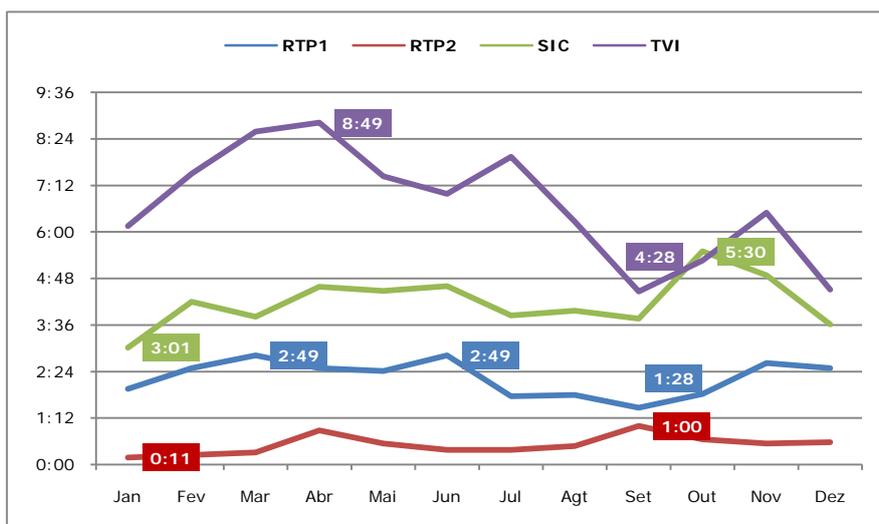
Fonte: Markdata

Máx Min.

No conjunto dos serviços de programas, registou-se o maior volume de patrocínios no mês de Abril e o menor em Setembro.

Na RTP1 o volume máximo situou-se nos meses de Março e Junho, 2 horas e o mínimo em Setembro, 1 hora; na RTP2, o mês de maior volume localizou-se em Setembro, com 1 hora, e o de menor volume em Janeiro, com apenas 11 minutos; na SIC o máximo registou-se em Outubro, 5 horas, e o mínimo em Janeiro, 3 horas; na TVI, o máximo foi atingido em Abril, 8 horas, e o mínimo em Setembro, 4 horas.

FIG. 13 Patrocínios – 2008 (horas)

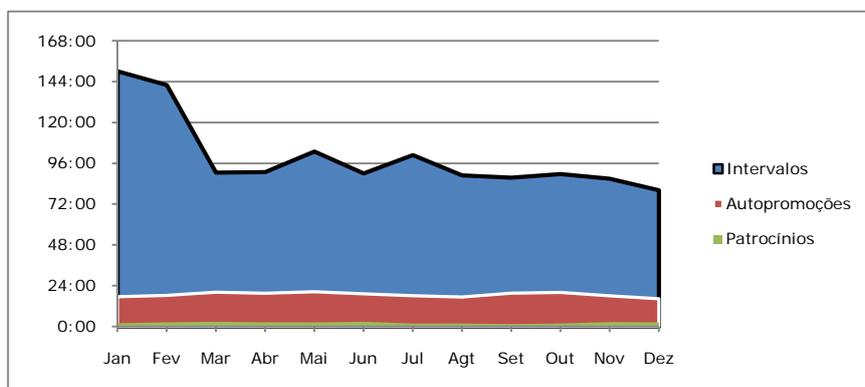


Fonte: ERC

6. Síntese por Serviço de Programas

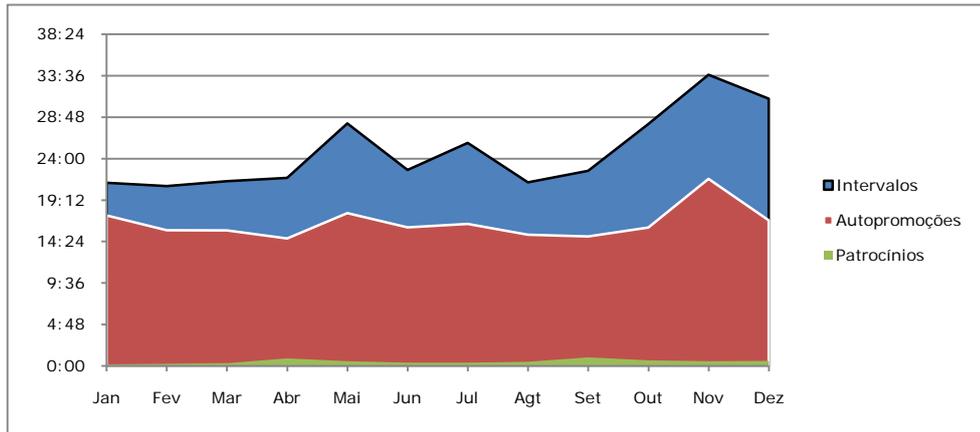
As figuras que se apresentam em seguida permitem observar os volumes dos intervalos, autopromoções e patrocínios, distribuídos pelos diversos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI.

FIG. 14 Volume dos intervalos, autopromoções e patrocínios na RTP1



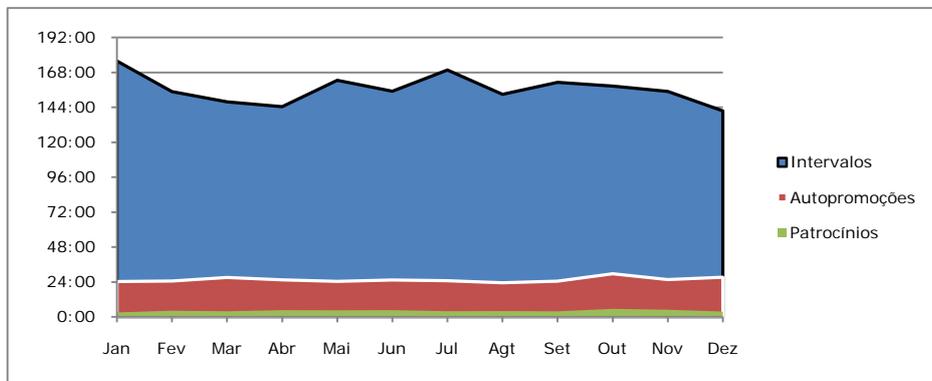
Fonte: ERC

FIG. 15 Volume dos intervalos, autopromoções e patrocínios na RTP2



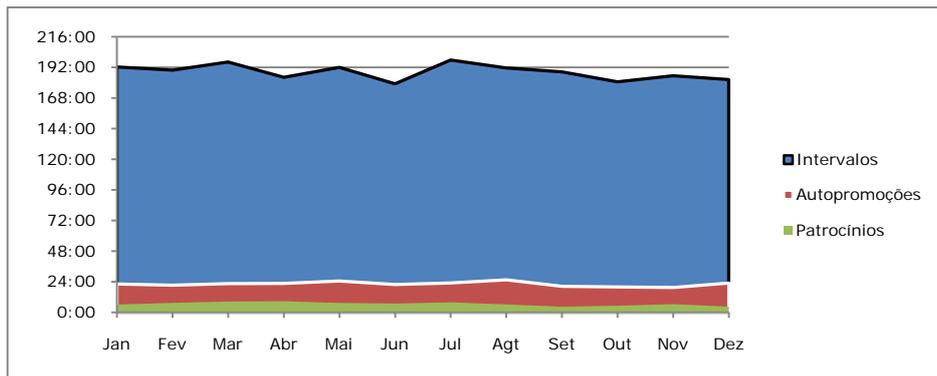
Fonte: ERC

FIG. 16 Volume dos intervalos, autopromoções e patrocínios na SIC



Fonte: ERC

FIG. 17 Volume dos intervalos, autopromoções e patrocínios na TVI



Fonte: ERC

7. Análise Evolutiva – Biénio 2007/2008

Procedeu-se à análise comparativa dos resultados no biénio 2007/2008, quanto a intervalos publicitários, autopromoções e patrocínios, apresentando-se no quadro seguinte os valores apurados e o respectivo diferencial.

FIG. 18 Tempos de intervalos, autopromoções e patrocínios – 2007/2008

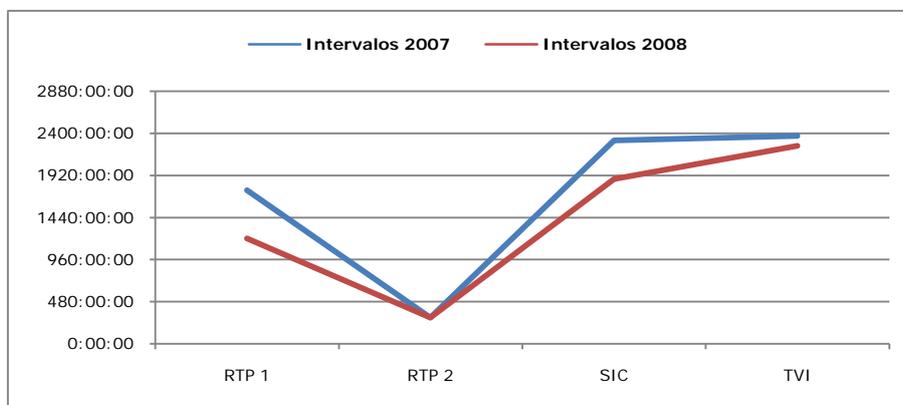
Serviços de programas	Tempo de intervalos			Tempo de autopromoções			Tempo de patrocínios		
	2007	2008	Dif.	2007	2008	Dif.	2007	2008	Dif.
RTP1	1749:31	1201:37	▼547:54	224:10	211:49	▼12:21	56:13	27:01	▼29:11
RTP2	299:07	298:04	▼ 1:03	196:50	197:34	▲ 0:43	4:33	6:18	▲ 1:45
SIC	2320:49	1878:53	▼441:55	260:25	276:05	▲15:39	111:54	50:25	▼61:28
TVI	2370:01	2258:29	▼111:32	247:59	261:52	▲13:52	114:38	80:30	▼34:07

Fonte: Markdata

a. Intervalos

Comparando os resultados obtidos em 2008 com os do ano anterior, destaca-se a redução do tempo destinado a intervalos, em todos os serviços analisados, com especial destaque na RTP1, menos 500 horas e na SIC, menos 400 horas; quanto aos restantes serviços, a TVI registou uma descida de cerca de 111 horas e na RTP2 observou-se o menor diferencial, com um decréscimo de apenas 1 hora, o que também decorre do facto de ser um serviço que dedica menos tempo a intervalos por lhe ser vedada a difusão de publicidade comercial.

FIG. 19 Intervalos – 2007/2008 (horas)

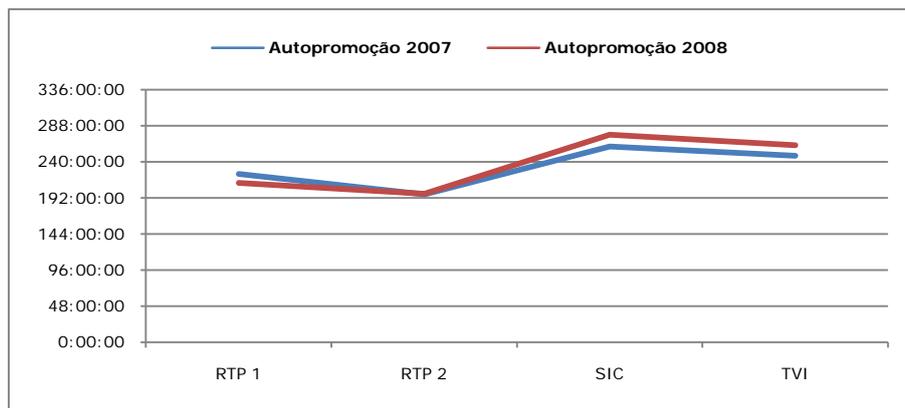


Fonte: ERC

b. Autopromoções

No que respeita às autopromoções, verificou-se que, contrariamente à tendência de diminuição da duração dos intervalos, em 2008, foi dedicado mais tempo a este tipo de mensagens, em comparação com o ano 2007, no conjunto dos serviços de programas; a SIC ocupa o primeiro lugar nas subidas, com um acréscimo de cerca de 15 horas, seguindo-se a TVI com cerca de 13 horas, a RTP2, com uma subida de cerca de 40 minutos, e a RTP, com a única redução registada, 12 horas.

FIG. 20 Autopromoções – 2007/2008 (horas)

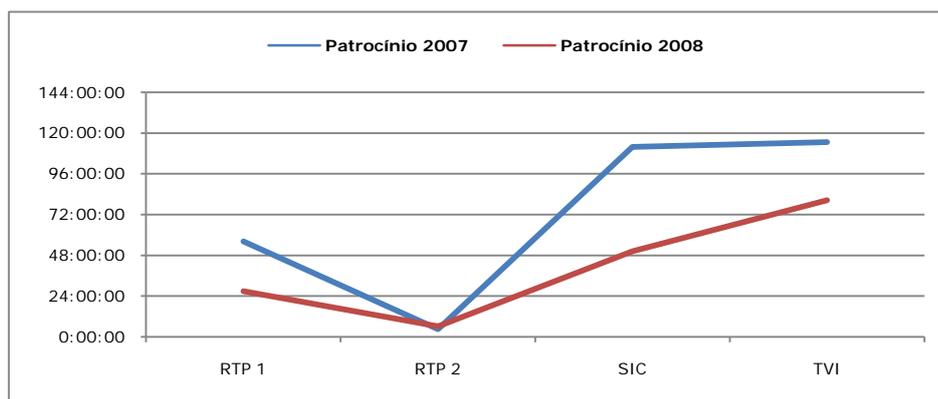


Fonte: ERC

c. Patrocínios

Contrariamente à tendência das autopromoções, em que se registou apenas uma descida, no que respeita aos patrocínios, registou-se apenas uma subida, situada na RTP2, com mais 1 hora e 45 minutos; a SIC foi o serviço de programas que mais reduziu o tempo dedicado aos patrocínios, menos 60 horas; seguindo-se a TVI, menos 34 horas; e a RTP1, menos 29 horas; nesta matéria, a RTP2 destaca-se igualmente pela sua especificidade, dado que, embora lhe seja interdita a difusão de publicidade comercial, pode apresentar patrocínios, nos termos da Lei, de acordo com o estabelecido nos n.ºs 2 e 4 da Cláusula 23ª do CCSPT.

FIG. 21 Patrocínios – 2007/2008 (horas)



Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

No ano 2008, verificou-se um aumento de casos de excesso de difusão de publicidade por hora, nos serviços de programas SIC e TVI e uma diminuição na RTP1.

No âmbito da avaliação do tempo dedicado aos intervalos observou-se que, num total de emissão de cerca de 8740 horas, nos quatro serviços analisados, o canal que mais tempo dedicou a estes espaços foi a TVI, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2;

No que respeita à avaliação do impacto das autopromoções na duração dos intervalos, a SIC destaca-se como o serviço que mais tempo dedicou a este tipo de mensagens, seguindo-se a TVI, a RTP1 e a RTP2; a TVI foi o serviço que preencheu mais tempo de emissão com a apresentação de patrocínios junto das autopromoções e dos programas patrocinados, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2.

Comparados os resultados obtidos no ano 2007 com os valores de 2008, registou-se uma redução do tempo dedicado aos intervalos publicitários, nos quatro serviços; quanto às autopromoções ocorreu o inverso, tendo-se registado acréscimos em todos os serviços; no que se refere aos patrocínios a tendência foi de decréscimo na RTP1, na SIC e na TVI e apenas a RTP2 dedicou um tempo superior ao registado em 2007.

Avaliados os resultados por meses do ano 2008 e por serviço de programas, verificou-se que o maior volume de tempo dedicado a intervalos ocorreu no mês de Janeiro e o menor em Dezembro; quanto às autopromoções, a maior duração registou-se no mês de Maio e a menor em Setembro; aos patrocínios foi dedicado o maior volume de tempo no mês de Abril e o menor em Setembro.

Face à avaliação efectuada, pode concluir-se que os espaços dos intervalos são, de facto, alongados, na sequência da inserção de mensagens do operador – autopromoções - e de patrocínios apresentados junto das autopromoções e sem qualquer limitação de número ou duração.

Assim, a Entidade Reguladora considera necessária uma reflexão sobre esta matéria, que viabilize a implementação de medidas, com a participação dos operadores e outras entidades intervenientes no sector, no sentido de aplicar restrições a estes espaços e reduzir significativamente a duração dos intervalos.

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

1. Panorama dos Serviços de Programas Televisivos

A regulamentação do acesso à actividade de televisão, mediante autorização, através de canais via cabo e/ou satélite, surgiu no ano de 1998, assistindo-se desde então ao aparecimento de novos serviços temáticos, com maior incidência na área do cinema, desporto e informação.

O número de serviços de programas sob jurisdição portuguesa tem aumentado anualmente desde 1999, ano em que o primeiro serviço de programas temático, SPORT TV, iniciou a sua emissão e a partir do qual passaram a ser emitidas autorizações para o exercício da actividade de televisão via cabo e/ou satélite (com excepção dos serviços Canal Parlamento e RTP Memória³²).

Em 2008, deram entrada na Entidade Reguladora nove candidaturas a novos serviços de programas televisivos, tendo sido atribuídas sete autorizações de acesso à actividade para cinco canais temáticos de desporto, um de moda e um de música.

Na figura seguinte são apresentados os serviços de programas, por operador, classificados de acordo com o modelo de programação, a acessibilidade, a área de cobertura e o meio de difusão.

FIG. 1 Caracterização dos serviços de programas televisivos

Operador	Serviço de programas	Generalista	Temático	Não condicionado livre	Não condicionado com assinatura	Condicionado	Nacional	Internacional	Autorização	Início da emissão
RTP-Rádio e Televisão de Portugal	 RTP1									07-Mar-57
	 RTP2									25-Dez-68
	 RTP MEMÓRIA									06-Ago-72

³² O serviço de programas Canal Parlamento foi criado ao abrigo da Lei n.º6/97 de 1 de Março e o serviço de programas RTP Memória foi criado no âmbito do Contrato de Concessão Geral de Serviço Público, celebrado em Setembro de 2003.

										10-Ago-75	
										10-Jun-92	
										07-Jan-98	
										04-Out-04	
									03-Out-01	15-Out-01	
SIC- Sociedade Independente de Comunicação	a)									06-Out-92	
									19-Jan-00		
									28-Mar-01	23-Abr-01	
									26-Ago-02	08-Mar-03	
b)											
TVI- Televisão Independente										20-Fev-93	
SPORT TV - TV Portugal	c)									02-Set-98	16-Set-98
										08-Jun-05	16-Set-05
	c)									20-Mai-08	01-Jun-08
										24-Jul-08	01-Ago-08
										23-Dez-08	01-Jan-09
Lisboa Tv - Informação e Multimédia	d)									28-Jul-99	15-Set-99
										17-Ago-99	99
ZON Conteúdos-Activ.tv e Prod.conteúdos	e)									21-Mai-03	01-Jun-03
										21-Mai-03	01-Jun-03
	e)									06-Abr-04	16-Abr-04
	e)									04-Mai-05	19-Mai-05
								ppv		21-Mai-03	
								ppv		21-Mai-03	
								ppv		21-Mai-03	
CANAL PARLAMENTO	f)									11-Out-07	1-Dez-07
										04-Mai-00	
Av. Aliados- Soc. Com.										28-Set-06	29-Set-06
RNTV - Região Norte Televisão										13-Dez-07	17-Dez-07
										21-Fev-08	12-Mar-08
										24-Abr-08	01-Set-08
SCN, SPORT CANAL- Act. Tv. e Rádio										24-Jun-08	
Benfica TV										30-Set-08	02-Out-08

Fonte: ERC

a) Alteração - Deliberação de 9 Julho 03

- b) Prorrogação prazo para início da emissão - 15 de Janeiro 03
- c) Alteração - Deliberação 1a-A/2006 31 de Maio
- d) Alteração - Deliberação 8 de Novembro 00
- e) Alteração - Deliberação 1/AUT-TV/2007, 26 de Setembro
- f) Lei n.º 6/97, 1 de Março

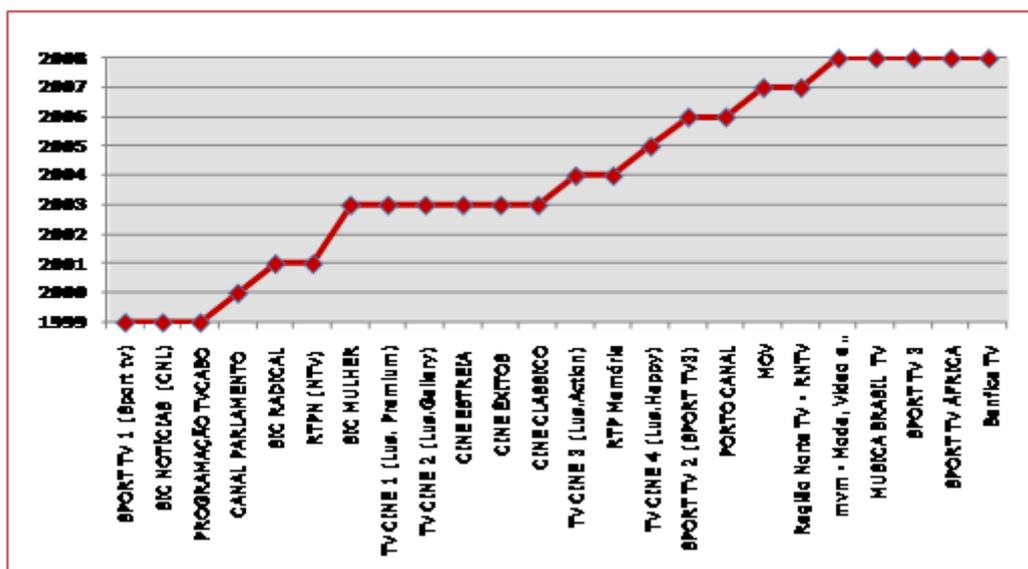
2 Evolução 1999/2008

Da figura seguinte, constam os serviços de programas distribuídos por cabo ou satélite, desde 1999 até finais de 2008, no panorama televisivo nacional.

Dos canais que surgiram neste período alguns não se encontram a emitir actualmente, designadamente, a TV Medicina/Saúde, SIC Gold/SIC Comédia, TVI Eventos e SMS TV.

Os anos em que surgiram mais canais foram 2003 e 2008, com sete novos serviços, seguindo-se 2007 (6), 2000, 2001 e 2004 (4), 1999 (3) e 2005 (1).

FIG. 2 Serviços de programas televisivos em exercício de actividade - 1999/2008



Fonte: ERC

3 Novos serviços de programas televisivos

Na figura seguinte são descritos os novos serviços de programas, aos quais foram atribuídas, pela Entidade Reguladora, autorizações para o exercício da actividade televisiva, durante o ano 2008.

FIG. 3 Serviços de programas autorizados em 2008

Serviços de programas	Operadores	Tipologia	Cobertura	Modalidade de acesso
mvm – Moda, Vídeo e Música	Região Norte TV - RNTV	Temático de moda e música	Nacional	Não condicionado com assinatura
Música Brasil TV		Temático de música	Nacional	Não condicionado com assinatura
scn – Sport Canal	SCN, SPORTCANAL – Actividades de Televisão e Rádio	Temático de desporto	Nacional	Não condicionado com assinatura
SPORT TV3	SPORT-TV PORTUGAL	Temático de desporto	Nacional	Acesso condicionado
SPORT TV ÁFRICA		Temático de desporto	Internacional	Acesso condicionado
SPORT TV HD		Temático de desporto	Nacional	Acesso condicionado
Benfica TV	Benfica TV	Temático de desporto	Nacional	Não condicionado com assinatura

Fonte: ERC

No ano 2008, a Entidade Reguladora atribuiu um total de sete autorizações a serviços televisivos temáticos de diversos modelos de programação, cinco serviços cuja temática é o desporto, um de moda e um de música.

Surgiram também no panorama nacional novos operadores de televisão, designadamente SCN, SPORT CANAL – Actividades de Televisão e Rádio, SA, e Benfica TV, SA.

4 Caracterização dos Novos Serviços de Programas

Embora exista um predomínio da temática desporto, os serviços autorizados possuem um perfil que os distingue, no que respeita ao modelo de programação, como seguidamente se caracteriza.

- **mvm – Moda, Vídeo e Música**

Este serviço de programas tem por temática principal a música, propondo-se promover e divulgar diariamente e de forma actual a cultura jovem e urbana dos nossos dias e estar atento às exigências de um público jovem e às novidades e êxitos musicais.

A programação pretende ser diversificada e renovada, com uma ligação estreita entre a música e a moda, como indica a sua denominação.

Para além dos videoclips, contém um espaço de aprendizagem através da música, do vídeo e da moda, atendendo a todos os factores que influenciam estas realidades, com especial enfoque nos desportos radicais e alternativos.

Os conteúdos incidem sobre a música e moda e são dirigidos a um público jovem, com programação irreverente - música, conversa, jogos e passatempos didácticos.

- **Música Brasil TV**

A programação deste serviço de programas assenta na divulgação da música de expressão portuguesa, tendo por objectivo a promoção e divulgação da cultura musical brasileira, destinando-se especialmente à comunidade brasileira residente em Portugal.

Apresenta uma grande diversidade de conteúdos relacionados com a música brasileira, incluindo programas sobre artistas brasileiros e portugueses, com a participação de rádios locais; programas gravados no exterior, com a participação do público; pedidos musicais e apresentação de videoclips; programas com temas de novelas (videoclips), sobre a carreira de cantores e o top das músicas mais votadas através do sítio do canal; programas com a apresentação dos aniversariantes do dia ligados à música, desporto e política e também sobre o que acontece nos bastidores do canal; programa de variedades, transmitido em directo em cinco rádios locais de Portugal.

Pretende ainda promover a cooperação com estações de rádio local, através da emissão radiofónica de alguns dos seus programas.

- **scn - Sport Canal**

Serviço de programas, classificado como temático de desporto, que pretende emitir conteúdos especialmente relacionados com *modalidades ditas amadoras*, dando atenção

ao desporto e atletas nacionais, através da promoção e da divulgação de *competições regionais, nacionais ou internacionais*.

Serão privilegiados *os formatos de eventos, em directo ou em diferido, bem como resumos alargados das provas ou manifestações desportivas*, divulgando modalidades como *voleibol, basquetebol, motocrosse, ténis, hóquei em campo, andebol, futebol, hipismo*.

Apesar de os conteúdos a difundir serem de *âmbito e interesse nacional*, este serviço propõe-se também divulgar e dar cobertura televisiva às *provas ou eventos desportivos de carácter regional ou local*.

O scn – Sport Canal não tem ainda emissões regulares.

• **SPORT TV3**

Este serviço transmite em directo competições nacionais e internacionais de cada modalidade e focaliza a sua atenção nas modalidades que melhor se identificam com os públicos jovem e feminino e com maiores índices de popularidade. Apresenta também entrevistas e reportagens, com protagonistas de modalidades individuais e colectivas.

Dirigindo-se a um público jovem, transmite modalidades como desportos radicais, desportos de aventura, corridas aéreas, surfe, bodyboard, skate, street race, motociclismo, BMX, BTT, wrestling e desportos de Inverno. No que se refere ao público feminino, as modalidades transmitidas são aeróbica, actividades rítmicas, desportos gímnicos, dança desportiva, fitness, ginástica desportiva, patinagem ou natação sincronizada, atletismo, ténis ou vela.

• **SPORT TV ÁFRICA**

Este serviço de programas é uma extensão dos canais da SPORT TV para o mercado internacional, disponibilizando conteúdos nacionais, como os jogos da Liga Portuguesa de Futebol e transmissões em directo das principais competições nacionais de cada modalidade, reforçando as relações com os PALOPs, dando atenção a toda uma comunidade de língua oficial portuguesa e incrementando o interesse pelo desporto em geral.

Apresenta notícias diárias, com maior realce para os principais clubes portugueses, através da realização de programas de estúdio dedicados ao futebol nacional e inclui programas de entrevista a protagonistas do desporto nacional e inclui programas dedicados a outras modalidades como desportos motorizados, desportos radicais ou surfe.

- **SPORT TV HD**

Este serviço de programas temático de desporto é reforçado pela fase experimental em alta definição das emissões do canal SPORT TV1, oferecendo uma programação exclusivamente em alta definição.

Apresenta conteúdos que têm já uma presença regular neste formato, estando a sua grelha sujeita ao agendamento dos eventos desportivos disponíveis em alta definição.

A maioria da programação é dedicada ao futebol, completando-se com algum espaço afecto a outras modalidades menos divulgadas, conforme o mercado for disponibilizando conteúdos neste novo formato.

Transmite em directo as competições internacionais e nacionais mais emblemáticas de cada modalidade e disponibiliza-as, sempre que possível, em alta definição.

- **Benfica TV**

Este serviço de programas tem como objecto principal a difusão de programação destinada a um público maioritariamente adepto, simpatizante ou sócio do Sport Lisboa e Benfica.

Apresenta-se como veículo de informação oficial do clube, pretendendo abranger todas as áreas de interesse da sua actividade, com especial focagem na modalidade do futebol profissional.

A programação é composta essencialmente por serviços informativos, entrevistas e debates sobre o clube, emissões em diferido de jogos de futebol e programas recreativos referentes a todos os aspectos da “cultura benfiquista”.

5 Serviços de Programas – Áreas Temáticas

Os serviços de programas televisivos de natureza temática actualmente existentes distribuem-se por diversas áreas, enunciadas na figura seguinte.

FIG. 4 Serviço de programas temáticos

Tema	Serviços de Programas
DESPORTO	SPORT TV1
	SPORT TV2
	SPORT TV3
	SPORT TV ÁFRICA
	Benfica TV
INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS
	RTPN
	PORTO CANAL
	Região Norte TV - RNTV
CINEMA/SÉRIES	CINE ESTREIA
	CINE ÊXITOS
	CINE CLÁSSICO
	TV CINE1
	TV CINE2
	TV CINE3
	TV CINE4
MOV	
HISTÓRICO E DOCUMENTAL	RTP MEMÓRIA
MULHER	SIC MULHER
MÚSICA	MÚSICA BRASIL TV
MODA	MVM
PROGRAMAÇÃO	PROGRAMAÇÃO TV CABO

Fonte: ERC

Nos 22 serviços temáticos que exercem a actividade televisiva, verifica-se o predomínio da temática de cinema em oito, seguindo-se o desporto, com cinco, e a informação, com quatro; os restantes cinco canais temáticos distribuem-se pelas áreas de moda (1), música (1), mulher (1), programação de TV (1) e histórico e documental (1).

Saliente-se que não foram incluídos nesta listagem os serviços de programas ARtv, SPORT TV HD e scn - Sport Canal, apesar de serem serviços temáticos.

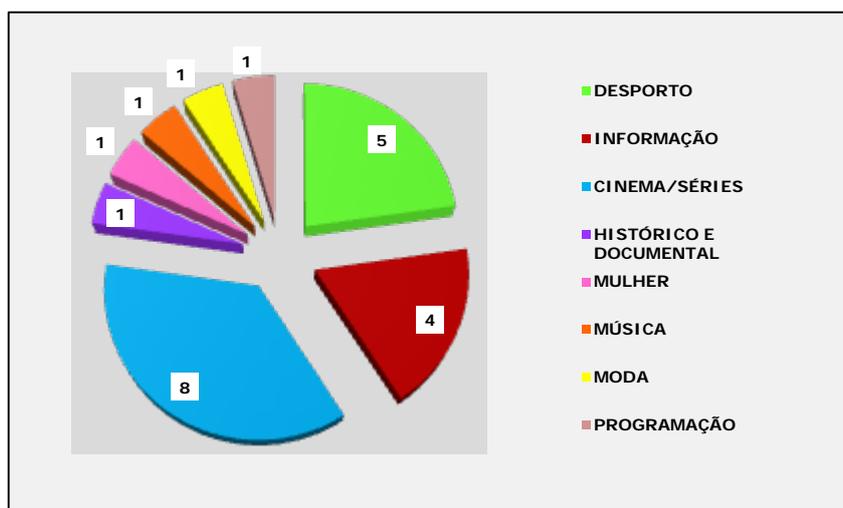
O serviço de programas ARtv foi criado ao abrigo da Lei n.º 6/97, de 1 de Março, a qual autoriza a difusão de trabalhos parlamentares nas redes públicas e privadas de TV cabo,

disponibilizando para o efeito o sinal da rede interna de vídeo da Assembleia da República, e estabelece as condições de acesso dos operadores. Tendo as suas emissões o objecto referido, não poderá deixar de ser considerado como um serviço de programas temático, todavia, a sua criação não foi objecto de qualquer licenciamento ou autorização, não se tendo por enquadrável em qualquer das áreas temáticas supraenunciadas.

Quanto ao serviço de programas SPORT TV HD – incluído na temática de desporto -, e conforme resulta da figura 1 do presente capítulo, pese embora a deliberação de autorização para o exercício da actividade date de 23 de Dezembro, o operador não iniciou as emissões em 2008, no que se reporta o presente relatório.

Por último, refira-se que o serviço scn - Sport Canal não foi incluído na listagem da figura 4 dado não ter, até ao final de 2008, emissões regulares. Todavia, no âmbito da autorização concedida, o serviço de programas foi classificado como temático de desporto.

FIG. 5 Serviços de programas por áreas temáticas



Fonte: ERC

Nota: Foram excluídos os serviços de programas ARtv, SPORT TV HD e scn – Sport Canal

Síntese Conclusiva

Em 2008, foram autorizados sete novos serviços de programas televisivos, ao abrigo do previsto no artigo 18º da Lei da Televisão, dos quais cinco são temáticos de desporto, um de moda e um de música, respectivamente: scn – Sport Canal, Sport TV3, Sport TV África, Sport TV HD, Benfica TV, mvm – moda, vídeo e música e Música Brasil TV.

Os três serviços de programas disponibilizados pelo operador SPORT TV Portugal – SPORT TV3, SPORT TV África e SPORT TV HD -, conforme referido, dedicados à temática desportiva, são de acesso condicionado e, por conseguinte, apenas disponíveis ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica. Relativamente aos níveis de

cobertura destes serviços de programas, dos três identificados, apenas a SPORT TV África se destina a cobertura internacional, reservando-se os outros dois à cobertura de âmbito nacional.

Os demais quatro serviços autorizados no decurso do ano de 2008 são de acesso não condicionado com assinatura, ou seja, a contrapartida que é paga reporta-se ao acesso à infra-estrutura de distribuição. Destinam-se, igualmente, à cobertura da generalidade do território nacional.

Da análise efectuada, verifica-se que, à semelhança de 2003, o ano de 2008 foi um dos quais se verificou um aumento do número de autorizações concedidas. Assinala-se o predomínio dos serviços de programas temáticos de cinema/séries, já registado no ano de 2007, verificando-se que as autorizações concedidas conduziram a um acréscimo dos serviços temáticos de desporto, que, ao contrário do registado em 2007, ultrapassaram os dedicados à informação.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

Análise das grelhas de programas – RTP1, RTP2, RTPN SIC e TVI (2008)

Nota Introdutória

O presente capítulo é dedicado à análise do universo de grelhas de programação apresentadas pelo serviço público de televisão (RTP1, RTP2 e RTPN) e pelos operadores privados SIC e TVI em 2008, tendo como objectivo central a caracterização do *pluralismo e diversidade* na composição da oferta de conteúdos destes serviços de programas.

O capítulo contém uma análise sistemática da totalidade da programação emitida em 2008 pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto e o serviço de programas temático informativo do sector público, centrada na identificação dos *géneros televisivos* que constituíram as suas grelhas de programação e nas respectivas *funções* (*informar, formar, entreter, promover/divulgar*) que prosseguem.

Pretende-se deste modo apreciar o *pluralismo e diversidade* da oferta patente nas grelhas de programação, tendo como referente as obrigações de programação definidas na Lei da Televisão, no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão e nos cadernos de encargos dos operadores SIC e TVI.

O capítulo encontra-se estruturado em seis pontos. O primeiro dedicado à apresentação dos conceitos e aspectos metodológicos que orientam a análise (1. Conceitos e aspectos metodológicos), cuja leitura deve ser complementada pelos Anexos I e II (Grelha de classificação de *géneros* televisivos e Quadro orientador de correspondências entre *géneros* televisivos e *funções* na programação). No segundo ponto apresenta-se uma sistematização dos resultados mais relevantes dos três serviços de programas em análise do operador público (2. Serviço Público de Televisão). A sistematização de resultados relativos aos dois serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre dos operadores privados constitui o objecto do terceiro ponto (3. Serviços de programas generalistas de acesso livre – SIC e TVI).

O quarto e quinto pontos são dedicados a análises particulares da programação dirigida a dois grupos específicos de públicos: a programação para grupos minoritários (4. Programação dirigida a grupos minoritários) e a programação infanto-juvenil (3. Programação infanto-juvenil). O desenvolvimento destas análises particulares justifica-se pela relevância que assumem naturalmente estes dois grupos específicos de públicos na apreciação do *pluralismo e diversidade* na composição da oferta televisiva. Estas análises particulares são circunscritas aos serviços de programas generalistas de acesso livre, pelo facto de estes terem obrigações específicas de programação neste âmbito.

O sexto ponto é dedicado à apreciação comparativa dos resultados da análise das grelhas de programação dos quatro serviços de programas generalistas, destacando os diferentes desempenhos tendo em consideração as principais variáveis em análise (6. Análise comparativa da programação dos serviços de programas – RTP1, RTP2, SIC e TVI)³³. Integra ainda o presente relatório uma síntese conclusiva, onde se pretende sistematizar de forma sumária os resultados mais relevantes em função dos objectivos da análise.

1. Conceitos e Aspectos Metodológicos

a) Pluralismo e diversidade na programação

A análise que aqui se desenvolve parte do pressuposto de que a *diversidade* da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das dimensões de *pluralismo* dos média, entendido, em sentido lato, como representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais³⁴.

³³ A RTPN dada a sua natureza enquanto serviço de programas temático informativo não integra esta análise comparativa, que é circunscrita aos quatro serviços de programas generalistas de acesso livre.

³⁴ Esta noção base de *pluralismo dos média* tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os Média. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, recentemente divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos média nos Estados Membros (Cf., por exemplo, *Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*, SEC, 2007).

Nessa medida, a análise incide sobre a composição da oferta dos conteúdos emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto e o serviço de programas temático informativo que integra o operador público, centrando-se nos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação e nas respectivas *funções*.

b) Géneros televisivos

A noção de *género televisivo* remete para os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas, nos quais é possível reconhecer formatos televisivos relativamente padronizados e que estruturam a grelha de programação de um dado serviço de programas.

A operacionalização da noção de *género televisivo* enquanto conceito analítico é no entanto problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*, que convoca várias dimensões sob as quais os programas televisivos podem ser observados: *o conteúdo temático, o formato de concepção do programa, a intencionalidade do programador, os públicos-alvo que privilegia...* A classificação de *géneros televisivos* pode, por isso, colocar-se a vários níveis em função dessas diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

Não é objectivo deste relatório superar em definitivo essa questão problemática. O objectivo central, como referido *supra*, consiste em aplicar uma tipologia de *géneros televisivos* que permita observar as práticas de programação em função de obrigações estabelecidas para os operadores considerados.

A grelha de classificação adoptada compreende uma análise dos programas televisivos a dois níveis, considerando em primeiro lugar sete grandes categorias de géneros televisivos (aqui designados por *macrogéneros*), estabelecidas de acordo com as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativos, desportivos, ficção, infantis/juvenis, entretenimento, culturais/conhecimento, institucionais/religiosos*.

Estas grandes categorias de géneros televisivos compreendem ainda uma decomposição a um segundo nível (*géneros*), em que se procura especificar os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo* (Ver Anexo I – Grelha de classificação de géneros televisivos).

c) Funções na programação

A Lei da Televisão estabelece como fins dos serviços de programas televisivos, entre outros, contribuir para a informação, a formação e o entretenimento do público (al. a), art. 9º, Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho). Neste relatório entende-se como *funções* a finalidade que o operador prossegue ao nível da recepção através da selecção de um dado conteúdo

televisivo, tendo como ponto de partida a tríade clássica que a legislação adopta: *informar, formar e entreter*.

A par destas três funções centrais, existem programas cuja finalidade primordial consiste na *promoção/divulgação*. A presença desta *função* na programação corresponde em muitos casos a programas televisivos produzidos por entidades externas ao serviço de programas, tendo como finalidade primordial a divulgação de projectos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização desta categoria encontra-se directamente ligada ao conceito de *género televisivo*. Parte-se, assim, do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação, considerando-se que se verifica na maioria dos casos uma correspondência entre estas duas dimensões da análise.

Reconhecendo-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é perfeita, não se dispensa, paralelamente à identificação dos *géneros televisivos*, a análise das *funções* associadas a cada programa (Ver em Anexo II – Quadro orientador de correspondências entre *géneros televisivos* e *funções* na programação).

d) Aspectos metodológicos

Este capítulo do Relatório de Regulação consiste numa análise sistemática das grelhas de programação da RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI em 2008. A análise compreende o universo de programas emitidos pelos cinco serviços de programas, de acordo com o registo de programação efectuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Marktest, através da utilização do software MMW – Markdata Media Workstation.

- **Unidade de análise** – A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, introduzido por um genérico inicial próprio de identificação e concluído por um genérico final.
- São excluídos os espaços dedicados a Publicidade/Televentas 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 quatro operadores realizadas em 2008, utilizando o software SPSS para a constituição da respectiva base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

Canal – 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 se apresenta no genérico.

Duração – indica a duração total do programa (hh:mm).

Período horário – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando quatro períodos: *período da manhã* (06h00-12h59), *período da tarde* (13h00-19h59), *horário nobre* (20h00-22h59), *período da noite/madrugada* (23h00-05h59).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários foram classificados no período em que a sua duração é maior (p. ex., um programa com início às 19h55 e fim às 21h30 é classificado como pertencendo ao horário nobre).

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 televisivo* do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Função – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o telespectador, atendendo às quatro funções consideradas – *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

Dia da semana – indica o dia da semana em que o programa foi exibido (dias de semana e fins-de-semana).

Exibição/reexibição – indica se o programa corresponde a uma *primeira exibição* ou a uma *reexibição* de um programa emitido anteriormente no mesmo serviço de programas.

- **Fontes de informação** – O processo de recenseamento das unidades de análise teve como fonte de informação as grelhas de programação conforme constam do serviço Markdata da Mediamonitor/Markttest, disponíveis através da utilização do software MMW – Markdata Media Workstation Markdata (Telereport). Após o primeiro recenseamento, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos através da base de dados Telereport, de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise e outros elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (p. ex., Televentas e Autopromoções).
- **Processo de codificação** – A codificação das unidades de análise implicou a verificação directa do registo vídeo dos programas, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada por dois codificadores com formação superior e experiência na área dos estudos dos média e do jornalismo, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

FIG. 1 Total de programas e duração das unidades de análise recenseadas por serviço de programas (2008)*

Serviço de programas	Nº Programas	Duração
	n	(hh:mm)
RTP1	7153	7528h52m
RTP2	9096	8415h11m
RTPN	11666	8266h36m
SIC	6424	6653h46m
TVI	7302	6459h23m
Total	41641	37323h18m

* São excluídos os espaços dedicados a Publicidade/Televentas e Autopromoções, bem como outros elementos de antenna (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

2. Serviço Público de Televisão – RTP1, RTP2, RTPN

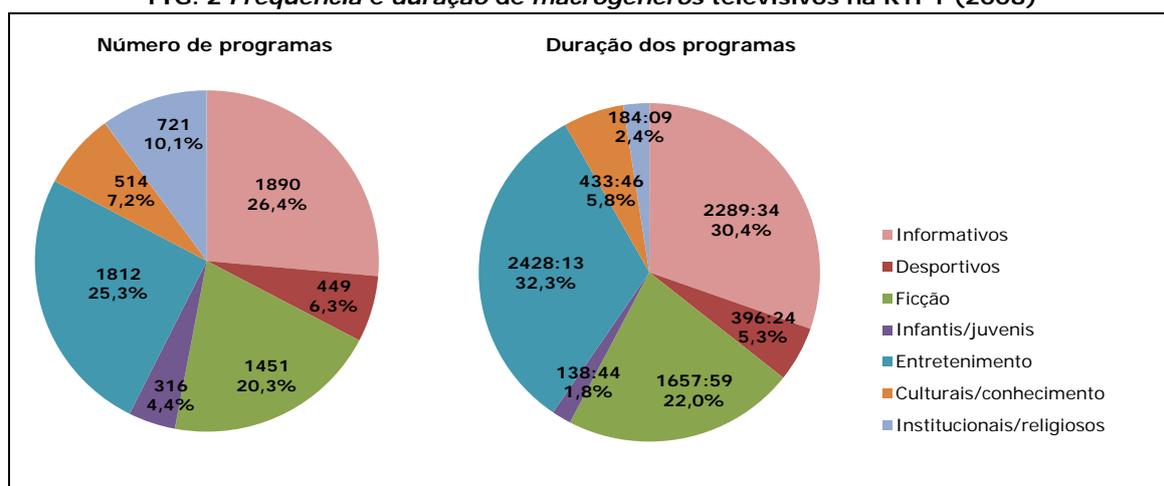
2.1. RTP1 – Análise da Programação (2008)

a) Dados gerais da programação da RTP1

A análise da programação exibida na RTP1, ao longo do ano de 2008, abrange um total de 7153 programas, com uma duração total de 7528h52m de emissão. Da análise do universo da programação da RTP1, destacam-se os seguintes dados:

- A *informação*, o *entretenimento* e a *ficção* representam mais de 70% dos programas emitidos pela RTP1, ou seja, cerca de sete em cada dez programas incluem-se numa destas três categorias de *macrogéneros* (respectivamente, 26,4%, 25,3% e 20,3%).
- Estas são também em termos de duração as categorias mais frequentes na RTP1, registando-se, contudo, uma alteração na ordem de representação, que se deve a uma maior duração global dos programas de *entretenimento* (32,3%) face aos de *informação* (30,4%) e de *ficção* (22%).
- A restante programação, que representa pouco mais de um quarto do total das exibições (28%), distribui-se por *macrogéneros* como *institucionais/religiosos* (10,1%), *culturais/conhecimento* (7,2%) e *desportivos* (6,3%).
- A programação *infantil/juvenil* é aquela que, em 2008, apresenta o menor índice de exibição na RTP1, com menos de 5% do valor total (4,4%), registando também a menor duração global, com 138h44m (1,8%).

FIG. 2 *Frequência e duração de macrogéneros televisivos na RTP1 (2008)*



N = 7153 (n.º total de programas da RTP1). N = 7528h52m (duração total dos programas da RTP1).

b) Géneros televisivos na programação da RTP1

No decurso de 2008, conforme referido *supra*, destacam-se os programas de *informação*, de *entretenimento* e de *ficção*. A análise segmentada destas três categorias de *macrogéneros* permite verificar os seguintes aspectos:

- O peso relativo dos programas de *informação* advém sobretudo da exibição dos *serviços noticiosos* diários – Jornal da Tarde, Telejornal e Euronews. Este *género televisivo* é, no cômputo de toda a programação da RTP1 em 2008, o que mais se destaca em número de exibições, com 947 edições (13,2%).
- Destaca-se ainda, no âmbito dos programas de *informação*, os *magazines informativos* – Bom Dia Portugal e Portugal em Directo – com 588 exibições (8,2% do total). De salientar que a presença deste *género informativo* é superior em duração aos *serviços noticiosos* (respectivamente, 1158h17m, 15,4%, e 860h42m, 11,4% do total).
- Nos programas de *entretenimento*, os mais destacados nas grelhas de programação da RTP1 são os *talk shows* (10,8%) e os *concursos/jogos* (8,5%). Salienta-se que os *talk shows* são os programas que registam maior duração total em 2008, representando mais de um quinto da emissão da RTP1 (1607h02m, 21,3%).
- Na *ficção* predominam os *filmes/telefilmes* (6,9% do total) e as *séries* (6,6%), seguidos das *telenovelas* (5,3%).

Relativamente aos *géneros* televisivos com menor frequência na RTP1 – *institucionais/religiosos*, *culturais/conhecimento*, *desportivos* e *infantis/juvenis* – destacam-se:

- Os programas *institucionais/religiosos*, quarta categoria mais representada, com 721 exibições em 2008 (10,1%), na qual se enquadram programas como o Nós da responsabilidade do ACIDI ou a Eucaristia Dominical.
- Os programas *culturais/conhecimento*, que representam pouco mais de 7% do total da programação, correspondendo sobretudo à exibição de *documentários*, com 241 ocorrências (3,4%).
- Os programas de *informação desportiva* e as *transmissões desportivas* asseguram a maior parcela da programação desportiva da RTP1 (respectivamente, 3% e 2,2%).
- Os programas *infantis/juvenis* representam menos de 5% do total dos programas exibidos pela RTP1 (4,4%), registando também a duração mais reduzida, com pouco mais de 138 horas de emissão (138h44m, 1,8%).

FIG. 3 Frequência e duração de géneros televisivos na RTP1 (2008)

RTP1					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração (hh:mm)	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	947	13,2	860:42	11,4
	Reportagem	78	1,1	34:30	0,5
	Debate	89	1,2	148:06	2,0
	Entrevista	59	0,8	38:05	0,5
	Comentário	86	1,2	31:28	0,4
	Edição especial	16	0,2	16:57	0,2
	Magazine informativo	588	8,2	1158:17	15,4
	Boletim meteorológico	27	0,4	01:24	0,0
	<i>Subtotal</i>	1890	26,4	2289:34	30,4
Desportivos	Informação desportiva	218	3,0	137:56	1,8
	Transmissão desportiva	156	2,2	204:41	2,7
	Resumos desportivos	75	1,0	53:46	0,7
	<i>Subtotal</i>	449	6,3	396:24	5,3
Ficção	Filme/telefilme	492	6,9	822:46	10,9
	Série	474	6,6	395:32	5,3
	Telenovela	379	5,3	384:48	5,1
	Ficção de humor	106	1,5	54:51	0,7
	<i>Subtotal</i>	1451	20,3	1657:59	22,0
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	316	4,4	138:44	1,8
	<i>Subtotal</i>	316	4,4	138:44	1,8
Entretenimento	Concurso/jogo	611	8,5	554:29	7,4
	Reality show	30	0,4	15:14	0,2
	Variedades	12	0,2	23:47	0,3
	Talk show	776	10,8	1607:02	21,3
	Humor	169	2,4	74:35	1,0
	Infotainment	194	2,7	113:40	1,5
	Outros (entretenimento)	20	0,3	39:23	0,5
	<i>Subtotal</i>	1812	25,3	2428:13	32,3
Culturais/conhecimento	Artes e média	95	1,3	113:01	1,5
	Humanidades	20	0,3	00:21	0,0
	Ciências	13	0,2	06:35	0,1
	Documentários	241	3,4	177:51	2,4
	Espectáculos (exibição)	56	0,8	111:38	1,5
	Educativos	83	1,2	19:10	0,3
	Informação cultural (magazines culturais)	6	0,1	05:07	0,1
	<i>Subtotal</i>	514	7,2	433:46	5,8
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	721	10,1	184:09	2,4
	<i>Subtotal</i>	721	10,1	184:09	2,4
Total		7153	100,0	7528:52	100,0

N = 7153 (n.º total de programas da RTP1). N = 7528h52m (duração total dos programas da RTP1).

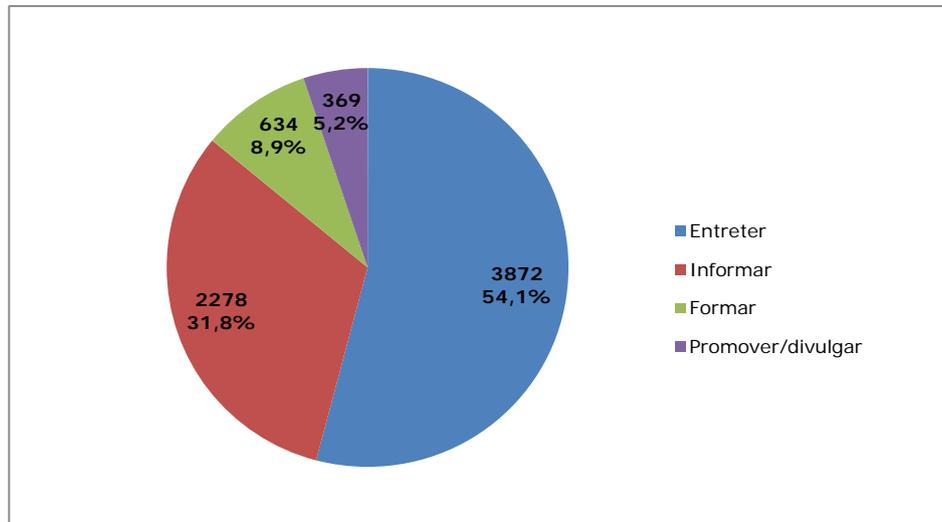
c) Funções nos programas da RTP1

Considerando as diferentes *funções* patentes nas opções de programação da RTP1, a análise revela os seguintes dados:

- Mais de metade dos programas emitidos em 2008 pela RTP1 prossegue predominantemente a *função* de *entretêr* os públicos (3872, 54,1%).
- A *função* de *informar* apresenta-se como a segunda mais frequente, patente em quase um terço do total de programas (2278, 31,8%).
- *Formar* surge como a *função* predominante em quase um décimo dos programas exibidos (634, 8,9%).

- Os programas cuja *função* predominante consiste em *promover/divulgar* são os menos frequentes, representando 5,2% (369) dos programas transmitidos.

FIG. 4 *Funções na programação da RTP1 (2008)*



N = 7153 (n.º total de programas transmitidos pela RTP1).

A distribuição dos *géneros televisivos* identificados em cada *função* revela as seguintes particularidades:

- A *função* de *informar* é desempenhada essencialmente pela exibição de *serviços noticiosos* e *magazines informativos*.
- A *função* de *entreter* é cumprida maioritariamente pela exibição de *talk shows* e *concursos/jogos*.
- A *função* de *formar* é, na sua maior parte, preenchida pela exibição de *documentários*, sendo também identificada em programas *infantis/juvenis* e *institucionais/religiosos*.
- No que respeita à *função promover/divulgar*, esta encontra-se essencialmente em programas *institucionais/religiosos*.

FIG. 5 Funções e géneros televisivos na programação da RTP1 (2008)

RTP1			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	947	13,2
Reportagem	Informar	78	1,1
Debate	Informar	89	1,2
Entrevista	Informar	59	0,8
Comentário	Informar	86	1,2
Edição especial	Informar	16	0,2
Magazine informativo	Informar	588	8,2
Boletim meteorológico	Informar	27	0,4
Informação desportiva	Informar	218	3,0
Transmissão desportiva	Entreter	156	2,2
Resumos desportivos	Entreter	75	1,0
Filme/telefilme	Entreter	492	6,9
Série	Entreter	474	6,6
Telenovela	Entreter	379	5,3
Ficção de humor	Entreter	106	1,5
Infantis/juvenis	Entreter (72,8%) Formar (27,2%)	316	4,4
Concurso/jogo	Entreter	611	8,5
Reality show	Entreter	30	0,4
Variedades	Entreter	12	0,2
Talk show	Entreter (99,5%) Promover/divulgar (0,5%)	776	10,8
Humor	Entreter	169	2,4
Infotainment	Entreter	194	2,7
Outros (entretenimento)	Entreter	20	0,3
Artes e média	Entreter (98,9%) Formar (1,1%)	95	1,3
Humanidades	Formar	20	0,3
Ciências	Formar	13	0,2
Documentários	Entreter (0,8%) Informar (46,9%) Formar (52,3%)	241	3,4
Espectáculos (exibição)	Entreter	56	0,8
Educativos	Formar	83	1,2
Informação cultural (magazines culturais)	Informar	6	0,1
Institucionais/religiosos	Informar (7,1%) Formar (42,3%) Promover/divulgar (50,6%)	721	10,1
Total		7153	100,0

N= 7153 (N.º total de programas transmitidos pela RTP1).

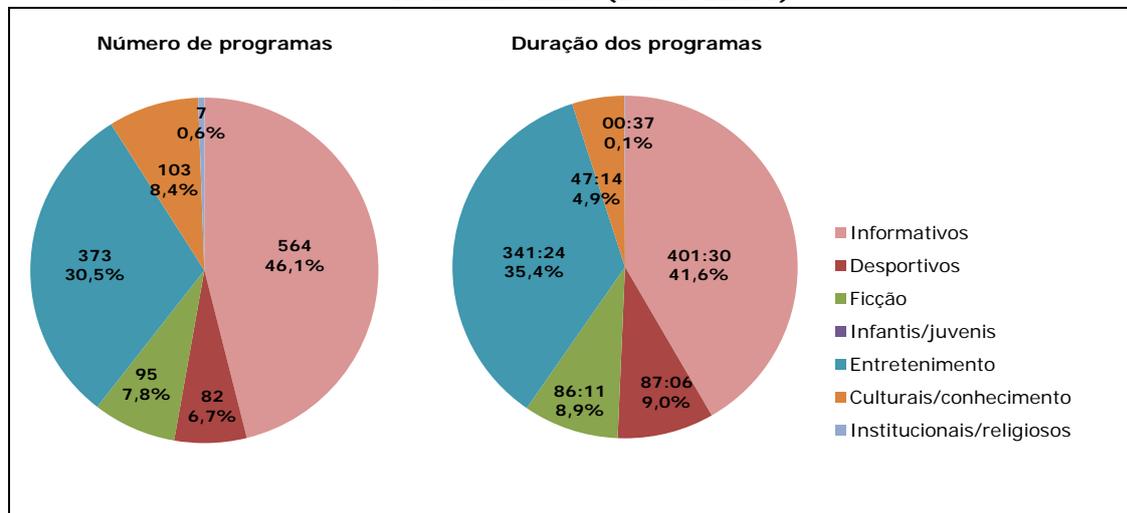
d) Programação da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)

A programação da RTP1 em horário nobre, ao longo do ano 2008, contabilizou 1224 programas e 964h04m de emissão.

- Em termos globais, regista-se no horário nobre o predomínio dos programas *informativos* (564, 46,1%), facto que se deve em grande medida à exibição do Telejornal, que ocupa cerca de uma hora de programação diária. Em termos de duração, os programas *informativos* representam 41,6% do tempo de emissão em horário nobre.
- Surgem, em segundo lugar, os programas de *entretenimento*, tanto em frequência de programas (373, 30,5%), como de duração (341h24m, 35,4%).
- Os restantes *géneros* que surgem na RTP1, em horário nobre, representam, cada um por si, menos de 10% de ocorrências: *culturais/conhecimento* (103, 8,4%), *ficção* (95, 7,8%), *desportivos* (82, 6,7%) e *institucionais/religiosos* (7, 0,6%).

- A observação acima é válida também para a duração dos programas, verifica-se, no entanto, uma alteração, sendo que os programas *culturais/conhecimento* passam a representar menos de 5% do tempo total de emissão em horário nobre (4,9%).

FIG. 6 *Frequência e duração dos macrogéneros televisivos na RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)*



N = 1224 (n.º total de programas em horário nobre). N = 964h04m (duração total dos programas em horário nobre).

- A análise mais refinada dos *géneros televisivos* exibidos pela RTP1 no horário nobre revela que os *serviços noticiosos* são dominantes na programação (358, 29,2%), com mais de 300 horas de emissão ao longo de todo o ano de 2008 (306h00m, 31,7%).
- Os *concursos/jogos* constituem o segundo *género* mais exibido entre as 20h00 e as 22h59, na RTP1 (284, 23,2%), tendo sido emitidas quase 270 horas deste género de programas (269h43m, 28%). Em conjunto com os serviços noticiosos, representam mais de metade do tempo de emissão em horário nobre (59,7%).
- Restando cerca de 40% do tempo de emissão, todos os restantes *géneros televisivos* representam menos de 10% da programação da RTP1 em horário nobre, quer em frequências, quer em duração.
- Entre estes, sublinhe-se a frequência do *comentário* (86, 7%) e a duração das *transmissões desportivas* (70h35m, 7,3%). Encontram-se ainda representados os programas *informativos* de *reportagem* (61, 5%) e *entrevista* (48, 3,9%).
- Nos *desportivos*, refira-se a frequência da *informação desportiva* (40, 3,3%); na *ficção* destacam-se as *séries* (60, 4,9%) e a *ficção de humor* (29, 2,4%); no *entretenimento*, sobressaem os programas de *humor* (46, 3,8%); e, por fim, nos programas *culturais/conhecimento*, sobressai a presença de programas *educativos* (65, 5,3%).

FIG. 7 *Frequência e duração dos géneros televisivos na RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)*

RTP1					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	358	29,2	306:00	31,7
	Reportagem	61	5,0	26:59	2,7
	Debate	3	0,2	03:19	0,3
	Entrevista	48	3,9	29:19	3,0
	Comentário	86	7,0	31:28	3,3
	Edição especial	6	0,5	03:22	0,3
	Magazine informativo	2	0,2	01:00	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>564</i>	<i>46,1</i>	<i>401:30</i>	<i>41,6</i>
Desportivos	Informação desportiva	40	3,3	14:26	1,5
	Transmissão desportiva	39	3,2	70:35	7,3
	Resumos desportivos	3	0,2	02:04	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>82</i>	<i>6,7</i>	<i>87:06</i>	<i>9,0</i>
Ficção	Filme/telefilme	5	0,4	08:42	0,9
	Série	60	4,9	56:31	5,8
	Telenovela	1	0,1	01:30	0,2
	Ficção de humor	29	2,4	19:26	2,0
	<i>Subtotal</i>	<i>95</i>	<i>7,8</i>	<i>86:11</i>	<i>8,9</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	284	23,2	269:43	28,0
	Reality show	2	0,2	04:06	0,4
	Variedades	4	0,3	07:39	0,8
	Talk show	15	1,2	22:13	2,3
	Humor	46	3,8	19:43	2,0
	Infotainment	13	1,1	02:33	0,3
	Outros (entretenimento)	9	0,7	15:23	1,6
	<i>Subtotal</i>	<i>373</i>	<i>30,5</i>	<i>341:24</i>	<i>35,4</i>
Culturais/ conhecimento	Artes e média	2	0,2	02:17	0,2
	Humanidades	11	0,9	00:12	0,0
	Documentário	15	1,2	11:05	1,1
	Espectáculos (exibição)	10	0,8	21:10	2,2
	Educativos	65	5,3	12:28	1,3
	<i>Subtotal</i>	<i>103</i>	<i>8,4</i>	<i>47:14</i>	<i>4,9</i>
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	7	0,6	00:37	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>7</i>	<i>0,6</i>	<i>00:37</i>	<i>0,1</i>
Total		1224	100,0	964:04	100,0

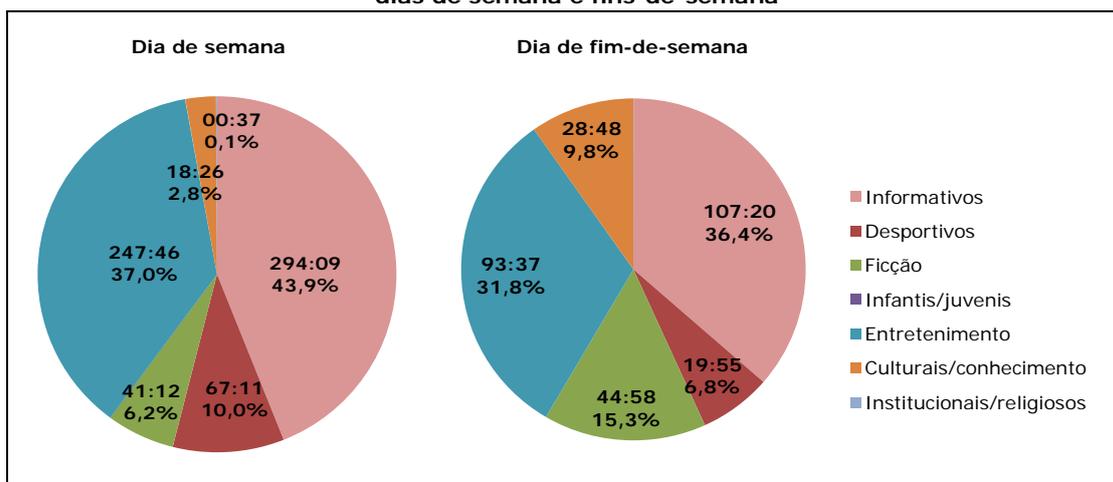
N= 1224 (N.º total de programas em horário nobre). N = 964h04m (Duração total dos programas em horário nobre).

e) Duração de macrogéneros da programação da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59) nos dias de semana e fins-de-semana

A programação da RTP1 em horário nobre nos dias de semana e nos fins-de-semana apresenta algumas diferenças quanto à duração dos vários *géneros* da programação:

- O *género informativo* é mais significativo nos dias de semana do que nos fins-de-semana, com uma frequência de 43,9% (294h09m) do tempo de emissão nos dias de semana e 36,4% nos fins-de-semana (107h20m).
- Durante a semana são mais significativos os tempos de emissão para os programas de *entretenimento* (247h46m, 37%) e *desportivos* (67h11m, 10%) do que nos fins-de-semana, com 93h37m (31,8%) e 19h55m (6,8%), respectivamente.
- A *ficção* é um dos *géneros* que ganha relevância nos fins-de-semana, passando de 6,2% do tempo de emissão para 15,3%. Também os programas *culturais/conhecimento* vêm reforçado o seu peso nos fins-de-semana da RTP1 (2,8% e 9,8%, respectivamente).

FIG. 8 Duração de macrogéneros televisivos da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59) nos dias de semana e fins-de-semana



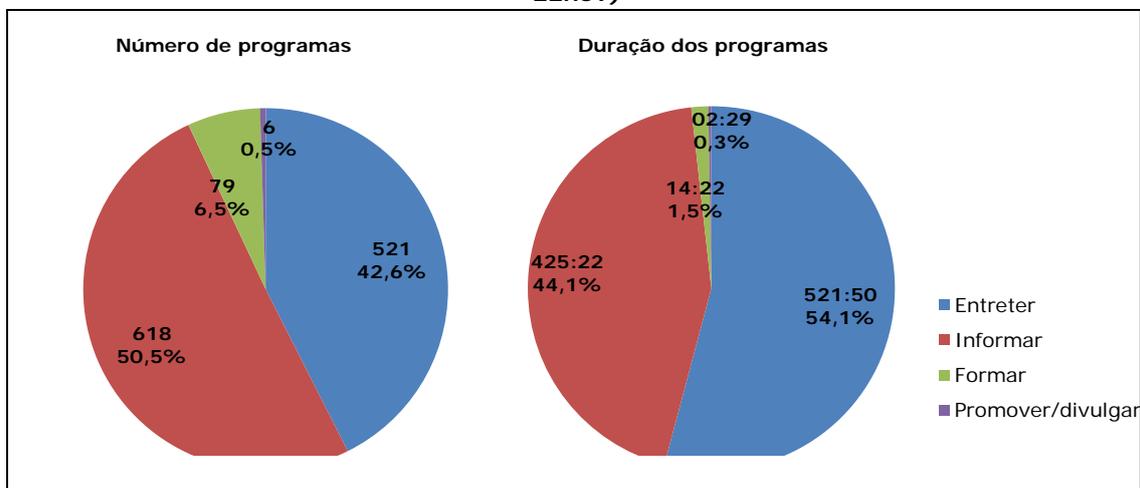
N = 669h24m (duração total dos programas em horário nobre – dia de semana). N = 294h40m (duração total dos programas em horário nobre – fim-de-semana).

f) Funções da programação da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)

A programação da RTP1 em horário nobre, ao longo do ano de 2008, apresenta os seguintes aspectos:

- *Informar* (50,5%) e *entretener* (42,6%) são as *funções* predominantes, sendo que as duas primeiras representam mais de 90% do total de programas neste horário (93,1%).
- *Formar* e *promover/divulgar* são as *funções* menos destacadas no período horário (79, 6,5%; 6, 0,5%, respectivamente).
- As duas *funções* mais importantes – *informar* e *entretener* – trocam de posição entre si quando a análise recai sobre a duração dos programas, uma vez que são emitidas mais horas de programas que visam *entretener* (521h50m, 54,1%) do que *informar* (425h22m, 44,1%).

FIG. 9 Frequência e duração das funções da programação da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)



N = 1224 (n.º total de programas em horário nobre). N = 964h04m (duração total dos programas em horário nobre).

- A *função de informar* é fundamentalmente cumprida pelos *serviços noticiosos* (358, 29,2%). Para a *função de entreter*, a RTP1 exhibe sobretudo programas categorizados como *concursos/jogos* (284, 23,2%).
- Também assume alguma relevância na *função informar* a presença do *género comentário* (86, 7%) e a *reportagem* (61, 5%).
- Além dos *concursos/jogos*, as *séries* representam um contributo para a *função entreter*, com 60 presenças e 4,9% da programação total.
- A *função formar* cabe maioritariamente a programas *educativos* (65, 5,3%), tais como A Voz do Cidadão, Quilómetro Verde e Cuidado com a Língua, entre outros.
- Os programas das categorias *talk show* e *institucionais/religiosos* e são os que residualmente cumprem a *função de promover/divulgar*.

FIG. 10 Funções e géneros televisivos na programação da RTP1 no horário nobre (20h00-22h59)

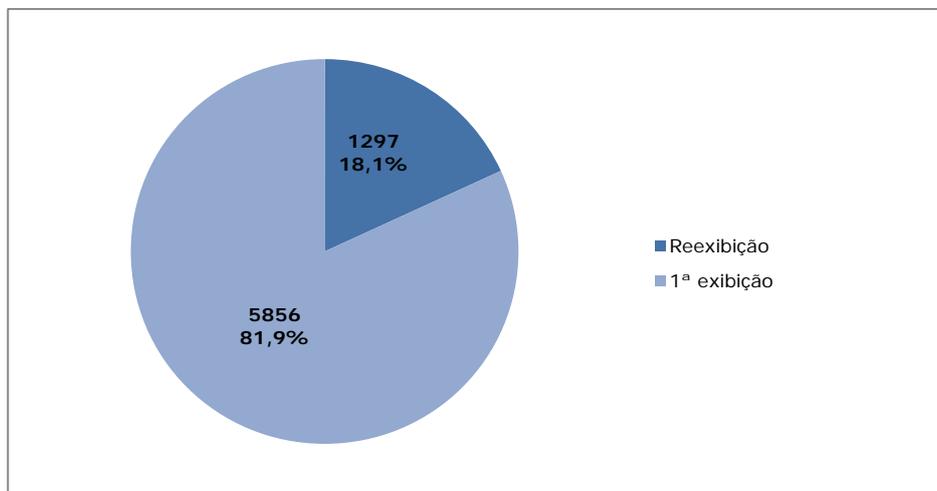
RTP1			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	358	29,2
Reportagem	Informar	61	5,0
Debate	Informar	3	0,2
Entrevista	Informar	48	3,9
Comentário	Informar	86	7,0
Edição especial	Informar	6	0,5
Magazine informativo	Informar	2	0,2
Informação desportiva	Informar	40	3,3
Transmissão desportiva	Entreter	39	3,2
Resumos desportivos	Entreter	3	0,2
Filme/telefilme	Entreter	5	0,4
Série	Entreter	60	4,9
Telenovela	Entreter	1	0,1
Ficção de humor	Entreter	29	2,4
Concurso/jogo	Entreter	284	23,2
Reality show	Entreter	2	0,2
Variedades	Entreter	4	0,3
Talk show	Entreter/ Promover/divulgar	15	1,2
Humor	Entreter	46	3,8
Infotainment	Entreter	13	1,1
Outros (entretenimento)	Entreter	9	0,7
Artes e média	Entreter	2	0,2
Humanidades	Formar	11	0,9
Documentários	Formar	15	1,2
Espectáculos (exibição)	Entreter	10	0,8
Educativos	Formar	65	5,3
Institucionais/religiosos	Informar/Formar/ Promover/divulgar	7	0,6
Total		1224	100,0

N= 1224 (N.º total de programas em horário nobre).

g) *Reexibição* de programas na RTP1

A análise da transmissão de programas permite verificar que a RTP1 preenche cerca de um quinto da sua emissão com *reexibições* (1297, 18,1%).

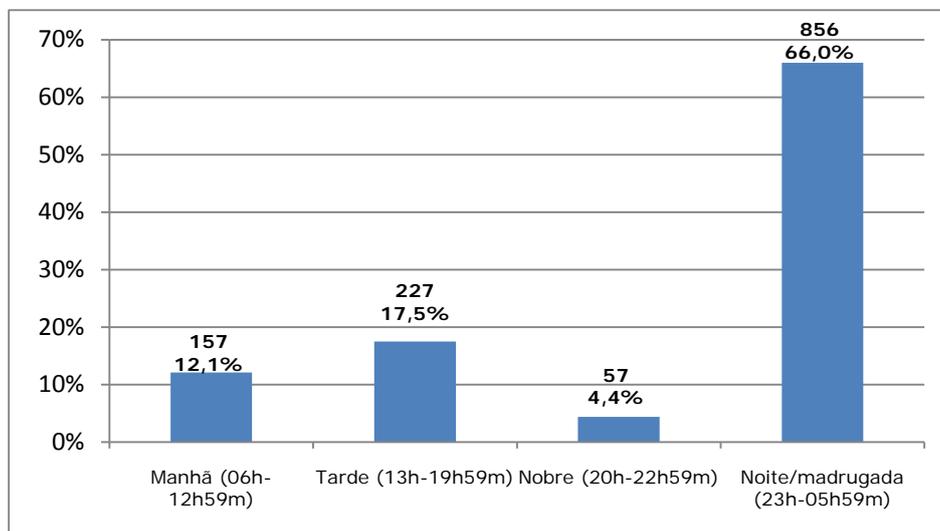
FIG. 11 Primeiras exibições e reexibições na RTP1



N = 7153 (n.º total de programas transmitidos pela RTP1).

A *reexibição* de programas na RTP1 ocorre essencialmente no período da noite/madrugada (856, 66%), e com menor frequência no horário nobre (57, 4,4%)

FIG. 12 Reexibições de programas por Períodos Horários na RTP1



N= 1297 (N.º total de *reexibições* pela RTP1).

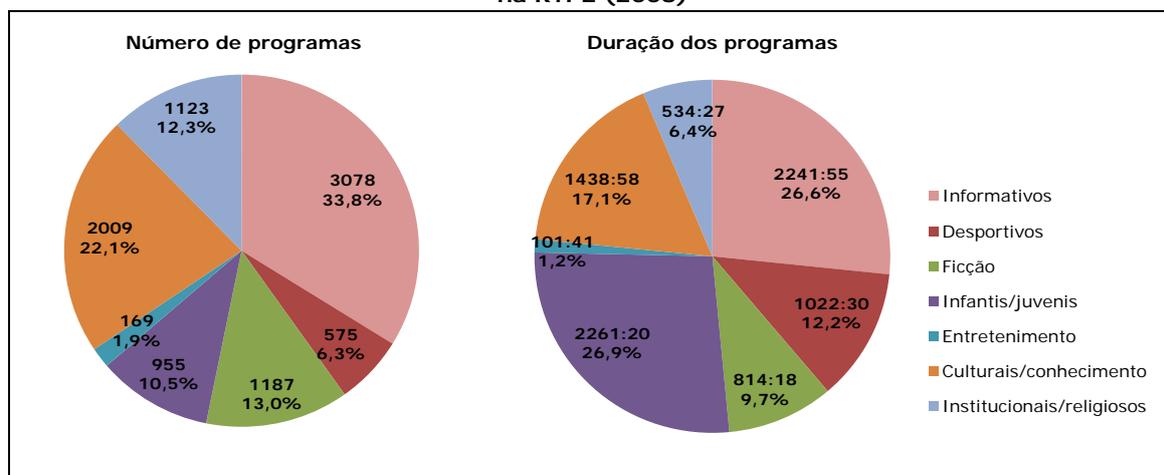
2.2. RTP2 – Análise da Programação (2008)

a) Dados gerais da programação da RTP2

A análise da programação da RTP2 incide sobre 9096 programas, correspondendo a 8415h11m de emissão. A distribuição da *frequência* e *duração* dos programas por *macrogéneros* televisivos denota os seguintes aspectos:

- Os programas *informativos* e os programas *culturais/conhecimento* representam mais de metade da programação da RTP2, com um número respectivo de 3078 (33,8%) e 2009 (22,1%) exhibições.
- A duração destas duas categorias coloca-as, respectivamente, na segunda e terceira posições. Com efeito, os programas *informativos* contabilizam 2241h55m de emissão, representando mais de um quarto do tempo total (26,6%); os programas *culturais/conhecimento* acumulam 1438h58m, ou seja 17,1% do total.
- Considerando ainda a duração, verifica-se que a programação dirigida aos públicos *infantis/juvenis* detém o maior período de tempo de emissão na RTP2, com mais de um quarto das horas de emissão (2261h20m, 26,9% do total).
- Salienta-se que a frequência de programas *infantis/juvenis* na RTP2 (955, 10,5%) se deve essencialmente à não discriminação dos diferentes programas a este nível da análise – desenhos animados, séries, filmes de animação, etc. –, os quais surgem inseridos na rubrica Zig Zag. Esta análise específica será desenvolvida para todos os serviços de programas em secção própria, mais adiante, neste relatório.
- No seu conjunto, os programas *infantis/juvenis* e *informativos* somam mais de metade das horas de emissão da RTP2 em 2008 (53,5%).
- As grelhas de programação da RTP2 contam ainda com espaços dedicados à *ficção* (13%), a programas *institucionais/religiosos* (12,3%), a programas *desportivos* (6,3%) e, em menor grau, a programas com uma vertente exclusivamente de *entretenimento* (1,9%).
- As quatro categorias menos exibidas pela RTP2 somam cerca de 30% da duração total de emissão de 2008, com os programas *desportivos* a registarem neste âmbito a duração mais elevada (1022h30m, 12,2%), seguidos da *ficção* (814h18m, 9,7%), dos *institucionais/religiosos* (534h27m, 6,4%) e, por último, dos programas de *entretenimento* (101h41m, 1,2%).

FIG. 13 *Frequência e duração de macrogéneros televisivos na RTP2 (2008)*



N = 9096 (n.º total de programas da RTP2). N = 8415h11m (duração total dos programas da RTP2).

b) Géneros televisivos na programação da RTP2

No decurso de 2008, sobressaem nas grelhas de programação da RTP2, como se refere *supra*, os programas *informativos* e os *culturais/conhecimento*. A análise detalhada dos diferentes *macrogéneros* revela os seguintes elementos:

- Na RTP2, a informação é assegurada sobretudo por via de *magazines informativos* (11,1%), de que são exemplos o magazine de ambiente Biosfera ou o magazine de regiões Notícias de Portugal.
- A elevada expressão dos *informativos* é ainda propiciada pela exibição do *boletim meteorológico* (9,8%) e dos *serviços noticiosos* diários Euronews e Jornal: 2 (9,4%), entre outros *géneros* menos frequentes como o *debate* (2,1%) ou a *entrevista* (1,0%).
- Relativamente aos programas *culturais/conhecimento*, a RTP2 apresenta predominantemente *documentários*, *género televisivo* que, por conta das 1285 exibições (14,1%), se apresenta como o mais frequente nas grelhas de programação.

As categorias *ficção*, *institucionais/religiosos*, *desportivos* e *entretenimento* são aquelas que registam menor frequência de exibição na RTP2. Da segmentação de cada uma destas categorias de programação em *géneros* televisivos sobressaem os seguintes aspectos:

- Dentro da *ficção*, as *séries* são o *género televisivo* mais representado, com 749 exibições (8,2% do total) e uma duração de 461h56m (5,5%).
- Os programas *institucionais/religiosos* representam 12,3% do total das transmissões, com uma duração de 534h27m (6,4%). Nesta categoria inscrevem-se tanto programas ligados a organismos públicos (p. ex., Consigo, do Instituto Nacional de Reabilitação; Nós do ACIDI), como programas decorrentes de espaços dedicados pelo operador à participação de organismos da sociedade civil (p. ex. Universidades) ou programas religiosos (p. ex., A Fé dos Homens ou Caminhos).
- Na RTP2, as diferentes modalidades desportivas profissionais e amadoras são divulgadas em programas de *informação* especializados (Desporto 2:) e através das *transmissões desportivas* em directo (respectivamente, 4,1% e 2% do total).
- Os *géneros* específicos de *entretenimento* têm uma representação reduzida na RTP2, com apenas 169 ocorrências (1,9%) e pouco mais de 100 horas de tempo de emissão em 2008 (101h41m, 1,2%). Incluem-se nesta categoria *géneros* televisivos como o *humor* (programa Sempre em Pé), ou o *infotainment* (Entre Pratos).
- A programação *infantil/juvenil* condensa, sobretudo através da rubrica Zig Zag, o maior número de horas de exibição com um total de 2261h20m, representando mais de um quarto do tempo de emissão da RTP2 (26,9%).

FIG. 14 *Frequência e duração de géneros televisivos na RTP2 (2008)*

RTP2					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração (hh:mm)	
		n	%	N	%
Informativos	Serviço noticioso	851	9,4	995:31	11,8
	Reportagem	28	0,3	10:15	0,1
	Debate	189	2,1	132:28	1,6
	Entrevista	90	1,0	68:24	0,8
	Edição especial	21	0,2	45:20	0,5
	Magazine informativo	1010	11,1	971:00	11,5
	Boletim meteorológico	889	9,8	18:53	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>3078</i>	<i>33,8</i>	<i>2241:55</i>	<i>26,5</i>
Desportivos	Informação desportiva	374	4,1	828:06	9,8
	Transmissão desportiva	183	2,0	179:26	2,1
	Resumos desportivos	18	0,2	14:57	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>575</i>	<i>6,3</i>	<i>1022:30</i>	<i>12,2</i>
Ficção	Filme/telefilme	161	1,8	242:05	2,9
	Série	749	8,2	461:56	5,5
	Ficção de humor	277	3,1	110:16	1,3
	<i>Subtotal</i>	<i>1187</i>	<i>13,0</i>	<i>814:18</i>	<i>9,7</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	955	10,5	2261:20	26,9
	<i>Subtotal</i>	<i>955</i>	<i>10,5</i>	<i>2261:20</i>	<i>26,9</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	12	0,1	10:13	0,1
	Talk show	2	0,0	01:58	0,0
	Humor	78	0,9	56:08	0,7
	Infotainment	76	0,8	32:29	0,4
	Outros (entretenimento)	1	0,0	00:51	0,0
	<i>Subtotal</i>	<i>169</i>	<i>1,9</i>	<i>101:41</i>	<i>1,2</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	297	3,3	177:32	2,1
	Humanidades	100	1,1	42:52	0,5
	Ciências	13	0,1	06:35	0,1
	Documentários	1285	14,1	916:00	10,9
	Espectáculos (exibição)	82	0,9	116:40	1,4
	Educativos	90	1,0	24:37	0,3
	Informação cultural (magazines culturais)	142	1,6	154:38	1,8
	<i>Subtotal</i>	<i>2009</i>	<i>22,1</i>	<i>1438:58</i>	<i>17,1</i>
	Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	1123	12,3	534:27
<i>Subtotal</i>		<i>1123</i>	<i>12,3</i>	<i>534:27</i>	<i>6,4</i>
Total		9096	100,0	8415:11	100,0

N = 9096 (n.º total de programas da RTP2). N = 8415h11m (duração total dos programas da RTP2).

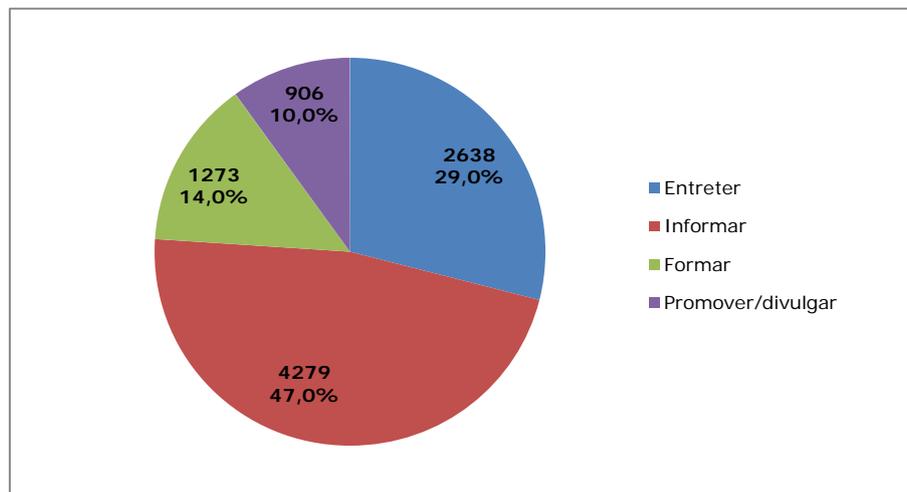
c) *c) Funções nos programas da RTP2*

Tomando em consideração as diferentes *funções* presentes na programação da RTP2, destacamos as seguintes observações no que respeita aos dados analisados:

- *Informar* constitui-se como a *função* com maior frequência nos programas transmitidos em 2008 pela RTP2 (4279, 47%).
- Seguem-se os programas cuja *função* predominante consiste em *entretêr* os públicos (2638, 29%).
- Comparativamente, a *função* de *formar* ocupa menor destaque, estando presente em 14% dos programas transmitidos (1273).

- Com uma representatividade de apenas um décimo da programação da RTP2, surgem os programas dedicados a *promover/divulgar* (906, 10%).

FIG. 15 *Funções na programação da RTP2*



N = 9096 (n.º total de programas transmitidos pela RTP2).

Do cruzamento entre as *funções* e os *géneros televisivos* dos programas, sobressaem os seguintes aspectos:

- A *função* de *entreter* surge representada maioritariamente por programas *infantis/juvenis* e *séries*.
- No que respeita à *função* de *informar*, trata-se, na maior parte, de *magazines* informativos e ainda de *boletins meteorológicos* e *serviços noticiosos*.
- A *função* de *formar* é assegurada sobretudo pela exibição de *documentários*, mas surge igualmente nos programas dedicados às *ciências*, *artes e média*, *humanidades* e nos *educativos*. Existe ainda alguma correspondência dessa *função* em alguns dos programas dos *géneros institucionais/religiosos* e *infantis/juvenis*.
- A *função* de *promover/divulgar* é representada em larga medida por programas *institucionais/religiosos*, estando igualmente presente em alguns programas classificados como *magazines informativos*.

FIG. 16 Funções e géneros televisivos na programação da RTP2 (2008)

RTP2			
Géneros	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	851	9,4
Reportagem	Informar	28	0,3
Debate	Informar	189	2,1
Entrevista	Informar	90	1,0
Edição especial	Informar	21	0,2
Magazine informativo	Informar (91,2%) Promover/divulgar (8,8%)	1010	11,1
Boletim meteorológico	Informar	889	9,8
Informação desportiva	Informar	374	4,1
Transmissão desportiva	Entreter	183	2,0
Resumos desportivos	Entreter	18	0,2
Filme/telefilme	Entreter	161	1,8
Série	Entreter	749	8,2
Ficção de humor	Entreter	277	3,0
Infantis/juvenis	Entreter (92,4%) Informar (2,7%) Formar (4,9%)	955	10,5
Concurso/jogo	Entreter	12	0,1
Talk show	Entreter	2	0,0
Humor	Entreter	78	0,9
Infotainment	Entreter	76	0,8
Outros (entretenimento)	Entreter	1	0,0
Artes e média	Entreter (24,9%) Informar (66%) Formar (9,1%)	297	3,3
Humanidades	Entreter (26%) Informar (49%) Formar (25%)	100	1,1
Ciências	Formar	13	0,1
Documentários	Entreter (1,3%) Informar (30,1%) Formar (68,6%)	1285	14,1
Espectáculos (exibição)	Entreter	82	0,9
Educativos	Formar	90	1,0
Informação cultural (magazines culturais)	Informar	142	1,6
Institucionais/religiosos	Informar (10,3%) Formar (16,9%) Promover/divulgar (72,8%)	1123	12,3
Total		9096	100,0

N = 9096 (n.º total de programas transmitidos pela RTP2).

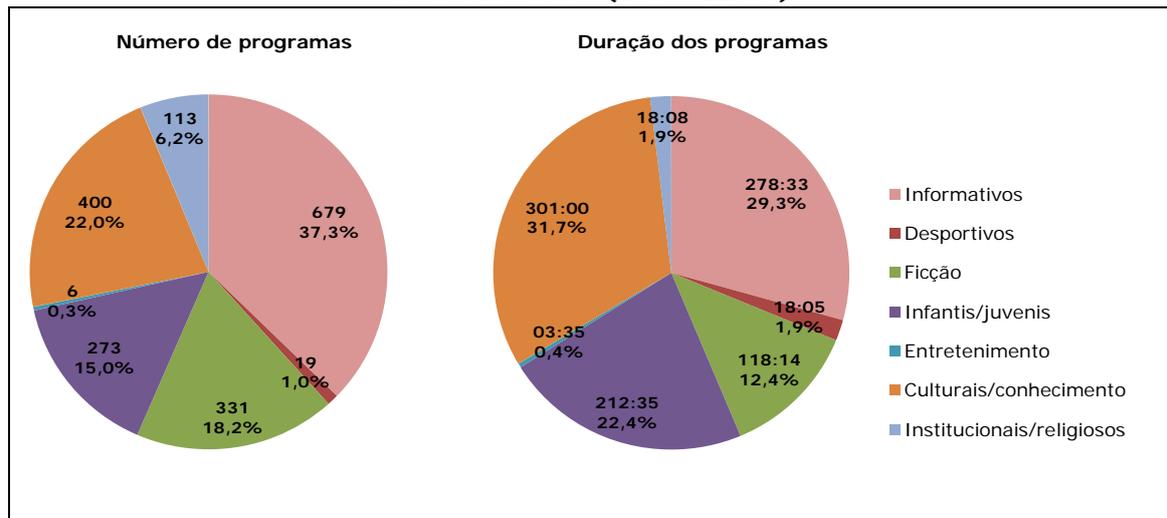
d) Programação da RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)

A RTP2 totaliza 1821 programas e 950h13m de emissão no período de horário nobre ao longo do ano de 2008.

- Os programas *informativos* são os que apresentam maior número de presenças (679, 37,3%), seguidos dos programas *culturais/conhecimento* (400, 22%).
- Estas posições invertem-se quando se analisa a duração dos programas: os programas *culturais/conhecimento* registam 301h00m de emissão (31,7%) e os *informativos*, por seu lado, ocupam mais de 278 horas de emissão (29,3%) no horário nobre da RTP2.

- Semelhante inversão de posições ocorre também nos resultados de frequência e duração dos programas de *ficção* e dos *infantis/juvenis*: o primeiro assume a terceira posição, com 331 presenças e 18,2% do total de programas, enquanto o segundo conta 273 e 15% do total. No entanto, no que respeita à duração, os *infantis/juvenis* ganham proeminência (212h35m, 22,4%) face aos programas de *ficção* (118h14m, 12,4%).

FIG. 17 *Frequência e duração de macrogéneros televisivos na RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)*



N= 1821 (N.º total de programas em horário nobre). N = 950h13m (Duração total dos programas em horário nobre).

- O *género televisivo* mais exibido pela RTP2 em horário nobre é o *documentário*, inserido no *macrogénero culturais/conhecimento* (378, 20,8%), destacando-se igualmente como o *género* com maior duração, com cerca de 290 horas de emissão, correspondente a 30,5% do tempo de emissão neste período horário.
- Os *serviços noticiosos*, integrados nos programas *informativos*, totalizam 366 programas - corresponde a uma edição diária do Jornal 2 – que se traduzem em 20,1% dos programas emitidos neste horário. Em duração, este *género televisivo* representa um quarto do tempo de emissão neste período horário (238h39m, 25,1%).
- Destaca-se que a RTP2 dedica aos *infantis/juvenis* parte significativa deste horário de emissão (212h35m, 22,4%), através dos programas que integram o contentor Zig Zag, razão pela qual este *género* de programas perde relevância em frequência (273, 15%).
- O tempo de emissão da RTP2 distribui-se em grande parte por três *géneros* – *documentários*, *serviços noticiosos* e *infantis/juvenis* –, que ocupam mais de dois terços do tempo de emissão neste período horário (78%).
- Na *ficção* há dois *géneros* com uma frequência de programas aproximada: a *ficção de humor* (191, 10,5%) e as *séries* (140, 7,7%).
- Os programas *institucionais/religiosos* aproximam-se dos mencionados no ponto acima, mas apenas no que respeita à sua frequência (113, 6,2%), uma vez que em duração denotam menor expressão (18h08m, 1,9%).

- Os *géneros* de programas que registaram menores frequências na RTP2 em termos globais no horário nobre foram o *talk show* (0,1%), a *informação cultural* (0,2%), o *humor* (0,2%) e o *magazine informativo* (0,2%).

FIG. 18 *Frequência e duração de géneros televisivos na RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)*

RTP2					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	366	20,1	238:39	25,1
	Entrevista	43	2,4	32:30	3,4
	Magazine informativo	4	0,2	02:01	0,2
	Boletim meteorológico	266	14,6	05:22	0,6
	<i>Subtotal</i>	<i>679</i>	<i>37,3</i>	<i>278:33</i>	<i>29,3</i>
Desportivos	Informação desportiva	6	0,3	04:51	0,5
	Transmissão desportiva	6	0,3	07:24	0,8
	Resumos desportivos	7	0,4	05:49	0,6
	<i>Subtotal</i>	<i>19</i>	<i>1,0</i>	<i>18:05</i>	<i>1,9</i>
Ficção	Série	140	7,7	49:38	5,2
	Ficção de humor	191	10,5	68:35	7,2
	<i>Subtotal</i>	<i>331</i>	<i>18,2</i>	<i>118:14</i>	<i>12,4</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	273	15,0	212:35	22,4
	<i>Subtotal</i>	<i>273</i>	<i>15,0</i>	<i>212:35</i>	<i>22,4</i>
Entretenimento	Talk show	2	0,1	01:58	0,2
	Humor	4	0,2	01:36	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>6</i>	<i>0,3</i>	<i>03:35</i>	<i>0,4</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	6	0,3	02:35	0,3
	Humanidades	6	0,3	00:17	0,0
	Documentários	378	20,8	289:58	30,5
	Educativos	7	0,4	05:09	0,5
	Informação cultural (magazines culturais)	3	0,2	03:00	0,3
	<i>Subtotal</i>	<i>400</i>	<i>22,0</i>	<i>301:00</i>	<i>31,7</i>
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	113	6,2	18:08	1,9
	<i>Subtotal</i>	<i>113</i>	<i>6,2</i>	<i>18:08</i>	<i>1,9</i>
Total		1821	100,0	950:13	100,0

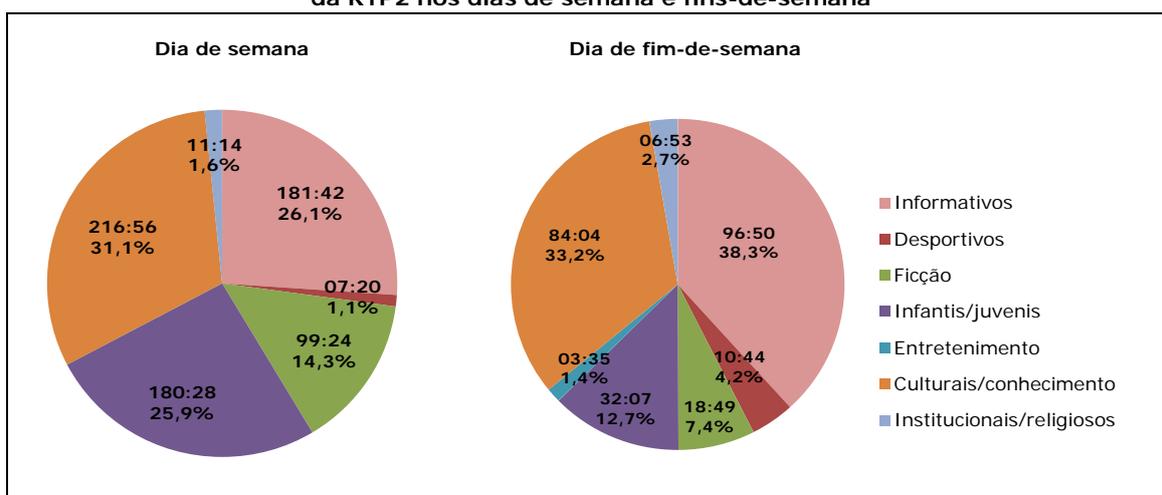
N = 1821 (n.º total de programas em horário nobre). N = 950h13m (Duração total dos programas em horário nobre).

e) Duração de macrogéneros da programação da RTP2 no horário nobre (20h00-22h59) nos dias de semana e fins-de-semana

A programação da RTP2 no horário nobre dos dias de semana e fins-de-semana regista algumas alterações em termos da duração dos diversos *géneros televisivos*. As principais diferenças registam-se ao nível dos programas *informativos*, dos *infantis/juvenis* e da *ficção*.

- Os *informativos* ganham maior expressão nos fins-de-semana (38,3%), enquanto nos dias de semana ocupam cerca de um quarto do tempo de programação (26,1%).
- Situação inversa verifica-se com os programas *infantis/juvenis*, que representam um quarto da programação do horário nobre nos dias de semana (25,9%) e pouco mais de um décimo nos fins-de-semana (12,7%). A mesma situação ocorre com os programas de *ficção* (fins-de-semana – 7,4%; dias de semana – 14,3%).
- Os programas *culturais/conhecimento*, *desportivos* e *institucionais/religiosos* também ganham maior expressão nos fins-de-semana.
- Os *géneros* televisivos específicos de *entretenimento* surgem representados no horário nobre apenas nas grelhas dos fins-de-semana (03h35m, 1,4%).

FIG. 19 Duração de macrogéneros televisivos no horário nobre (20h00-22h59) da RTP2 nos dias de semana e fins-de-semana



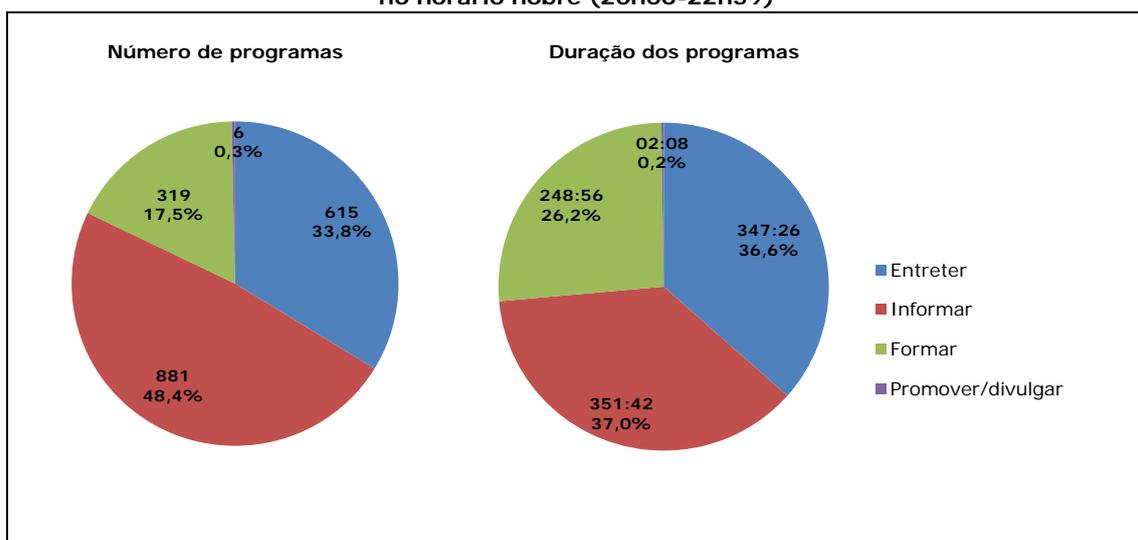
N = 697h06m (duração total dos programas em horário nobre - dia de semana). N = 253h06m (duração total dos programas em horário nobre - fim-de-semana).

f) Funções da programação da RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)

Nas grelhas de programas da RTP2 sobressaem três *funções*, as quais assumem diferentes pesos relativos consoante a análise atenda à frequência ou à duração.

- A *função informar* é a mais relevante em número de presenças na programação do horário nobre da RTP2 (881, 48,4%), mas em termos de duração fica colocada ao nível dos programas cuja *função* predominante consiste em *entreteter* (37% vs. 36,6%).
- Merece relevo ainda a percentagem de tempo dedicada pela RTP2 aos programas nos quais *formar* se apresenta como *função* predominante, ocupando mais de um quarto do tempo de emissão deste período horário (248h56m, 26,2%)

FIG. 20 Frequência e duração das funções da programação na RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)



N = 1821 (n.º total de programas em horário nobre). N = 950h13m (duração total dos programas em horário nobre).

- No que respeita à presença dos *géneros televisivos* relativamente às *funções* que desempenham nas grelhas da RTP2 no período 20h00-22h59, o *documentário* é o que apresenta maior frequência, desempenhando as *funções* de *informar* e *formar* (378, 20,8%).
- Seguem-se os *serviços noticiosos*, cuja *função* predominante é naturalmente *informar* (366, 20,1%). Cabe também salientar a importância, nesta *função*, dos *boletins meteorológicos*, emitidos 266 vezes (14,6%), ao longo do ano 2008, em horário nobre.
- A prossecução das *funções entreter* e *promover/divulgar* surge ligada aos programas *infantis/juvenis*, que têm uma representação de 15% da totalidade dos programas no período 20h00-22h59.
- Ainda na *função entreter* no período horário considerado, destacam-se a *ficção de humor* (191, 10,5%) e as *séries* (140, 7,7%).
- *Formar* e *promover/divulgar* são as *funções* prosseguidas por 113 programas (6,2%) *institucionais/religiosos* emitidos pela RTP2 no horário nobre.

FIG. 21 Funções e géneros televisivos na programação da RTP2 no horário nobre (20h00-22h59)

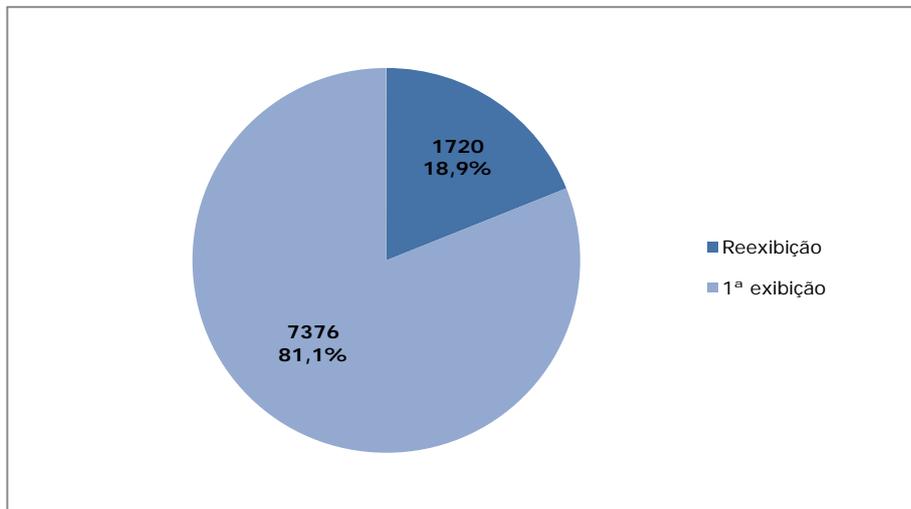
RTP2			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	366	20,1
Entrevista	Informar	43	2,4
Magazine informativo	Informar	4	0,2
Boletim meteorológico	Informar	266	14,6
Informação desportiva	Informar	6	0,3
Transmissão desportiva	Entreter	6	0,3
Resumos desportivos	Entreter	7	0,4
Série	Entreter	140	7,7
Ficção de humor	Entreter	191	10,5
Infantis/juvenis	Entreter/Promover/divulgar	273	15,0
Talk show	Entreter	2	0,1
Humor	Entreter	4	0,2
Artes e média	Informar	6	0,3
Humanidades	Informar	6	0,3
Documentários	Informar/Formar	378	20,8
Educativos	Formar	7	0,4
Informação cultural (magazines culturais)	Formar	3	0,2
Institucionais/religiosos	Formar/Promover/divulgar	113	6,2
Total		1821	100,0

N= 1821 (N.º total de programas em horário nobre).

g) **Reexibição de programas na RTP2**

A análise da programação da RTP2 demonstra que cerca de um quinto da mesma é constituído pela emissão de *reexibições* (1720, 18,9%).

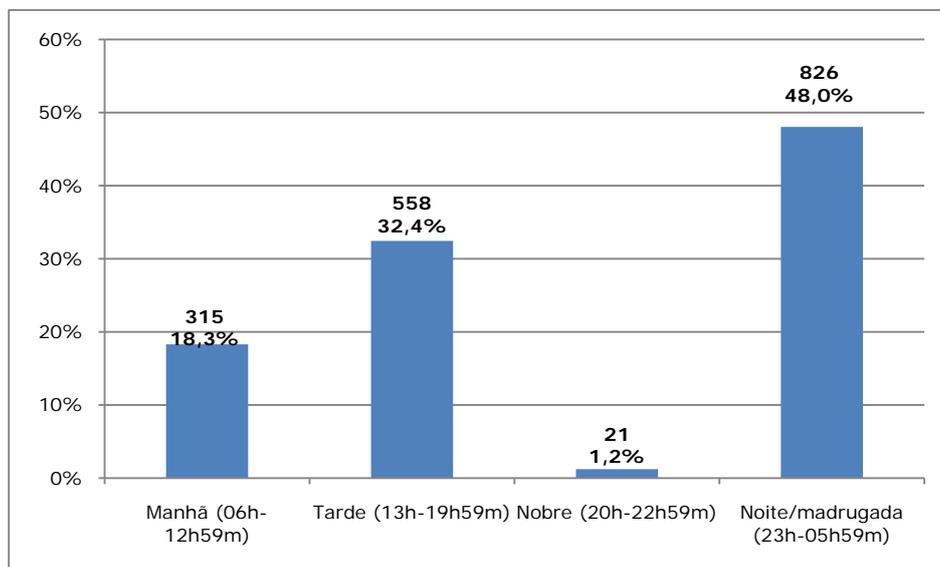
FIG. 22 Primeiras exibições e reexibições na RTP2



N= 9096 (n.º total de programas transmitidos pela RTP2).

O período privilegiado para a *reexibição* de programas na RTP2 consiste na noite/madrugada (826, 48%). Segue-se o período da tarde, com cerca de 32% de *reexibições*. Por sua vez, o horário nobre é o período com menor índice de *reexibições* (21, 1,2%).

FIG. 23 Reexibições de programas por períodos horários na RTP2



N = 1720 (n.º total de *reexibições* pela RTP2).

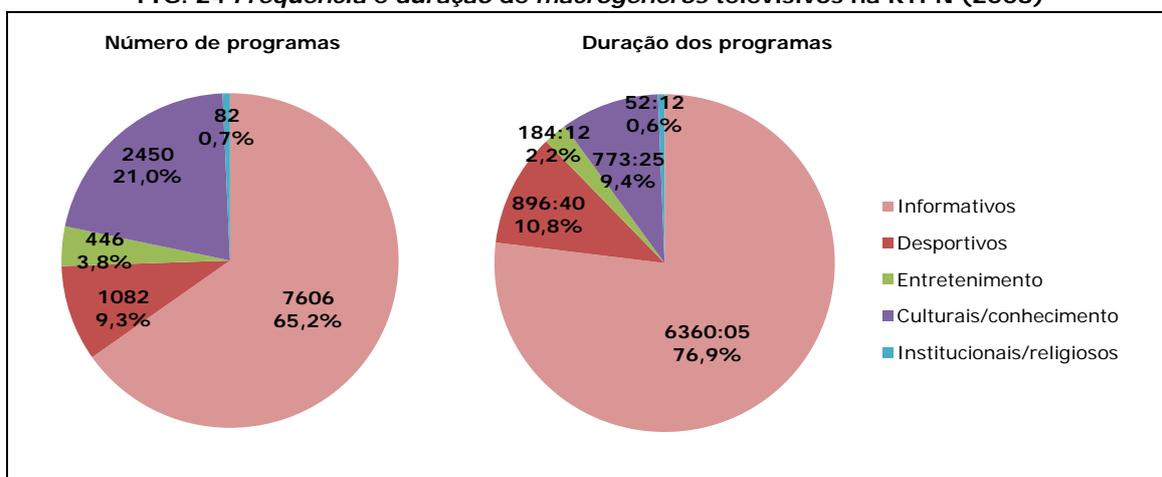
2.3. RTPN – Análise da Programação (2008)

a) Dados gerais da programação da RTPN

A análise da programação da RTPN, durante o ano de 2008, incide sobre a exibição de 11666 programas, cuja duração atinge as 8266h36m de emissão. Os dados relativos ao universo da programação da RTPN permitem observar os seguintes aspectos:

- A *informação* é a categoria de programas mais significativa nas grelhas de emissão da RTPN, facto que deverá ser naturalmente interpretado à luz da própria especificidade de um *serviço de programas temático informativo*. Esta categoria está patente em mais de 65% do total dos programas transmitidos durante o ano de 2008 (7606, 65,2%) e em mais de três quartos do número total de horas de emissão deste serviço de programas (6360h05m, 76,9%).
- Em segundo lugar destaca-se o número de exibições de programas da categoria *culturais/conhecimento*, com 2450 exibições (21%) e 773h25m de duração global (9,4%). Os *desportivos* ocupam a terceira posição em número (1082, 9,3%), mas ultrapassam, em duração, os programas de carácter cultural, acumulando mais de um décimo do número total de horas de emissão da RTPN (896h40m, 10,8%).
- *Entretenimento* e *institucionais/religiosos* são as categorias de programação menos frequentes nas grelhas da RTPN, quer em número (446, 3,8% e 82, 0,7%, respectivamente) quer em duração (184h12m, 2,2% e 52h12m, 0,6%).

FIG. 24 *Frequência e duração de macrogéneros televisivos na RTPN (2008)*



N= 11666 (n.º total de programas na RTPN). N= 8266h36m (duração total dos programas na RTPN).

b) Géneros televisivos na programação da RTPN

Da análise da distribuição dos *géneros* televisivos na RTPN, no ano de 2008, constata-se:

- O peso dos programas *informativos* é resultado da exibição dos diferentes *serviços noticiosos*, cuja transmissão ocorre de hora a hora ao longo das grelhas de emissão diárias deste operador. Este *género* televisivo contabiliza, por si só, mais de 40% do número de programas exibidos (4827, 41,4%). A sua duração confere-lhe igualmente o lugar de maior destaque quando se atende ao tempo de emissão global, na medida em que mais de metade desse tempo é preenchido por blocos informativos (4488h06m, 54,3%).

- Salientam-se, também no campo da informação, os *magazines informativos*, que registam 1725 exibições em 2008 (14,8%) e uma duração total de 1049h09m (12,7%). Os *magazines* apresentados na RTPN dão relevo a diferentes áreas temáticas, desde as questões regionais à economia, passando pelo ambiente.
- Situando ainda o enfoque da análise no número de programas exibidos, verifica-se que a programação especializada em questões culturais, neste caso, a *informação cultural (magazines culturais)*, é o terceiro *género* televisivo mais transmitido na RTPN, por via das 1198 exibições que contabiliza em 2008 (10,3%). A duração total deste *género*, designadamente, 265h50m (3,2%) coloca-o, no entanto, em desvantagem perante outros *géneros* transmitidos (essencialmente *desportivos*), decaindo para a sexta posição quando se atende a esta variável.
- Na categoria *culturais/conhecimento* há ainda a sublinhar as 478 edições de programas relacionados com a área das *ciências* (4,1% do total), um dos quais vocacionado para os públicos mais jovens (*ABCiência*), bem como as 279 exibições de programas dedicados às *artes e média* (2,4%).
- No âmbito dos programas *desportivos*, realçam-se, quer em número quer em duração, a *informação desportiva*, com 808 exibições (6,9% do total) e 528h08m (6,4%) e as *transmissões desportivas* que arrolam 254 presenças (2,2%) e 359h06m de emissão (4,3%).
- No que se refere aos dois *macrogéneros* menos difundidos, verifica-se que o *infotainment* (337) é o *género* televisivo com maior frequência de entre os programas de *entretenimento*, ao qual se seguem os programas de cariz humorístico (102), e que os programas classificados no *género institucionais/religiosos* obtêm uma frequência de 82 exibições que resultam em 52h12m de emissão.

FIG. 25 *Frequência e duração de géneros televisivos na RTPN (2008)*

RTPN					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração (hh:mm)	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	4827	41,4	4488:06	54,3
	Reportagem	126	1,1	55:41	0,7
	Debate	730	6,3	633:08	7,7
	Entrevista	109	0,9	71:23	0,9
	Comentário	53	0,5	22:18	0,3
	Edição especial	36	0,3	40:18	0,5
	Magazine informativo	1725	14,8	1049:09	12,7
	<i>Subtotal</i>	<i>7606</i>	<i>65,2</i>	<i>6360:05</i>	<i>76,9</i>
Desportivos	Informação desportiva	808	6,9	528:08	6,4
	Transmissão desportiva	254	2,2	359:06	4,3
	Resumos desportivos	20	0,2	09:26	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>1082</i>	<i>9,3</i>	<i>896:40</i>	<i>10,8</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	7	0,1	05:58	0,1
	Humor	102	0,9	43:21	0,5
	Infotainment	337	2,9	134:52	1,6
	<i>Subtotal</i>	<i>446</i>	<i>3,8</i>	<i>184:12</i>	<i>2,2</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	279	2,4	116:19	1,4
	Humanidades	190	1,6	76:40	0,9
	Ciências	478	4,1	197:14	2,4
	Documentários	188	1,6	94:44	1,1
	Educativos	117	1,0	22:35	0,3
	Informação cultural (<i>magazines culturais</i>)	1198	10,3	265:50	3,2
	<i>Subtotal</i>	<i>2450</i>	<i>21,0</i>	<i>773:25</i>	<i>9,4</i>
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	82	0,7	52:12	0,6
	<i>Subtotal</i>	<i>82</i>	<i>0,7</i>	<i>52:12</i>	<i>0,6</i>

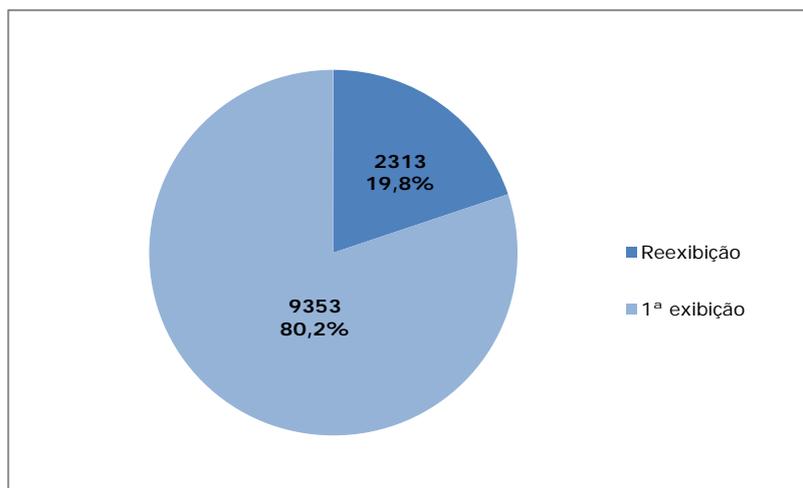
Total	11666	100,0	8266:36	100,0
--------------	--------------	--------------	----------------	--------------

N= 11666 (n.º total de programas na RTPN). N= 8266h36m (duração total dos programas na RTPN).

c) *Reexibição de programas na RTPN*

A análise do universo dos programas exibidos na RTPN mostra que, em cada dez, dois voltam a ser exibidos nas grelhas de emissão deste serviço de programas. Com efeito, dos 11666 programas transmitidos na RTPN, 2313 foram reexibições (19,8%).

FIG. 26 Primeiras exibições e reexibições na RTPN

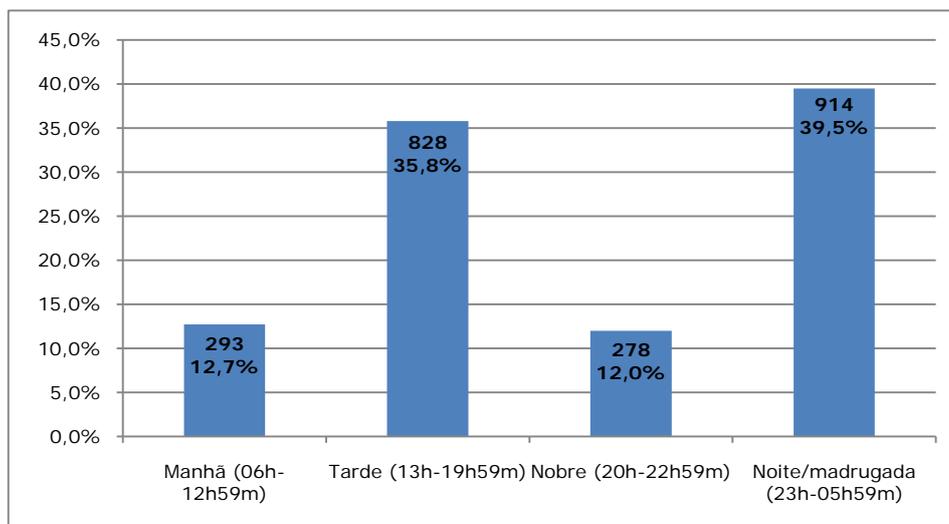


N= 11666 (n.º total de programas na RTPN).

A figura seguinte reflecte a distribuição dos 2313 programas reexibidos pela RTPN de acordo com quatro diferentes períodos horários – manhã, tarde, horário nobre, noite/madrugada –, de onde se assinala que a retransmissão de programas ocorre, sobretudo, entre as 23h00 e às 05h59 da manhã (914, 39,5%) e no período da tarde (828, 35,8%).

É no horário nobre (20h-22h59m) e no período da manhã (06h00-12h59m) que a RTPN transmite o menor número de programas que havia já mostrado em outras ocasiões, com 278 (12%) e 293 reexibições (12,7%), respectivamente.

FIG. 27 *Reexibições* de programas por períodos horários na RTPN



N= 2313 (n.º total de *reexibições* na RTPN).

3. Serviços de programas generalistas de acesso livre – SIC e TVI

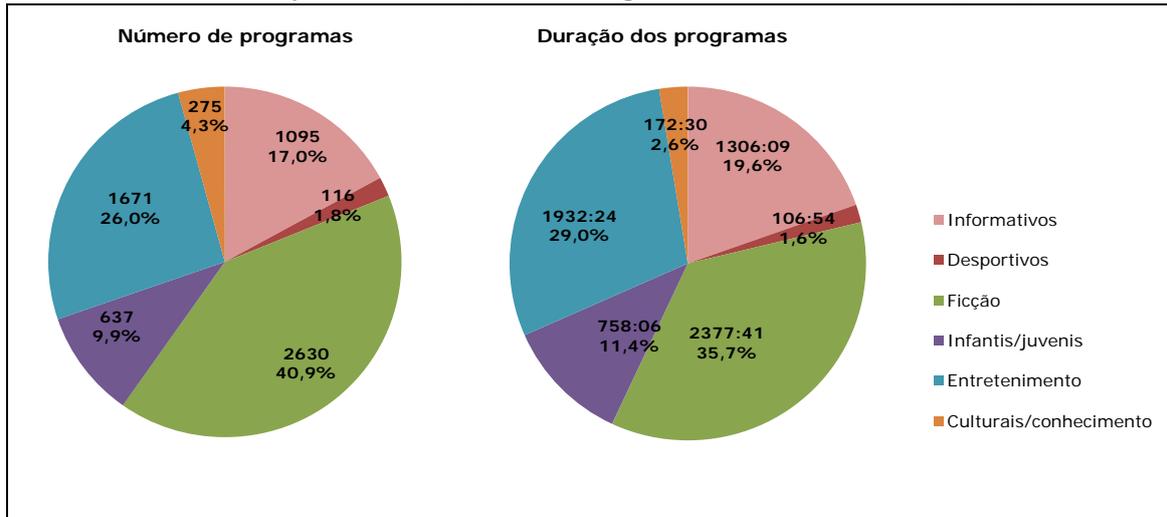
3.1 SIC – Análise da Programação (2008)

a) Dados gerais da programação da SIC

A análise da programação da SIC engloba 6424 programas transmitidos em 2008, perfazendo um total de 6653h46m de tempo de emissão. Da análise do *macrogéneros* da programação sobressaem os seguintes aspectos:

- Os programas de *ficção* surgem como o *macrogénero* mais representado em frequência (2630, 40,9%) e duração (2377h41m, 35,7%), seguindo-se os programas de *entretenimento*, que representam mais de um quarto em termos de frequência (1671, 26%) e duração (1932h24m, 29%).
- Os *desportivos* constituem em termos globais o *macrogénero* de menor frequência (116, 1,8%) e duração (106h54m, 1,6%).
- Ressalta-se igualmente a baixa representatividade dos programas *culturais/conhecimento* (275, 4,3%) em termos de frequência global de programas e de duração (172h30m, 2,6%).

FIG. 28 *Frequência e duração de macrogéneros televisivos na SIC (2008)*



N= 6424 (n.º total de programas da SIC). N = 6653h46m (duração total dos programas da SIC).

b) Géneros televisivos na programação da SIC

Da análise segmentada dos *macrogéneros*, destacam-se os seguintes resultados relativamente à frequência e duração dos diferentes *géneros televisivos* que constituem as grelhas de programas da SIC em 2008:

- A forte presença da *ficção* nas grelhas de programação da SIC deve-se maioritariamente à exibição de *telenovelas* (1277, 19,9%) e *séries* (662, 10,3%).
- O *entretenimento* assenta em larga medida na transmissão de *concursos/jogos* (649, 10,1%) e de *talk shows* (497, 7,7%).
- Os programas *informativos* dizem respeito quase na sua quase totalidade à exibição de *serviços noticiosos* (980, 15,3%).
- De ressaltar ainda que os *serviços noticiosos* são, de entre o total de programas, o *género televisivo* de maior duração (1227h22m, 18,4%), seguidos das *telenovelas* (1142h58m, 17,2%).

No que respeita aos *géneros* com menor frequência, destacam-se:

- A programação *desportiva*, subdividida em dois *géneros* – *informação desportiva* e *transmissão desportiva* – com um índice de presenças relativamente semelhante, ambas constituindo, isoladamente, 0,9% do total de programas.
- Os programas *culturais/conhecimento* encontram-se representados na sua maior parte por *documentários* (138, 2,1%), seguindo-se os programas de *artes e média* (78, 1,2%) e ainda os de *informação cultural* (52, 0,8%).

FIG. 29 *Frequência e duração de géneros televisivos na SIC (2008)*

SIC					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração (hh:mm)	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	980	15,3	1227:22	18,4
	Reportagem	48	0,7	28:03	0,4
	Debate	1	0,0	00:49	0,0
	Entrevista	2	0,0	01:38	0,0
	Edição especial	12	0,2	14:25	0,2
	Magazine informativo	52	0,8	33:50	0,5
	<i>Subtotal</i>	<i>1095</i>	<i>17,0</i>	<i>1306:09</i>	<i>19,6</i>
Desportivos	Informação desportiva	60	0,9	11:18	0,2
	Transmissão desportiva	56	0,9	95:35	1,4
	<i>Subtotal</i>	<i>116</i>	<i>1,8</i>	<i>106:54</i>	<i>1,6</i>
Ficção	Filme/telefilme	365	5,7	581:54	8,7
	Série	662	10,3	443:35	6,7
	Telenovela	1277	19,9	1142:58	17,2
	Ficção de humor	326	5,1	209:13	3,1
	<i>Subtotal</i>	<i>2630</i>	<i>40,9</i>	<i>2377:41</i>	<i>35,7</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	637	9,9	758:06	11,4
	<i>Subtotal</i>	<i>637</i>	<i>9,9</i>	<i>758:06</i>	<i>11,4</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	649	10,1	764:03	11,5
	Reality show	17	0,3	20:27	0,3
	Talk show	497	7,7	911:34	13,7
	Humor	82	1,3	63:01	0,9
	Infotainment	285	4,4	134:34	2,0
	Outros (entretenimento)	141	2,2	38:43	0,6
	<i>Subtotal</i>	<i>1671</i>	<i>26,0</i>	<i>1932:24</i>	<i>29,0</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	78	1,2	09:42	0,1
	Humanidades	1	0,0	02:04	0,0
	Documentários	138	2,1	116:23	1,7
	Espectáculos (exibição)	6	0,1	15:19	0,2
	Informação cultural (magazines culturais)	52	0,8	28:59	0,4
	<i>Subtotal</i>	<i>275</i>	<i>4,3</i>	<i>172:30</i>	<i>2,6</i>
Total		6424	100,0	6653:46	100,0

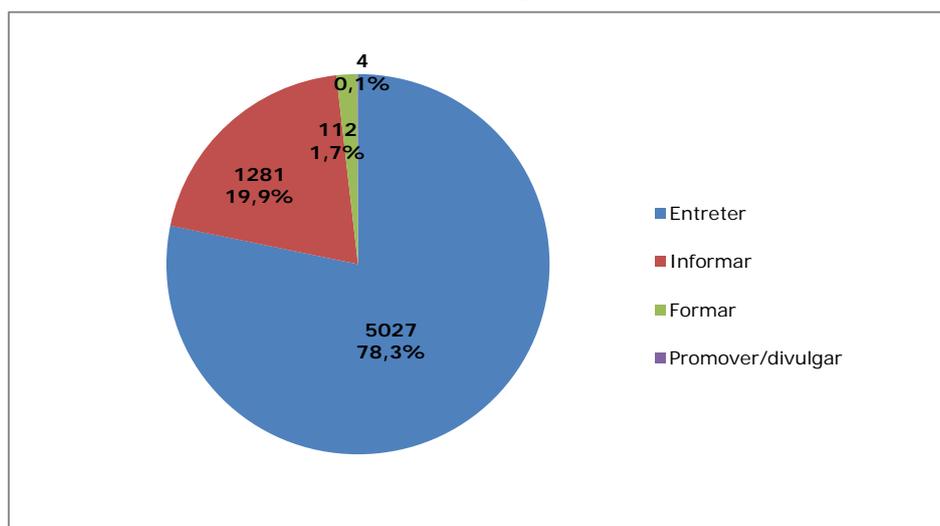
N= 6424 (n.º total de programas da SIC). N = 6653h46m (Duração total dos programas da SIC).

c) *Funções nos programas da SIC*

Considerando as *funções* predominantes presentes nos programas exibidos pela SIC em 2008, sobressaem os seguintes dados:

- A *função de entreter* encontra-se presente na larga maioria dos programas transmitidos pela SIC, representando mais de três quartos do número de programas exibidos (5027, 78,3%).
- Segue-se a *função de informar*, representada em cerca de 20% dos programas transmitidos (1281, 19,9%).
- *Formar e promover/divulgar* registam uma representação mínima enquanto *funções* predominantes dos programas da SIC, perfazendo em conjunto cerca de 3% do total de programas (*formar*, 1,7%; *promover/divulgar*, 0,1%).

FIG. 30 Funções na programação da SIC



N = 6424 (n.º total de programas transmitidos pela SIC).

O cruzamento das *funções* de programação com os *géneros televisivos* presentes nas grelhas da SIC permite destacar as seguintes particularidades:

- A *função* de *entreter* é preenchida em larga medida pela exibição de *telenovelas*, seguindo-se as *séries*, os *concursos/jogos* e os *infantis/juvenis*.
- Os *serviços noticiosos* asseguram em grande medida a *função* de *informar*.
- A *função* de *formar* encontra-se essencialmente associada à exibição de *documentários* e de alguns programas *infantis/juvenis*.

FIG. 31 Funções e géneros televisivos na programação da SIC (2008)

SIC			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	980	15,3
Reportagem	Entreter (2,1%) Informar (97,9%)	48	0,7
Debate	Informar	1	0,0
Entrevista	Informar	2	0,0
Edição especial	Informar	12	0,2
Magazine informativo	Informar	52	0,8
Informação desportiva	Informar	60	0,9
Transmissão desportiva	Entreter	56	0,9
Filme/telefilme	Entreter	365	5,7
Série	Entreter	662	10,3
Telenovela	Entreter	1277	19,9
Ficção de humor	Entreter	326	5,1
Infantis/juvenis	Entreter (99,7%) Formar (0,3%)	637	9,9
Concurso/jogo	Entreter	649	10,1
Reality show	Entreter	17	0,3
Talk show	Entreter	497	7,7
Humor	Entreter	82	1,3
Infotainment	Entreter (99,3%) Informar (0,7%)	285	4,4
Outros (entretenimento)	Entreter (97,2%) Promover/divulgar (2,8%)	141	2,2
Artes e média	Entreter (39,7%) Informar (60,3%)	78	1,2
Humanidades	Formar	1	0,0
Documentários	Entreter (2,2%) Informar (18,8%)	138	2,1

	Formar (79%)		
Espectáculos (exibição)	Entreter	6	0,1
Informação cultural (magazines culturais)	Informar	52	0,8
Total		6424	100,0

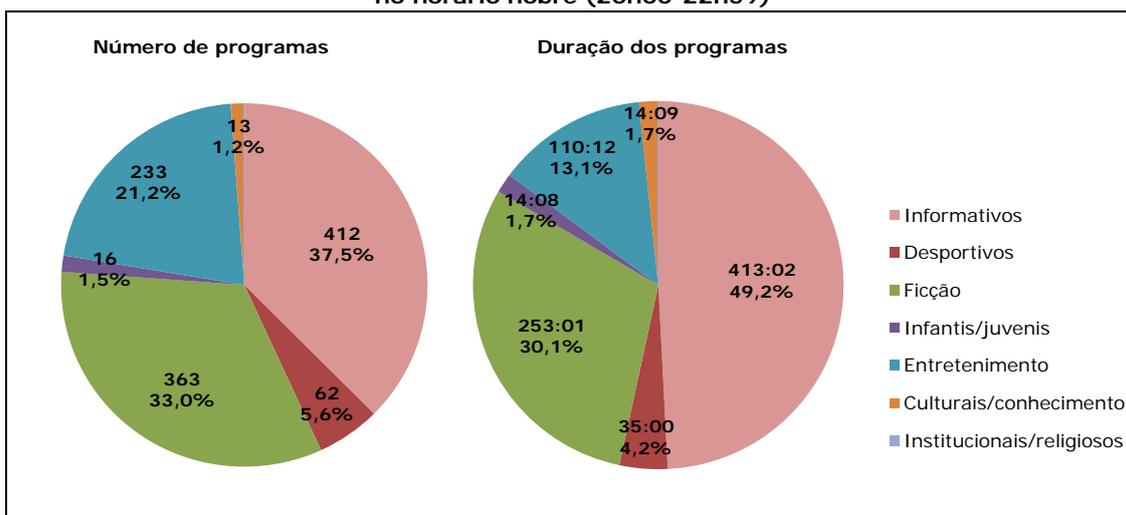
N = 6424 (n.º total de programas transmitidos pela SIC).

d) Programação da SIC no horário nobre (20h00-22h59)

A programação da SIC em horário nobre apresenta 1099 programas, que correspondem a 839h33m de emissão.

- As grelhas correspondentes ao período 20h00-22h59 são maioritariamente preenchidas por programas *informativos* (412, 37,5%) e de *ficção* (363, 33%).
- A prevalência dos *informativos* é mais acentuada em termos de duração (413h02m, 49,2%) do que em frequência de programas, o que se explica pelo facto de o Jornal da Noite ser o principal serviço noticioso do dia.
- O gráfico de representação das frequências mostra uma prevalência de três *macrogéneros* (*informativos*, *ficção* e *entretenimento*), enquanto o gráfico referente à duração acentua, como referido nos pontos *supra*, o predomínio dos *informativos* e da *ficção*, perdendo relevo o *entretenimento* neste período horário.
- É de referir que os programas *infantis/juvenis* têm presença no horário nobre da SIC, embora com um peso relativo de exibição muito reduzido (16, 1,5%) e de duração (14h08m, 1,7%), o que se deve sobretudo à estreia da telenovela Rebelde Way, em Agosto de 2008.
- Os programas *culturais/conhecimento* registam o menor índice de frequência (13, 1,2%), atingindo um peso relativo de duração igual ao dos *programas infantis/juvenis* (1,7%) neste período horário.

FIG. 32 Frequência e duração dos *macrogéneros* televisivos na SIC no horário nobre (20h00-22h59)



N= 1099 (N.º total de programas em horário nobre). N = 839h33m (Duração total dos programas em horário nobre).

- A segmentação dos *gêneros* das grelhas de programação da SIC em horário nobre permite uma aproximação aos *gêneros* de programas mais exibidos neste período horário.
- Refira-se que os *serviços noticiosos* são o *gênero* de maior frequência, ocupando quase metade do tempo de programação (380h49m, 45,4%). Os restantes *gêneros televisivos* situam-se bastante abaixo em termos de duração, sendo que nenhum atinge os 20%.
- Em segundo lugar no que respeita a duração, surge a *ficção de humor* (146h21m, 17,4%), com 232 programas exibidos (21,1%) em horário nobre.
- As *telenovelas* representam a terceira categoria neste período horário, contabilizando ao longo do ano 130 programas (11,8%) e 105h26m de tempo de emissão (12,6%).
- De referir que os programas *culturais/conhecimento*, os menos representados em termos de duração global, dizem essencialmente respeito a 08h31m de exibição de espectáculos, com 1% do tempo de emissão total, e de *documentários*, estes com a duração de 05h31m (0,7%).

FIG. 33 Frequência e duração de gêneros televisivos na SIC no horário nobre (20h00-22h59)

SIC					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	360	32,8	380:49	45,4
	Reportagem	46	4,2	27:21	3,3
	Debate	1	0,1	00:49	0,1
	Entrevista	2	0,2	01:38	0,2
	Edição especial	3	0,3	02:24	0,3
	<i>Subtotal</i>		<i>412</i>	<i>37,5</i>	<i>413:02</i>
Desportivos	Informação desportiva	46	4,2	06:10	0,7
	Transmissão desportiva	16	1,5	28:49	3,4
	<i>Subtotal</i>	<i>62</i>	<i>5,6</i>	<i>35:00</i>	<i>4,2</i>
Ficção	Filme/telefilme	1	0,1	01:12	0,1
	Telenovela	130	11,8	105:26	12,6
	Ficção de humor	232	21,1	146:21	17,4
	<i>Subtotal</i>	<i>363</i>	<i>33,0</i>	<i>253:01</i>	<i>30,1</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	16	1,5	14:08	1,7
	<i>Subtotal</i>	<i>16</i>	<i>1,5</i>	<i>14:08</i>	<i>1,7</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	35	3,2	16:26	2,0
	Reality show	11	1,0	11:15	1,3
	Humor	77	7,0	56:21	6,7
	Infotainment	55	5,0	11:30	1,4
	Outros (entretenimento)	55	5,0	14:37	1,7
	<i>Subtotal</i>	<i>233</i>	<i>21,2</i>	<i>110:12</i>	<i>13,1</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	5	0,5	00:07	0,0
	Documentários	5	0,5	05:31	0,7
	Espectáculos (exibição)	3	0,3	08:31	1,0
	<i>Subtotal</i>	<i>13</i>	<i>1,2</i>	<i>14:09</i>	<i>1,7</i>
Total		1099	100,0	839:33	100,0

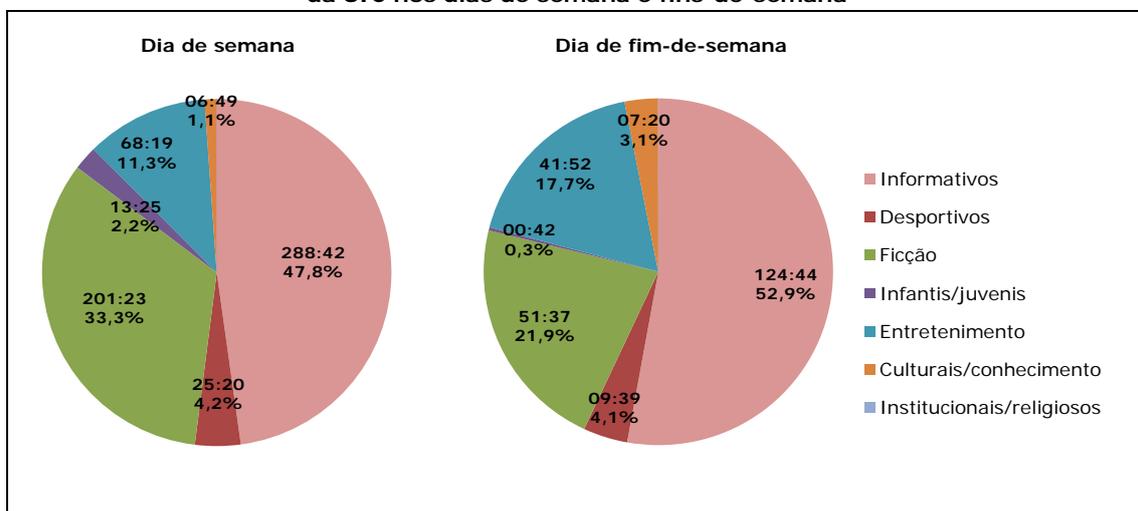
N= 1099 (N.º total de programas em horário nobre). N = 839h33m (Duração total dos programas em horário nobre).

- e) *Duração de macrogêneros* da programação da SIC no horário nobre (20h00-22h59) nos dias de semana e fins-de-semana

A programação da SIC no horário nobre dos dias de semana e dos dias de fim-de-semana apresenta algumas diferenças em termos de *gêneros televisivos* emitidos.

- Os programas *informativos* assumem um peso mais significativo nas grelhas dos fins-de-semana, ocupando mais de metade da programação da SIC neste período horário (124h44m, 52,9%).
- A comparação entre a programação de dias de semana e de fins-de-semana na SIC leva a concluir que perde significado a emissão da *ficção* nos fins-de-semana, assim como a programação *infantil/juvenil* que quase desaparece.
- Por outro lado, tornam-se mais importantes nos fins-de-semana os programas de *entretenimento* (17,7% para 11,3%) e os programas *culturais/conhecimento* (3,1% para 1,1%).
- Os programas *desportivos* mantêm um peso semelhante na duração do horário nobre nos dias de semana (4,2%) e fins-de-semana (4,1%) durante o ano 2008.

FIG. 34 Duração de macrogéneros televisivos no horário nobre (20h00-22h59) da SIC nos dias de semana e fins-de-semana



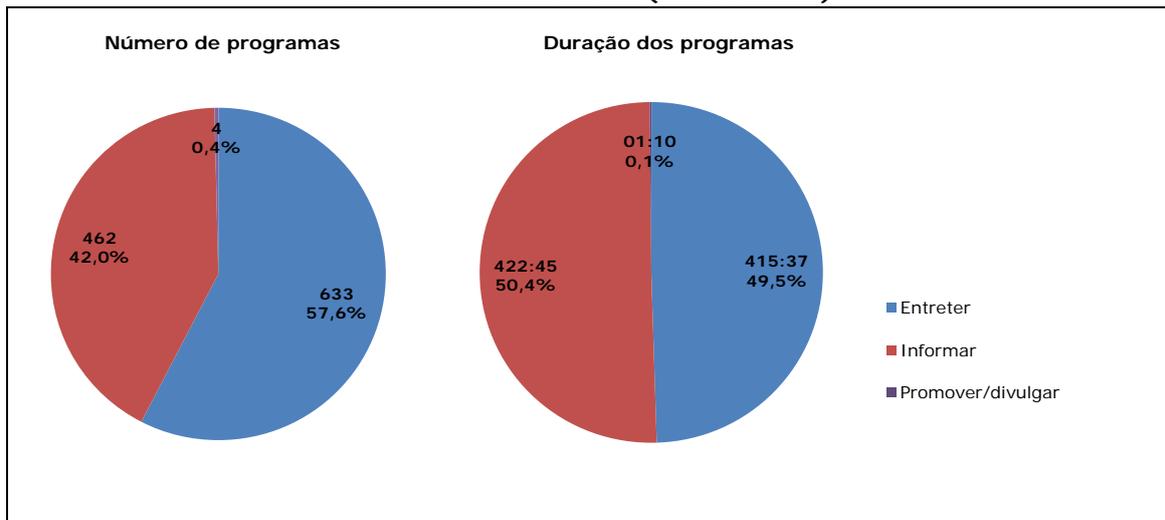
N = 604h01m (duração total dos programas em horário nobre - dia de Semana). N= 253h57m (duração total dos programas em horário nobre – Fim-de-semana).

f) Funções da programação da SIC no horário nobre (20h00-22h59)

A programação da SIC no período horário das 20h00-22h59 é dominada apenas por duas *funções*: *entretener* e *informar*. O serviço de programas não promove a diversificação das *funções* dos seus programas neste horário, como a representação gráfica ilustra de forma muito perceptível.

- A *função entretener* é a mais relevante em termos de presenças (633, 57,6%), todavia, em duração é ligeiramente ultrapassada pela *função informar* (422h45m, 50,4% vs. 415h37, 49,5%).
- Ao longo de um ano de programação, a SIC apenas variou as *funções* da sua programação de horário nobre durante 1h10m, sendo ocupada pela *função promover/divulgar*, a qual representa 0,1% da duração total.

FIG. 35 *Frequência e duração das funções da programação no horário nobre da SIC (20h00-22h59)*



N = 1099 (n.º total de programas em horário nobre). N = 839h33m (duração total dos programas em horário nobre).

- De entre todos os *géneros televisivos*, destaca-se a frequência dos *serviços noticiosos*, na *função* de *informar* (360, 32,8%).
- Na *função entreter* destaca-se a *ficção de humor*, com 232 presenças e um peso relativo de 21,1% na programação em horário nobre, surgindo a *telenovela* como o segundo *género televisivo* mais representado no âmbito desta *função* (130, 11,8%).
- Promover/divulgar é uma função muito residual na SIC, cumprida pelo género outros (entretenimento).

FIG. 36 *Funções e géneros televisivos da SIC no horário nobre (20h00-22h59)*

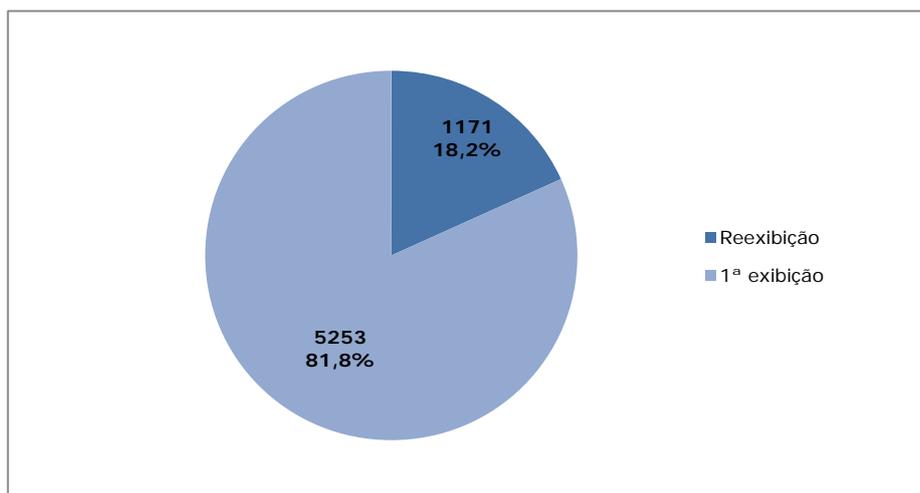
SIC			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	360	32,8
Reportagem	Informar	46	4,2
Debate	Informar	1	0,1
Entrevista	Informar	2	0,2
Edição especial	Informar	3	0,3
Informação desportiva	Informar	46	4,2
Transmissão desportiva	Entreter	16	1,5
Filme/telefilme	Entreter	1	0,1
Telenovela	Entreter	130	11,8
Ficção de humor	Entreter	232	21,1
Infantis/juvenis	Entreter	16	1,5
Concurso/jogo	Entreter	35	3,2
Reality show	Entreter	11	1,0
Humor	Entreter	77	7,0
Infotainment	Entreter/ Informar	55	5,0
Outros (entretenimento)	Entreter/ Promover/divulgar	55	5,0
Artes e média	Entreter	5	0,5
Documentários	Entreter/Informar	5	0,5
Espectáculos (exibição)	Entreter	3	0,3
Total		1099	100,0

N = 1099 (N.º total de programas em horário nobre na SIC).

g) *Reexibição* de programas na SIC

No que se refere à identificação de exibições na grelha de programas da SIC, verifica-se que quase um quinto da programação (18%) é constituído por *reexibições*.

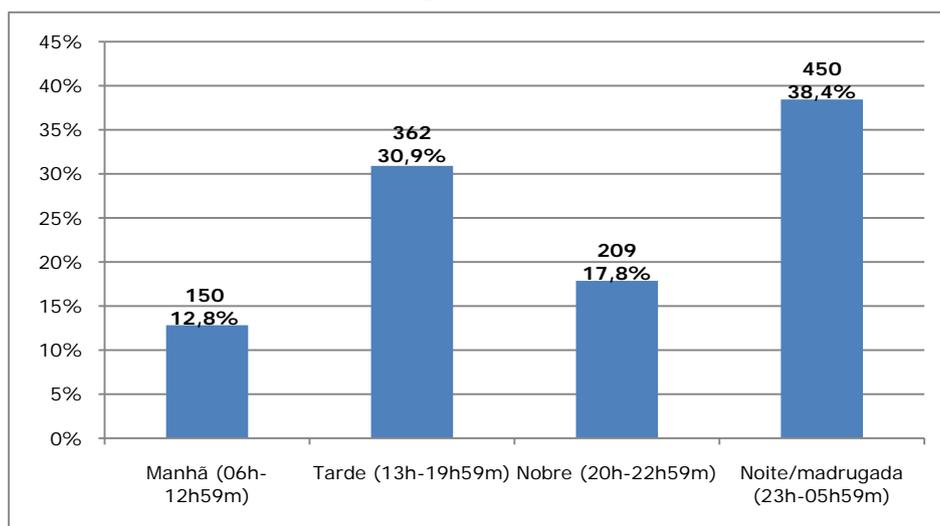
FIG. 37 Primeiras exibições e reexibições na SIC



N= 6424 (n.º total de programas transmitidos pela SIC).

A introdução de *reexibições* nas grelhas de programação da SIC tem maior frequência nos períodos da *noite/madrugada* (450, 38,4%) e *tarde* (362, 30,9%). O período da *manhã*, por sua vez, é aquele que menos apresenta *reexibições* (150, 12,8%).

FIG. 38 Reexibições de programas por períodos horários na SIC



N= 1171 (n.º total de *reexibições* pela SIC).

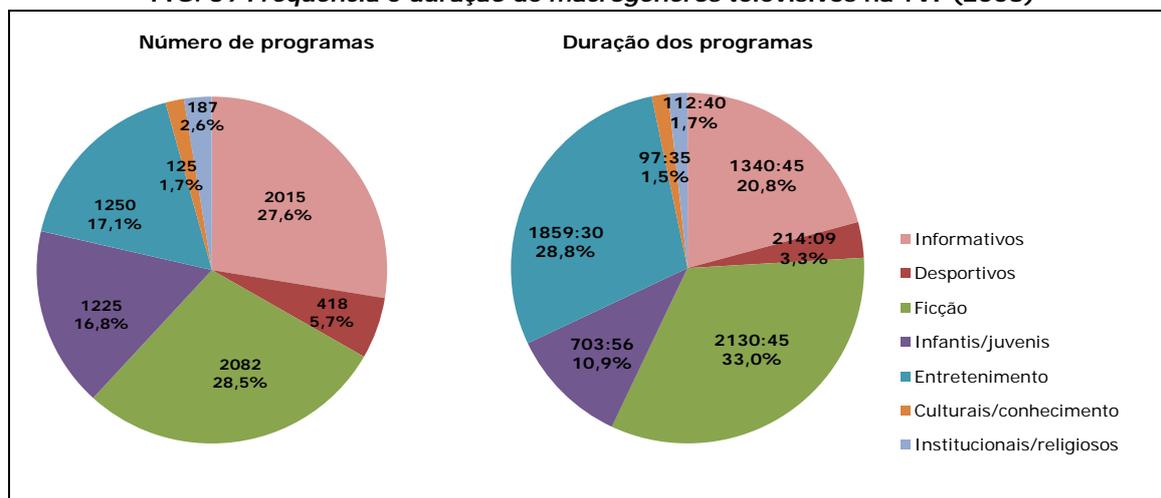
3.2. TVI – Análise da Programação (2008)

a) Dados Gerais da programação da TVI

A análise da programação exibida pela TVI em 2008 compreende um total de 7302 programas, com uma duração de 6459h23m de emissão.

- Os programas de *ficção* e os *informativos* perfazem em conjunto mais de metade do total de programas emitidos (*ficção* – 28,5%, *informativos* – 27,6%). Seguem-se o *entretenimento* (17,1%) e os programas *infantis/juvenis* (16,8%).
- A *ficção* constitui o *macrogénero* com maior duração (2130h45m, 33%), seguindo-se o *entretenimento* (1859h30m, 28,8%).
- Os *institucionais/religiosos*, *culturais/conhecimento* e *desportivos* assumem uma presença reduzida nas grelhas de programas da TVI, quer em frequência de programas, quer em duração. Destacam-se, no entanto, os programas *culturais/conhecimento*, que perfazem 1,7% da programação total e 1,5% (97h35m) do tempo total de transmissão.

FIG. 39 Frequência e duração de macrogéneros televisivos na TVI (2008)



N = 7302 (n.º total de programas da TVI). N = 6459h23m (duração total dos programas da TVI).

b) Géneros televisivos na programação da TVI

No decurso de 2008, os programas de *ficção* e os *informativos* apresentam-se como *macrogéneros* dominantes nas grelhas da TVI, seguindo-se os *infantis/juvenis* e os programas específicos de *entretenimento*.

- O peso relativo da *ficção* deve-se em grande medida à exibição de *telenovelas* e *filmes/telefilmes*, registando ambos os *géneros* dos mais elevados índices de frequência (respectivamente, 862, 11,8% e 643, 8,8%) e duração (716h53m, 11,1% e 1036h23m, 16%).
- Os programas *informativos* dizem respeito à exibição de *serviços noticiosos*, *magazines informativos* e *boletins meteorológicos*, sendo que os *serviços noticiosos* compreendem 10% da programação total e 10,5% da duração total, seguindo-se os *magazines informativos* com 8,8% de frequência e 9,7% de duração; os *boletins meteorológicos*, apesar de registarem uma frequência de 8% (586), representam, pelo seu reduzido formato, somente 0,2% da duração total.

Da análise dos *géneros* com menor representatividade, salienta-se:

- Os programas *desportivos*, que representam apenas 5,7% do total da programação, são maioritariamente representados pela exibição de programas de *informação desportiva* (348, 4,8%).
- Os programas de *informação cultural* (*magazines culturais*), como é exemplo o Cartaz das Artes, são os principais responsáveis pela representação da categoria *culturais/conhecimento*, quer em frequência (104, 1,4%) quer em duração (53h37m, 0,8% - quase metade da duração total do referido *macrogénero*).

FIG. 40 Frequência e duração de géneros televisivos na TVI (2008)

TVI					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração (hh:mm)	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	732	10,0	675:36	10,5
	Reportagem	33	0,5	15:12	0,2
	Entrevista	17	0,2	09:50	0,2
	Edição especial	3	0,0	00:08	0,0
	Magazine informativo	644	8,8	629:39	9,7
	Boletim meteorológico	586	8,0	10:17	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>2015</i>	<i>27,6</i>	<i>1340:45</i>	<i>20,8</i>
Desportivos	Informação desportiva	348	4,8	91:56	1,4
	Transmissão desportiva	70	1,0	122:13	1,9
	<i>Subtotal</i>	<i>418</i>	<i>5,7</i>	<i>214:09</i>	<i>3,3</i>
Ficção	Filme/telefilme	643	8,8	1036:23	16,0
	Série	552	7,6	369:46	5,7
	Telenovela	862	11,8	716:53	11,1
	Ficção de humor	25	0,3	07:41	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>2082</i>	<i>28,5</i>	<i>2130:45</i>	<i>33,0</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	1225	16,8	703:56	10,9
	<i>Subtotal</i>	<i>1225</i>	<i>16,8</i>	<i>703:56</i>	<i>10,9</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	582	8,0	656:40	10,2
	Reality show	11	0,2	09:50	0,2
	Talk show	534	7,3	1077:07	16,7
	Humor	10	0,1	11:43	0,2
	Infotainment	54	0,7	38:04	0,6
	Outros (entretenimento)	59	0,8	66:05	1,0
	<i>Subtotal</i>	<i>1250</i>	<i>17,1</i>	<i>1859:30</i>	<i>28,8</i>
Culturais/conhecimento	Artes e média	3	0,0	07:13	0,1
	Documentários	2	0,0	01:26	0,0
	Espectáculos (exibição)	16	0,2	35:16	0,5
	Informação cultural (magazines culturais)	104	1,4	53:37	0,8
	<i>Subtotal</i>	<i>125</i>	<i>1,7</i>	<i>97:35</i>	<i>1,5</i>
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	187	2,6	112:40	1,7
	<i>Subtotal</i>	<i>187</i>	<i>2,6</i>	<i>112:40</i>	<i>1,7</i>
Total		7302	100,0	6459:23	100,0

N=7302 (n.º total de programas da TVI). N = 6459h23m (duração total dos programas da TVI).

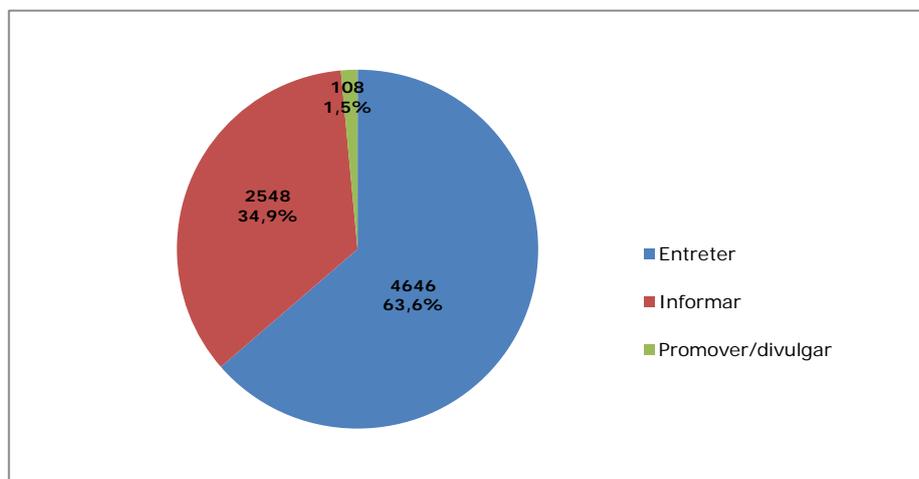
c) Funções nos programas da TVI

A partir da análise das diferentes *funções* presentes na grelha de programas da TVI, sobressaem os seguintes aspectos:

- *Entreter* apresenta-se como a *função* predominante na grande maioria (4646, 63,6%) dos programas exibidos pela TVI.
- Seguem-se os programas que prosseguem como *função informar*, sendo que um em cada três programas assume esta como *função* predominante (2548, 34,9%).

- A *função promover/divulgar* é aquela que se encontra menos representada, estando presente em apenas 1,5% do número total de programas transmitidos.

FIG. 41 *Funções na programação da TVI*



N = 7302 (n.º total de programas transmitidos pela TVI).

A distribuição dos *géneros* televisivos segundo a *função* predominante que desempenham denota as seguintes singularidades:

- Os serviços noticiosos preenchem a maior parte da função de informar, a qual é ainda complementada por magazines informativos, boletins meteorológicos e informação cultural (magazines culturais).
- A função de entreter é cumprida essencialmente por programas infantis/juvenis, telenovelas, filmes/telefilmes, concursos/jogos, talk shows e séries.
- A *função* de *promover/divulgar* apenas se encontra representada nos programas *institucionais/religiosos*.

FIG. 42 *Funções e géneros televisivos na programação da TVI (2008)*

TVI			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	732	10,0
Reportagem	Informar	33	0,5
Entrevista	Informar	17	0,2
Edição especial	Informar	3	0,0
Magazine informativo	Informar	644	8,8
Boletim meteorológico	Informar	586	8,0
Informação desportiva	Informar	348	4,8
Transmissão desportiva	Entreter	70	1,0
Filme/telefilme	Entreter	643	8,8
Série	Entreter	552	7,6
Telenovela	Entreter	862	11,8
Ficção de humor	Entreter	25	0,3
Infantis/juvenis	Entreter	1225	16,8
Concurso/jogo	Entreter	582	8,0
Reality show	Entreter	11	0,2
Talk show	Entreter	534	7,3
Humor	Entreter	10	0,1
Infotainment	Entreter	54	0,7
Outros (entretenimento)	Entreter	59	0,8
Artes e média	Entreter	3	0,0

Documentários	Informar	2	0,0
Espectáculos (exibição)	Entreter	16	0,2
Informação cultural (magazines culturais)	Informar	104	1,4
Institucionais/religiosos	Informar (42,2%) Promover/divulgar (57,8%)	187	2,6
Total		7302	100,0

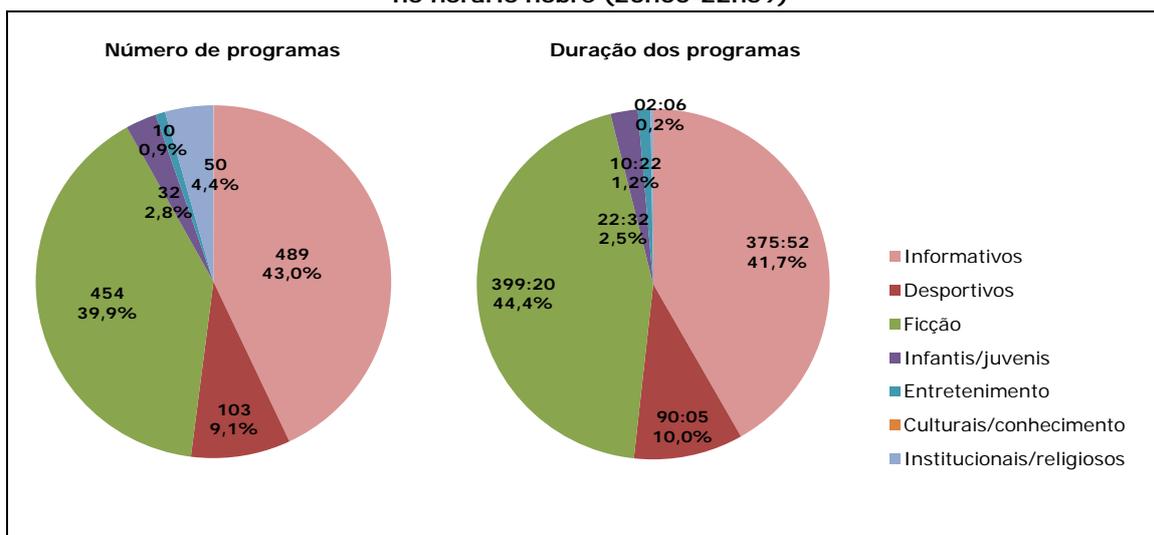
N = 7302 (n.º total de programas transmitidos pela TVI).

d) Programação da TVI no horário nobre (20h00-22h59)

A TVI emitiu ao longo do ano de 2008, no horário nobre, 1138 programas, compreendendo 900h19m de programação.

- Os programas *informativos* constituem o *macrogénero* predominante em frequência (489, 43%), embora o mesmo não aconteça quando se trata de duração, factor no qual sobressai a *ficção*.
- A *ficção* corresponde a 39,9% da totalidade de programas (454) exibidos pela TVI neste horário, traduzindo-se em 399h20m de emissão (44,4%). Os *informativos* totalizam 375h52m (41,7%).

FIG. 43 *Frequência e duração dos macrogéneros televisivos na TVI no horário nobre (20h00-22h59)*



N = 1138 (n.º total de programas em horário nobre). N = 900h19m (duração total dos programas em horário nobre).

- A aproximação aos *géneros* televisivos na programação do horário nobre revela que as *telenovelas* e os *serviços noticiosos* são os tipos de programas mais relevantes nas grelhas da TVI.
- As *telenovelas* registam 428 presenças, 37,6% da totalidade de programas do horário nobre da TVI, ganhando um peso relativo superior em duração dos programas, indicador onde surge como o *género televisivo* com mais tempo de emissão (386h17m, 42,9%) no horário nobre da TVI.
- Os *serviços noticiosos* representam 30,4% dos programas transmitidos, registando 346 exibições em 2008, com um peso relativo superior em tempo de emissão (351h14m, 39,0%) no horário nobre.

- Em conjunto as duas categorias de *géneros* televisivos referidas, *telenovelas* e *serviços noticiosos*, preenchem 68% da programação do período horário 20h00-22h59.
- A posição hegemónica destes dois *géneros* televisivos torna quase residuais os restantes que surgem representados no horário nobre da TVI. Refira-se, no que respeita à duração, o peso relativo das *transmissões desportivas* com 87h07m (9,7%). Em termos de frequência, os *magazines informativos* têm um peso de 8,4% (96) relativamente ao total de programas considerados neste período horário.
- De salientar que a TVI dedica 22h32m (2,5%) da sua programação no horário em apreço aos programas *infantis/juvenis* (32, 2,8%). Dado relevante atendendo a que este não é um período horário habitualmente dedicado a estes programas. Contudo, neste caso, esse resultado deve-se à transmissão esporádica da telenovela *Morangos com Açúcar*, que ocorre regra geral em períodos de interrupção das actividades lectivas.

FIG. 44 Frequência e duração de géneros televisivos na TVI no horário nobre (20h00-22h59)

TVI					
Macrogénero	Género	Frequência		Duração	
		n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	346	30,4	351:14	39,0
	Reportagem	31	2,7	14:48	1,6
	Entrevista	16	1,4	09:11	1,0
	Magazine informativo	96	8,4	00:37	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>489</i>	<i>43,0</i>	<i>375:52</i>	<i>41,7</i>
Desportivos	Informação desportiva	58	5,1	02:57	0,3
	Transmissão desportiva	45	4,0	87:07	9,7
	<i>Subtotal</i>	<i>103</i>	<i>9,1</i>	<i>90:05</i>	<i>10,0</i>
Ficção	Série	5	0,4	06:21	0,7
	Telenovela	428	37,6	386:17	42,9
	Ficção de humor	21	1,8	06:41	0,7
	<i>Subtotal</i>	<i>454</i>	<i>39,9</i>	<i>399:20</i>	<i>44,4</i>
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	32	2,8	22:32	2,5
	<i>Subtotal</i>	<i>32</i>	<i>2,8</i>	<i>22:32</i>	<i>2,5</i>
Entretenimento	Concurso/jogo	1	0,1	03:20	0,4
	Reality show	1	0,1	00:36	0,1
	Humor	5	0,4	05:53	0,7
	Infotainment	3	0,3	00:31	0,1
	<i>Subtotal</i>	<i>10</i>	<i>0,9</i>	<i>10:22:38</i>	<i>1,2</i>
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	50	4,4	02:06	0,2
	<i>Subtotal</i>	<i>50</i>	<i>4,4</i>	<i>02:06</i>	<i>0,2</i>
Total		1138	100,0	900:19	100,0

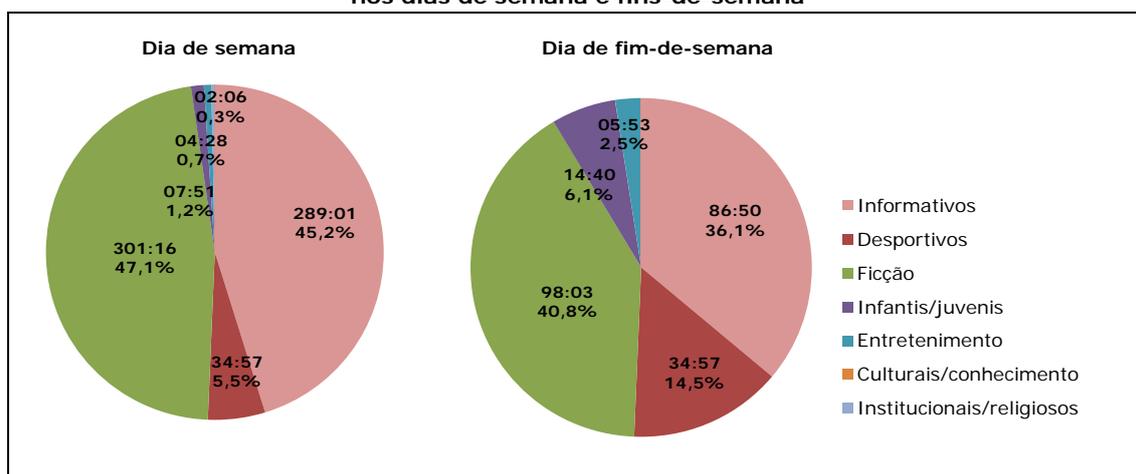
N = 1138 (n.º total de programas em horário nobre). N = 900h19m (duração total dos programas em horário nobre).

e) Duração de *macrogéneros* da programação da TVI no horário nobre (20h00-22h59) nos dias de semana e fins-de-semana

Registam-se algumas variações na comparação entre as grelhas de programação nos dias de semana e fins-de-semana no horário nobre da TVI.

- As variações mais significativas verificam-se ao nível da perda de relevância dos programas de *ficção* e *informativos* dos dias de semana para os fins-de-semana. O primeiro regista uma redução de 47,1% para 40,8% em termos de duração e o segundo passa de 45,2% para 36,1% do tempo de emissão do horário nobre.
- No que diz respeito a duração, os *géneros* que beneficiam nos fins-de-semana são os *desportivos* (fins-de-semana – 14,5% vs. dias de semana – 5,5%) e os *infantis/juvenis* (fins-de-semana – 6,1% vs. dias de semana – 1,2%).
- Os programas de *entretenimento*, apesar do seu pouco relevo em tempo de emissão no horário nobre da TVI, também apresentam maior duração nos fins-de-semana (2,5% vs. 0,7% nos dias de semana).

FIG. 45 Duração dos *macrogéneros* televisivos no horário nobre (20h00-22h59) da TVI nos dias de semana e fins-de-semana

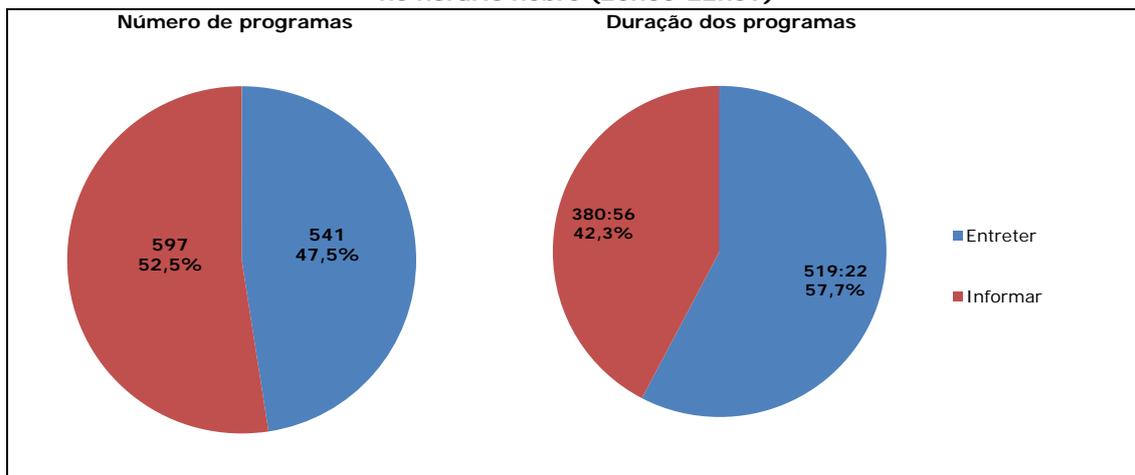


N= 639h42m (duração total dos programas em horário nobre - dia de Semana). N = 240h46m (duração total dos programas em horário nobre – Fim-de-semana).

f) Funções da programação da TVI no horário nobre (20h00-22h59)

- Os programas emitidos pela TVI no horário nobre apresentam apenas duas *funções* de programação predominantes: *informar* e *entreter*.
- *Informar* constitui a *função* predominante em 597 programas emitidos no horário nobre (52,5%). Esta não é, contudo, a *função* que assume maior duração (380h56m, 42,3%).
- *Entreter* é a *função* mais destacada nos programas da TVI em termos de duração, com 519h22m que correspondem a 57,7% do tempo total de emissão da estação em horário nobre, ao longo de 2008.

FIG. 46 *Frequência e duração das funções da programação da TVI no horário nobre (20h00-22h59)*



N= 1138 (n.º total de programas em horário nobre). N = 900h19m (duração total dos programas em horário nobre).

- A *função entreter* é preenchida na sua grande parte pela exibição de *telenovelas* (428), que representam 37,6% dos programas do horário nobre da TVI.
- Seguem-se em frequência os *serviços noticiosos* (346, 30,4%), que têm naturalmente a *função de informar* como predominante.
- A categoria de programas que surge em terceiro lugar insere-se na *função informar*, embora represente apenas 8,4% dos programas do período em apreço – *magazine informativo* (96).

FIG. 47 *Funções e géneros da programação da TVI no horário nobre (20h00-22h59)*

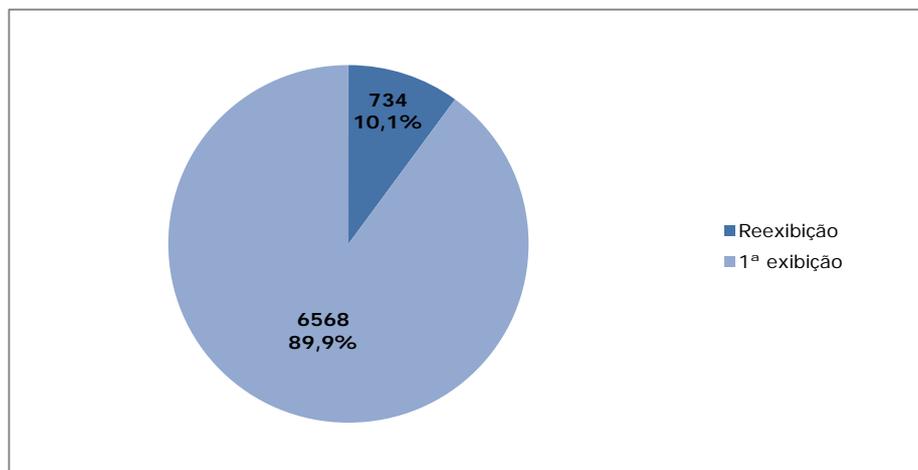
TVI			
Género	Função	n	%
Serviço noticioso	Informar	346	30,4
Reportagem	Informar	31	2,7
Entrevista	Informar	16	1,4
Magazine informativo	Informar	96	8,4
Informação desportiva	Informar	58	5,1
Transmissão desportiva	Entreter	45	4,0
Série	Entreter	5	0,4
Telenovela	Entreter	428	37,6
Ficção de humor	Entreter	21	1,8
Infantis/juvenis	Entreter	32	2,8
Concurso/jogo	Entreter	1	0,1
Reality show	Entreter	1	0,1
Humor	Entreter	5	0,4
Infotainment	Entreter	3	0,3
Institucionais/religiosos	Informar	50	4,4
Total		1138	100,0

N = 1138 (n.º total de programas em horário nobre da TVI).

g) *Reexibição* de programas na TVI

Pouco mais de um décimo dos programas que constam das grelhas de programação da TVI em 2008 diz respeito à presença de *reexibições* (734, 10,1%).

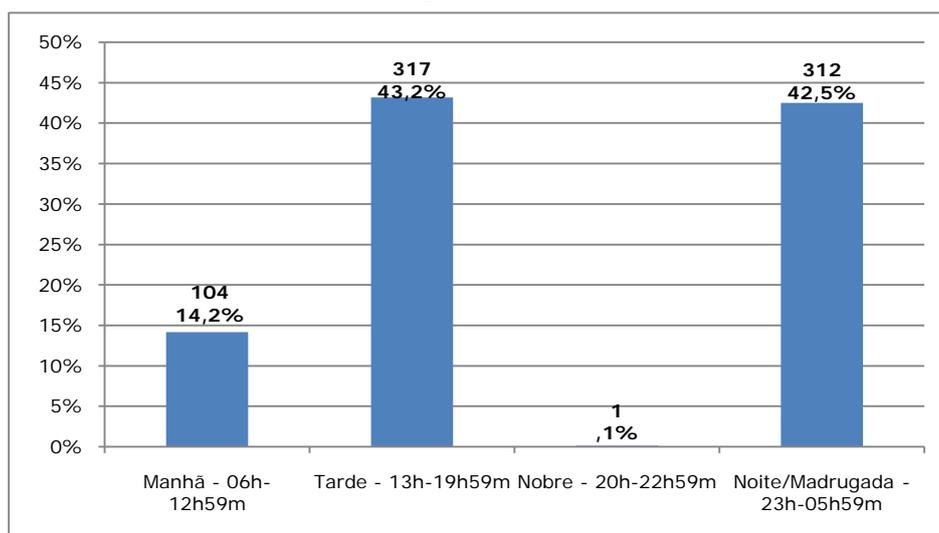
FIG. 48 Primeiras exibições e reexibições na TVI



N = 7302 (n.º total de programas transmitidos pela TVI).

As *reexibições* apresentadas pela TVI distribuem-se, na sua maioria e com valores semelhantes, pelos horários da *tarde* (317, 43,2%), com uma presença marcada de *Morangos com Açúcar*, e da *noite/madrugada* (312, 42,5%), sendo que as restantes *reexibições* ocorreram quase exclusivamente no horário da *manhã* (104, 14,2%).

FIG. 49 *Reexibições* de programas por períodos horários na TVI



N = 734 (n.º total de *reexibições* pela TVI).

4. Programação Dirigida a Grupos Minoritários – RTP1, RTP2, SIC e TVI

A análise da programação especificamente dirigida a grupos minoritários presentes na sociedade portuguesa contempla o universo dos programas desta natureza exibidos nos quatro serviços de programas – RTP1, RTP2, SIC e TVI. Partindo do entendimento de grupos minoritários em sentido lato, incluem-se na análise todos os programas que abordam temáticas sobre minorias étnicas, culturais, religiosas e sociais.

Em 2008 assistiu-se à exibição de 15 programas no total da programação televisiva generalista. A RTP2 exibiu nove desses programas (mais dois do que os registados na amostra de 2007), a RTP1 quatro (mais um programa incluído nas grelhas de programação e dois exibidos pontualmente) e a SIC e a TVI um programa cada (mantendo o cenário traçado na amostra de 2007).

a) Programação dirigida a grupos minoritários RTP1 (2008)

- **Nós** - O programa Nós, da responsabilidade do Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI), é exibido de segunda a sexta-feira na RTP1 por volta das 06h00 da manhã. Este programa, com formato de *magazine*, aborda durante cerca de 25 minutos diferentes aspectos relacionados com as comunidades imigrantes residentes em Portugal através de entrevistas, reportagens e da divulgação de informação cultural diversificada sobre gastronomia, eventos culturais, locais de interesse, entre outros.
- **Equal: de Igual para Igual** – O programa Equal: de Igual para Igual visa retratar histórias de inclusão social de cidadãos portugueses e de estrangeiros a residir em Portugal, que têm em comum o facto de terem sido impulsionadas por uma iniciativa comunitária. Com estreia em 2008, este programa registou 5 exibições na RTP1, transmitidas entre os dias 20 e 26 de Dezembro cerca das 24h40m, com uma edição a ser apresentada no período horário da manhã (cf. descrição mais detalhada do programa efectuada para a RTP2).
- **Cova da Moura: Aqui é o Meu Bairro** – O programa Cova da Moura: Aqui é o Meu Bairro foi exibido no dia 20 de Maio de 2008, terça-feira, pelas 21h30m e reexibido no dia 27 de Julho, cerca das 11h00 da manhã. O programa foi concebido por uma produtora televisiva em parceria com a Associação Cultural Moinho da Juventude, que providenciou câmaras de filmar a 15 jovens moradores da Cova da Moura para que captassem o quotidiano do seu bairro, com o objectivo de produzir 15 mini-documentários. O resultado desta experiência deu lugar a um programa, com cerca de 2 horas de duração, emitido a partir do bairro da Cova da Moura, num palco montado para o efeito, e com a apresentação dos documentários e dos seus autores.
- **Juntos na Diversidade** – Juntos na Diversidade foi exibido no dia 18 de Dezembro (data que se celebra o Dia Internacional do Migrante), quinta-feira, pelas 21h40, com

uma duração de cerca de 2 horas. Este espectáculo foi produzido pela RTP e pelo Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI) com o objectivo de assinalar o desfecho de um ano de iniciativas no âmbito do Ano Europeu do Diálogo Intercultural. Participaram neste programa representantes de diferentes organismos, cidadãos imigrados em Portugal e portugueses descendentes de outras culturas, que transmitiram as suas experiências e perspectivas sobre a interculturalidade.

- Programação dirigida a grupos minoritários RTP2 (2008)
- **Nós (compacto)** – O programa Nós é transmitido aos domingos na RTP2 num formato compactado dos programas que durante a semana são transmitidos no primeiro canal da RTP. O horário de exibição ronda as 10h00 da manhã e representa, aproximadamente, 1 hora de duração total.
- **África 7 Dias** - O programa África 7 Dias caracteriza-se pela apresentação, nas manhãs de sábado, perto das 08h00, de informação sobre a actualidade relativa aos diferentes países africanos de língua oficial portuguesa. A duração média deste bloco informativo é de 30 minutos, durante os quais se percorrem semanalmente diferentes notícias relacionadas com a vida política, económica, social e cultural africana.
- **Áfric@global** - O *magazine informativo* Áfric@global é transmitido aos domingos de manhã, cerca das 07h30. Durante a meia hora que compõe este programa da RTP2, é divulgada informação sobre temas variados relacionados com os diferentes países africanos, sem se circunscrever aos países de expressão portuguesa.
- **Músicas d'África** - Músicas d'África é um programa cultural com exibição aos domingos de manhã, por volta das 08h00m. Ao longo de 1 hora é apresentado um vasto conjunto de informação relacionada com o universo da actualidade musical africana, com a exibição de diversos *videoclips* musicais.
- **Caminhos** - O programa Caminhos é um espaço de programação da responsabilidade das várias confissões religiosas com presença em Portugal, nele se discutindo as diferentes questões que mobilizam cada Igreja. A transmissão deste programa, cujas edições são independentes entre si uma vez que os protagonistas dependem da comunidade que as dinamiza, acontece aos domingos, perto das 09h00 e durante cerca de 25 minutos.
- **A Fé dos Homens** - O programa A Fé dos Homens insere-se no âmbito da programação dirigida às diferentes religiões representadas em Portugal, sendo exibido nos dias de semana às 18h30. Neste programa, com aproximadamente 30 minutos de duração, é veiculada informação variada sobre essas diferentes comunidades religiosas. A dinâmica de cada edição depende da comunidade promotora, podendo decorrer em estúdio ou em exterior e assumir formato de debate, entrevista e reportagem.
- **Consigo** - A RTP2 exhibe o programa dedicado a pessoas com necessidades especiais intitulado Consigo. Realizado em parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação,

este programa divulga, durante aproximadamente 25 minutos, um conjunto de reportagens sobre entidades, eventos e, sobretudo, sobre casos específicos de cidadãos com deficiência e/ou incapacidade física e motora. Destaca-se que este programa é ainda acompanhado de tradução simultânea em linguagem gestual.

- **Equal: de Igual para Igual** – O programa Equal: de Igual para Igual divulga, na primeira pessoa, os testemunhos de integração social de cidadãos nacionais e estrangeiros a residir em Portugal que, beneficiando de uma iniciativa da União Europeia em parceria com o Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, conseguiram ultrapassar situações de exclusão na área do emprego e da formação profissional. Retrata, durante cerca de 3 minutos, as experiências de vida de pessoas com dificuldades socioeconómicas, com determinadas limitações motoras, de jovens mulheres grávidas, de refugiados, imigrantes, que entre outros cidadãos usufruíram desta iniciativa comunitária. Em 2008, este programa contabilizou 12 exposições na RTP2 transmitidas entre os dias 17 e 31 de Dezembro, cerca das 23h30 da noite.
- **A Vida Normalmente** - O programa A Vida Normalmente é transmitido às terças-feiras, pelas 23h30, com duração de cerca de 25 minutos. Apresentado num formato de documentário, retrata a vida de pessoas de dez bairros periféricos de grandes centros urbanos um pouco por todo o país (p. ex. bairro da Abelheira, Quarteira; Rabo de Peixe, São Miguel, Açores; bairro do Lagarteiro, Porto). O programa apresenta um olhar sobre a vida nestes diferentes bairros ditos “problemáticos”, com relatos de experiências reais de moradores.
- **Voluntário** – O programa Voluntário, da responsabilidade da RTP em conjunto com a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, consiste numa série de 13 documentários sobre voluntariado. O programa, transmitido aos sábados pelas 19h00, tem uma duração de aproximadamente 25 minutos e tem como objectivo mobilizar a sociedade portuguesa para a prática do voluntariado. Para tal, são apresentados vários testemunhos de pares *voluntários/ajudados*, que são os protagonistas de cada episódio (p. ex., apoio a sem-abrigo, assistência em caso de doença, pobreza, abandono).

b) Programação dirigida a grupos minoritários SIC (2008)

- **Etnias** – Em 2008, a SIC exibiu o programa de pendor informativo Etnias, com incidência em temáticas dirigidas às diferentes comunidades residentes em Portugal, integrando entrevistas, consultório jurídico e informação cultural, sempre com a imigração como pano de fundo. Até meados de Fevereiro, este programa, com uma duração aproximada de 40 minutos, teve exibição nas manhãs de quarta-feira, cerca das 06h20. A partir desta data Etnias passou a constar das grelhas de programação dos sábados, pelas 06h00.

c) Programação dirigida a grupos minoritários TVI (2008)

- Todos Iguais** – O programa Todos Iguais é exibido às segundas-feiras de manhã na TVI, por volta das 06h30. Nos 30 minutos que dura este magazine semanal é dinamizada uma entrevista com uma personalidade sobre questões relacionadas com o património histórico, económico, social e cultural dos diferentes países de expressão portuguesa, pretexto para a divulgação de informação sobre estes diferentes temas.

FIG. 50 Programas dirigidos a grupos minoritários – RTP1, RTP2, SIC e TVI (2008)

Canal	Programa	Género	Função	Dia de Semana	Horário aproximado	Duração aproximada (hh:mm)	n	%
RTP1	Cova da Moura. Aqui é o meu bairro*	Talk show	Promover/divulgar	- Terça-feira - Domingo (reexibição)	- 21:30 - 11:00	01:50	2	0,2
	Equal: de Igual para Igual	Institucionais/religiosos	Promover/divulgar	Irregular	Irregular	00:03	17	1,5
	Juntos na Diversidade*	Outros (entretenimento)	Entreter	Quinta-feira	21:40	02:09	1	0,1
	Nós	Institucional e Religioso	Promover/divulgar	Dias de semana	06:00	00:25	242	21,4
RTP2	A Fé dos Homens	Institucionais/religiosos	Promover/divulgar	- Dias de semana - Domingo* - Terça-feira a Sábado (reexibições)	- 18:30 - 09:50 - 06:30	00:30	330	29,2
	A Vida Normalmente	Documentários	Informar	Terça-feira	23:30	00:25	10	0,9
	Áfric@Global	Magazine informativo	Informar	Domingo	07:30	00:30	46	4,1
	Caminhos	Institucionais/religiosos	Promover/divulgar	Domingo	09:00	00:25	52	4,6
	Consigno	Institucionais/religiosos	Formar	Irregular	Irregular	00:25	153	13,5
	Músicas d'África	Informação cultural (magazine)	Informar	- Domingo - Terça-feira (reexibição)**	- 08:00 - 02:55	00:55	52	4,6
	Nós (compacto)	Institucionais/religiosos	Promover/divulgar	Domingo	09:50	00:55	48	4,2
	África 7 Dias	Serviço noticioso	Informar	Sábado	08:00	00:30	52	4,6
	Voluntário	Institucionais/religiosos	Promover/divulgar	Sábado	- 19:00 - 12:00 (reexibições)	00:25	21	1,9
SIC	Etnias	Magazine informativo	Informar	Quarta-feira e Sábado	06:20 06:00	00:40	52	4,6
TVI	Todos Iguais	Informação cultural (magazine)	Informar	Segunda-feira	06:30	00:30	52	4,6
Total							1130	100,0

N = 1130 (n.º total de edições dos 15 programas dirigidos a grupos minoritários).

* Apenas uma edição.

** Apenas uma reexibição transmitida no dia 5 de Agosto de 2008.

5. A programação Infanto-Juvenil

Nota Prévia

A análise específica da programação infantil/juvenil efectuada neste capítulo justifica-se pela necessidade de detalhar a informação acerca das particularidades da oferta televisiva dos quatro serviços de programas generalistas para esta faixa etária.

Esta análise específica não é possível de realizar ao nível da análise geral da programação, uma vez que os dados globais do alinhamento da emissão facultados pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Markttest, através da utilização do software MMW – Markdata Media Workstation, não fornecem informação detalhada sobre diversos programas que integram os programas-contentor e blocos, agregando a programação apenas em grandes blocos de programas.

Por esta razão, necessariamente, o valor total de programas do *macrogénero infantis/juvenis* que consta da análise geral da programação não corresponde exactamente ao número total de programas contabilizados na análise específica aqui tratada. Ocorre um desdobramento de cada bloco/contentor nas unidades de programação que os integram.

A duração total da programação infantil/juvenil em cada um dos quatro serviços de programas sofre também ligeiras alterações, cujas diferenças registadas correspondem à não contabilização de genéricos e separadores do bloco/contentor.

FIG. 51 Total de programas infanto-juvenis e duração por serviço de programas (2008)

Serviço de programas	N.º Programas infanto-juvenis	Duração total (hh:mm)
RTP1	615	138h43m
RTP2	12605	2260h44m
SIC	1437	745h39m
TVI	1318	703h23m
Total	15975	3848h29m

As grelhas da programação infantil/juvenil são analisadas de acordo com os seguintes géneros:

FIG. 52 Géneros televisivos específicos na análise da programação infantil/juvenil

Infantis/juvenis
Concurso/jogo
Desenhos animados
Educativos
Ficção
Informação infantil/juvenil
Telenovelas
Estúdio/apresentação

Importa explicitar que os programas-contentor e blocos agregam em si um conjunto de outros programas, com recurso a um genérico inicial e um genérico final, que confere alguma unidade ao conjunto. Os espaços contentor integram espaços de apresentação, ao contrário do que sucede com os blocos.

Os primeiros, além da existência de um genérico que os delimita da restante programação, incluem também apresentador, que introduz os conteúdos do programa e produz alguns momentos de entretenimento e de formação/informação. São exemplos de programas contentor o Zig Zag (RTP2), Disney Kids (SIC) e Batatoon (TVI). Os blocos são espaços de programação cuja particularidade reside apenas na inclusão de genérico inicial e final, como são os casos do Brinca Comigo (RTP1), do Kaboom (RTP2) e do SIC Kids (SIC).

5.1. RTP1 – Análise da programação infanto-juvenil (2008)

a) Dados gerais da programação infanto-juvenil da RTP1

A programação da RTP1 dedicada às faixas mais jovens é pouco significativa em termos de duração e de frequência dos programas. As grelhas contemplam espaços de programas infanto-juvenis nas manhãs de sábado e domingo, mas apenas até às 9h00.

O contentor Brinca Comigo ocupa a quase totalidade do tempo de emissão para públicos infantis e juvenis deste serviço de programas. A excepção é feita através de alguns programas exibidos fora desse contentor, ainda que não se encontre nenhuma razão específica para o facto, uma vez que esses mesmos programas também surgem, noutras ocasiões, incluídos no espaço Brinca Comigo.

b) Géneros da programação infanto-juvenil da RTP1

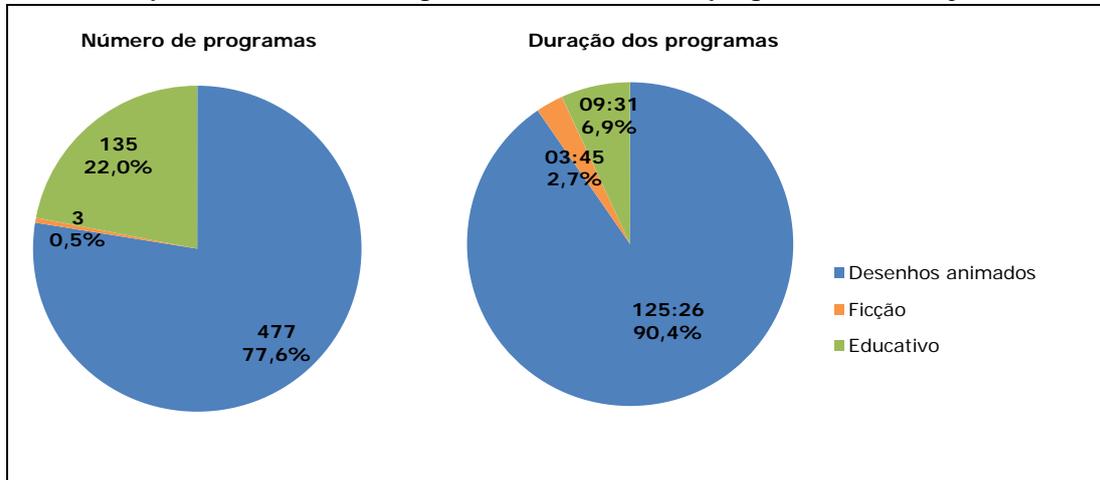
No que respeita à visão geral da programação da RTP1, há que destacar, dentre os 615 programas exibidos em 2008³⁵, aos quais correspondem 138h43m de emissão, a prevalência dos seguintes *géneros* de programação:

- Importa referir que grande parte da programação infanto-juvenil da RTP1 é preenchida por *desenhos animados* (477, 77,6%), deixando o segundo posto, muito distanciado, para os programas *educativos* (135, 22%) e uma presença residual para os programas de *ficção* (3, 0,5%), neste caso filmes de animação.

³⁵ O valor total de programas *infantis/juvenis* difere do valor apresentado na análise geral da programação da RTP1, pelo facto de o número total de programas *infantis/juvenis* aí facultado não contemplar isoladamente cada programas exibido dentro dos programas-contentor, mais precisamente no Brinca Comigo, contrariamente ao que sucede na análise agora realizada.

- Este cenário mantém-se quando se atenta na duração dos programas, mas denotando-se o crescimento do peso dos *desenhos animados*, que passam a ocupar 90,4% da oferta infanto-juvenil da RTP1, com 125h26m de emissão.

FIG. 53 *Frequência e duração dos géneros televisivos dos programas infantis/juvenis da RTP1*



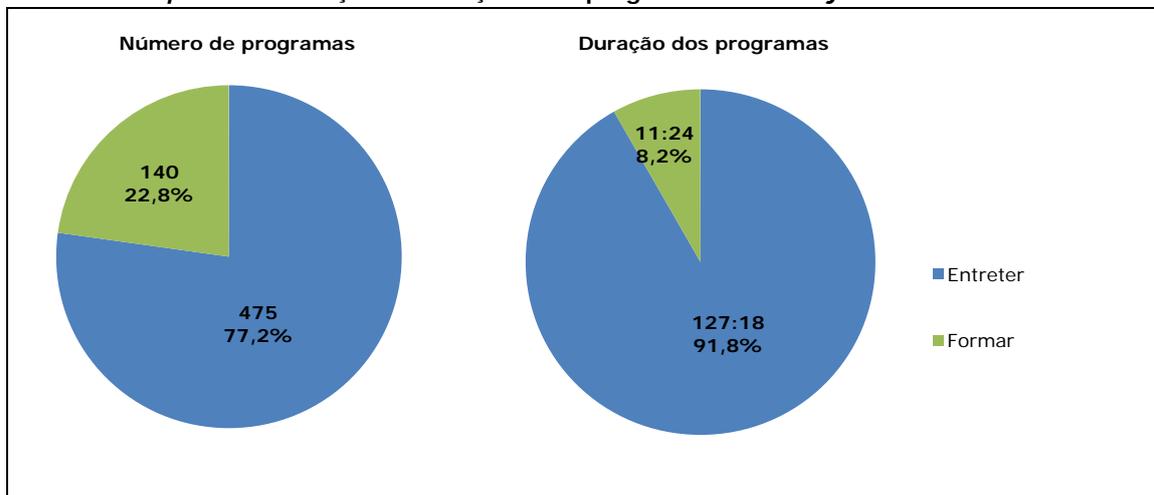
N = 615 (nº total de programas infantis/juvenis exibidos na RTP1). N = 138h43m (duração total dos programas infantis/juvenis exibidos pela RTP1 em 2008)

c) *Funções da programação infanto-juvenil da RTP1*

A oferta de programas *infantis/juvenis* da RTP1 mantém nas *funções* da programação a escassa diversidade que foi regra para os *géneros* de programas, resumindo-se apenas a duas: *entreter* e *formar*.

- A *função entreter* é a mais representada, sobretudo em termos de duração dos programas, parâmetro no qual atinge 91,8% da totalidade da programação infanto-juvenil da RTP1. A *função formar* é mais relevante em número de programas (140, 22,8%) do que em duração (11h24m, 8,2%), sendo representada por séries de curta duração, como são, por exemplo, os casos dos desenhos animados Vitaminix e Telmo e Tula.

FIG. 54 *Frequência e duração das funções dos programas infantis/juvenis exibidos na RTP1*



N = 615 (nº total de programas infantis/juvenis exibidos na RTP1). N = 138h43m (duração total dos programas infantis/juvenis exibidos pela RTP1 em 2008)

d) Períodos horários em que é exibida a programação infanto-juvenil da RTP1

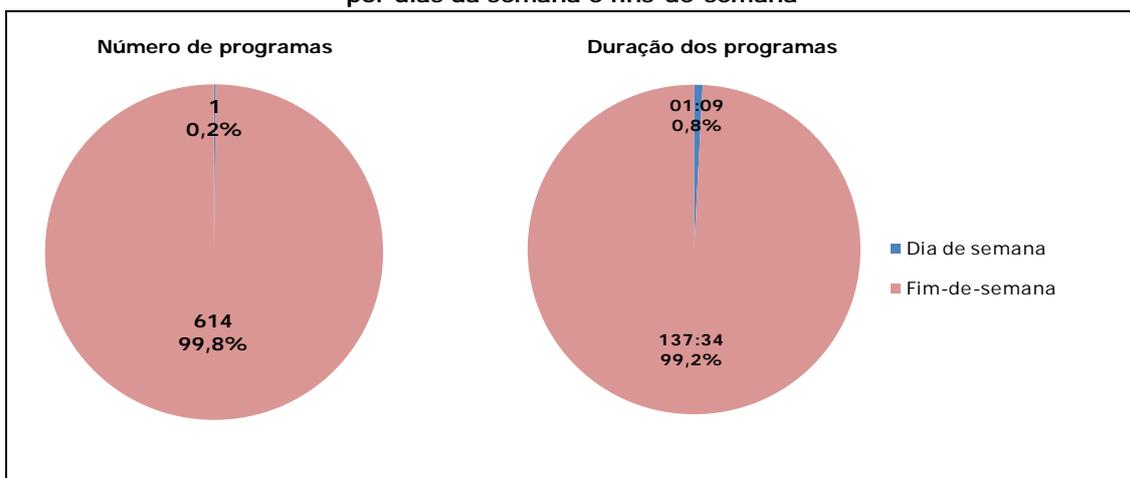
As grelhas da RTP1 limitam os programas da categoria *infantis/juvenis* a um único período horário que é o da manhã (06h00-12h59), portanto, todos os 615 programas emitidos em 2008 foram exibidos neste intervalo horário.

e) Programação infanto-juvenil da RTP1 nos dias de semana e fins-de-semana

Verifica-se uma diferença significativa na programação infanto-juvenil da RTP1 nos dias de semana e fins-de-semana:

- Praticamente quase toda programação infanto-juvenil da RTP1 é emitida nas manhãs de sábado e de domingo (614, 99,8%). A exceção é consubstanciada por um filme, que é exibido num dia de semana, no entanto feriado.
- Os gráficos correspondentes a esta variável de análise surgem quase monocromáticos, traduzindo necessariamente o predomínio dos fins-de-semana também em duração, que corresponde a 137h34m (99,2%), contra 01h09m (0,8%) de programação nos dias de semana.

FIG. 55 *Frequência e duração dos programas infantis/juvenis na RTP1 por dias da semana e fins-de-semana*



N = 615 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS *INFANTIS/JUVENIS* EMITIDOS PELA RTP1 EM 2008). N = 138H43M (N.º TOTAL DE HORAS DE PROGRAMAS *INFANTIS/JUVENIS* EMITIDOS PELA RTP1 EM 2008)

5.2. RTP2 – Análise da Programação Infanto-Juvenil (2008)

a) Dados gerais da programação infanto-juvenil da RTP2

A RTP2 é, dos serviços de programas generalistas, o que maior espaço de programação dedica aos programas da categoria *infantis/juvenis*. O contentor Zig Zag é exibido diariamente em três momentos. O primeiro do dia, com início por volta das 7h00 ocupa todo o período da manhã deste serviço de programas.

O Zig Zag não é exibido aos fins-de-semana e é substituído pelo bloco Kaboom, aos sábados à tarde, que se estende até ao horário nobre.

A diversidade de horários que o canal dedica aos programas para as faixas etárias infantil e juvenil permite que, nos dias de semana, os espectadores possam usufruir da programação no momento em que têm disponibilidade para tal, nomeadamente após o horário escolar.

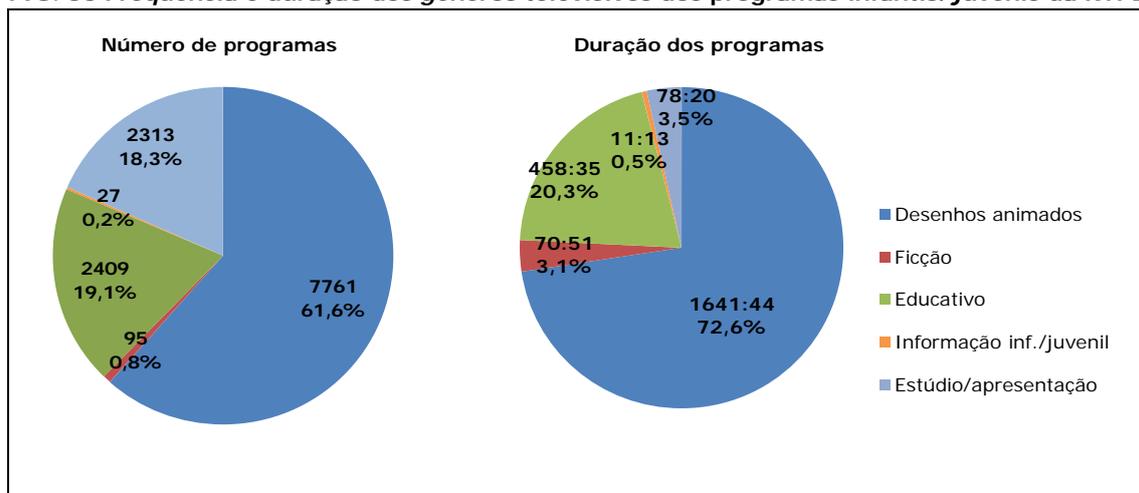
b) Géneros da programação infanto-juvenil da RTP2

A RTP2 emitiu, em 2008, 12605 programas dirigidos aos públicos infantis e juvenis, totalizando 2260h44m de programação³⁶.

- A acentuada carga horária de programação infanto-juvenil da RTP2 potencia a diversidade ao nível dos *géneros*, embora a fatia mais significativa pertença à exibição de *desenhos animados*, quer em frequência (7761, 61,6%), quer em duração (1641h44m, 72,6%).
- A presença em números absolutos dos momentos de *estúdio/apresentação* (2313, 18,3%) corresponde directamente à grande carga horária da exibição do contentor Zig Zag. Todavia, a categoria sofre um decréscimo assinalável em termos de duração (78h20m, 3,5%), uma vez que os momentos de apresentação consistem em curtos períodos de tempo que raramente ultrapassam os três minutos consecutivos.
- Da lista de *géneros*, refira-se que a RTP2 não emite programas apenas de dois tipos considerados na grelha classificativa: *concursos/jogos* e *telenovelas*.

³⁶ Os valores aqui apresentados diferem dos da análise geral da programação da RTP2 pelo facto de se considerar aqui os programas que são exibidos nos programas-contentor.

FIG. 56 *Frequência e duração dos géneros televisivos dos programas infantis/juvenis da RTP2*



N = 12605 (total de programas da categoria *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 em 2008). N = 2260h44m (total de horas de emissão de programas da categoria *infantis/juvenis* pela RTP2 em 2008)

- Cabe ainda salientar que os programas *educativos* ocupam 20,3% do tempo total da programação infanto-juvenil da RTP2 (458h35m), decrescendo um pouco esse valor percentual em termos de número de programas (2409, 19,1%). A figura a seguir mostra a distribuição deste *género* específico.

FIG. 57 *Programas educativos emitidos na RTP2*

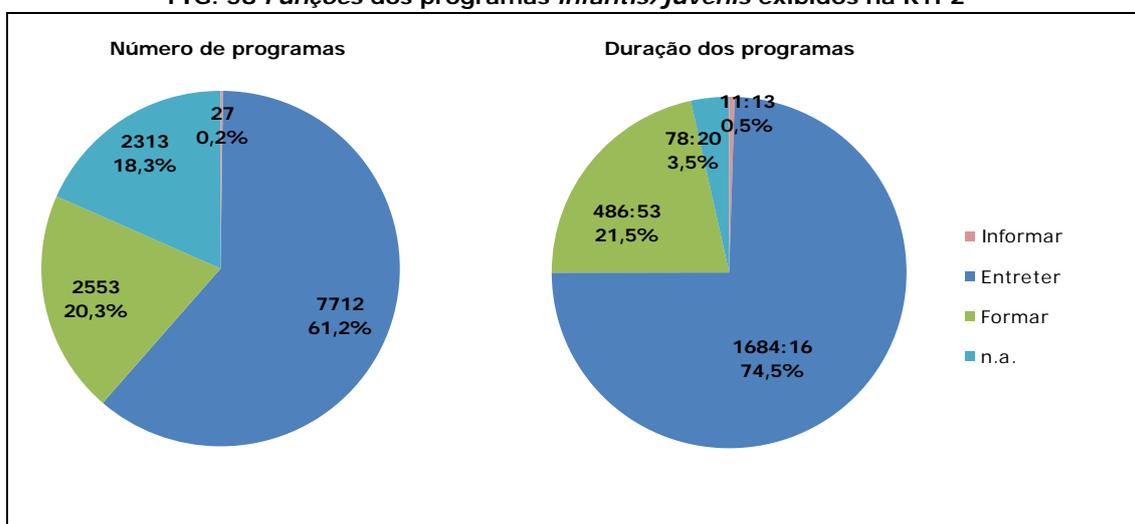
Título do Programa	n	%
A Ilha do Pipo	52	2,2
Abre-Te Sésamo	56	2,3
Alex	206	8,6
As Aventuras de Adiboo	80	3,3
Bobinogs	125	5,2
Bruno e o Clube da Banana	109	4,5
De Cabeça para Baixo	40	1,7
Digam com o Noddy	121	5,0
Diogo Go!	45	1,9
Diz o Alberto	29	1,2
Hopla	165	6,8
Ilha das Cores	302	12,5
Little Einsteins	120	5,0
Lucie conta a História das Ciências	14	0,6
O Interruptor de Pitágoras	78	3,2
O Urso da Casa Azul	111	4,6
Os Lunnis: Inglês	112	4,6
Pequenos Filósofos	77	3,2
Perguntas do Alberto	43	1,8
Pocoyo	3	0,1
Se o Mundo Fosse uma Aldeia	3	0,1
Symfollies	193	8,0
Telmo e Tula	222	9,2
Vitaminix	56	2,3
www.climatrackers.com	47	2,0
Total	2409	100,0

N = 2409 (Número total de programas *educativos* emitidos pela RTP2)

c) Funções da programação infanto-juvenil da RTP2

- A leitura da relevância de cada *género* de programas na RTP2 é aqui preferencialmente efectuada a partir dos dados relativos à duração, uma vez que os números que se referem às frequências de cada função saem prejudicados pela profusão de momentos de apresentação e estúdio que integram os programas contendor, nomeadamente o Zig Zag. A relevância de cada *função* é mais fidedigna quando perspectivada atendendo aos tempos de emissão.
- Assim, o segundo canal do operador público promove programação para a infância que cumpre principalmente a função de *entretêr* (1684h16m, 74,5%). No entanto, ganham também destaque os programas cuja *função* de programação predominante consiste em *formar* (486h53m, 21,5%); esta corresponde essencialmente aos programas classificados como *educativos*, como referido acima.

FIG. 58 Funções dos programas *infantis/juvenis* exibidos na RTP2³⁷



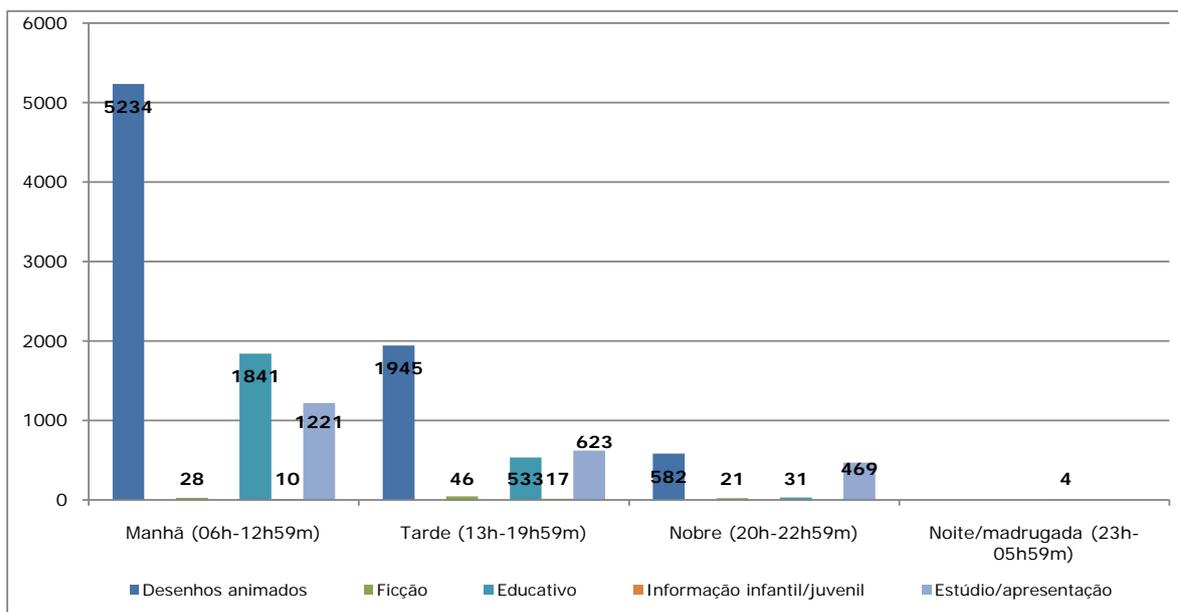
N = 12605 (Total de programas *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 em 2008). N = 2260h44m (Total de horas de emissão de programas *infantis/juvenis* pela RTP2 em 2008)

d) Períodos horários da programação infanto-juvenil da RTP2

- A RTP2 apresenta programação infanto-juvenil ao longo dos períodos horários da manhã, tarde, horário nobre e pontualmente no horário da noite/madrugada, mas a prevalência é do primeiro, com 8334 programas num total de 12605 em 2008.
- Analisando a distribuição de *géneros* de programas, verifica-se que os *desenhos animados* prevalecem em todos os períodos, com maior destaque para as manhãs, nas quais totalizam 5234 programas (62,8% deste horário), 1945 são emitidos ao longo da tarde (61,5% do horário); e em horário nobre a RTP2 emitiu, em 2008, 582 episódios de *desenhos animados* (52,8% do horário).
- Uma das marcas distintivas da programação da RTP2 é a presença de programas *educativos* nas suas grelhas, que surgem como o segundo *género* de maior frequência nas manhãs da RTP2, com 1841 programas, o que corresponde a 22,1% do total de programas transmitidos neste período horário.

³⁷ Os valores correspondentes à categoria n.a. (não se aplica) dizem respeito aos momentos de *estúdio/apresentação*, cuja função não foi classificada, devido a limitações metodológicas que impedem de aplicar a mesma grelha de *funções* aos programas e aos momentos de estúdio. Estes períodos contribuem para o bolo total de programação infanto-juvenil referenciados de forma a que as *funções* dos programas sejam perspectivadas segundo o tempo total de emissão infanto-juvenil.

FIG. 59 Frequência dos *géneros* dos programas *infantis/juvenis* por períodos horários na RTP2



N = 12605 (Número total de programas *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 em 2008). N = 8334 (Número de programas emitidos pela RTP2 no período da manhã 06h-12h59). N = 3164 (Número de programas *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 no período da tarde 13h-19h59). N = 1103 (Número de programas emitidos pela RTP2 no horário nobre 20h00-22h59). N = 4 (Número de programas emitidos pela RTP2 no período noite/madrugada 23h-05h59).

- A grande quantidade de momentos de *estúdio/apresentação* fica a dever-se ao facto de a RTP2 transmitir quase toda a sua programação no contentor Zig Zag, que é exibido em três momentos, nos dias de semana. De referir que estes períodos não são de mera apresentação, incluindo mensagens didácticas sobre variados temas.

FIG. 60 Géneros dos programas *infantis/juvenis* por períodos horários na RTP2

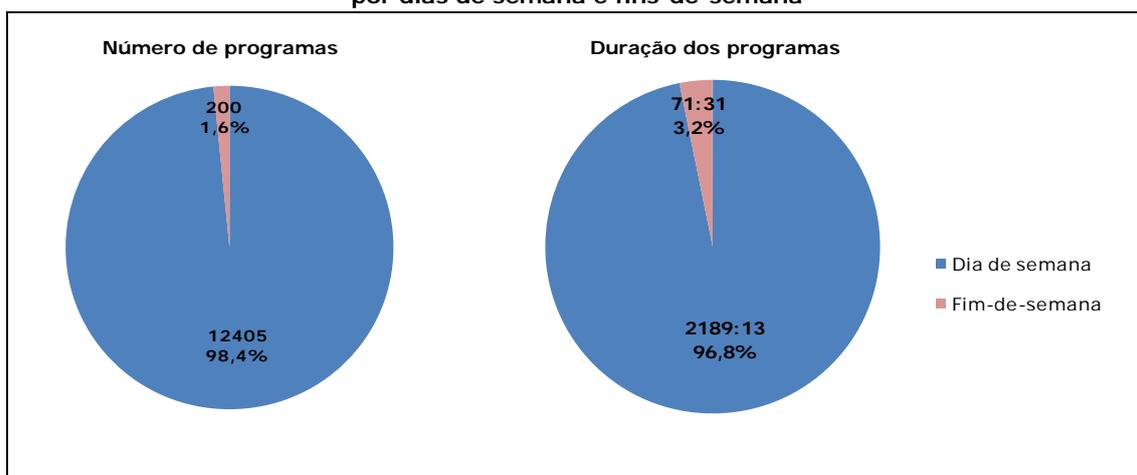
Género	RTP2							
	Manhã 06h-12h59m		Tarde 13h-19h59		Nobre 20h-22h59		Noite/madrugada 23h-05h59	
	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%
Desenhos animados	1050:59	72,1	461:42	72,2	129:02	79,5	-	-
Concursos/jogos	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção	18:58	1,3	43:01	6,7	08:52	5,5	-	-
Telenovela	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo	339:17	23,3	111:33	17,4	07:39	4,7	00:04	100,0
Informação infantil/juvenil	04:15	0,3	06:57	1,1	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	45:05	3,1	16:33	2,6	16:41	10,3	-	-
Total	1458:37	100,0	639:47	100,0	162:15	100,0	00:04	100,0

N = 1458h37m (Número de horas de programas *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 no período da manhã 06h-12h59). N = 639h47 (Número de horas de programação emitidas pela RTP2 no período da tarde 13h-19h59). N = 162h15 (Número total de horas de programação emitidos pela RTP2 no horário nobre 20h-22h59). N = 00h04m (Número de horas de programas *infantis/juvenis* emitidos pela RTP2 no período da noite/madrugada 23h-05h59).

e) Programação infanto-juvenil da RTP2 nos dias de semana e fins-de-semana

- A RTP2 transmitiu, ao longo de todo o ano 2008, 12405 espaços de programação para a infância nos dias de semana e 200 nos fins-de-semana, aos quais corresponde uma percentagem de 98,4% e 1,6% respectivamente.
- Os valores da duração demonstram que se mantém o desequilíbrio, apesar de ligeiramente menor, uma vez que a programação dos dias de semana tem uma duração total de 2189h13m (96,8%) e a dos fins-de-semana totaliza 71h31m dedicados à exibição de programas *infantis/juvenis* (3,2%).

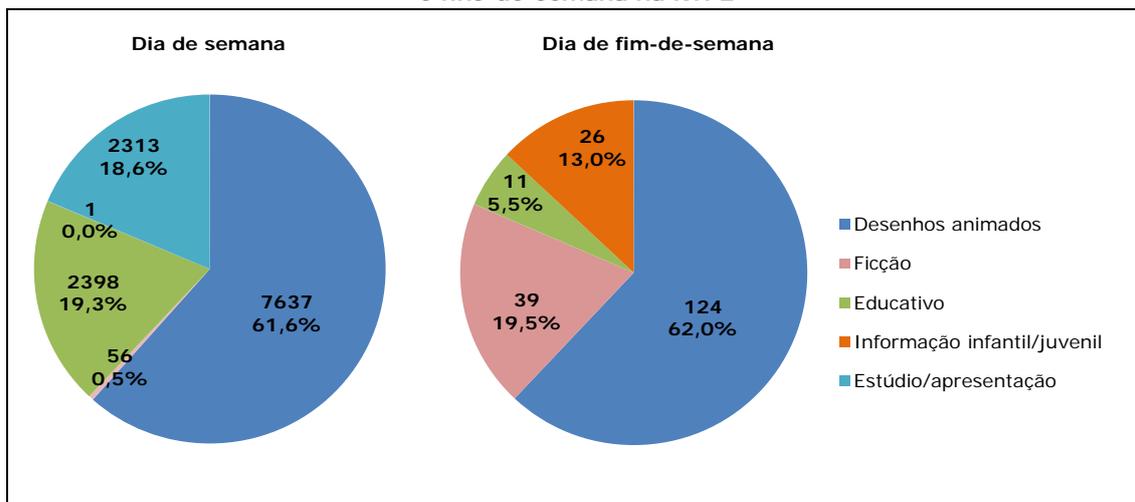
FIG. 61 *Frequência e duração dos programas infantis/juvenis na RTP2 por dias de semana e fins-de-semana*



N = 12605 (total de programas infantis/juvenis emitidos pela RTP2 em 2008). N = 2260h44m (total de horas de emissão de programas infantis/juvenis pela RTP2 em 2008)

- A distribuição dos *géneros* televisivos *infantis/juvenis* pelos dias de semana e fins-de-semana, na RTP2, mostra que existe uma clara diferenciação da programação oferecida. Apesar do predomínio dos *desenhos animados* ser semelhante, em proporção, em ambos (61,6% vs. 62%), a presença dos programas *educativos* verifica-se sobretudo nos dias de semana (2398, 19,3% vs. 11, 5,5%).
- Os programas *infantis/juvenis* classificados como *informação infantil/juvenil* (26, 13%) e *ficção* (39, 19,5%) registam maior presença nas grelhas dos fins-de-semana do que nos dias de semana.

FIG. 62 *Frequência dos géneros infantis/juvenis nos dias de semana e fins-de-semana na RTP2*



N = 12605 (Número total de programas infantis/juvenis emitidos pela RTP2 em 2008). N = 12405 (Número de programas infantis/juvenis emitidos pela RTP2 nos dias de semana). N = 200 (Número de programas infantis/juvenis emitidos pela RTP2 nos fins-de-semana).

5.3. SIC – Análise da programação infanto-juvenil

a) Dados gerais da programação infantil/juvenil da SIC

A SIC dedicou em 2008 um total de 1437 espaços de programação dirigidos aos públicos infantis e juvenis, que se traduzem em 745h39m de emissão³⁸. Os espaços dedicados aos programas para estas faixas etárias surgem posicionados sobretudo no período das manhãs, tanto nos dias de semana como nos fins-de-semana.

A SIC apresenta um bloco, o SIC Kids, e um contendor, o Disney Kids. O primeiro surge todos os dias, ao passo que o segundo é apenas emitido nas grelhas de programação dos fins-de-semana, estando integrado no espaço do SIC Kids. O contendor Disney Kids apresenta programas da Disney, conforme o nome indica, e é composto por blocos de programas e espaços de apresentação, com dois apresentadores que introduzem as séries, assim como produzem momentos de entretenimento, preenchidos por passatempos e reportagens no exterior do estúdio.

b) Géneros da programação infanto-juvenil da SIC

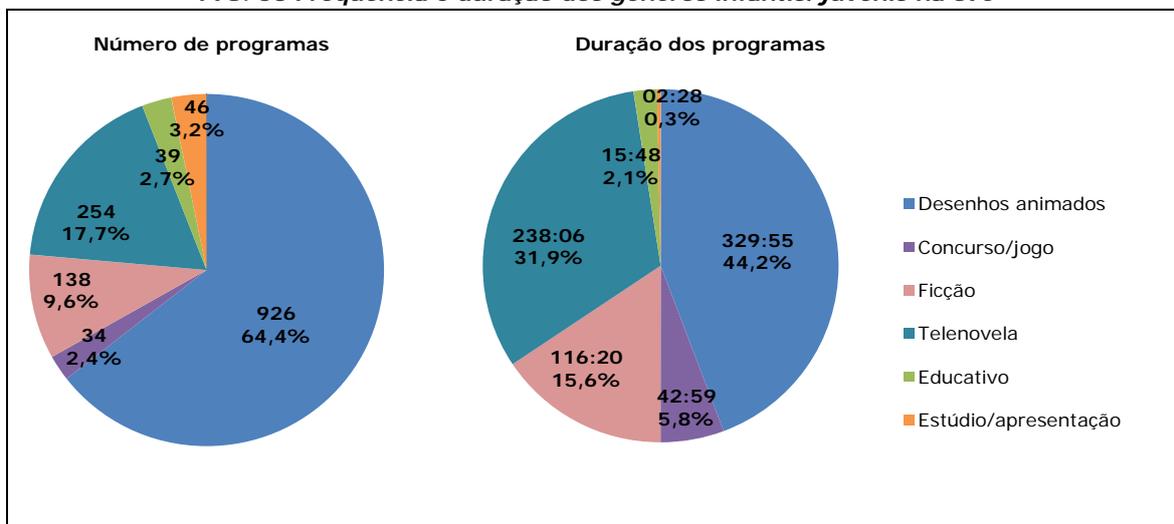
Os géneros de programas infantis/juvenis mais frequentes na SIC são os *desenhos animados*, as *telenovelas* e a *ficção*. Todos são mais prevalentes em termos de duração do que em frequência de programas. Este facto deve-se essencialmente à reduzida duração dos períodos de *estúdio/apresentação* e *educativos*.

- Os 926 programas (64,4%) de *desenhos animados* ocupam 329h55m (44,2%) da duração total dos programas infantis/juvenis da SIC. As *telenovelas*, com 254 edições (17,7%), correspondem a 238h06m (31,9%) da programação. Na categoria *ficção* foram emitidos 138 programas, que representam 9,6% do número total de programas, ocupando em duração 116h20m e 15,6% da totalidade de horas de programação infantil e juvenil da SIC.

³⁸ A diferença de valores dos programas infantis/juvenis face à análise geral da programação da SIC deve-se às mesmas razões apontadas na análise da programação infanto-juvenil da RTP1 e RTP2.

- O *gênero concurso/jogo* não existe em nenhum dos outros serviços de programas, mas na SIC atinge as 42h59m de emissão (5,8%), que cabem à exibição do programa Lucy.
- Na SIC, os programas *educativos* atingem 15h48m (2,1%) de duração, sendo a categoria de menor expressão entre os programas emitidos em 2008 (excluindo os momentos de *estúdio/apresentação*, que são classificados apenas para contabilização do tempo total de programação infanto-juvenil).

FIG. 63 *Frequência e duração dos gêneros infantis/juvenis na SIC*

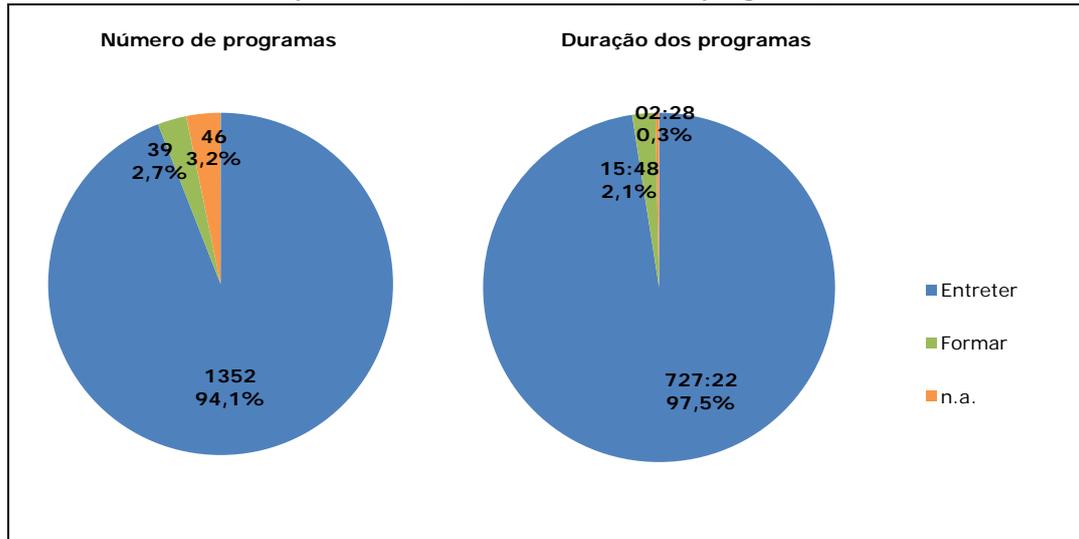


N = 1437 (número total de programas infantis/juvenis emitidos na SIC em 2008). N = 745h39m (duração total de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC em 2008).

c) **Funções da programação infanto-juvenil da SIC**

- As *funções* dos programas *infantis/juvenis* na SIC são dominadas pelo *entretenimento* que atinge 94,1% (1352) da totalidade de programas e 97,5% (727h22m) do tempo de emissão dedicada às faixas infantil e juvenil.
- *Formar* é a outra *função* contemplada pelas grelhas da SIC no que toca à programação infanto-juvenil (39, 2,7%), mas ganha uma expressão bastante reduzida face à *função entreter*.

FIG. 64 *Frequência e duração das funções da programação na SIC*

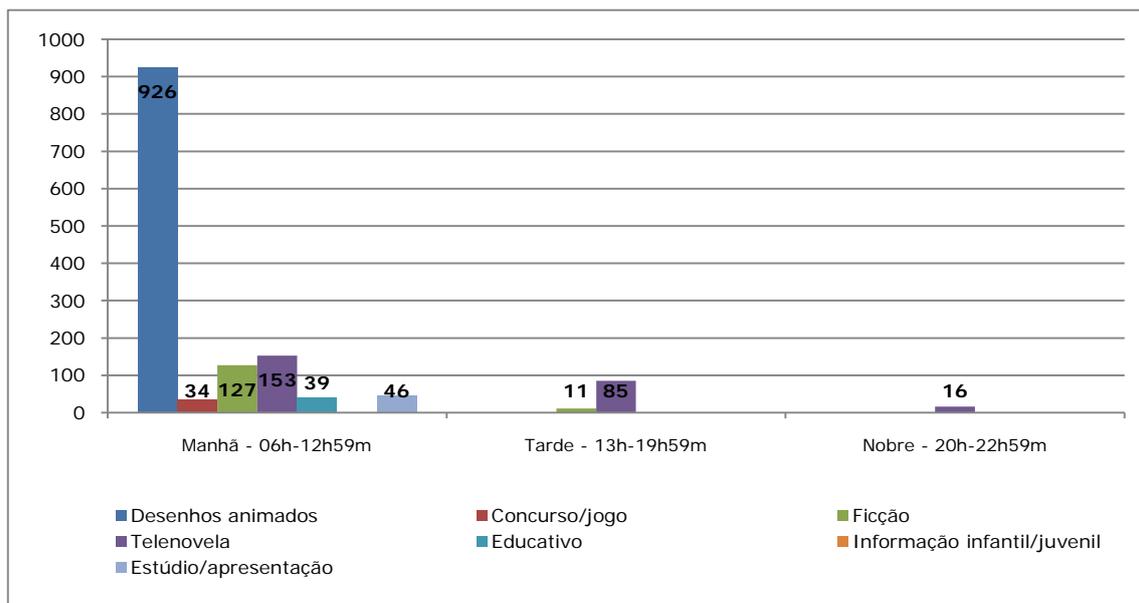


N = 1437 (número total de programas infantis/juvenis emitidos na SIC em 2008). N = 745h39m (duração total de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC em 2008).

d) Períodos horários da programação infanto-juvenil da SIC

- A SIC concentra a sua programação infanto-juvenil no período da manhã, com 1325 programas registados (92,2% do total), que somaram 634h44m.
- Essa programação é sobretudo preenchida por *desenhos animados*, com 926 programas emitidos (69,9%). Em segundo lugar surgem as *telenovelas*, que registam 153 ocorrências (11,5%).
- A *ficção* é o terceiro *género* mais emitido pela SIC, nas manhãs, na categoria de programas *infantis/juvenis*, apresentando 127 ocorrências (9,6%).
- No período da tarde, a SIC emite apenas *ficção* (11) e *telenovelas* (85), este último, o único *género* exibido em horário nobre (16).

FIG. 65 *Frequência dos géneros infantis/juvenis por período horário na SIC*



N = 1437 (número total de programas infantis/juvenis emitidos na SIC em 2008). N = 1325 (número de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC no período da manhã). N = 96 (número de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC no período da tarde). N = 16 (Número de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC no período da horário nobre).

- Em termos de duração a SIC exibiu 329h55m (52%) de *desenhos animados* durante as manhãs (06h-12h59), seguidos de 142h41m (22,5%) de *telenovelas* e de 100h51m (15,9%) de *ficção*.
- No período da tarde (13h-19h59), a *telenovela*, género predominante, totaliza 81h17m horas de emissão e a *ficção* 15h29m (16%).
- De referir que a estreia da telenovela *Rebelde Way* em Agosto de 2008 levou a que fossem transmitidos 16 episódios em horário nobre (20h-22h59), que correspondem a um total de 14h08m de programação infanto-juvenil neste horário.

FIG. 66 Duração e frequência dos géneros infantis/juvenis por período horário na SIC

Género	SIC					
	Manhã 06h-12h59m		Tarde 13h-19h59		Noite 20h-22h59	
	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%
Desenhos animados	329:55	52,0	-	0,0	-	-
Concursos/jogos	42:59	6,8	-	-	-	-
Ficção	100:51	15,9	15:29	16,0	-	-
Telenovela	142:41	22,5	81:17	84,0	14:08	100,0
Educativo	15:48	2,5	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	02:28	1,3	-	0,0	-	-
Total	634:44	100,0	96:47	100,0	14:08	100,0

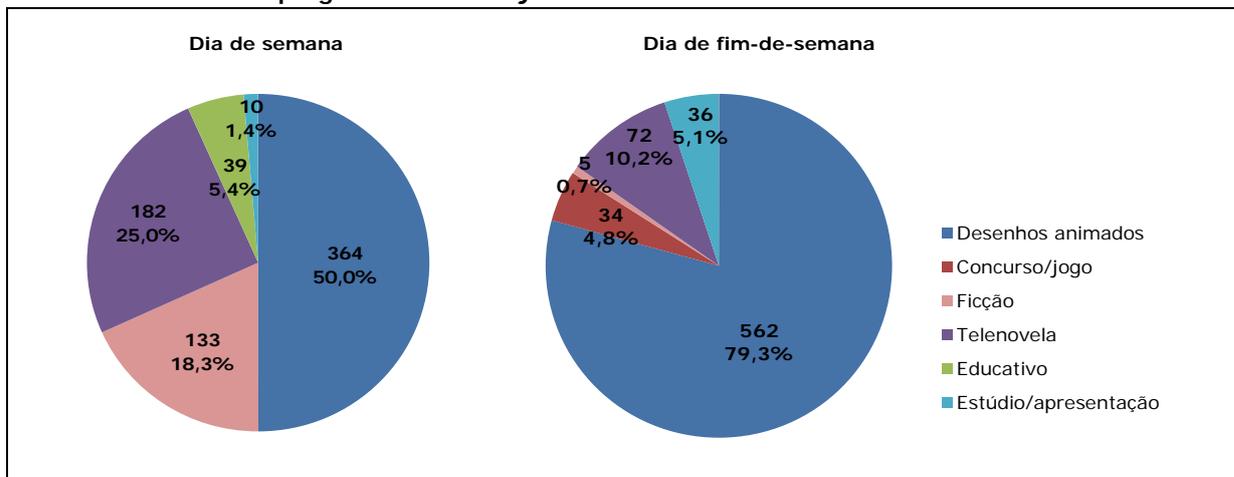
N = 634h44m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela SIC no período da manhã). N = 96h47m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela SIC no período da tarde). N = 14h08m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela SIC no horário noite).

e) Programação infanto-juvenil da SIC nos dias de semana e fins-de-semana

A programação infanto-juvenil da SIC mostra uma variação em termos de *géneros* de programas entre os dias de semana (728) e os fins-de-semana (709).

- Os *desenhos animados* predominam em ambos os casos, mas são mais significativos aos fins-de-semana, em que atingem perto de 80% do total de programas emitidos neste período semanal (562, 79,3%), contra os 50% dos dias de semana (364).
- A *telenovela* é o segundo *género* mais frequente tanto aos dias de semana como fins-de-semana, representando um quarto da programação semanal (182, 25%) e um décimo da programação de sábados e domingos (72, 10,2%).
- Nos dias de semana, a SIC emite ainda *ficção* (133, 18,3%), mas o seu valor decresce acentuadamente nos fins-de-semana (5, 0,7%).
- De referir ainda que os programas *educativos* apenas são emitidos nos dias de semana, contabilizando 39 programas (5,4%) e que os *concursos/jogos* apenas surgem nas grelhas da SIC nos fins-de-semana, com 34 exibições (4,8%).

FIG. 67 Géneros dos programas infantis/juvenis nos dias de semana e fins-de-semana da SIC



N = 728 (Número de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC nos dias de semana em 2008). N = 709 Número de programas infantis/juvenis emitidos pela SIC nos fins-de-semana em 2008).

5.4. TVI – Análise da programação infanto-juvenil

a) Dados gerais da programação infanto-juvenil da TVI

Ao longo do ano de 2008, a TVI transmitiu 1318 programas *infantis/juvenis*, perfazendo 703h23m de programação total³⁹.

Salienta-se que em 2008, a TVI integrou, aos fins-de-semana, um espaço de programação do tipo contentor denominado Batatoon que, no entanto, deixou de ser exibido no final do mês de Março.

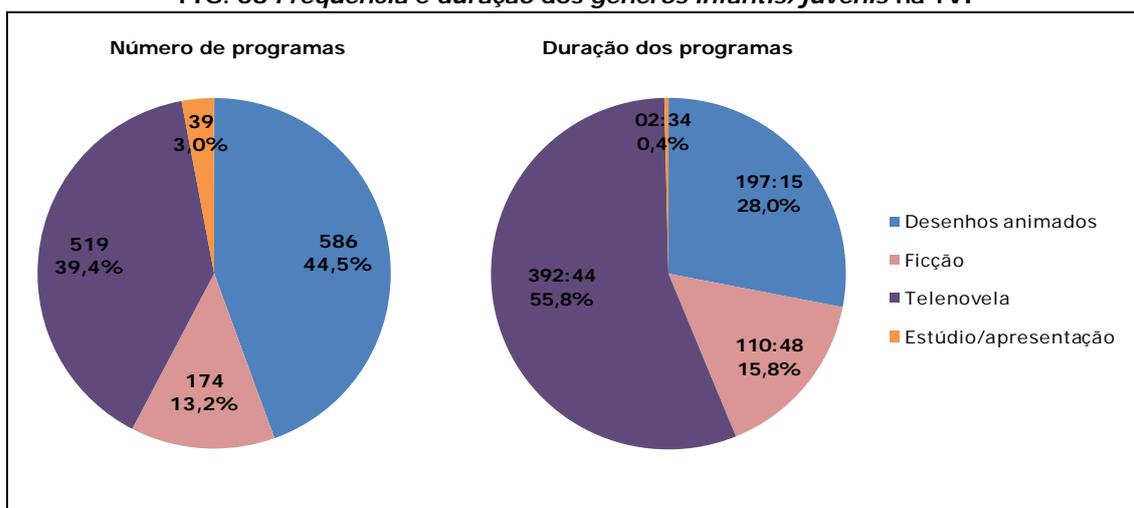
b) Géneros da programação infanto-juvenil da TVI

A presença dos *géneros* televisivos na programação infanto-juvenil da TVI mostra as características seguintes:

- Os *desenhos animados* são o género predominante em número de exibições, o que se traduz em 586 programas transmitidos (44,5%). Porém, a tendência inverte-se em termos da sua duração, representando 197h15m do total (28%).
- A *telenovela* é então o *género* privilegiado em duração, correspondendo a mais de metade do tempo de emissão (392h44m, 55,8%). Em número de programas, esta prevalência é menos acentuada, totalizando 519 exibições (39,4%).
- A *ficção*, terceiro *género* em ambos os parâmetros, regista 174 exibições (13,2%) e 110h48m de duração (15,8%).
- Os momentos de *estúdio/apresentação* (39, 3%) ocupam 02h34m da programação infantil e juvenil da TVI, que se traduzem na percentagem mais reduzida de duração dos *géneros* de programação (0,4%). Na TVI, estes períodos de *estúdio/apresentação* correspondem às intervenções do palhaço Batatinha, que produz momentos de entretenimento no contentor Batatoon, e que, por vezes, transmite algumas mensagens didácticas.
- Ficam de fora da programação da TVI os géneros concursos/jogos, os educativos e a informação infantil/juvenil.

³⁹ A diferença de valores dos programas *infantis/juvenis* face à análise geral da programação da SIC deve-se às mesmas razões apontadas na análise da programação infanto-juvenil da RTP1 e RTP2.

FIG. 68 *Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis na TVI*

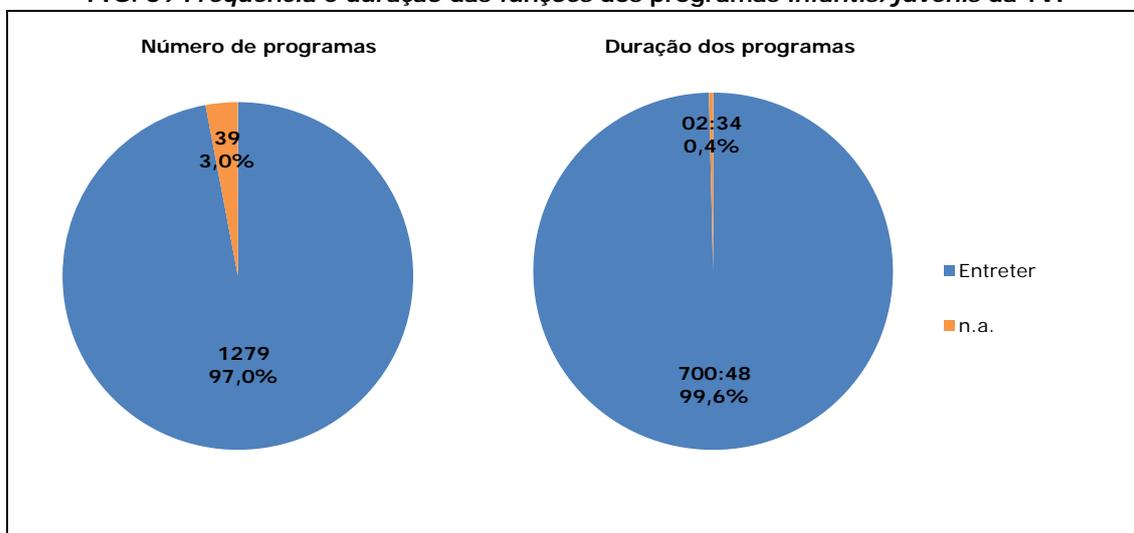


N = 1318 número total de programas infantis/juvenis emitidos na TVI em 2008). N = 703h23m (duração dos programas infantis/juvenis emitidos na TVI em 2008).

c) *Funções da programação infanto-juvenil da TVI*

- Os programas *infantis/juvenis* da TVI cumprem uma única *função*: *entreter*, que não atinge os 100% da programação apenas pelo facto de estarem contabilizadas as 02h34m de *estúdio/apresentação* (0,4%), correspondentes aos 39 momentos de apresentação referidos e a 3% do total de programas emitidos.

FIG. 69 *Frequência e duração das funções dos programas infantis/juvenis da TVI*



N = 1318 número total de programas *infantis/juvenis* emitidos na TVI em 2008). N = 703h23m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos na TVI em 2008).

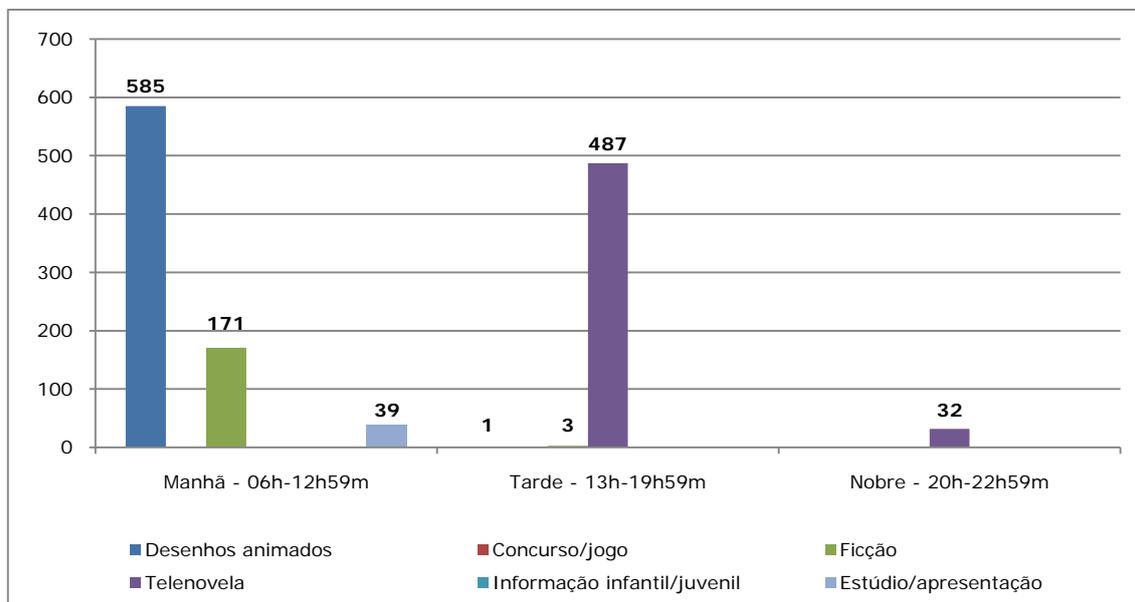
d) *Períodos horários da programação infanto-juvenil da TVI*

A programação infanto-juvenil da TVI mostra uma clara tendência de distribuição diferenciada dos *géneros* de programas de acordo com períodos horários.

- Destaca-se acima de tudo a preponderância dos *desenhos animados* nas manhãs (585) e as *telenovelas* nas tardes da TVI (487).

- O *género telenovelas* surge também no horário nobre por 32 vezes, sendo o único *género* a marcar presença neste horário. Mais assinalável é o facto de estes episódios pertencerem todos a uma única série: *Morangos com Açúcar*.
- A *ficção* surge sobretudo nas manhãs da TVI (171) contra 3 exhibições no período da tarde.

FIG. 70 *Géneros dos programas infantis/juvenis por período horário na TVI*



N = 1318 (número total de programas *infantis/juvenis* emitidos na TVI em 2008). N = 795 (número de programas *infantis/juvenis* emitidos pela TVI no período da manhã). N = 491 (número de programas *infantis/juvenis* emitidos pela TVI no período da tarde). N = 32 (número de programas *infantis/juvenis* emitidos pela SIC no período da horário nobre).

- No período da manhã (total de 306h23m), cabe referir as 196h55m (64,3%) atingidas pelo *género desenhos animados* e as 106h53m de *ficção* (34,9%), que correspondem sobretudo à exibição de séries de produção portuguesa, como *Bando dos 4* ou *Detective Maravilhas*. O mesmo não acontece no período da tarde, em que os programas do *género ficção* (03h55m) se referem à exibição de 3 filmes.
- As *telenovelas* ocupam 370h12m da programação da tarde na TVI, ou seja, 98,9% deste período horário.

FIG. 71 *Duração de géneros dos programas infantis/juvenis por período horário na TVI*

Género	TVI					
	Manhã 06h-12h59m		Tarde 13h-19h59		Nobre 20h-22h59	
	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%	Duração (hh:mm)	%
Desenhos animados	196:55	64,3	00:20	0,1	-	-
Concursos/jogos	-	-	-	-	-	-
Ficção	106:53	34,9	03:55	1,0	-	-
Telenovela	-	-	370:12	98,9	22:32	100,0
Educativo	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	02:34	0,8	-	-	-	-
Total	306:23	100,0	374:27	100,0	22:32	100,0

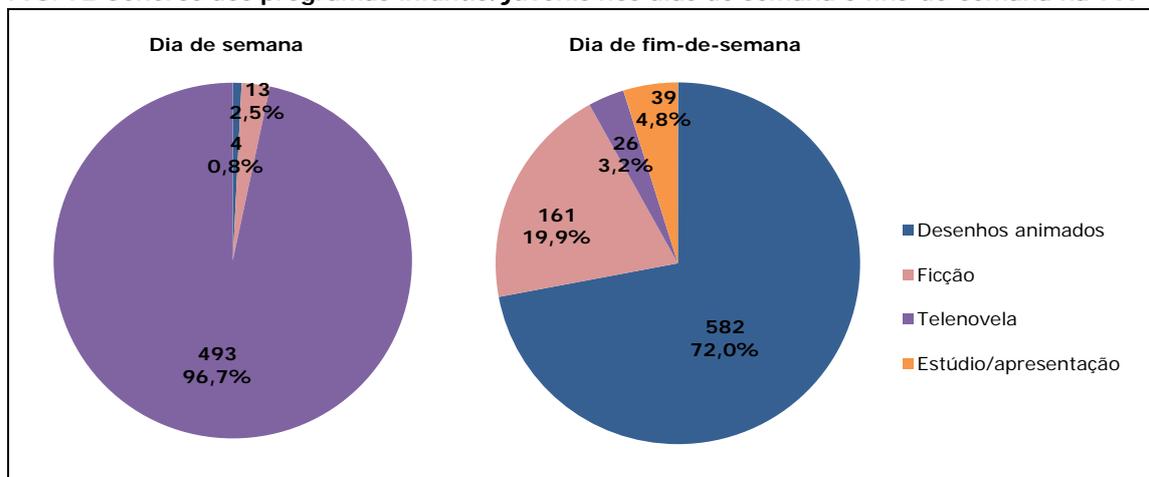
N = 306h23m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela TVI no período da manhã). N = 374h27m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela TVI no período da tarde). N = 22h32m (duração dos programas *infantis/juvenis* emitidos pela TVI no horário nobre).

e) Programação infanto-juvenil da TVI nos dias de semana e fins-de-semana

A programação da TVI apresenta-se muito heterogénea em termos de distribuição dos géneros por dias de semana e fins-de-semana, notando-se uma maior diversidade de géneros nos fins-de-semana.

- As *telenovelas* ocupam quase a totalidade do tempo dedicado a programação infanto-juvenil nos dias de semana (493, 96,7%), deixando uma pequena margem para a *ficção* (13, 2,5%) e menor ainda para os *desenhos animados* (4, 0,8%).
- O panorama altera-se nos fins-de-semana, em que os *desenhos animados* atingem 72% da programação infanto-juvenil (582), relegando as *telenovelas* para a última posição em número de programas (26, 3,2%).
- A *ficção* surge com 161 programas, que correspondem a 19,9% do total de programas *infantis/juvenis* exibidos pela TVI nos fins-de-semana.
- Refira-se a presença da categoria *estúdio/apresentação* (39, 4,8%) apenas nos fins-de-semana se refere à emissão do contentor Batatoon, uma vez que o programa deixou as grelhas findo o primeiro trimestre de 2008.

FIG. 72 Géneros dos programas *infantis/juvenis* nos dias de semana e fins-de-semana na TVI



N = 510 (número de programas *infantis/juvenis* emitidos nos dias de semana na TVI em 2008). N = 808 (número de programas *infantis/juvenis* emitidos nos fins-de-semana na TVI em 2008).

6. Análise Comparativa da Programação dos Serviços de Programas Generalistas de Acesso Livre (2008)- RTP1, RTP2, SIC e TVI

a) Dados gerais da programação dos quatro canais

- A *informação*, o *entretenimento* e a *ficção* são os *macrogéneros* com maior peso nas programações da RTP1, SIC e TVI, ainda que se registem variações assinaláveis na proporção que cada uma destas categorias de programação assume em cada serviço de programas.
- No que respeita aos três *macrogéneros* predominantes na RTP1, SIC e TVI, ocorre um maior equilíbrio na RTP1, com 26,4% de programas *informativos*, 25,3% de programas de *entretenimento* e 20,3% de *ficção*.
- O maior desequilíbrio ocorre na SIC, com predominância para a *ficção* (40,9%), seguindo-se o *entretenimento* (26%) e a *informação* (17%).
- Na TVI, os valores registados são de 28,5% para a *ficção*, 27,6% para os *informativos* e 17,1% para o *entretenimento*.
- Tal como na RTP1, a RTP2 privilegia nas suas grelhas os programas *informativos* (33,8% da sua programação total). É, pois, na RTP2 que encontramos o maior número de programas *informativos* (3078) durante o ano de 2008.
- De entre os vários serviços de programas, a RTP2 é ainda aquele que atribui maior representatividade aos programas *culturais/conhecimento* (2009, 22,1%), que se apresentam como o segundo *macrogénero* mais exibido nas suas grelhas de programação.
- Os programas *desportivos* (6,3%) para os públicos *infantis/juvenis* (4,4%) constituem os programas com menor representação na RTP1.
- A RTP2 é dentre os quatro serviços de programas aquele que menos privilegia o *entretenimento* (1,9%).
- No total de programas exibidos pela SIC, os *desportivos* (1,8%) e *culturais/conhecimento* (4,3%) são os que registam os menores índices de exibição. Importa ainda sublinhar que não foram identificados programas *institucionais/religiosos* nas grelhas de programação da SIC.
- A TVI atribui menor destaque, no total da sua programação, aos programas *culturais/conhecimento* (1,7%) e *institucionais/religiosos* (2,6%).

FIG. 73 Frequência de *macrogéneros* televisivos por serviço de programas (2008)

Macrogénero	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Informativos	1890	26,4	3078	33,8	1095	17,0	2015	27,6
Desportivos	449	6,3	575	6,3	116	1,8	418	5,7
Ficção	1451	20,3	1187	13,0	2630	40,9	2082	28,5
Infantis/juvenis	316	4,4	955	10,5	637	9,9	1225	16,8
Entretenimento	1812	25,3	169	1,9	1671	26,0	1250	17,1
Culturais/conhecimento	514	7,2	2009	22,1	275	4,3	125	1,7
Institucionais/religiosos	721	10,1	1123	12,3	-	-	187	2,6
Total	7153	100,0	9096	100,0	6424	100	7302	100,0

N = 7153 (n.º total de programas da RTP1). N = 9096 (n.º total de programas da RTP2). N = 6424 (n.º total de programas da SIC). N = 7302 (n.º total de programas da TVI).

b) Géneros televisivos na programação dos quatro serviços de programas

- A RTP1, dos quatro serviços de programas, é o que possui maior diversidade de *géneros televisivos* (31), sendo que a TVI e a SIC possuem o menor número (24).
- Os *serviços noticiosos* (13,2%) sobressaem como o *género* com maior peso na programação da RTP1, seguindo-se os *talk shows* (10,8%) e os *institucionais/religiosos* (10,1%).
- O *género* com maior participação na grelha total de programação da RTP2 (com 27 *géneros*) consiste nos *documentários* (14,1%), seguidos dos programas *institucionais/religiosos* (12,3%), *magazine informativo* (11,1%), *infantis/juvenis* (10,5%) e ainda o *boletim meteorológico* (9,8%).
- Na SIC destacam-se, com maior proporção, as *telenovelas* (19,9%), seguindo-se os *serviços noticiosos* (15,3%), as *séries* (10,3%) e os *concursos/jogos* (10,1%).
- De entre todos os *géneros*, os programas *infantis/juvenis* dominam a programação da TVI, com 16,8%. Contudo, o peso deste *género* decorre do facto de o programa Morangos com Açúcar, uma telenovela dirigida aos públicos mais jovens, ter sido classificado como programação *infantil/juvenil* e não como *telenovela*. Esta opção remete então para a segunda posição o *género telenovela* (11,8%) e os *serviços noticiosos* para terceiro (10%).
- No que se refere a ausências na programação, a RTP2, a SIC e a TVI não transmitem quaisquer programas dos *géneros comentário* e *variedades*. A programação da RTP2 não contempla ainda os *géneros reality show* e *telenovelas*.
- Dos *géneros* ausentes da SIC, contam-se ainda os boletins meteorológicos, os resumos desportivos, os programas de ciências, os educativos e institucionais/religiosos.
- Na TVI encontram-se também ausentes os *géneros* debate, resumo desportivo, humanidades, ciências, e educativos.

FIG. 74 *Frequência de géneros televisivos por serviço de programas (2008)*

Macrogénero	Género	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	947	13,2	851	9,4	980	15,3	732	10,0
	Reportagem	78	1,1	28	0,3	48	0,7	33	0,5
	Debate	89	1,2	189	2,1	1	0,0	-	-
	Entrevista	59	0,8	90	1,0	2	0,0	17	0,2
	Comentário	86	1,2	-	-	-	-	-	-
	Edição especial	16	0,2	21	0,2	12	0,2	3	0,0
	Magazine informativo	588	8,2	1010	11,1	52	0,8	644	8,8
	Boletim meteorológico	27	0,4	889	9,8	-	-	586	8,0
<i>Subtotal</i>	<i>1890</i>	<i>26,4</i>	<i>3078</i>	<i>33,8</i>	<i>1095</i>	<i>17,0</i>	<i>2015</i>	<i>27,6</i>	
Desportivos	Informação desportiva	218	3,0	374	4,1	60	0,9	348	4,8
	Transmissão desportiva	156	2,2	183	2,0	56	0,9	70	1,0
	Resumos desportivos	75	1,0	18	0,2	-	-	-	-
	<i>Subtotal</i>	<i>449</i>	<i>6,3</i>	<i>575</i>	<i>6,3</i>	<i>116</i>	<i>1,8</i>	<i>418</i>	<i>5,7</i>
Ficção	Filme/telefilme	492	6,9	161	1,8	365	5,7	643	8,8
	Série	474	6,6	749	8,2	662	10,3	552	7,6
	Telenovela	379	5,3	-	-	1277	19,9	862	11,8
	Ficção de humor	106	1,5	277	3,1	326	5,1	25	0,3

	<i>Subtotal</i>	1451	20,3	1187	13,0	2630	40,9	2082	28,5
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	316	4,4	955	10,5	637	9,9	1225	16,8
	<i>Subtotal</i>	316	4,4	955	10,5	637	9,9	1225	16,8
Entretenimento	Concurso/jogo	611	8,5	12	0,1	649	10,1	582	8,0
	Reality show	30	0,4	-	-	17	0,3	11	0,2
	Variedades	12	0,2	-	-	-	-	-	-
	Talk show	776	10,8	2	0,0	497	7,7	534	7,3
	Humor	169	2,4	78	0,9	82	1,3	10	0,1
	Infotainment	194	2,7	76	0,8	285	4,4	54	0,7
	Outros (entretenimento)	20	0,3	1	0,0	141	2,2	59	0,8
	<i>Subtotal</i>	1812	25,3	169	1,9	1671	26,0	1250	17,1
Culturais/ conhecimento	Artes e média	95	1,3	297	3,3	78	1,2	3	0,0
	Humanidades	20	0,3	100	1,1	1	0,0	-	-
	Ciências	13	0,2	13	0,1	-	-	-	-
	Documentários	241	3,4	1285	14,1	138	2,1	2	0,0
	Espectáculos (exibição)	56	0,8	82	0,9	6	0,1	16	0,2
	Educativos	83	1,2	90	1,0	-	-	-	-
	Informação cultural (magazines culturais)	6	0,1	142	1,6	52	0,8	104	1,4
	<i>Subtotal</i>	514	7,2	2009	22,1	275	4,3	125	1,7
Institucionais/religiosos	Institucionais/religiosos	721	10,1	1123	12,3	-	-	187	2,6
	<i>Subtotal</i>	721	10,1	1123	12,3	-	-	187	2,6
Total		7153	100,0	9096	100,0	6424	100,0	7302	100,0

N = 7153 (n.º total de programas da RTP1). N = 9096 (n.º total de programas da RTP2). N = 6424 (n.º total de programas da SIC). N = 7302 (n.º total de programas da TVI).

c) **Macrogéneros dos quatro serviços de programas em horário nobre (20h00-22h59)**

Da análise comparativa da programação exibida pelos quatro serviços de programas generalistas em horário nobre (20h00-22h59) sobressaem os seguintes aspectos:

- Em 2008, os programas *informativos* prevalecem nas grelhas de programação de todos os operadores durante este período horário específico. Na RTP1, esta categoria representou 46,1% dos programas exibidos, na RTP2 37,3%, na SIC o valor registado foi de 37,5% e, no horário nobre da TVI, correspondeu a 43% dos programas exibidos.
- A segunda categoria mais frequente na RTP1 foi o *entretenimento*, com mais de 30% dos programas emitidos neste horário. Considerados em conjunto, os programas *informativos* e de *entretenimento* somam mais de três quartos da programação da RTP1 em horário nobre (76,6%).
- Para além dos *informativos*, a RTP2 exhibe sobretudo programas *culturais/conhecimento* (22%) e de *ficção* (18,2%) no seu horário nobre. Estes três *macrogéneros* correspondem a mais de 75% dos programas exibidos entre as 20h00 e as 22h59.
- A *ficção* é a segunda grande tipologia de programas exibidos pela SIC em horário nobre, com 33% dos programas deste período. O *entretenimento* surge na terceira posição, o que se reflecte em 21,2% dos programas emitidos pelo operador privado nesta faixa horária. Estas três categorias somam mais de 90% da programação da SIC em horário nobre.
- Relativamente à TVI, verifica-se que a seguir aos *informativos* surgem os programas de *ficção*, com quase 40% do total dos programas. Estas duas categorias agregadas contabilizam mais de 80% da emissão da TVI em horário nobre.
- Na análise comparativa deste período horário, destaca-se ainda a ausência de programas classificados como *culturais/conhecimento* na TVI, e a sua reduzida exibição na SIC (13, 1,2%), bem como a ausência de programação *infantil/juvenil* na RTP1.

FIG. 75 Magrogéneros por serviço de programas em horário nobre (20h00-22h59)

Macrogénero	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Informativos	564	46,1	679	37,3	412	37,5	489	43,0
Desportivos	82	6,7	19	1,0	62	5,6	103	9,1
Ficção	95	7,8	331	18,2	363	33,0	454	39,9
Infantis/juvenis	-	-	273	15,0	16	1,5	32	2,8
Entretenimento	373	30,5	6	0,3	233	21,2	10	0,9
Cultural/conhecimento	103	8,4	400	22,0	13	1,2	-	-
Institucionais/religiosos	7	0,6	113	6,2	-	-	50	4,4
Total	1224	100,0	1821	100,0	1099	100,0	1138	100,0

N = 1224 (n.º total de programas da RTP1 em horário nobre). N = 1821 (n.º total de programas da RTP2 em horário nobre). N = 1099 (n.º total de programas da SIC em horário nobre). N = 1138 (n.º total de programas da TVI em horário nobre).

d) Géneros televisivos na programação dos quatro serviços de programas em horário nobre (20h00-22h59)

Observar os *géneros* televisivos que constituem cada uma das categorias de programação do horário nobre nos quatro serviços de programas generalistas permite elencar as seguintes particularidades:

- Durante o ano de 2008, a RTP1 foi o serviço de programas que registou maior diversidade de *géneros televisivos* em horário nobre, com um total de 27 géneros distintos. A SIC exibiu programas que se inscrevem em 19 géneros, a RTP2 em 17 e a TVI em 14 géneros televisivos diferentes.
- Na RTP1, o horário nobre teve os *serviços noticiosos* diários como o género mais frequente (358, 29,2%), aos quais se seguiram os *concursos/jogos* (284, 23,2%).
- Na SIC, os *serviços noticiosos* registam também a frequência mais elevada quando se atende à programação em horário nobre (360, 32,8%). Em segundo lugar, surgem os programas de *ficção de humor* (232, 21,1%) e em terceiro as *telenovelas* (130, 11,8%).
- Relativamente à RTP2, afere-se que o *documentário* é o género com maior número de exibições em horário nobre (378, 20,8%), seguido de perto pelos *serviços noticiosos* (366, 20,1%). Reitera-se que o facto de as rubricas *infantis/juvenis* Zig Zag e Kaboom!!! estarem classificadas como uma unidade de análise, e não decompostas nos diferentes elementos de programação que as integram (os diferentes *desenhos animados, séries*, etc.), reduz a frequência global desta categoria (15%).
- No que se refere ao horário nobre da TVI, observa-se que é preenchido sobretudo por *telenovelas* (428, 37,6%) e por *serviços noticiosos* (346, 30,4%). Estes dois géneros representam, por si só, 68% da programação em horário nobre da TVI.

**FIG. 76 Frequência de géneros televisivos em horário nobre (20h00-22h59)
por serviço de programas**

Macrogénero	Género	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Informativos	Serviço noticioso	358	29,2	366	20,1	360	32,8	346	30,4
	Reportagem	61	5,0	-	-	46	4,2	31	2,7
	Debate	3	0,2	-	-	1	0,1	-	-
	Entrevista	48	3,9	43	2,4	2	0,2	16	1,4
	Comentário	86	7,0	-	-	-	-	-	-
	Edição especial	6	0,5	-	-	3	0,3	-	-
	Magazine informativo	2	0,2	4	0,2	-	-	96	8,4
	<i>Subtotal</i>	564	46,1	679	37,3	412	37,5	489	43,0
Desportivos	Informação desportiva	40	3,3	6	0,3	46	4,2	58	5,1
	Transmissão desportiva	39	3,2	6	0,3	16	1,5	45	4,0
	Resumos desportivos	3	0,2	7	0,4	-	-	-	-
	<i>Subtotal</i>	82	6,7	19	1,0	62	5,6	103	9,1
Ficção	Filme/telefilme	5	0,4	-	-	1	0,1	-	-
	Série	60	4,9	140	7,7	-	-	5	0,4
	Telenovela	1	0,1	-	-	130	11,8	428	37,6
	Ficção de humor	29	2,4	191	10,5	232	21,1	21	1,8
	<i>Subtotal</i>	95	7,8	331	18,2	363	33,0	454	39,9
Infantis/juvenis	Infantis/juvenis	-	-	273	15,0	16	1,5	32	2,8
	<i>Subtotal</i>	-	-	273	15,0	16	1,5	32	2,8
Entretenimento	Concurso/jogo	284	23,2	-	-	35	3,2	1	0,1
	Reality show	2	0,2	-	-	11	1,0	1	0,1
	Variedades	4	0,3	-	-	-	-	-	-
	Talk show	15	1,2	2	0,1	-	-	-	-
	Humor	46	3,8	4	0,2	77	7,0	5	0,4
	Infotainment	13	1,1	-	-	55	5,0	3	0,3
	Outros (entretenimento)	9	0,7	-	-	55	5,0	-	-
	<i>Subtotal</i>	373	30,5	6	0,3	233	21,2	10	0,9
Culturais/ conhecimento	Artes e média	2	0,2	6	0,3	5	0,5	-	-
	Humanidades	11	0,9	6	0,3	-	-	-	-
	Documentários	15	1,2	378	20,8	5	0,5	-	-
	Espectáculos (exibição)	10	0,8	-	-	3	0,3	-	-
	Educativos	65	5,3	7	0,4	-	-	-	-
	Informação cultural (magazines culturais)	-	-	3	0,2	-	-	-	-
<i>Subtotal</i>	103	8,4	400	22,0	13	1,2	-	-	
Institucionais/ religiosos	Institucionais/religiosos	7	0,6	113	6,2	-	-	50	4,4
	<i>Subtotal</i>	7	0,6	113	6,2	-	-	50	4,4
Total		1224	100,0	1821	100,0	1099	100,0	1138	100,0

N = 1224 (n.º total de programas da RTP1 em horário nobre). N = 1821 (n.º total de programas da RTP2 em horário nobre). N = 1099 (n.º total de programas da SIC em horário nobre). N = 1138 (n.º total de programas da TVI em horário nobre).

e) Análise comparativa da programação dirigida a grupos minoritários

Em 2008, a programação dirigida aos diferentes grupos minoritários encontra maior expressão na RTP2, que regista a exibição de 776 edições distribuídas por nove programas. Segue-se a RTP1 com 250 edições no total dos quatro programas apresentados em 2008. A SIC e a TVI exibiram apenas um programa dirigido a grupos minoritários, ambos com 52 edições em cada serviço de programas.

Os 15 programas apresentados durante o ano de 2008 (4 na RTP1, 9 na RTP2, 1 na SIC e 1 na TVI) contabilizaram no seu conjunto 1130 edições, que se distribuem do seguinte modo:

- A RTP1 regista 242 edições do programa Nós, o que corresponde a mais de um quinto do total das edições especificamente destinadas a públicos minoritários exibidas pelos quatro serviços de programas.
- Os restantes três programas exibidos pela RTP1 acrescentaram mais 20 edições destinadas a estes públicos específicos, neste serviço de programas – 17 edições do programa Equal: de Igual para Igual, duas edições de Cova da Moura. Aqui é o meu Bairro e uma edição de Juntos na Diversidade.
- Na RTP2, o peso da programação dirigida a grupos minoritários deve-se maioritariamente à exibição (e respectivas *reexibições*) do programa A Fé dos Homens, com 330 edições (29,2%). Destaca-se ainda a frequência do programa institucional Consigo, decorrente de uma parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação, responsável por 153 edições (13,5%).
- A RTP2 contou também neste segmento com os programas Músicas d'África, África 7 Dias e Caminhos, com 52 edições cada (4,6%), bem como com 48 edições (4,2%) do programa Nós (compacto). O programa Áfric@global contabilizou 46 edições (4,1%), Voluntário registou 21 edições (1,9%) e, por último, o programa A Vida Normalmente, com 10 edições (0,9%).
- A SIC conta com 52 edições do magazine informativo Etnias, o único programa dirigido especificamente a grupos minoritários presente nas grelhas de programação deste operador privado em 2008.
- Em 2008, a TVI transmitiu 52 edições do magazine especializado em informação cultural Todos Iguais – único programa específico dirigido a minorias na TVI –, o que corresponde a 4,6% do total dos programas dirigidos a minorias exibidos em 2008.

f) Análise comparativa da programação infanto-juvenil na RTP1, RTP2, SIC e TVI

A programação infanto-juvenil é distinta nos quatro serviços de programas generalistas, sob diversos parâmetros de análise. Os mais semelhantes entre si, em números totais, são a SIC e a TVI, embora com algumas especificidades, nomeadamente no que respeita à prevalência dos *géneros* de programas.

- A RTP2 é o serviço de programas que emite mais horas de programação para estas faixas etárias, enquanto a RTP1 se encontra no extremo oposto, dando menor relevo aos programas para os mais novos nas suas grelhas de programação.
- Os dias em que a RTP2 apresenta menor frequência de programação infanto-juvenil correspondem precisamente aos dias em que ela é exibida na RTP1, isto é, os dias de fim-de-semana.
- Nos operadores privados, a TVI distingue-se por exibir *telenovelas* vocacionadas para públicos infantis e juvenis nos dias de semana, designadamente o programa Morangos com Açúcar.
- As grelhas de programação da SIC revelam maior inconstância neste segmento de programas, tendo chegado a suprimir a programação infanto-juvenil nos dias de semana de Março a Junho. No lugar desses programas, exibidos sensivelmente entre as 7h00 e as 10h00, foi colocada a emissão simultânea da SIC Notícias, composta sobretudo por noticiário.
- A TVI também suprimiu a exibição do Batatoon nos fins-de-semana, a partir do final do mês de Março. Esta alteração não levou, contudo, à supressão do espaço infantil e

juvenil, na medida em que as séries exibidas nesse contentor mantiveram-se, mas sem a presença de genérico e espaços de apresentação pelo palhaço Batatinha.

- Os *desenhos animados* são o *género* da programação infanto-juvenil mais representado nos quatro serviços de programas, particularmente na RTP1, onde ocupa 77,6% da programação infanto-juvenil.
- A TVI demonstra uma orientação diferente, privilegiando sobretudo as *telenovelas* nos dias de semana, onde preenchem quase a totalidade (97,7%) da sua programação infanto-juvenil.
- Um dos pontos distintivos da programação infanto-juvenil da RTP2 é o espaço dedicado aos programas *educativos*, que representam 19,8% do tempo dedicado aos *infantis/juvenis* (457h30m). A TVI é o único dos quatro serviços de programas onde não foi identificada a exibição de programas pertencentes a este *género*.
- No que respeita a tempo de emissão dedicado a programação infanto-juvenil, a posição da RTP2 é incomparável com as dos restantes serviços de programas, com mais de um milhar de horas de distância dos restantes, tendo totalizado 2291h01m, contra 832h37m da SIC, 714h03m da TVI e 138h29m da RTP1.

Síntese Conclusiva

No presente capítulo desenvolve-se a análise das grelhas de programação apresentadas em 2008 pelos serviços de programas de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI). A análise centra-se sobretudo na caracterização dos *géneros televisivos* e das *funções de programação*, de modo a aferir do *pluralismo e diversidade* na composição da oferta destes quatro serviços de programas, em observância de obrigações de programação estabelecidas na Lei da Televisão, no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (RTP1, RTP2 e RTPN) e nas Licenças dos operadores SIC e TVI. Apresenta-se neste ponto uma síntese dos elementos mais substantivos resultantes da análise para cada serviço de programas.

RTP1

Diversidade de géneros televisivos

- A distribuição por *macrogéneros* demonstra que a *informação*, o *entretenimento* e a *ficção* correspondem a mais de 70% dos programas emitidos pela RTP1, (respectivamente, 26,4%, 25,3% e 20,3%). Estas apresentam-se igualmente como as categorias mais representadas em duração, indicador onde sobressai o *entretenimento* (2428h13m, 32,3%), seguido dos *informativos* (2289h34m, 30,4%) e a *ficção* (1657h59m, 22%). Os programas *infantis/juvenis* são a categoria de programas que regista o menor índice de frequência (4,4%), bem como a menor duração (138h44m, 1,8%).
- No que respeita à diversidade de *géneros televisivos*, verifica-se que os *serviços noticiosos* são, de entre toda a programação da RTP1, os que mais se destacam em número de exibições (13,2%), seguindo-se os *talk shows* (10,8%), que, por sua vez, são os programas que registam maior duração, ocupando mais de um quinto da emissão (1607h02m, 21,3%).

- Atendendo à composição do horário nobre, verifica-se que a RTP1 é, em termos globais, o serviço de programas que apresenta a maior diversidade de *géneros televisivos* neste período horário, contando com a frequência de 27 das 30 categorias consideradas na grelha de classificação.
- Assinale-se, contudo, que mais de metade do tempo de emissão deste período horário (575h43m, 59,7%) é preenchida apenas por dois *géneros televisivos*: *serviços noticiosos* (306h00m, 31,7%) e *concursos/jogos* (269h43m, 28%).
- A tendência de bipartição dos *géneros televisivos* no horário nobre, justificada em parte pela presença do Telejornal neste período, leva a que nenhum dos restantes *géneros televisivos* tenha uma presença próxima dos 10% do tempo de emissão neste período: as *transmissões desportivas* são o género que mais aproxima desse valor (70h35m, 7,3%), sendo que todos os restantes *géneros televisivos* se situam abaixo dos 5,8% (56h31m) registados pela exibição de *séries* no horário em apreço.

Diversidade de funções na programação

- Na análise das funções predominantes presentes nos programas da RTP1, verifica-se que a função de *entretêr* (54,1%) é maioritária, seguida da função de *informar* (31,8%), sendo que cerca de um em cada dez programas tem *formar* como função predominante (634, 8,9%).

Programas informativos

- Na RTP1, apenas os programas de *entretenimento* ultrapassam o tempo de emissão ocupado pelos *informativos* (2428h13m, 32,3% vs. 2289h34m, 30,4%). Este resultado deve-se sobretudo à exibição de *serviços noticiosos* – Jornal da Tarde, Telejornal e Euronews –, que constituem o *género televisivo* mais destacado em número de exibições (947, 13,2%), e à presença de *magazines informativos* – Bom Dia Portugal e Portugal em Directo –, que registam uma duração superior à dos *serviços noticiosos* (1158h17m, 15,4%).
- Acrescente-se que a RTP1 é o único serviço de programas que apresenta a frequência de todos os *géneros televisivos* de informação considerados na grelha de classificação: *debate* (89, 1,2%; 148h06, 2,0%), *entrevista* (59, 0,8%; 38h05, 0,5%), *reportagem* (78, 1,1%; 34h30m, 0,5%), *comentário* (86, 1,2%; 31h28m, 0,4%). A diferença de valores em relação às duas categorias de programas acima referidas deve-se naturalmente aos formatos e à periodicidade destes *géneros televisivos*.

Programas culturais/conhecimento

- O peso dos programas *culturais/conhecimento*, quinto *género* mais representado na programação da RTP1 em frequência (514, 7,2%) e o quarto em termos de duração (433h46m, 5,8%), advém sobretudo da exibição de *documentários*, com 241 ocorrências e 177h51m de duração. Os programas de *artes e média* surgem em segundo lugar, tanto em frequência (95, 1,3%) como em duração (113h01m, 1,5%).
- Verifica-se ainda a existência de programas *educativos* (83, 1,2%; 19h10m, 0,3%) e de *espectáculos (exibição)* (56, 0,8%; 111h38m, 1,5%). A *informação cultural (magazines)*

culturais) foi a categoria menos representada nas grelhas de programação da RTP1, com apenas 6 exibições em 2008. Em termos de duração, a última posição é ocupada pela exibição de 20 programas relacionados com *humanidades*, que apenas perfizeram 21 minutos da programação.

Programas dirigidos a grupos minoritários

- Ao longo de todo o ano de 2008, a RTP1 transmitiu regularmente apenas um programa especificamente dirigido a grupos minoritários: o programa Nós da responsabilidade do Alto Comissariado para as Imigrações e Diálogo Intercultural (ACIDI), cujo formato de magazine visa divulgar informação diversificada sobre as comunidades imigrantes residentes em Portugal. Este programa contou com 242 exibições em 2008, sendo exibido nos dias de semana às 06h00 da manhã.
- A RTP1 exibiu ainda esporadicamente outros três programas: a gala Juntos na Diversidade, que celebrava 2008 como o Ano Europeu do Diálogo Intercultural (às 21h40 de uma quinta-feira); o programa Cova da Moura: Aqui é o Meu Bairro, que retrata as vivências e o quotidiano da Cova da Moura através do olhar de 15 jovens do bairro (exibição em directo às 21h30 de uma terça-feira e reexibição domingo às 11h00) e o programa Equal: de Igual para Igual, exibido entre os dias 20 e 26 de Dezembro, a partir das 24h40, dedicado a histórias de integração de cidadãos que, em situação de exclusão, recorreram a uma iniciativa da União Europeia.

Programas infantis/juvenis

- Os *infantis/juvenis* constituem a categoria de programas menos representada nas grelhas da RTP1 (138h44m, 1,8%). A programação infanto-juvenil reduz-se quase por completo às manhãs de sábado e domingo, com a exibição do programa-contendor Brinca Comigo.
- A análise específica desta categoria mostra que os *desenhos animados* constituem o género televisivo predominante (477, 77,6%), seguidos dos programas *educativos* (135, 22%). A *ficção*, mais precisamente os filmes de animação, têm uma presença residual neste serviço de programas (3, 0,5%).
- De assinalar que a exibição de *desenhos animados* representa 90% do tempo de emissão da programação infanto-juvenil (125h26m, 90,4%), pelo que a diversidade nas grelhas da RTP1 para este segmento de programas se encontra essencialmente limitada a este *género televisivo*.

Reexibições no contexto geral da programação

- A RTP1 preenche cerca de um quinto da sua emissão com *reexibições* (1297, 18,1%), que ocorrem principalmente no período da noite/madrugada (856, 66%) e com menor frequência no horário nobre (57, 4,4%).

RTP2

Diversidade de géneros televisivos

- Os programas *informativos* e os programas *culturais/conhecimento* compõem mais de metade da programação da RTP2, respectivamente, 3078 (33,8%) e 2009 (22,1%) exposições. No que respeita à duração, os programas destinados a públicos *infantis/juvenis* ocupam o maior período de tempo de emissão (2261h20m, 26,9%). No cômputo geral, os programas *infantis/juvenis* e *informativos* (2241h55m, 26,6%) perfazem mais de metade das horas de emissão da RTP2 (53,5%).
- Com menor representatividade nas grelhas de programação da RTP2 surgem os programas *desportivos* (6,3%) e programas de *entretenimento* (1,9%). No que se refere à duração, verifica-se que os programas *institucionais/religiosos* (534h27m, 6,4%) e os de *entretenimento* (101h41m, 1,2%) detêm as menores fracções de tempo de emissão.
- A diversidade de *géneros televisivos* exibidos pela RTP2 no horário nobre cifrou-se na frequência de 18 categorias das 30 consideradas na grelha classificatória, sendo que mais de três quartos do tempo de emissão neste horário (741h13m, 78,0%) dizem respeito à presença de três *géneros televisivos*: *documentários* (289h58m, 30,5%), *serviços noticiosos* (238h39m, 25,1%) e *infantis/juvenis* (212h36m, 22,4%).

Diversidade de funções na programação

- Em 2008, *informar* apresenta-se como a *função* predominante na maioria dos programas transmitidos na RTP2 (4279, 47%), à qual se segue a *função* de *entretener* (2638, 29%). *Formar* constitui a *função* predominante em 14% (1273) dos programas exibidos e a *função promover/divulgar* representa 10% (906) do número total de programas da RTP2.

Programas informativos

- Na RTP2, os programas *informativos* (2241h55m) dividem com os *infantis/juvenis* o protagonismo nas suas grelhas de programação, com valores percentuais muito próximos em termos de duração (2241h55m, 26,5% vs. 2261h20m, 26,9%).
- No respeitante à frequência de programas, verifica-se que os *informativos* são dominantes face os restantes *macrogéneros*, representando cerca de um terço do total de programas exibidos em 2008 (3078, 33,8%), resultado fortemente influenciado pela recorrência de *boletins meteorológicos* (889, 9,8%), sem correspondência em termos relativos quando considerado o tempo de emissão ocupado por este *género televisivo* (18h53m, 0,2%).
- Os programas *informativos* que mais se destacam nas grelhas da RTP2 são, pois, os *serviços noticiosos* (995h31m, 11,8%) e os *magazines informativos* (971h00, 11,5%), sendo que este serviço de programas integra também nas suas grelhas as restantes categorias de *informativos* – *debate* (132h28m, 1,6%), *entrevista* (68h24m, 0,8%), *reportagem* (10h15m, 0,1%) –, à excepção de programas de *comentário*.

Programas culturais/conhecimento

- A RTP2 é dos quatro serviços de programas analisados aquele que oferece mais programas *culturais/conhecimento*, que representam mais de um quinto da sua

programação total (2009, 22,1%) e 1438h58m de emissão (17,1%). Para estes valores têm uma influência determinante os 1285 *documentários* transmitidos em 2008 (14,1%), que no seu conjunto totalizam 916h00m de emissão (10,9%).

- A uma distância considerável surgem os programas de *artes e média* (297 exibições com 177h32m de duração) e os magazines de *informação cultural* (142, 154h38m).
- Cabe aos programas dedicados às *ciências* o menor índice de exibição na RTP2, no âmbito dos programas classificados como *culturais/conhecimento* (13 programas com 06h35m).

Programas dirigidos a grupos minoritários

- A RTP2 é o serviço de programas que apresenta a oferta mais regular e mais ampla de programação dirigida a grupos minoritários presentes na sociedade portuguesa, sejam minorias étnicas, culturais, sociais ou religiosas. Os 10 programas identificados nesta categoria distribuem-se de forma variada pelas grelhas de programação, abrangendo diferentes dias e períodos horários, diferentes géneros e diferentes públicos.
- O programa mais vezes exibido pela RTP2, A Fé dos Homens, um espaço aberto às diferentes confissões religiosas representadas em Portugal, teve transmissão aos dias de semana a partir das 18h30 e reexibição entre terça-feira e sábado, cerca das 06h30 da manhã (330 exibições). Nas manhãs de domingo, pelas 09h00, é ainda apresentado o programa Caminhos, também da responsabilidade de diferentes confissões religiosas (52 exibições).
- A RTP2 exhibe também, ainda que de forma irregular em dia e horário, o programa Consigo, que visa incentivar a inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade física e motora (153 exibições).
- Ainda no âmbito da programação dirigida a minorias sociais, culturais, étnicas e/ou comunidades imigrantes, a RTP2 apresenta vários programas, entre os quais se encontram o Nós (compacto), que repete de modo compactado o programa da RTP1, neste caso aos domingos perto das 10h00; o programa A Vida Normalmente, com exibição às terças-feiras cerca das 23h30; o programa Voluntário (21), com exibição aos sábados ao final da tarde (19h00).

Programas infantis/juvenis

- A programação infanto-juvenil constitui, em termos de duração, a categoria de programas mais destacada nas grelhas da RTP2 (2261h20m, 26,9%), apresentando-se assim como o serviço de programas que confere maior destaque a este segmento de programação.
- A acentuada carga horária da programação infanto-juvenil na RTP2 potencia a diversidade de géneros, embora se verifique que a grande fatia corresponde a *desenhos animados* (1641h44m, 72,6%). Destaca-se ainda a presença de programas *educativos*, que representam cerca de 20% neste segmento de programação (458h35m) e, com valores muito inferiores, a *ficção* (70h51m, 3,1%) e a *informação infantil/juvenil* (11h13m, 0,5%).
- Estes valores resultam sobretudo da exibição de três sessões do programa-contendor Zig Zag, nos dias de semana, com as quais atinge três períodos horários (a exceção é o período noite/madrugada). Nos fins-de-semana, a programação é bastante reduzida e remetida para o período do final da tarde e horário nobre: aos sábados, com o bloco

Kaboom, acompanhado por uma série de *desenhos animados*, e aos domingos, com a exibição esporádica do magazine Kultu.

- A redução da programação da RTP2 nos fins-de-semana corresponde à exibição de *infantis/juvenis* na RTP1, o que indicia a existência de alguma complementaridade entre os dois serviços do operador público nesta matéria. Hipótese que sai reforçada pelo facto de as séries exibidas na RTP1, nos fins-de-semana, serem as mesmas que a RTP2 exhibe nos dias de semana.
- Reexibições no contexto geral da programação
- Cerca de um quinto da programação da RTP2 é constituído por *reexibições* (1720, 18,9%), que acontecem preferencialmente no período da noite/madrugada (826, 48%) e com menor frequência no horário nobre (21, 1,2%).

RTPN

Diversidade de géneros televisivos

- A análise da distribuição de *macrogéneros* na RTPN é reveladora da especificidade temática que orienta este serviço de programas, porquanto manifesta a hegemonia de programas *informativos*, tanto em número (7606, 65,2%) como em duração (6360h05m, 76,9%).
- O predomínio desta categoria de análise deve-se essencialmente à exibição dos diferentes *serviços noticiosos* que, diariamente de hora em hora, difundem informação sobre os temas que marcam a actualidade (4827, 41,4% e 4488h06m, 54,3%).
- No campo da informação, a RTPN transmite ainda um número avultado de *magazines informativos*, nos quais se discutem as mais diversificadas áreas e temáticas (14725, 14,8% e 1049h09m, 12,7%), para além de programas de *debate*, *reportagem* ou *entrevista*.
- Os programas incluídos no *macrogénero culturais/conhecimento* ocupam a segunda posição de maior destaque na programação da RTPN, registando 2450 exibições (21%) e 773h25m de duração global (9,4%), no ano em análise.
- A segmentação da categoria *culturais/conhecimento* de acordo com os *géneros* televisivos que a compõem revela que os programas de informação especializada, isto é, os *magazines culturais*, ocupam o lugar de maior relevo (1198, 10,3%), seguidos dos programas vocacionados para a divulgação das *ciências* (478, 4,1%). Os programas de *artes e média*, *humanidades*, *documentários* e *educativos* também participam na constituição das grelhas de emissão da RTPN, ainda que com um menor grau de exibição.
- Em 2008, os programas *desportivos* também marcam presença na RTPN (1082, 9,3% e 896h40m, 10,8%) principalmente através da *informação desportiva*, com 808 exibições e 528h08m, e das *transmissões desportivas*, que registam 254 casos e 359h06m de duração total.
- O *macrogénero entretenimento*, com um total de 446 presenças (3,8%) e 184h12m de duração (2,2%), encontra-se representado através de 337 exibições de programas do *género infotainment*, de 102 de programas de *humor* e 7 de *concursos/jogos* (durações respectivas de 134h52m, 43h21m e 05h58m).

- Os programas classificados como *institucionais/religiosos* registam 82 exibições (0,7%), revertendo em 52h12m do tempo total de emissão da RTPN (0,6%), no ano de 2008.

Reexibições no contexto geral da programação

- Em 2008, cerca de um quinto dos programas apresentados foram *reexibições* (2313, 19,8%), situação que sucedeu predominantemente nos períodos da noite/madrugada (914, 39,5%) e da tarde (828, 35,8%).

SIC

Diversidade de géneros televisivos

- A *ficção* é a categoria de programação mais representada em frequência (2630, 40,9%) e duração (2377h41m, 35,7%) nas grelhas da SIC, seguida dos programas de *entretenimento*, que representam 26% (1671) do número total de programas e 29% do tempo de exibição (1932h24m). Destacam-se, por outro lado, os *desportivos* pela sua menor frequência (116, 1,8%) e duração (106h54m, 1,6%).
- A análise detalhada dos *géneros* mostra que a presença maioritária da *ficção* nas grelhas de programação da SIC se deve essencialmente à exibição de *telenovelas* (1277, 19,9%), o *género* com maior frequência em termos globais na programação da SIC.
- No que respeita a duração dominam os *serviços noticiosos* (1227h22m, 18,4%), seguidos das *telenovelas* (1142h58m, 17,2%). No extremo oposto, com uma presença extremamente reduzida, encontra-se a programação *desportiva*, cujos *géneros informação desportiva* e *transmissão desportiva* representam isoladamente 0,9% do total de programas.
- A análise da composição do horário nobre da SIC permite identificar a presença de 19 *géneros televisivos* dos 30 considerados na grelha de classificação, verificando-se que três deles são responsáveis por três quartos do tempo de emissão neste período: *serviços noticiosos* (380h49m, 45,4%), *ficção de humor* (146h21m, 17,4%) e *telenovelas* (105h26m, 12,6%).

Diversidade de funções na programação

- Três em cada quatro programas exibidos pela SIC têm com função predominante *entreter* (5027, 78,3%), que é seguida a grande distância pela *função informar* (1281, 19,9%). *Formar* e *promover/divulgar* são funções meramente residuais na programação deste operador (respectivamente, 1,7% e 0,1% do total de programas).

Programas informativos

- Os *informativos* constituem a terceira categoria de *géneros televisivos* mais destacados nas grelhas de programação da SIC, atendendo tanto ao número de programas exibidos (1095, 17,0%) como ao tempo de emissão (1306h09m, 19,6%). Este resultado deve-se quase exclusivamente à exibição de *serviços noticiosos* (980, 15,3%), que são de todos os *géneros televisivos* identificados aqueles que ocupam mais tempo de emissão (1227h22m, 18,4%). Em proporções muito mais reduzidas, encontram-se também nas

grelhas da SIC os *magazines informativos* (33h50m, 0,5%) e os programas de *reportagem* (28h03m, 0,4%).

- A diversidade de *géneros televisivos* apresentados pela SIC encontra-se basicamente reduzida às três categorias acima referidas, registando-se valores residuais para a presença de outros programas *informativos*, como sucede, por exemplo, relativamente à exibição de *entrevistas* (1h38m, 0,0%) ou de *debates* (00h49m, 0,0%).

Programas culturais/conhecimento

- Durante o ano de 2008, a SIC transmitiu 275 programas pertencentes à categoria *culturais/conhecimento*, transformando-a na segunda categoria menos exibida (4,3%) e com menor duração (172h30m, 2,6%) ao longo do ano, somente à frente dos programas *desportivos*.
- Pese a fraca representatividade, esta categoria de programas encontra-se representada maioritariamente pela exibição de *documentários* (138), que totalizam 116h23m de emissão. Os programas de *artes e média* são o segundo *género* mais representado nesta categoria (78), mas são suplantados em duração pelos *magazines culturais* (28h59m, 0,4%) e pela exibição de *espectáculos* ao vivo ou em diferido (15h19m, 0,2%).

Programas dirigidos a grupos minoritários

- Na SIC, o ano de 2008 foi preenchido por apenas um programa regular especificamente destinado a grupos minoritários. Trata-se do programa *Etnias*, que tem como público-alvo as comunidades imigrantes residentes em Portugal e contou com 52 exibições. Em 2008, este espaço multifacetado de informação (jurídica, entrevista, agenda cultural, etc.) começou por ser exibido nas manhãs das quartas-feiras (06h20) e, em meados de Fevereiro, passou a ser exibido aos sábados por volta das 06h00.

Programas infantis/juvenis

- A programação infanto-juvenil constitui a quarta categoria de programas com mais tempo de emissão (758h06m, 11,4%), tendo registado várias oscilações ao longo de 2008, designadamente pelo facto de ter sido suprimida das grelhas de programação nos dias úteis entre os meses de Março e Junho.
- Nos restantes meses do ano, a programação infanto-juvenil teve uma presença diária nas grelhas da SIC, através da exibição do bloco SIC Kids, nos dias de semana e fins-de-semana, e ao qual se junta o programa-contendor Disney Kids, nos fins-de-semana. Registou-se ainda a frequência de *infantis/juvenis* no horário nobre, resultante da exibição da telenovela *Rebelde Way* neste período horário.
- Observando a diversidade de *géneros televisivos* vocacionados para públicos infantis e juvenis, verifica-se que os *desenhos animados* são predominantes (329h55m, 44,2%), seguidos da exibição de *telenovelas* (238h06m, 31,9%) e *ficção* (116h20m, 15,6%). Os programas identificados como *educativos* têm uma presença residual nas grelhas da SIC em 2008 (15h48m, 2,1%).

Reexibições no contexto geral da programação

- Quase um quinto da programação da SIC é constituído por *reexibições* (18,2%). Esta opção de programação ocorre com maior frequência nos períodos da noite/madrugada (450, 38,4%) e com menor assiduidade no período da manhã (150, 12,8%).

TVI

Diversidade de géneros televisivos

- A *ficção* e os programas *informativos* são aqueles que exibem maior frequência nas grelhas de programação da TVI, representando em conjunto mais de metade do total de programas emitidos (respectivamente, 28,5% e 27,6%). No que respeita à duração, domina a *ficção* (2130h45m, 33%), seguindo-se o *entretenimento* (1859h30m, 28,8%). Com a menor presença na programação da TVI, destacam-se os programas *culturais/conhecimento*, representando apenas 1,7% (125) da programação e 1,5% do tempo total de transmissão (97h35m).
- O peso relativo da *ficção* deve-se em grande medida à exibição de *filmes/telefilmes* (643, 8,8%; 1036h23m, 16%) e *telenovelas* (862, 11,8%; 716h53m 11,1%). No cômputo geral, os programas *infantis/juvenis* são os que registam maior frequência (16,8%) e o género *talk show* a maior duração (1077h07m, 16,7%). A representatividade dos *infantis/juvenis* deve-se, em larga medida, ao facto de a telenovela infanto-juvenil Morangos com Açúcar se encontrar classificada nesta categoria.
- A TVI é o serviço de programas que apresenta menor diversidade de géneros televisivos na composição do seu horário nobre em termos globais, tendo-se registado apenas a frequência de 15 das 30 categorias da grelha de classificação e considerando que a exibição de *telenovelas* (386h17m, 42,9%) e de *serviços noticiosos* (351h14m, 39%) representam por si só mais de 80% do tempo total de emissão neste período horário.
- A posição hegemónica daqueles dois géneros televisivos torna quase residuais a presença dos restantes no horário nobre da TVI. Refira-se apenas o tempo concedido a *transmissões desportivas* (87h07m, 9,7%) e a programas *infantis/juvenis* (22h32m, 2,5%), correspondendo o resultado deste último apenas à exibição da telenovela Morangos com Açúcar.

Diversidade de funções na programação

- A *função* predominante na grande maioria dos programas exibidos pela TVI consiste em *entretêr* (4646, 63,6%), seguindo-se os programas cuja *função* é *informar* (2548, 34,9%). Com o menor índice de representação, surge a *função promover/divulgar*, presente apenas em 1,5% do total de programas transmitidos. Não foram identificados programas que apresentassem *formar* como a sua função predominante.

Programas informativos

- Na TVI, 20,8% (1340h45m) da programação, em termos de duração, é ocupada pelos programas *informativos*, que surgem em terceiro lugar entre os *macrogéneros* televisivos mais exibidos pelo serviço de programas.
- A distribuição por *géneros televisivos* mostra que os *serviços noticiosos* (675h36m, 10,5%) e os *magazines informativos* (629h39m, 9,7%) são os mais importantes em número de horas emitidas desta categoria de programas.
- A *ficção* (2130h45m, 33%) e o *entretenimento* (1859h30m, 28,8%) surgem à frente dos programas *informativos* em termos de espaço preenchido nas grelhas de programação, totalizando 58,8% do tempo de emissão da TVI.

Programas culturais/conhecimento

- Dos quatro serviços de programas, a TVI é o que exhibe menos programação enquadrável na categoria *culturais/conhecimento*, que se faz representar por apenas 125 programas (1,7%) e 97h35m de emissão (1,5%). Destes 125 programas, 104 correspondem à exibição de *informação cultural (magazines culturais)*, que totaliza 53h37m de emissão (0,8%).
- No caso da TVI, o género *documentário* é o menos representado em 2008, com apenas 2 exibições e menos de 01h30m de duração.

Programas dirigidos a grupos minoritários

- Durante o ano de 2008, a TVI apresentou regularmente nas suas grelhas um programa dedicado aos países de língua e expressão portuguesa, o magazine cultural Todos Iguais (52). Este programa, que aborda questões relativas ao património histórico, cultural, socioeconómico do espaço da lusofonia, é exibido nas manhãs de segunda-feira a partir das 06h30.

Programas infantis/juvenis

- Os programas *infantis/juvenis* representam cerca de 10% do tempo de emissão da TVI (703h56m), constituindo a quarta categoria mais expressiva em duração. Nos dias de semana, a programação infanto-juvenil da TVI limita-se à exibição diária de dois episódios da telenovela *Morangos com Açúcar*, sendo um deles a repetição do episódio do dia anterior.
- Nas manhãs de sábado e de domingo, a TVI exibiu até ao final de Março de 2008 o programa-contendor *Batatoon*, apresentado pelo palhaço *Batatinha* e composto por *desenhos animados*, seguido de séries infanto-juvenis, como *Detective Maravilhas* ou *Bando dos 4*. A retirada do *Batatoon* das grelhas teve como consequência a exibição das mesmas séries de desenhos animados, seguidas das mesmas séries de ficção, mas sem serem agregadas pelo mesmo genérico de identificação.
- Note-se que a exibição da telenovela *Morangos com Açúcar* ocupa mais de metade do tempo dedicado à programação infanto-juvenil (392h44m, 55,8%). O restante espaço de emissão é ocupado sobretudo pela exibição de *desenhos animados* (197h15m, 28%) e outros géneros de *ficção* (110h48m, 15,8%). Não foi identificada a presença de *educativos, concursos/jogos e informação infantil/juvenil* na programação da TVI vocacionada especificamente para os públicos infantis e juvenis.

Reexibições no contexto geral da programação

- Quanto à presença de *reexibições* na programação da TVI, estas surgem em cerca de um décimo dos programas (734, 10,1%), distribuídas na sua maioria pelos horários da tarde (317, 43,2%) e noite/madrugada (312, 42,5%).

Anexo I – Grelha de classificação geral de géneros televisivos

Informativos: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a actualidade, compreendendo desde *serviços noticiosos*, a programas de *debate*, de *entrevista*, de *reportagem*, *comentário*, *edição especial* e *magazines informativos* (quando não vinculados a uma especialização temática pré-determinada).

Desportivos: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre questões de desporto da actualidade e para a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; compreende *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas* e *resumos desportivos* (todas as modalidades).

Ficção: programas predominantemente vocacionados para o entretenimento, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas num só momento (*filmes/telefimes*) ou por episódios (*séries televisivas*), incluindo também *telenovelas* e géneros ficcionais de humor (*ficção de humor*: comédia em sketches/sitcom).

Infantis/juvenis: programas vocacionados para o entretenimento, a informação ou a formação de públicos infantis/juvenis (p. ex: desenhos animados, jogos, magazines informativos...), incluindo programas de informação destinados especificamente a públicos infanto-juvenis, bem como programas de pendor educativo não integrados num projecto pedagógico particular. Nos dados gerais não foram considerados *géneros* de segundo nível para esta categoria uma vez que a análise detalhada dos *géneros* televisivos é realizada em capítulo autónomo.

A tabela *infra* apresenta os *géneros* televisivos específicos considerados na análise da programação infantil/juvenil (ponto 5. A programação infanto-juvenil), que não foram considerados na análise da programação geral.

FIG. 77 Géneros televisivos específicos na análise da programação infantil/juvenil

Infantis/juvenis
Concurso/jogo
Desenhos animados
Educativos
Ficção
Informação infantil/juvenil
Telenovelas
Estúdio/apresentação

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos seus públicos, compreendendo *concursos/jogos*, *reality shows*, programas de *variedades*, *talk shows*, *humor* (*stand-up comedy*; anedotas; apanhados e outros programas que não integrem a categoria *ficção humorística*) e

infotainment (programas que seguem formatos dos géneros informativos, tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Culturais/Conhecimento: programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitectura, música, artes plásticas, produção audiovisual, *design*...), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber; incluem-se ainda nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos e que se constituem como um momento de aprendizagem num projecto pedagógico mais vasto (p. ex.: Universidade Aberta); os programas de informação especializados em temáticas culturais e de conhecimento (*magazines culturais*, programas de debate e entrevistas especializados, etc.) encontram-se também contemplados nesta categoria.

Institucionais/religiosos: programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das actividades, dos projectos ou das doutrinas das entidades promotoras; são programas que resultam em regra de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar pelo operador; integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

FIG. 78 Macrogéneros e géneros televisivos

Nível I	Nível II
Macrogénero	Género
1. Informativos	
	1.1. Serviço noticioso
	1.2. Reportagem
	1.3. Debate
	1.4. Entrevista
	1.5. Comentário
	1.6. Edição especial
	1.7. Magazine Informativo
2. Desportivos	
	2.1. Informação desportiva
	2.2. Transmissão desportiva
	2.3. Resumos desportivos
3. Ficção	
	3.1. Filme/telefilme
	3.2. Série
	3.3. Telenovela
	3.4. Ficção de humor
4. Infantis/juvenis	
	4.1. Infantis/juvenis
5. Entretenimento	
	5.1. Concurso/jogo
	5.2. Reality show
	5.3. Variedades
	5.4. Talk show
	5.5. Humor
	5.6. Infotainment

	5.7. Outro
6. Culturais/conhecimento	
	6.1. Artes e mídia
	6.2. Humanidades
	6.3. Ciências
	6.4. Documentários
	6.5. Espectáculo (exibição)
	6.6. Educativos
	6.7. Informação cultural (magazines culturais)
7. Institucionais/religiosos	
	7.1. Institucionais/religiosos

Anexo II – Quadro orientador de correspondência entre *gêneros* televisivos e *funções*

A figura infra estabelece uma correspondência entre *gêneros* televisivos e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação do caso concreto, atendendo à **finalidade predominante que se procura atingir em cada programa**, que dita a codificação de cada unidade de análise para a categoria funções.

FIG. 79 Funções e gêneros televisivos

Gênero	Funções
1. Informativos	
1.1. Serviço noticioso	Informar
1.2. Reportagem	
1.3. Debate	
1.4. Entrevista	
1.5. Comentário	
1.6. Edição especial	
1.8. Magazine informativo	
2. Desportivos	
2.1. Informação desportiva	Informar
2.4. Transmissão desportiva	Entreter
2.5. Resumos desportivos	
3. Ficção	
3.1. Filme/telefilme	Entreter
3.2. Série	
3.3. Telenovela	
3.4. Ficção de humor	
4. Infantis/juvenis	
4.1. Infantis/juvenis	Informar/Entreter/Formar
5. Entretenimento	
5.1. Concurso/jogo	Entreter
5.2. Reality show	
5.3. Variedades	
5.4. Talk show	
5.5. Humor	
5.6. Infotainment	
5.7. Outro	
6. Culturais/conhecimento	
6.1. Artes e mídia	Informar/Formar
6.2. Humanidades	
6.3. Ciências	
6.4. Documentários	
6.5. Espectáculo (exibição)	Entreter
6.6. Educativos	Formar
6.7. Informação cultural (magazines culturais)	Informar
7. Institucionais/religiosos	
7.1 Institucionais/religiosos	Promover/divulgar

Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI

Nota de leitura:

Os indicadores ou variáveis e categorias usados na análise estão assinalados a *itálico* no texto. Na maioria das figuras, os valores são apresentados em percentagem e/ou em números absolutos.

1. Introdução geral

Esta parte do Relatório debruça-se sobre os resultados da monitorização dos **blocos informativos das 20h00** emitidos pelos três serviços de programas generalistas de sinal aberto: o Telejornal do operador público **RTP1** e o Jornal da Noite e o Jornal Nacional dos operadores privados **SIC** e **TVI**, respectivamente.

O primeiro capítulo apresenta uma **análise comparativa** da informação emitida pelos três operadores, seguindo-se **análises separadas** da informação emitida por cada um desses serviços de programas nos blocos informativos das 20h00.

Finalmente, é apresentada uma **análise evolutiva dos dados apurados em 2007 e 2008** sendo identificadas as principais tendências da informação televisiva.

A monitorização é feita por **amostragem** e corresponde a uma das competências da ERC, prevista no artigo 24.º, al. h), dos seus Estatutos: “[o]rganizar e manter bases de dados que permitam avaliar o cumprimento da lei pelas entidades e serviços sujeitos à sua supervisão; A monitorização não esgota, contudo, a avaliação de todas as obrigações e deveres que impendem sobre os meios sujeitos a regulação, nem esta se resume, naturalmente, à monitorização de conteúdos. Outras vertentes da regulação, algumas das quais referenciadas neste Relatório, merecem igual reflexão e aprofundamento.

Acresce que a avaliação de conceitos como a **diversidade**, o **pluralismo**, o **rigor** e a **independência** dos órgãos de comunicação social (entre outros que o legislador comete à ERC) não é passível de se realizar de uma forma automática e directa, e que essa avaliação pressupõe não só a interligação entre vários indicadores, como a sua extensão no tempo. Só assim será possível identificar com maior nitidez tendências e regularidades.

Os dados que agora se apresentam dão continuidade ao trabalho iniciado em 2006, o qual será prosseguido em continuidade e respeitando os mesmos métodos em 2009.

a) Quadro conceptual

1. Diversidade

De entre os conceitos constantes da legislação aplicável à televisão, *diversidade* e *pluralismo* surgem como os mais presentes e abrangentes na legislação nacional e internacional sobre o audiovisual. No que respeita ao conceito de diversidade, ele surge no discurso dos média muitas vezes associado ou como sinónimo do conceito de pluralismo, introduzindo alguma confusão ao nível da identificação clara dos seus elementos diferenciadores ou da sua possível hierarquização.

Em sentido lato, o conceito de diversidade dos média refere-se, geralmente, à heterogeneidade dos conteúdos, dos suportes ou da propriedade. Por seu turno, o conceito de pluralismo nas vertentes política, social, cultural, constitui um dos valores estruturantes da democracia, sendo nessa dimensão e não na de um pluralismo estritamente político-partidário, como a que presidiu à avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão, constante do Relatório apresentado este ano à Assembleia da República, que se orienta o presente Relatório.

Do ponto de vista da regulação, mais do que encontrar uma definição fundacional destes conceitos, interessa verificar como funcionam na prática na sua dimensão interna, que *factores* convocam, como funcionam em relação a outros *factores*, que contradições e ambiguidades existem e se se torna necessário isolar para poderem ser analisados. Diversidade e pluralismo são, assim, no contexto de monitorização a que se refere este Relatório, entendidos no sentido de diversidade e pluralismo cultural, linguístico, político, socioeconómico, geográfico e de género, abrangendo *temáticas*, *protagonistas* e *fontes* de informação.

2. Rigor

Outro dos conceitos estruturantes do campo dos média é o rigor informativo, princípio que orienta a prática jornalística, no sentido de desta resultar uma informação de conteúdo ajustada à realidade e com reduzido grau de indeterminação. Além dos elementos normativos que historicamente orientam a prática jornalística, pode-se estabelecer uma proporção entre o rigor, a qualidade e a credibilidade da informação, no sentido de que, quanto mais rigorosa for a informação, mais credível e fiável ela será. Ao invés, o erro, a imprecisão, a dúvida ou a distorção implicam uma diminuição da qualidade e credibilidade da informação.

O rigor informativo pressupõe uma tentativa de distanciamento, de neutralidade (ausência de subjectividade) e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento ou tema objecto de cobertura. O rigor possui uma relação directa com o equilíbrio e a igualdade de oportunidades, no sentido da adopção, por parte do jornalista, de uma atitude não discriminatória em relação às *fontes* de informação e aos *actores* das notícias.

O rigor da informação pressupõe a apresentação dos factos e a sua verificação; a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância; a separação entre factos e opiniões; a identificação das *fontes* e a sua correcta citação (e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra).

Nos capítulos seguintes, explicitam-se as metodologias e os critérios usados na avaliação da diversidade, do pluralismo e do rigor na monitorização da informação dos meios de comunicação social que foram objecto de análise por parte da ERC.

b) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

- Para uma leitura e apreensão mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida pelos operadores público e privados e pelas publicações periódicas de informação geral de expansão nacional, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos nacionais e internacionais que integraram a agenda política e social no período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.
- No **plano nacional**, tiveram grande relevo nesse período questões relacionadas com *ordem interna* e *desporto*. Desde logo, o caso do assalto ao BES de Campolide, que envolveu tanto a comunidade policial como a comunidade política, foi o mote para a discussão da evolução da criminalidade em Portugal. Também o aumento dos assaltos por *carjacking* foi tema amplamente debatido no espaço mediático. Ao nível do *Desporto*, o futebol dominou a agenda, apesar da tónica conferida aos Jogos Olímpicos realizados em Pequim.
- A maior incidência de *temas* relacionados com **ordem interna** refere-se a *acidentes e catástrofes naturais*, *crimes* de vária ordem e *actividades das forças policiais*. A grande maioria das notícias referentes a acidentes e catástrofes a nível nacional dizem respeito a acidentes rodoviários, intempéries, como as cheias em Lisboa, e ao descarrilamento de um comboio na linha do Tua.

- As peças sobre *crimes* destacam o assalto ao BES em Campolide, passando também por notícias de assaltos, *carjacking* e os chamados crimes de colarinho branco, como casos de corrupção, fraude, etc.
- As *actividades policiais* são, em 2008, ainda dominadas pelo “caso McCann”, devendo-se, sobretudo, ao lançamento do livro de Gonçalo Amaral, ex-inspector da Polícia Judiciária. A actuação das polícias é também assunto de notícia em casos de apreensão de drogas, várias operações da Brigada de Trânsito levadas a cabo ao longo do ano, assim como operações da Polícia Judiciária, donde se destaca também o caso da demissão do director da PJ do Porto.
- No que respeita à *temática desporto*, realce em 2008, tal como em 2007, para o futebol, tanto ao nível da cobertura regular dos jogos do campeonato e dos treinos das equipas participantes, como ao nível dos acontecimentos futebolísticos sazonais, tal como o campeonato Euro 2008 e o Mundial 2010. No que a estes assuntos diz respeito destaca-se a saída de Scolari da selecção portuguesa em Maio e a chegada do novo seleccionador nacional, Carlos Queirós. Após este período, a selecção de jogadores a participar no Euro 2008 foi também tema em análise. Reflectem-se ainda questões como a crise financeira no Boavista e a atribuição de prémios de desempenho a vários jogadores portugueses, como Cristiano Ronaldo e Pauleta.
- Ainda no que ao *desporto* diz respeito, verifica-se um enfoque no decorrer dos Jogos Olímpicos de Pequim, tanto na participação dos atletas portugueses, como nas cerimónias de abertura e de encerramento dos jogos, tal como na participação de atletas portugueses nos Jogos Paralímpicos. Outros assuntos destacados foram o anúncio de fim de carreira do atleta Francis Obikwelu e o cancelamento do rali Lisboa-Dakar devido a ameaças terroristas.
- No **plano político nacional**, destacam-se as eleições para a liderança do Partido Social Democrata (PSD), depois da saída de Luís Filipe Menezes. Neste seguimento, encontra-se o Congresso do PSD e a discussão sobre a constituição do grupo parlamentar do partido. De notar ainda a realização do Fórum das Esquerdas, dominado pela possível constituição de um novo partido político de Manuel Alegre e pela ruptura do BE com Sá Fernandes, vereador da Câmara Municipal de Lisboa eleito por este partido. Ao nível da actividade partidária destaque também para a reacção dos partidos com assento parlamentar ao caso da nacionalização do BPN e à actuação do Governador do Banco de Portugal.
- As *políticas para a educação* foram dominadas pela questão da avaliação de professores, envolvendo Governo, partidos políticos, professores e sindicatos. As manifestações de professores contra o sistema de avaliação proposto pelo Governo estiveram presentes ao longo de todo o ano.
- As *actividades da Presidência da República* incluíram, em 2008, várias visitas de Estado, a comemoração dos dois anos de presidência de Cavaco Silva e a sua participação em roteiros temáticos, como o roteiro para a juventude e o roteiro do património. Contudo, as actividades do Presidente da República foram dominadas pela questão do estatuto político-administrativo dos Açores, assunto que resultou transversal à agenda mediática e política.
- Tal como as políticas educativas do Governo, também as políticas para a saúde foram alvo de grande contestação devido ao encerramento de vários serviços de urgência hospitalar e centros de saúde. Para além disso, a remodelação governamental, que originou a saída do ministro da saúde Correia de Campos foi tema neste ano.
- Ao nível das políticas fiscais/financeiras destaca-se a discussão do Orçamento de Estado, a descida do IVA e a nacionalização do BPN.
- Destaque ainda para as eleições regionais nos Açores e as eleições internas no PSD, resultantes da demissão de Luís Filipe Menezes que deu lugar a uma campanha eleitoral disputada entre Manuela Ferreira Leite, que veio a ganhar as eleições directas, Pedro Passos Coelho, Mário Patinha Antão e Pedro Santana Lopes.

- Outro tema político a registar diz respeito à Lei do Divórcio, assunto que envolveu Governo, partidos políticos e o Presidente da República que vetou a primeira proposta de lei apresentada.
- Este ano foi ainda matéria de acção política as alterações ao Código Laboral, assim como a contestação dos partidos da oposição às mesmas.
- No **âmbito laboral**, o período em análise abrangeu um conjunto de greves sectoriais, como a greve dos pescadores e armadores, greve da função pública, greve dos agricultores, greve da recolha do lixo, greve dos transportes e várias manifestações contra políticas governamentais – educação, saúde e função pública. Regista-se ainda a discussão em torno da problemática do aumento do desemprego, assim como o encerramento de várias empresas em Portugal que implicaram o despedimento de trabalhadores. Presentes estiveram também várias acções sindicais, relacionadas com reivindicações de vária ordem, especialmente os aumentos salariais.
- No **plano internacional**, destaque para as eleições presidenciais nos EUA, tema acompanhado desde a campanha até à vitória de Barack Obama.
- Em 2008, e ainda a nível internacional, a guerra no Iraque manteve-se como tema de agenda. Para além desta questão, de notar, entre outros, a manutenção do conflito israelo-palestiniano e a ocupação russa da Geórgia.
- Os atentados em Bombaim e o ataque a Ramos Horta foram *temas* com ampla cobertura mediática.
- A crise económica mundial originada nos EUA foi um assunto que começou por ser abordado a nível internacional acabando por ser tratado também como uma *temática* de contornos nacionais.
- No **plano comunitário**, o Tratado de Lisboa e o referendo na Irlanda foram as questões mais abordadas.
- No plano **económico**, registam-se as previsões de crescimento económico para 2009, o aumento do preço dos combustíveis e a subida da taxa Euribor. Ao nível das organizações económicas, destaca-se a crise no BPN e no BCP e a intervenção da CMVM. A crise económica mundial e a crise alimentar. para além da transversalidade no plano político, teve também uma abordagem económico-financeira.
- Ao nível **judicial**, os casos de justiça marcaram presença na agenda em 2008, com o «caso apito dourado», o «caso Esmeralda», o «caso Casa Pia», o «caso do gang do multibanco» e a sentença do líder de extrema-direita Mário Machado.
- Os *temas* de **cultura** registaram em 2008 um incremento de notícias, especialmente ao nível da realização de eventos e espectáculos, tanto de registo popular como de registo erudito.
- Os assuntos de **sociedade** diminuíram o seu peso em 2008, ainda assim, predominam os casos de interesse humano, muito marcados por *fait-divers*, como o caso de um homem que vendeu todos os seus bens devido a um desgosto de amor ou a vida privada do Presidente francês, Nicolas Sarkozy.

2. Análise comparativa da informação emitida em 2008 nos blocos informativos das 20h00: RTP, SIC e TVI

a) Nota introdutória

Nesta secção, são apresentados os dados resultantes da monitorização dos blocos informativos das 20h00 emitidos pelos serviços de programas RTP1, SIC e TVI no período de **01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008**.

A monitorização é feita **por amostragem** e baseia-se na análise de conteúdo de todas as notícias dos dias seleccionados na amostra.

Foram analisadas **4089** peças noticiosas, das quais **1377** foram emitidas pelo Telejornal da RTP1 (46 edições do Telejornal), **1492** pelo Jornal da Noite da SIC (46 edições do Jornal da Noite) e **1220** pelo Jornal Nacional da TVI (46 edições do Jornal Nacional).

A definição da amostra e a definição dos indicadores encontram-se no Anexo I.

b) Nota metodológica

A presente secção apresenta uma caracterização geral da amostra analisada:

O período de análise vai de Janeiro a Dezembro de 2008:

- Foram monitorizados **138 noticiários** dos três serviços de programas generalistas, num total de **4089 notícias** assim distribuídas:
 - – 46 edições do Telejornal da RTP1 com um total de 1377 peças;
 - 46 edições do Jornal da Noite da SIC com um total de 1492 peças;
 - 46 edições do Jornal Nacional da TVI com um total de 1220 peças.

A técnica utilizada é a *análise de conteúdo*, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS⁴⁰.

A **unidade de análise** corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, *tema* ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do pivô. São tomados como referência os fragmentos definidos pela *Mediamonitor (Marktest)* sob a forma de *clips* autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

A análise incide sobre o **conteúdo manifesto**, isto é, o conteúdo efectivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

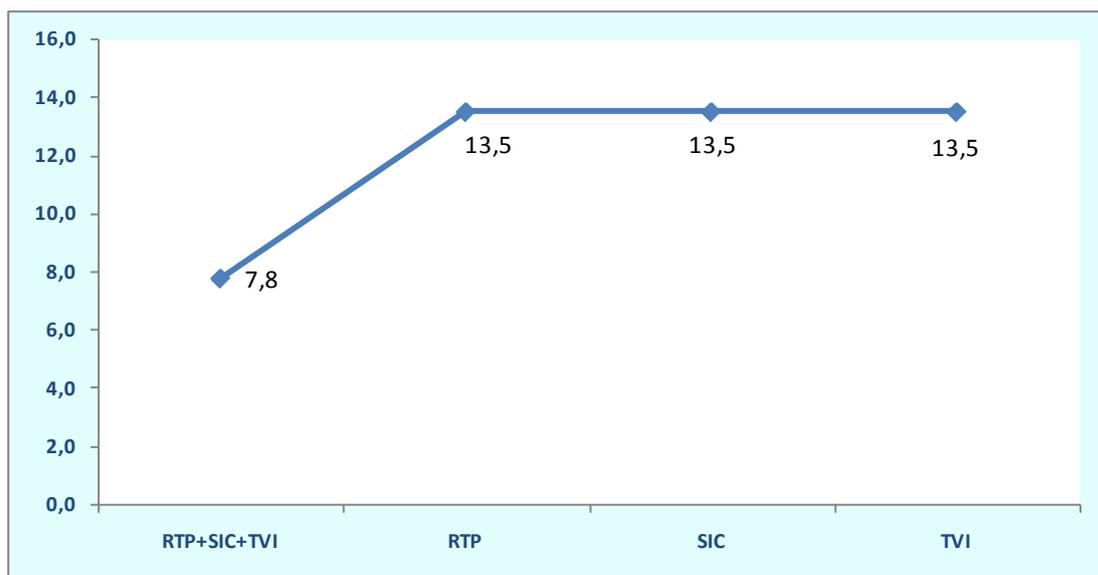
A margem de erro máximo da amostra total utilizada para dados agregados RTP1+SIC+TVI é de 7,8% para um grau de confiança de 95%, pelo que os dados devem ser lidos como representando tendências apuradas para os dias seleccionados na amostra.

FIG.1 Erro máximo da amostra

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RTP1+SIC+TVI	366	46	1104	138	7,8071
RTP1	366	46	366	46	13,5345
SIC	366	46	366	46	13,5345
TVI	366	46	366	46	13,5345

⁴⁰ *Statistical Package for Social Sciences.*

FIG. 2 Erro máximo de amostragem e a desagregação de dados



A definição detalhada das variáveis utilizadas na amostra consta do texto que acompanha os respectivos quadros e gráficos e no Anexo I.

A figura seguinte representa o mapa das **46 edições** dos blocos informativos de cada serviço de programas analisados no período de **01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008**.

FIG. 3 Composição da amostra analisada em 2008

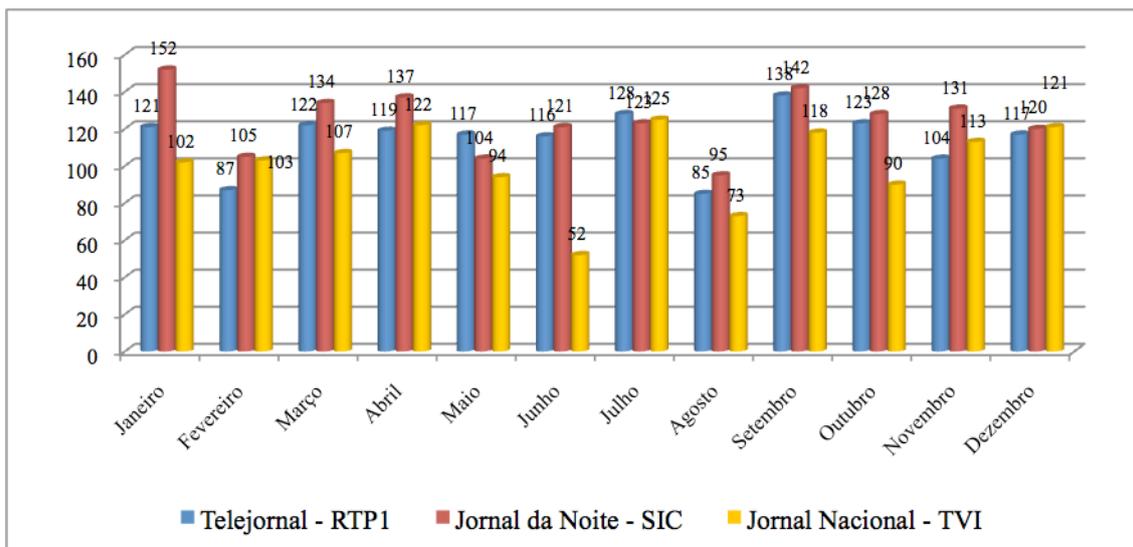
Data	Dia da Semana	Mês	Nº de Noticiários	Nº de Peças Noticiosas
05-Jan-08	Sábado	Janeiro	3	87
13-Jan-08	Domingo	Janeiro	3	75
21-Jan-08	Segunda	Janeiro	3	103
29-Jan-08	Terça	Janeiro	3	110
06-Fev-08	Quarta	Fevereiro	3	113
14-Fev-08	Quinta	Fevereiro	3	83
22-Fev-08	Sexta	Fevereiro	3	99
01-Mar-08	Sábado	Março	3	83
09-Mar-08	Domingo	Março	3	71
17-Mar-08	Segunda	Março	3	101
25-Mar-08	Terça	Março	3	108
02-Abr-08	Quarta	Abril	3	111
10-Abr-08	Quinta	Abril	3	85
18-Abr-08	Sexta	Abril	3	110
26-Abr-08	Sábado	Abril	3	72
04-Mai-08	Domingo	Maio	3	48
12-Mai-08	Segunda	Maio	3	72
20-Mai-08	Terça	Maio	3	93
28-Mai-08	Quarta	Maio	3	102

05-Jun-08	Quinta	Junho	3	79
13-Jun-08	Sexta	Junho	3	69
21-Jun-08	Sábado	Junho	3	67
29-Jun-08	Domingo	Junho	3	74
07-Jul-08	Segunda	Julho	3	98
15-Jul-08	Terça	Julho	3	91
23-Jul-08	Quarta	Julho	3	99
31-Jul-08	Quinta	Julho	3	88
08-Ago-08	Sexta	Agosto	3	95
16-Ago-08	Sábado	Agosto	3	73
24-Ago-08	Domingo	Agosto	3	85
01-Set-08	Segunda	Setembro	3	99
09-Set-08	Terça	Setembro	3	101
17-Set-08	Quarta	Setembro	3	101
25-Set-08	Quinta	Setembro	3	97
03-Out-08	Sexta	Outubro	3	116
11-Out-08	Sábado	Outubro	3	74
19-Out-08	Domingo	Outubro	3	78
27-Out-08	Segunda	Outubro	3	73
04-Nov-08	Terça	Novembro	3	91
12-Nov-08	Quarta	Novembro	3	96
20-Nov-08	Quinta	Novembro	3	72
28-Nov-08	Sexta	Novembro	3	89
06-Dez-08	Sábado	Dezembro	3	81
14-Dez-08	Domingo	Dezembro	3	83
22-Dez-08	Segunda	Dezembro	3	97
30-Dez-08	Terça	Dezembro	3	97
Totais	46 Dias (edições)	12 Meses	138 Noticiários	N = 4089

A figura anterior descreve a composição da amostra estudada. Assim, o dia da amostra em que foi emitido e analisado o maior número de peças (116) corresponde a uma sexta-feira, 3 de Outubro e o dia com o menor número de peças (48) foi domingo, 4 de Maio.

- No que se refere à composição da amostra por operador, observa-se que, no mesmo período, o Jornal da Noite da SIC foi o que emitiu mais peças (1492), seguido do Telejornal da RTP1 (1377) e do Jornal Nacional da TVI (1220).

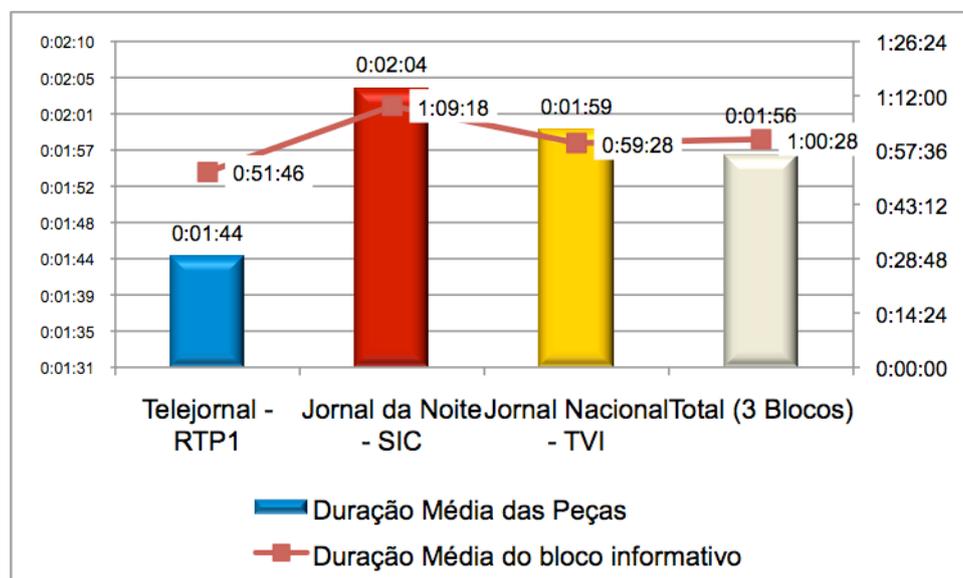
FIG. 4 Número de peças emitidas e analisadas, por mês e por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Valores em números absolutos.

- O maior número de peças analisadas na amostra foi emitido durante o mês de Setembro (398) e o menor número (253) no mês de Agosto.
- O Telejornal emitiu mais peças em Setembro, o Jornal da Noite em Janeiro e o Jornal Nacional em Julho.

FIG. 5 Duração média das peças e dos noticiários analisados, por serviço de programas (hh:mm:ss)



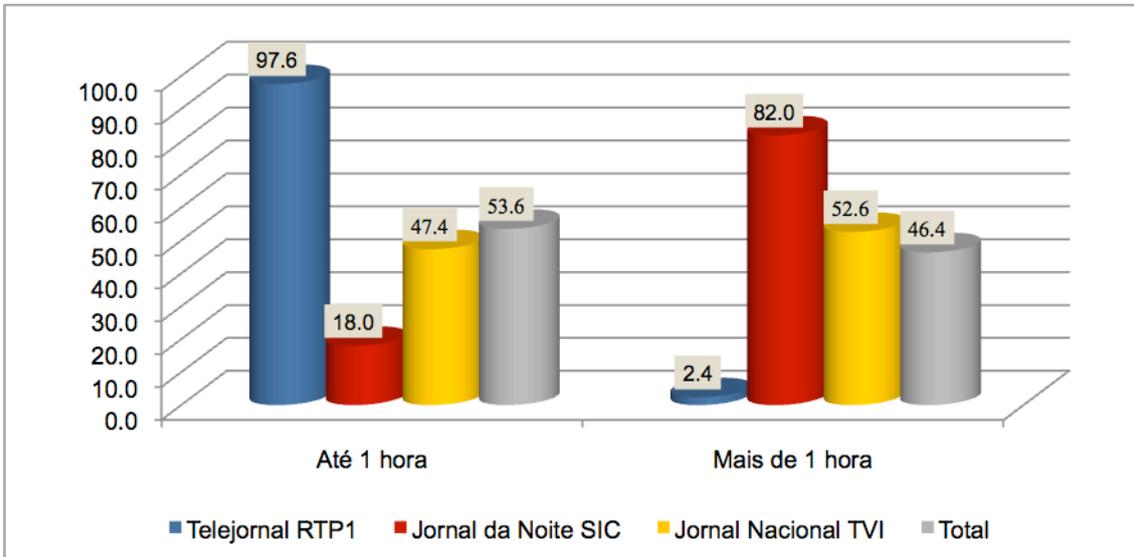
	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Duração Média das Peças	0:01:44	0:02:04	0:01:59	0:01:56
Duração Média do Bloco Informativo	0:51:46	1:09:18	0:59:28	1:00:28

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Valores em horas: minutos: segundos.

- A **duração média** dos três **blocos informativos** é de 1 hora e 28 segundos.

- A **duração média** das **notícias** é de 1 minuto e 56 segundos.
- O bloco informativo com maior **duração média** (1 hora, 9 minutos e 18 segundos) e com a maior **duração média** das notícias (2 minutos e 4 segundos) é o Jornal da Noite da SIC.
- O noticiário com menor **duração média** (51 minutos e 46 segundos) e com a menor **duração média** das notícias (1 minuto e 44 segundos) é o Telejornal da RTP1.

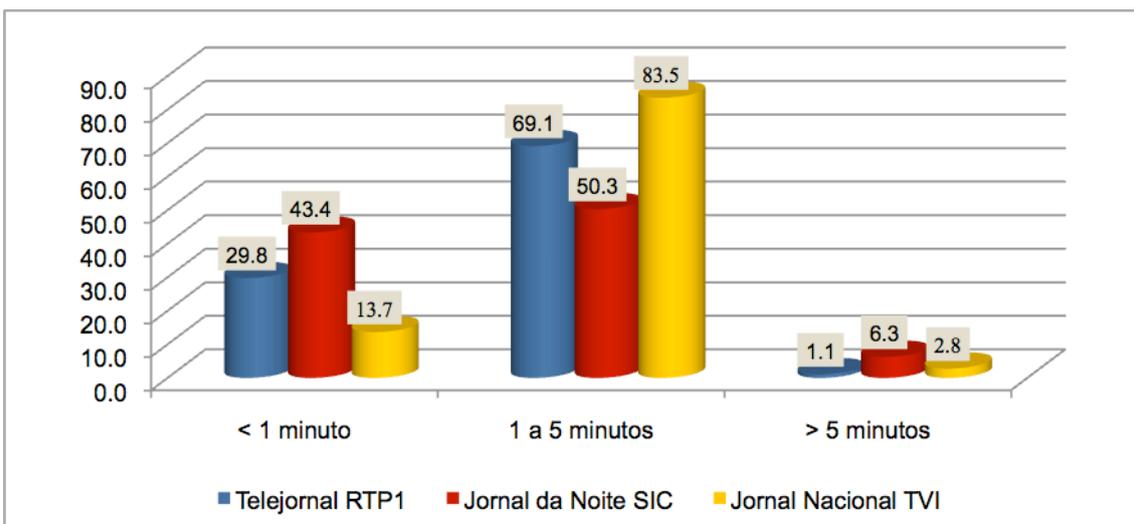
FIG. 6 Duração dos noticiários, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Valores em percentagem.

- A maioria dos noticiários do Telejornal da RTP1 dura 1 hora ou menos (97,6%). Ao contrário, a maior parte dos noticiários dos operadores privados têm uma duração superior a 1 hora.
- 52,6% das edições do Jornal Nacional da TVI duram mais de 1 hora, enquanto que 82% das edições do Jornal da Noite da SIC têm a mesma duração. Isto significa que a SIC emite os noticiários mais longos.

FIG. 7 Duração das peças analisadas, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Valores em percentagem.

- De acordo com os dados da figura anterior, a maioria das peças dos três serviços de programas duram entre 1 a 5 minutos.

- No entanto, considerando as peças mais curtas, observa-se que 43,4% das peças da SIC duram menos de 1 minuto, tal como 29,8% das peças da RTP1, enquanto apenas 13,7% das peças da TVI duram 1 minuto ou menos.
- Já no que se refere às peças de maior duração, verifica-se que 6,3% das peças da SIC duram mais de 5 minutos.

c) Análise comparativa: RTP1, SIC e TVI em 2008

1. Temas principais

O indicador *temática principal* visa identificar o assunto, acontecimento ou problemática preponderante que a peça aborda ou desenvolve. Neste sentido, admite-se a existência de outros *temas* que se cruzem com aquele que se identifica como dominante. Na análise que se sucede, considera-se apenas as áreas *temáticas* centrais tendo em conta o enfoque ou o ângulo jornalístico conferido pelo operador.

Convém advertir que, esta característica da análise, decorrente da fiabilidade face ao conteúdo manifesto da comunicação, justifica também que um determinado acontecimento, possa ser classificado em diferentes áreas *temáticas* consoante o tratamento da peça. A título de exemplo, pode-se referir que as peças relacionadas com o “caso McCann”, podem surgir classificadas na categoria *ordem interna* (peças centradas nas investigações policiais) ou na categoria *sistema judicial* (peças centradas no desenvolvimento processual, como a constituição de arguidos).

FIG. 8 *Temas principais, por serviço de programas*

<i>Temas</i>	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Política nacional	21,3%	14,7%	20,0%	18,5%
Ordem interna	13,6%	18,0%	16,5%	16,0%
Desporto	16,3%	12,3%	19,0%	15,6%
Assuntos internacionais	12,3%	9,5%	8,6%	10,1%
Economia, finanças e negócios	9,3%	10,9%	10,2%	10,1%
Sistema Judicial	4,5%	6,1%	5,0%	5,2%
Cultura	2,6%	4,3%	3,8%	3,6%
Ambiente	2,8%	4,5%	1,8%	3,1%
Sociedade	2,0%	4,3%	1,5%	2,7%
Saúde e Acção Social	2,7%	2,3%	3,0%	2,6%
Relações Laborais	2,9%	2,3%	2,3%	2,5%
Cerimónias e Celebrações	2,9%	2,7%	1,5%	2,4%
Ciência e Tecnologia	1,2%	2,1%	1,9%	1,7%
Urbanismo	1,3%	1,8%	0,8%	1,3%
Assuntos Comunitários	1,3%	1,5%	1,0%	1,3%
Educação	1,0%	0,9%	1,1%	1,0%
Crença e Religião	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%
Comunicação	0,4%	0,3%	0,7%	0,4%
Defesa	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
População	0,5%	0,2%	0,3%	0,3%
Grupos minoritários	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
Total	100% (1377)	100% (1492)	100% (1220)	100% (4089)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Totais em percentagem e em números absolutos.

- As *temáticas* mais frequentes são comuns aos três serviços de programas: *política nacional, ordem interna, desporto, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*. A prioridade concedida a cada uma delas pelos três serviços de programas apresenta, contudo, algumas diferenças, pela ordem que se segue:

- RTP1: *política nacional; desporto; ordem interna; assuntos internacionais; economia, finanças e negócios;*
- SIC: *ordem interna; política nacional; desporto; economia, finanças e negócios e assuntos internacionais;*
- TVI: *política nacional; desporto; ordem interna; economia, finanças e negócios e assuntos internacionais;*

FIG. 9 Subtemas da categoria temática política nacional, por serviço de programas

Subtemas da <i>Política nacional</i>	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Actividades de Partidos Políticos	4,3%	2,3%	3,9%	3,4%
Políticas para a Educação	2,1%	1,8%	2,7%	2,2%
Actividades da Presidência da República	2,1%	1,1%	1,7%	1,6%
Políticas para a Saúde	1,7%	1,4%	1,4%	1,5%
Políticas Fiscais/Financeiras	1,9%	0,5%	1,1%	1,2%
Actividades da Assembleia da República	1,4%	0,8%	0,9%	1,0%
Políticas de Administração Pública	0,7%	1,1%	1,1%	1,0%
Eleições	1,6%	0,5%	0,7%	1,0%
Políticas Económicas	0,5%	0,7%	1,1%	0,7%
Actividades de Autarquias	0,4%	0,7%	0,6%	0,6%
Políticas de Ordenamento do Território	0,4%	0,4%	0,7%	0,5%
Políticas de Defesa e Segurança	0,4%	0,3%	0,8%	0,5%
Actividades da Administração Pública	0,7%	0,3%	0,3%	0,4%
Políticas para a Justiça	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Políticas Laborais	0,5%	0,3%	0,4%	0,4%
Escândalo/Irregularidades políticas	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%
Actividades de Órgãos Regionais	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%
Políticas para a Família	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%
Políticas para Agricultura/Pescas	–	0,3%	0,2%	0,2%
Políticas para a Ciência e Tecnologia	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
Políticas para a Segurança Social	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
Políticas Externas	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%
Políticas Culturais	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%
Acção governativa genérica	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
Actividades/Declarações de políticos individuais	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
Políticas para o Ambiente	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Políticas para a Habitação	0,1%	0,1%	–	0,1%
Políticas de Migração	0,1%	–	0,1%	0,0%
Políticas de Reabilitação Social	–	0,1%	0,1%	0,0%
Sondagens políticas	–	–	0,1%	0,0%
Participação cívica	0,1%	–	–	0,0%
Políticas para a Comunicação Social	–	0,1%	–	0,0%
Políticas para o Turismo	0,1%	–	–	0,0%
Outros <i>Política nacional</i>	–	0,1%	–	0,0%
Subtotal categoria Política nacional	21,3% (293)	14,7% (220)	20% (244)	18,5% (757)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *política nacional* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 757. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria temática *Política nacional*, observa-se:

- O tema *política nacional* está fortemente representado nos três operadores nos dias da amostra (21,3% na RTP1, 20% na TVI e 14,7% na SIC).
- O subtema *actividades dos partidos políticos* é o mais frequente enquanto assunto

principal incluído na *temática política nacional*. Verifica-se que, em particular a RTP1, mas também a TVI, conferem maior relevo a este assunto do que a SIC. A título de exemplo, destacam-se o congresso e questões de liderança do PSD, declarações e críticas a iniciativas governamentais por parte da oposição, acções, visitas, conferências de imprensa promovidas pelos partidos, etc.

- O *subtema políticas para a educação* é o segundo mais frequente incluído na *temática política nacional*. Verifica-se que, em particular a TVI, mas também a RTP, conferem maior relevo a este assunto do que a SIC. Destacam-se a polémica em torno da avaliação dos professores, a questão do financiamento das universidades, a construção ou encerramento de escolas, encerramento da universidade Moderna, etc.
- As *actividades da Presidência da República*, as *políticas para a saúde* e as *políticas fiscais e financeiras*, estão ainda entre os assuntos de *política nacional* mais tratados nos blocos informativos.

FIG. 10 Subtemas da categoria temática ordem interna, por serviço de programas

Subtemas da <i>ordem interna</i>	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Acidentes e Catástrofes	5,9%	5,9%	4,4%	5,5%
Crimes	2,9%	6,3%	6,3%	5,2%
Actividades policiais	2,5%	3,6%	3,5%	3,2%
Incêndios	0,9%	1,2%	1,1%	1,1%
Manifestações/Reivindicações	0,7%	0,4%	0,4%	0,5%
Prevenção	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%
Actividades de Bombeiros e Protecção Civil	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%
Outros <i>ordem interna</i>	–	0,1%	0,1%	0,0%
Subtotal categoria ordem interna	13,6% (187)	18% (268)	16,5% (201)	16% (656)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *ordem interna* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 656. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática Ordem interna*, observa-se:

- O tema *ordem interna* está fortemente representado nos três operadores nos dias da amostra (18% na SIC, 16,5% na TVI e 13,6% na RTP1).
- O *subtema acidentes e catástrofes* é o mais frequente enquanto assunto principal incluído na *temática ordem interna*. Verifica-se que a RTP1 e a SIC, conferem maior relevo a este assunto do que a TVI. Em termos nacionais destacam-se os acidentes rodoviários e, do ponto de vista internacional, os furacões, sismos ou cheias.
- O *subtema crimes* surge como o segundo mais frequentado enquanto assunto principal incluído na *temática ordem interna*. Verifica-se que a SIC e a TVI, conferem maior relevo a este assunto do que a RTP1. Destacam-se as notícias sobre onda de assaltos a comércio e bancos (BES e caixas Multibanco), *carjacking*, bem como abusos a crianças.
- *Actividades policiais* e *incêndios* estão ainda entre os assuntos salientes de *ordem interna*. Destacam-se, como exemplo, a investigação criminal no “caso McCann” entre outros casos relacionados com abusos a crianças, rugas, apreensões de droga ou detenções por posse de droga, demissão do director da PJ do Porto.

FIG. 11 Subtemas da categoria temática desporto, por serviço de programas

Subtemas do desporto	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Futebol	11,4%	9,9%	17,5%	12,7%
Outras modalidades desportivas	4,6%	2,2%	1,4%	2,8%
Irregularidades no <i>desporto</i>	0,3%	0,2%	0,1%	0,2%
Subtotal categoria desporto	16,3% (224)	12,3% (183)	19% (232)	15,6% (639)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *desporto* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 639. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática desporto*, observa-se:

- O tema *desporto* está fortemente representado nos três operadores nos dias da amostra (19% na TVI, 16,3% na RTP1 e 12,3% na SIC).
- Como *subtema* autónomo, *futebol* surge como o assunto mais tratado na amostra e o primeiro também dentro da categoria *desporto*. Verifica-se que, em particular a TVI, confere maior relevo a este assunto do que a RTP1 ou a SIC.
- Comparativamente, *outras modalidades desportivas* surge com muito menor peso na amostra, não obstante o incremento genérico que sofreu este ano devido à cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim. Verifica-se que, em particular a RTP1, confere maior relevo a este assunto do que a SIC ou a TVI.
- No âmbito das *irregularidades* incluem-se peças sobre dívidas ao fisco por parte dos clubes e questões relacionadas com envolvimento em processos judiciais, como “caso apito final”.

FIG. 12 Subtemas da categoria temática assuntos internacionais, por serviço de programas

Subtemas de assuntos internacionais	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Eleições políticas internacionais	3,4%	2,3%	2,6%	2,8%
Conflitos armados	2,7%	2,1%	2,0%	2,3%
Atentados e terrorismo	1,8%	1,6%	1,2%	1,6%
Crise internacional	1,3%	0,9%	1,0%	1,1%
Relações diplomáticas	1,1%	1,0%	0,7%	1,0%
Ações governativas/Estado	1,3%	0,8%	0,7%	0,9%
Actividades de organizações internacionais	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%
Cooperação e ajuda humanitária	0,4%	0,3%	–	0,2%
Segurança e espionagem	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
Subtotal categoria assuntos internacionais	12,3% (169)	9,5% (141)	8,6% (105)	10,1% (415)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *assuntos internacionais* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 415. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática Assuntos internacionais*, observa-se:

- O tema *assuntos internacionais* tem uma representação relevante nos três operadores nos dias da amostra (12,3% na RTP1, 9,5% na SIC e 8,6% na TVI).
- *Eleições políticas internacionais* surge como o *subtema* mais tratado na grande categoria *assuntos internacionais* (em particular sobre as eleições presidenciais norte-americanas). Verifica-se que a RTP1 confere maior relevo a este assunto do que a TVI ou a SIC. Este assunto justifica o incremento genérico da categoria *temática assuntos internacionais* face aos anos anteriores.
- *Conflitos armados* surge como o segundo *subtema* mais tratado na grande categoria *assuntos internacionais*. Também aqui a RTP1 confere maior relevo a este assunto do que a SIC ou a TVI. Aqui inserem-se notícias relacionadas com o conflito Israelo-árabe, com o Iraque, o sequestro e libertação de Ingrid Betancourt, violência no Quênia, etc.

FIG. 13 Subtemas da categoria temática economia, finanças e negócios, por serviço de programas

Subtemas de economia, finanças e negócios	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Indicadores económicos	3,8%	4,2%	4,5%	4,2%
Empresas e negócios	1,4%	2,3%	1,7%	1,8%
Actividades de Organizações económicas	1,4%	1,1%	1,8%	1,4%
Crise financeira	0,8%	1,1%	0,3%	0,8%
Turismo	0,3%	0,9%	0,6%	0,6%
Consumo/Consumidores	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%
Mercado bolsista	0,6%	0,3%	0,4%	0,4%
Indústria	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%
Agricultura e pescas	0,2%	–	–	0,1%
Exportações/Importações	0,1%	0,1%	–	0,0%
Outros economia, finanças e negócios	0,1%	0,1%	–	0,0%
Subtotal economia, finanças e negócios	9,3% (128)	10,9% (163)	10,2% (124)	10,1% (415)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *economia, finanças e negócios* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 415. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática economia, finanças e negócios*, observa-se:

- O tema *economia, finanças e negócios* tem uma representação relevante nos três operadores nos dias da amostra (10,9% na SIC, 10,2% na TVI e 9,3% na RTP1).
- *Indicadores económicos* surge como o *subtema* mais tratado na categoria *Economia, finanças e negócios*. Verifica-se que a TVI e a SIC conferem maior relevo a este assunto do que a RTP1. Entre estes incluem-se notícias sobre a quebra do crescimento económico ou a revisão em baixa do investimento, o preço dos combustíveis, a queda das bolsas, etc.
- *Empresas e negócios* surge como o segundo *subtema* mais tratado na categoria *economia, finanças e negócios*. Verifica-se que a SIC confere maior relevo a este assunto do que a TVI ou a RTP1. A título de exemplo, inclui-se aqui a crise no BCP, o lançamento de produtos e serviços de empresas como Meo ou Zon Multimédia, lucros ou insolvência de empresas, resultados da TAP, Galp, etc.
- Porém, o incremento da relevância que a categoria *temática economia, finanças e negócios* regista este ano, deve-se a assuntos relacionados com a *crise financeira* que, embora isoladamente não surja com muito peso, reflecte-se no interesse conferido aos indicadores económicos enquanto consequências dos seus efeitos.

FIG. 14 Subtemas da categoria temática cultura, por serviço de programas

Subtemas de cultura	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Artes e eventos culturais	2,6%	3,8%	3,4%	3,3%
Eventos de moda e beleza	–	0,3%	0,2%	0,2%
Outros cultura	–	0,1%	0,2%	0,1%
Subtotal categoria cultura	2,6% (36)	4,3% (64)	3,8% (46)	3,6% (146)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *cultura* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 146. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática cultura* observa-se:

- O tema *cultura* está pouco representado nos três operadores nos dias da amostra (4,3% na SIC, 3,8% na TVI e 2,6% na RTP1), embora este ano, seja a sétima *temática* mais frequentada na amostra, o que denota um acréscimo face a anos anteriores. Convém ainda salientar que muitos intervenientes desta área surgem também em peças que

enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *políticas culturais*, também com fraco peso na amostra.

- *Artes e eventos culturais* surge como o *subtema* mais tratado na categoria *cultura*. Verifica-se que a SIC e a TVI conferem maior relevo a este assunto do que a RTP1, sendo este o operador que conta com a menor percentagem de peças neste tema e *subtema*. Inserem-se aqui as notícias sobre divulgação de espectáculos ou exposições, lançamentos de livros, estreias de filmes ou peças de teatro, etc.

FIG. 15 Subtemas da categoria temática sociedade, por serviço de programas

Subtemas de sociedade	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Casos de interesse humano (fait-divers)	1,1%	2,5%	0,7%	1,5%
Comportamentos sociais	0,4%	0,9%	0,3%	0,5%
Assuntos sobre a infância	0,4%	0,2%	0,2%	0,3%
Relações familiares	0,1%	0,3%	0,1%	0,2%
Violência doméstica	0,1%	0,4%	0,1%	0,2%
Outros sociedade	–	–	0,1%	0,0%
Subtotal Sociedade	2% (28)	4,3% (64)	1,5% (18)	2,7% (110)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *sociedade* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 110. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática Sociedade* observa-se:

- O *tema sociedade* está pouco representado nos três operadores nos dias da amostra (4,3% na SIC, 2% na RTP1 e 1,5% na TVI).
- O *subtema casos de interesse humano*, onde se incluem os *fait-divers* é o mais frequente enquanto assunto principal incluído na *temática sociedade*. Verifica-se que a SIC confere maior relevo a este assunto do que a RTP1 ou a TVI. A título meramente exemplificativo, incluem-se aqui notícias sobre vencedores do euromilhões e outros prémios, sobre proezas de animais, curiosidades sobre a vida privada de figuras públicas ou mesmo de cidadãos anónimos, etc.

FIG. 16 Subtemas da categoria temática relações laborais, por serviço de programas

Subtemas de Relações Laborais	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Greves, protestos e manifestações laborais	1,4%	0,9%	0,9%	1,1%
Emprego/Desemprego	0,5%	1,1%	0,4%	0,7%
Ações sindicais	0,9%	0,3%	0,9%	0,7%
Políticas laborais das empresas/empresários	0,1%	–	0,1%	0,0%
Qualidade e segurança no trabalho	0,1%	0,1%	–	0,0%
Subtotal Relações laborais	2,9% (40)	2,3% (35)	2,3% (28)	2,5% (103)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *relações laborais* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 103. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática relações laborais* observa-se:

- O *tema relações laborais* está pouco representado nos três operadores nos dias da amostra (2,9% na RTP1, 2,3% na SIC e TVI). Porém, convém salientar que muitos intervenientes da área dos sindicatos, trabalhadores e empregadores surgem também em peças que enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *políticas laborais* ou *políticas para a educação*.
- O *subtema greves, protestos e manifestações laborais* é mais saliente na RTP1, a categoria *ações sindicais* igualmente na RTP1 e na TVI e a categoria *emprego/desemprego* destaca-se na SIC. Essencialmente trata-se de greves sectoriais,

manifestações e outras acções da CGTP, reuniões entre sindicatos e governo ou empregadores, protestos dos professores, aumento do desemprego, despedimentos e encerramento de empresas.

FIG. 17 Subtemas da categoria temática crença e religião, por serviço de programas

Subtemas de Crença e Religião	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Cristianismo católico	0,4%	0,5%	0,7%	0,5%
Islamismo	0,2%	0,1%	–	0,1%
Cristianismo ortodoxo	0,1%	0,1%	–	0,0%
Judaísmo	–	0,1%	–	0,0%
Outras Confissões Crença	–	0,1%	–	0,0%
Subtotal Crença e Religião	0,7% (10)	0,8% (12)	0,7% (8)	0,7% (30)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *crença e religião* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 30. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria *temática crença e religião* observa-se:

- O tema *crença e religião* está muito fracamente representado nos três operadores nos dias da amostra (0,8% na SIC, 0,7% na RTP1 e TVI).
- O subtema *cristianismo católico* é o mais saliente nos três operadores, em particular na TVI, sobretudo sobre as cerimónias religiosas do 13 de Maio e intervenções do Papa Bento XVI.
- O Jornal da Noite da SIC é aquele que destaca a maior diversidade de religiões como assunto principal, inclusive uma peça sobre Candomblé.

FIG. 18 Subtemas das categorias temáticas população e grupos minoritários, por serviço de programas

Subtemas de População	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Imigração	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
Emigração	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Questões demográficas	0,1%	0,1%	–	0,1%
Subtotal População	0,5% (7)	0,2% (3)	0,3% (4)	0,3% (14)
Subtemas Grupos minoritários	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Minorias Étnicas	0,1%	–	0,1%	0,0%
Minorias Sexuais	–	–	0,1%	0,0%
Portadores de deficiência	–	0,1%	0,1%	0,0%
Subtotal Grupos minoritários	0,1% (1)	0,1% (1)	0,2% (3)	0,1% (5)

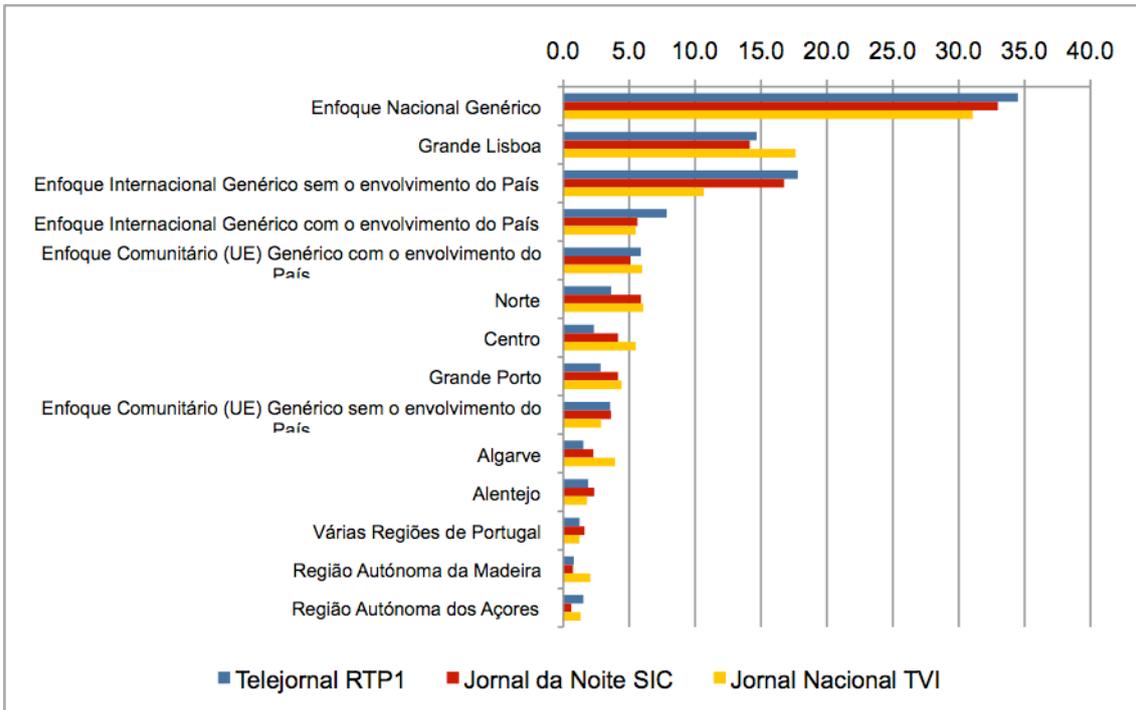
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças em que *população* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 14. Número de peças em que *grupos minoritários* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 5. Totais em percentagem e em números absolutos.

Considerando os assuntos tratados dentro das grandes categorias *temáticas população e grupos minoritários* observa-se:

- Os temas *população* e *grupos minoritários* são os menos representados nos três operadores nos dias da amostra (variando entre 0,1% e 0,5%). Convém salientar que estes assuntos surgem também em peças que enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *Políticas de migração*, embora também estas sejam residuais.
- O subtema *imigração* surge associado a peças sobre imigrantes clandestinos que deram à costa italiana, a história de sucesso de um imigrante romeno e ainda sobre a problemática da relação entre imigração e criminalidade.
- O subtema *minorias étnicas* surge associado ao realojamento de famílias de etnia cigana

na sequência dos acontecimentos na Quinta da Fonte.

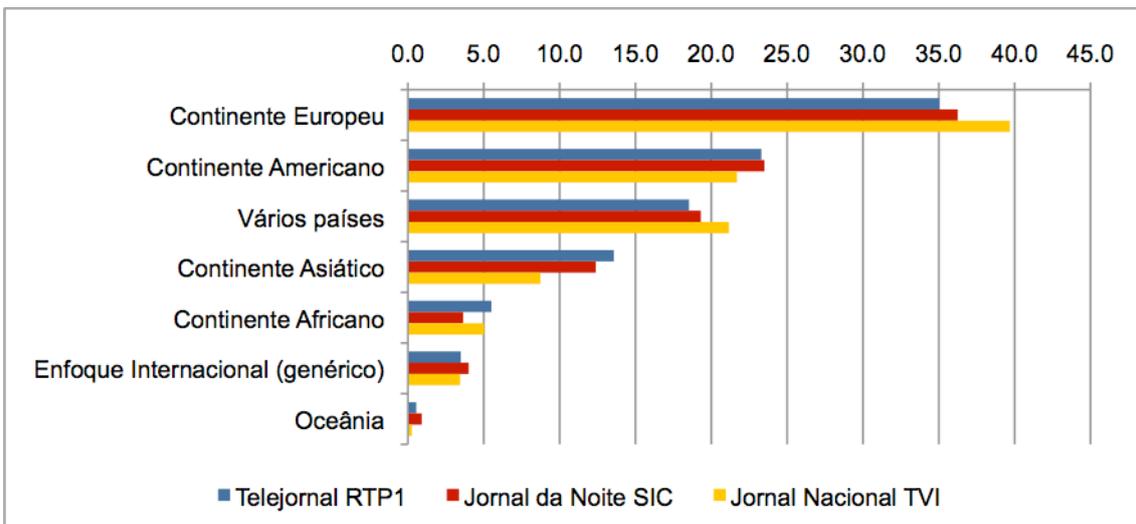
FIG. 19 Incidência geográfica das peças, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Valores em percentagem.

- Grande parte das notícias sobre o País não se refere a uma região em particular, sendo geralmente classificadas como tendo *enfoque nacional genérico*, com valores aproximados nos três operadores.
- A região da *Grande Lisboa* é a mais referida pelos três serviços de programas, em particular pela TVI.
- As restantes regiões do País foram pouco referidas nos três serviços de programas, em particular o *Alentejo* e as *regiões autónomas*.
- Quanto às peças com *enfoque internacional* ou *comunitário*, predominam, nos três serviços de programas, as internacionais *sem o envolvimento* de Portugal.

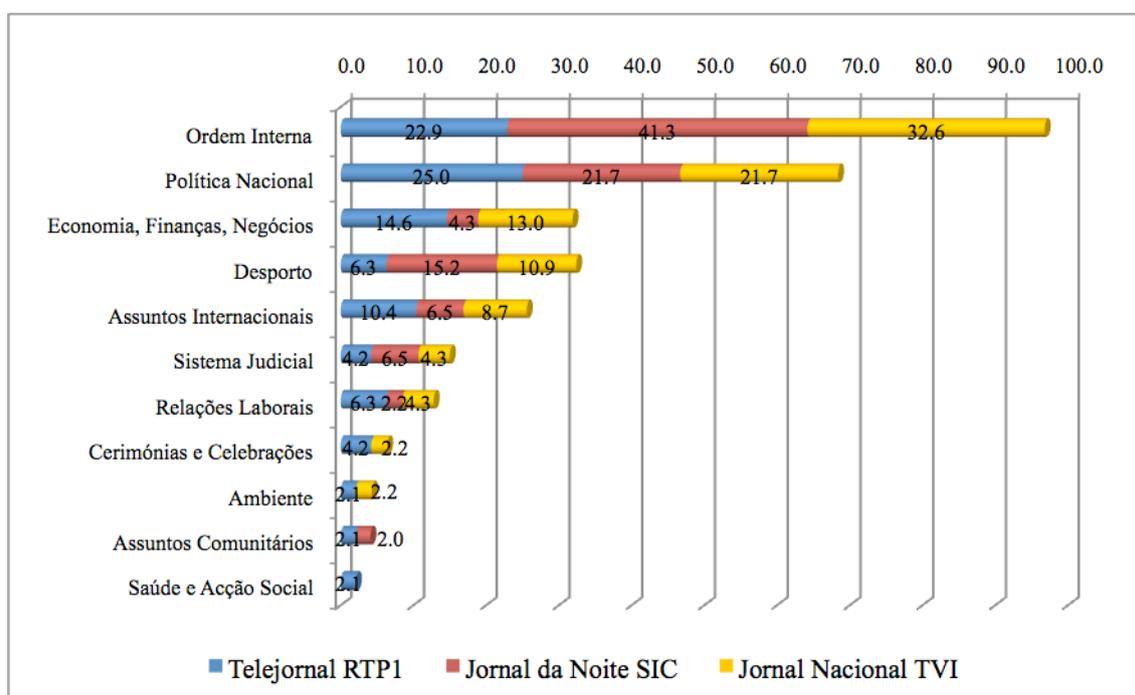
FIG. 20 Incidência geográfica internacional das peças, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças que se referem ao contexto internacional nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 1472. Valores em percentagem.

- No que se refere à incidência *internacional* ou *comunitária* das peças, em geral associadas a *assuntos internacionais* com ou sem o envolvimento do País, verifica-se uma concentração dos três operadores em peças sobre países europeus (designadamente sobre futebol e o Euro 2008).
- O *continente americano* (designadamente, os Estados Unidos da América, o Brasil e a Venezuela) surge como o segundo mais referido, em consequência da cobertura das eleições norte-americanas e da crise alimentar e financeira mundial.
- O *continente asiático* (em particular, a China, os países do Médio Oriente, a Índia e o Paquistão) surge como o terceiro sobre o qual incidem as notícias, designadamente devido à cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim.
- O *continente africano* foi pouco valorizado nas notícias, em particular os PALOP (32 peças), com mais relevo na RTP1 e TVI. No entanto, Moçambique foi o país africano mais noticiado.

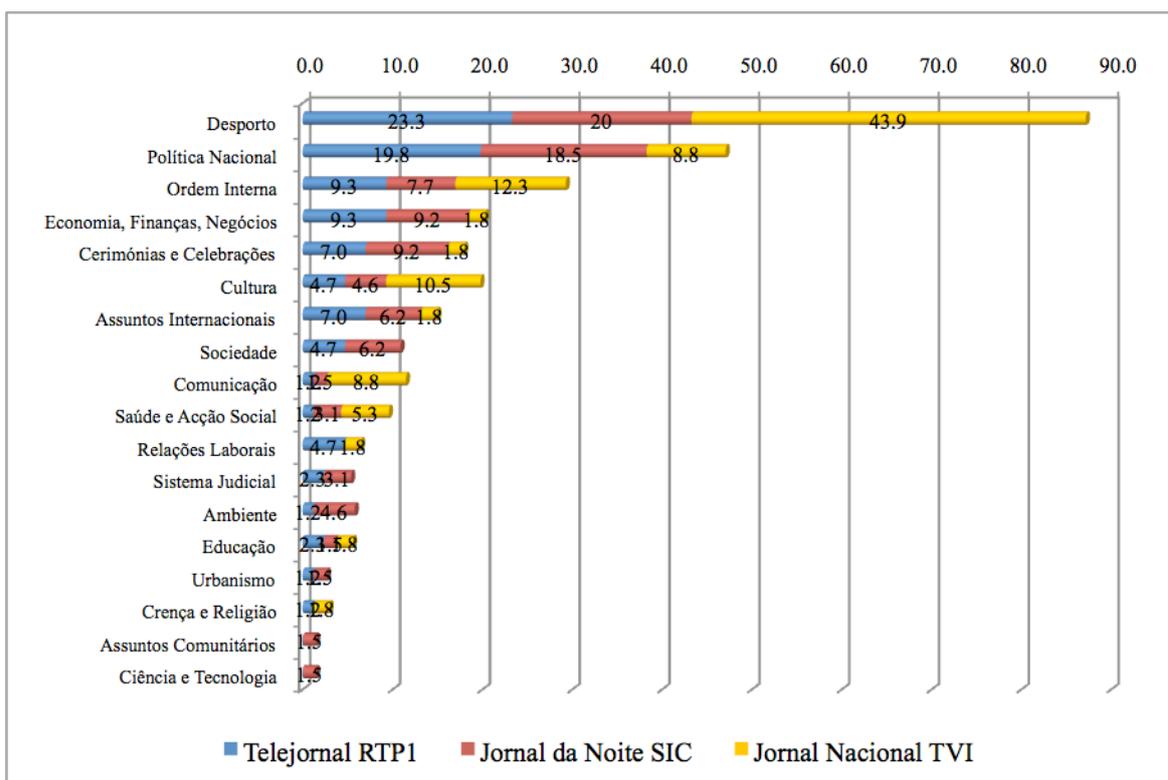
FIG. 21 *Temas de abertura dos blocos informativos, por serviço de programas*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças de *abertura* dos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 140. Valores em percentagem. Os temas de *abertura* são indicadores de valorização e hierarquização dos assuntos noticiados. O indicador peça de *abertura* está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de selecção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

- O *tema* de *abertura* mais comum no Telejornal da RTP1 é *política nacional*.
- No Jornal da Noite da SIC e no Jornal Nacional da TVI, é *ordem interna*.
- O Telejornal da RTP1 é o que mais diversifica os *temas* de *abertura* (onze).
- *ordem interna*, *política nacional*, *economia*, *finanças* e *negócios* e *assuntos internacionais*, foram *temas* que mais figuraram na *abertura* dos noticiários dos três serviços de programas. Estes são também os *temas* mais tratados nos três serviços de programas.

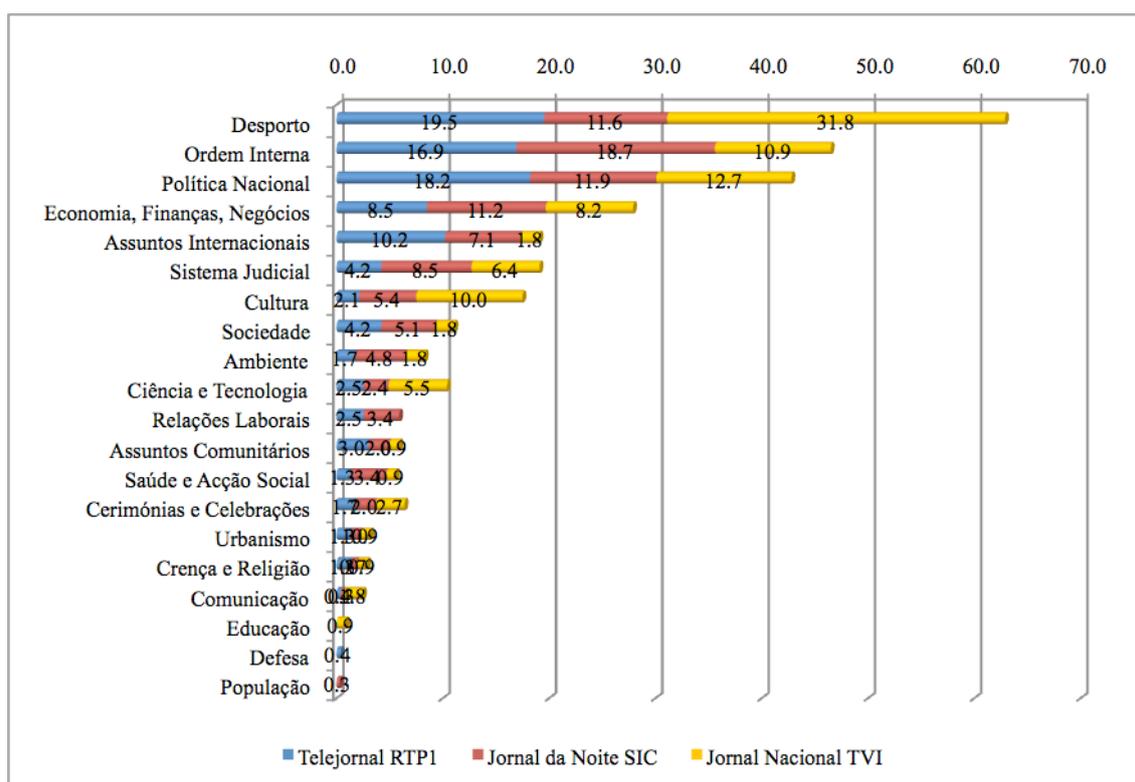
FIG 22. Temas das peças com *autopromoção*, por canal



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com *autopromoção* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 208. Valores em percentagem. A *autopromoção* abrange peças relativas a iniciativas do próprio canal/operador que constituem tema noticioso.

- No que diz respeito a peças emitidas associadas a *autopromoção* de programas ou personalidades do próprio serviço de programas, foram identificadas 208 na actual amostra.
- Dessas peças, 86, 41,3% são do Telejornal da RTP1, 65, 31,3% do Jornal da Noite da SIC e 57, 27,4% são do Jornal Nacional da TVI.
- O assunto mais tratado em peças com *autopromoção*, é *desporto*, incidindo sobre as chamadas de atenção para a transmissão de um determinado jogo de futebol através da antena desse mesmo serviço de programas (em particular do Euro 2008).
- O segundo assunto mais tratado em peças com *autopromoção*, é *política nacional*, incidindo sobre as chamadas de atenção para debates, entrevistas e reportagens desse mesmo serviço de programas.

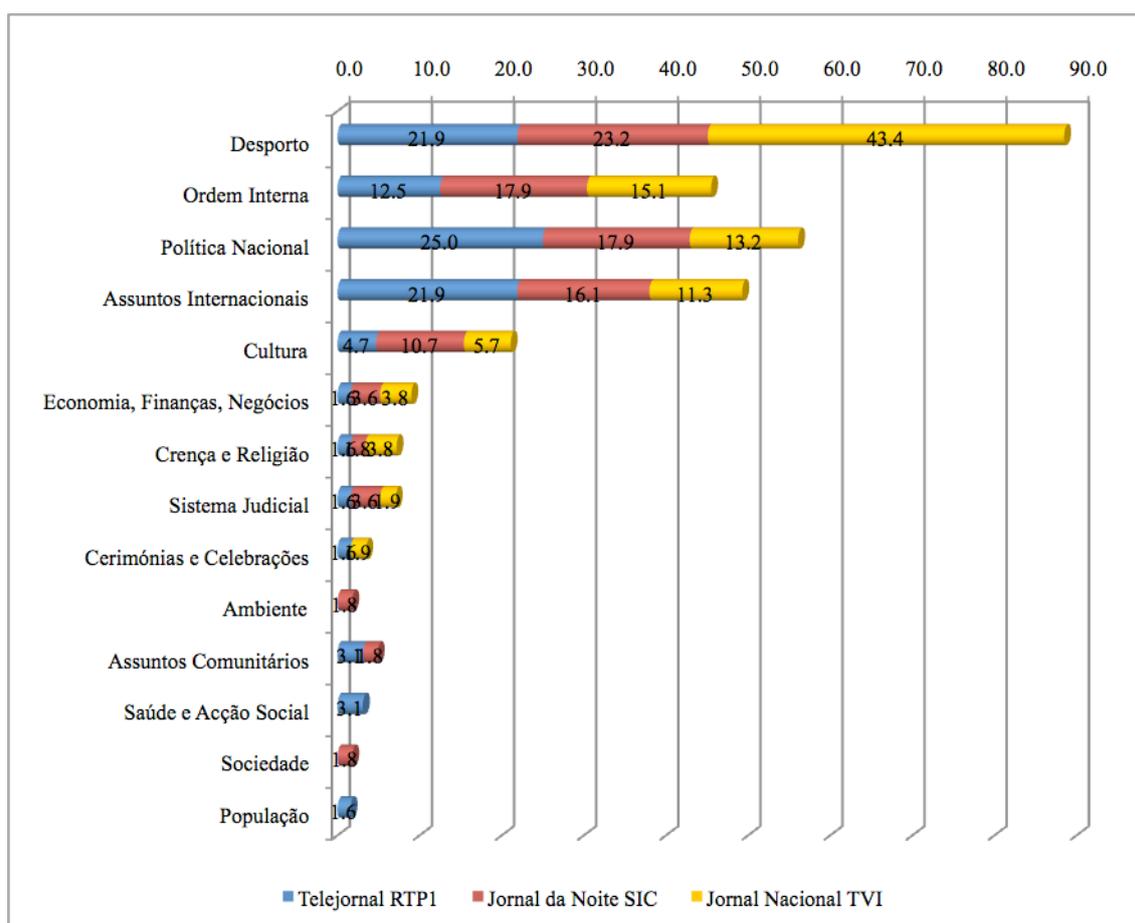
FIG. 23 Temas com promoção (teaser), por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com *promoção/teaser* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 640. Valores em percentagem. Inserida em momentos-chave dos noticiários (por exemplo, na abertura, no final da primeira parte, etc.), a *promoção/teaser* visa destacar uma ou várias peças do serviço informativo, funcionando como indicador de valorização e hierarquização dos assuntos a noticiar. Trata-se de um indicador associado à relevância conferida à informação.

- A maioria das peças analisadas nos três serviços de programas generalistas (84,3%) não tem *promoção (teaser)*.
- No entanto, 17,1% das peças emitidas pela RTP1 têm *promoção*. Destas, grande parte é destacada na abertura do Telejornal, designadamente, *desporto* (19,5%) *política nacional* (18,2%) e *ordem interna* (16,9%).
- No que respeita à SIC, do total de peças com *promoção*, 19,7%, destaca-se *ordem interna* (18,7%), *política nacional* (11,9%) e *desporto* (11,6%).
- Quanto à TVI, promove 9% do total de peças emitidas, em particular, *desporto* (31,8%), *política nacional* (12,7) e *ordem interna* (10,9%).
- No conjunto dos três noticiários, os temas ligados a *desporto*, *ordem interna* e *política nacional* são os mais promovidos através de chamadas de atenção (*teasers*), o que pode indicar que são considerados os mais aptos para reter a atenção do público. Como referido antes, são também os mais frequentes.

FIG. 24 *Temas das peças com directo, por serviço de programas*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com *directo* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 173. Valores em percentagem. A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui um dos indicadores de valorização e relevância temática conferida a um assunto ou protagonista.

- A maioria das peças de todos os noticiários (95,8%) é emitida sem recurso a *directos*, com particular incidência na SIC.
- As peças que incluem *directos* são mais comuns na RTP1 e na TVI, embora também com fraco relevo (representam 4,6% e 4,3% do total de peças emitidas por estes serviços de programas).
- Os *directos* são mais frequentes nas peças sobre *política nacional* no Telejornal da RTP1 e nas peças sobre *desporto* nos operadores privados.
- O Telejornal da RTP1 é o que mais diversifica os assuntos em que existem *directos* (12).
- Os temas *desporto*, *política nacional* e *assuntos internacionais* foram alvo de mais emissões em *directo* no conjunto dos serviços de programas analisados.

2. Fontes de informação principais

O indicador *fontes de informação principais* visa reconhecer e classificar a pessoa, o grupo, a instituição e/ou o documento consultado(s) e estruturante na construção da peça. Neste sentido, admite-se a consulta manifesta de outras fontes que se cruzem com aquela que se identifica como dominante. Na análise que se sucede, considera-se apenas as áreas de identificação da fonte central consultada para a construção da peça.

FIG. 25 Áreas a que pertencem as fontes principais das peças, por serviço de programas

Fonte Dominante	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (três blocos)
Política nacional	21,3%	14,3%	20,5%	18,5%
Sociedade	12,0%	12,5%	10,0%	11,6%
Desporto	8,5%	7,4%	11,3%	8,9%
Economia, finanças e negócios	5,9%	6,9%	8,3%	7,0%
Comunidade Internacional	8,2%	5,3%	6,2%	6,5%
Comunicação	4,0%	4,2%	3,9%	4,0%
Ciência e Tecnologia	4,3%	5,0%	2,4%	4,0%
Ordem interna	3,2%	3,4%	5,0%	3,8%
Relações Laborais	3,8%	3,0%	4,5%	3,7%
Sistema Judicial	3,5%	2,8%	4,2%	3,5%
Cultura	2,6%	3,0%	3,0%	2,9%
Saúde e Acção Social	2,3%	1,6%	2,0%	2,0%
Comunidade Europeia	1,3%	1,2%	1,6%	1,3%
Educação	0,9%	1,2%	1,6%	1,2%
Crença e Religião	0,9%	0,5%	0,9%	0,8%
Defesa	0,7%	0,3%	0,8%	0,6%
População	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%
Urbanismo	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%
Grupos minoritários	-	0,2%	0,3%	0,2%
Ambiente	0,1%	0,1%	-	-
Fonte Confidencial	-	-	0,1%	-
Informação não atribuída	16,1%	26,8%	13,1%	19,1%
Total	100 (1372)	100 (1469)	100 (1185)	100 (4026)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4026, RTP1 = 1372, SIC = 1469, TVI = 1185. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* = 63 às quais o indicador não se aplica. Total em percentagem e números absolutos. A categoria *sociedade* inclui cidadãos e grupos de cidadãos. Não representa apenas cidadãos comuns anónimos mas também entidades colectivas ou individuais representativas de grupos de cidadãos e da sociedade civil. Considera-se Informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

- As fontes oriundas da área *política nacional* são a principal fonte de informação dos três noticiários generalistas, tendência ligeiramente mais acentuada na RTP1 (correspondendo a 21,3% das fontes identificadas) e menos acentuada na SIC (correspondendo a 14,3% das fontes do Jornal da Noite).
- A categoria *sociedade*, onde se incluem, fundamentalmente, os cidadãos comuns mas também outros representantes da *sociedade* civil, é a segunda categoria de fontes mais consultada no conjunto dos noticiários.
- Os serviços de programas RTP1 e SIC tendem a consultar ligeiramente mais cidadãos (nomeadamente, a SIC com 12,5%) do que a TVI (10%).
- As fontes oriundas do *desporto*, designadamente do *futebol*, são também relevantes para todos os serviços de programas. Mais no Jornal Nacional da TVI (11,3%) e menos no Jornal da Noite da SIC (7,4%).
- As fontes oriundas da área *economia, finanças e negócios* e da *comunidade internacional*, têm este ano um peso relevante para todos os serviços de programas.
- A *informação não atribuída*, no sentido de não ser referida explicitamente qualquer fonte de informação, é também saliente no conjunto dos três serviços de programas. Esta tendência é menos comum na TVI (correspondendo a 13,1% das peças do Jornal Nacional) e mais acentuada na SIC (correspondendo a 26,8% das peças do Jornal da Noite). É ainda importante salientar que, face aos dados de 2007, diminuiu a

percentagem de notícias sem atribuição de fontes.

FIG. 26 Subcategorias de fontes principais da área política nacional, por serviço de programas

Fontes Políticas Nacionais	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Governo	31,8%	42,4%	34,6%	35,7%
PSD	16,1%	9,5%	14,0%	13,6%
Presidência da República	12,7%	10,0%	11,9%	11,7%
Autarquias	6,5%	11,0%	9,5%	8,7%
Vários partidos políticos (oposição)	6,5%	6,7%	5,3%	6,2%
PCP	5,1%	3,3%	4,1%	4,3%
PS	4,1%	3,8%	3,3%	3,8%
CDS/PP	4,8%	2,9%	3,3%	3,8%
BE	4,1%	1,4%	2,9%	3,0%
Governos/Assembleias Regionais	1,4%	2,4%	3,7%	2,4%
Organismos de Regulação	1,4%	3,3%	2,9%	2,4%
Organismos da Administração Pública	2,7%	1,4%	1,6%	2,0%
Outros partidos políticos (FPNP)	0,7%	0,5%	1,2%	0,8%
Políticos individuais	0,7%	0,5%	0,4%	0,5%
Assembleia da República	0,7%	–	0,4%	0,4%
Representações Diplomáticas	–	1,0%	0,4%	0,4%
PEV	0,3%	–	–	0,1%
Outras fontes da política nacional	0,3%	–	0,4%	0,3%
Total	100% (292)	100% (210)	100% (243)	100% (745)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4026, RTP1 = 1372, SIC = 1469, TVI = 1185. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião*=63 às quais o indicador não se aplica. Total de peças cuja fonte principal pertença à área *política nacional* = 745. Total em percentagem e números absolutos.

▪ **Nota explicativa:** Na análise de fontes apresentada, serão analisadas não só as fontes políticas presentes nas 757 peças com tema dominante *política nacional*, mas todas as fontes políticas presentes nas 4089 peças emitidas nos três blocos informativos no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra. Exceptuam-se as peças de *comentário/opinião* cuja fonte não necessita de atribuição.

Considerando as subcategorias de fontes principais dentro da grande categoria *política nacional*, observa-se:

- A categoria de fontes da área *política nacional* é a mais representada nos três operadores nos dias da amostra (21,3% na RTP1, 20,5% na TVI e 14,3% na SIC).
- A subcategoria fontes do *Governo* é a mais frequente enquanto fonte principal incluída na categoria *Política nacional* nos três blocos informativos. Verifica-se que, em particular a SIC, confere maior relevo a fontes do governo do que a TVI ou a RTP1.
- O *PSD* é a segunda subcategoria de fontes da área *política nacional* mais presente nos dias da amostra. Verifica-se que, em particular a RTP1, mas também a TVI, conferem maior relevo a esta fonte do que a SIC, onde este partido surge como a quarta categoria mais frequentada.

FIG. 27 Fontes Principais da área sociedade (cidadania), por serviço de programas

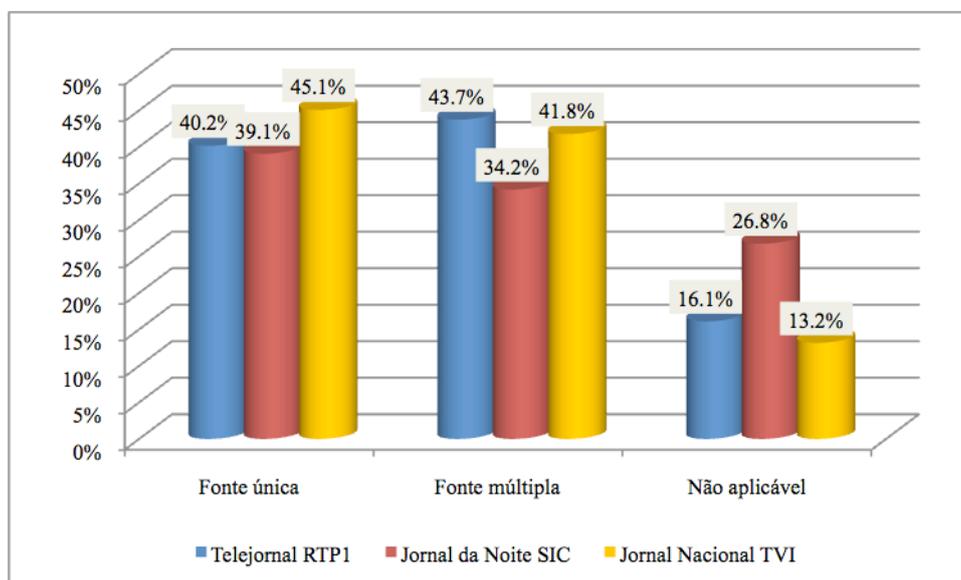
Fontes da Sociedade	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Cidadãos comuns Adultos	70,7%	75,0%	72,9%	73,0%
Entidades sem fins lucrativos	17,1%	8,7%	11,9%	12,4%
Cidadãos comuns Idosos	3,7%	7,1%	6,8%	5,8%
Cidadãos comuns Jovens	2,4%	6,0%	5,1%	4,5%
Cidadãos comuns Crianças	6,1%	3,3%	3,4%	4,3%
Total	100% (164)	100% (184)	100% (118)	100% (466)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4026, RTP1 = 1372, SIC = 1469, TVI = 1185. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* (=63) às quais o indicador não se aplica. Total de peças cuja fonte principal pertença à área *sociedade* = 466. Total em percentagem e números absolutos.

Considerando as subcategorias de fontes principais dentro da grande categoria *sociedade (cidadania)*, observa-se:

- A categoria de fontes da área *sociedade (cidadania)* é a segunda mais representada nos três operadores nos dias da amostra (12,5% na SIC, 12% na RTP1 e 10% na TVI).
- A subcategoria de fontes *cidadãos comuns adultos* é a mais frequente enquanto fonte principal incluída na categoria *sociedade* nos três blocos informativos. Verifica-se que, em particular a SIC, confere maior relevo a fontes desta subcategoria do que a RTP1 ou a TVI. Esta assume particular peso se agregarmos as restantes subcategorias etárias (idosos, crianças e jovens).

FIG. 28 Número de fontes, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI onde o indicador não se aplica = 4026.

- Genericamente, os noticiários dos três serviços de programas generalistas tendem a consultar uma *única fonte* no tratamento editorial das notícias (entre 40% a 45% dos casos).
- Os blocos informativos da RTP1 (43,7%) apresentam mais frequentemente *várias fontes* de informação.
- Este indicador *não é aplicável* às peças em que não existe qualquer fonte de informação

identificada (19,1%).

3. Principais actores

O indicador *principais actores* visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificado de forma manifesta como protagonistas da peça, ou seja aquele que participa de forma preponderante no irromper e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça. Neste sentido, admite-se a existência de outros *actores* que se cruzem com aquele que se identifica como dominante. Na análise que se sucede, considera-se apenas as áreas de identificação dos protagonistas para a construção da notícia.

FIG. 29 Áreas a que pertencem os *principais actores*, por serviço de programas

Principal Actor	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total (3 blocos)
Política nacional	20,4%	13,0%	19,8%	17,5%
Sociedade	14,0%	14,5%	11,6%	13,5%
Desporto	12,5%	9,5%	15,1%	12,2%
Comunidade Internacional	9,0%	6,2%	6,4%	7,2%
Economia, finanças e negócios	4,8%	5,1%	6,6%	5,5%
Sistema Judicial	3,6%	5,0%	4,3%	4,3%
Ordem interna	3,1%	4,0%	4,6%	3,9%
Cultura	2,8%	4,5%	3,4%	3,6%
Relações Laborais	3,1%	2,6%	3,8%	3,1%
Comunidade Europeia	1,7%	1,9%	1,1%	1,6%
Ciência e Tecnologia	1,5%	1,5%	1,6%	1,5%
Educação	1,3%	1,3%	1,6%	1,4%
Saúde e Acção Social	1,5%	0,8%	1,5%	1,2%
Crença e Religião	1,2%	0,7%	1,1%	1,0%
Comunicação	0,6%	0,7%	0,4%	0,6%
População	0,7%	0,3%	0,5%	0,5%
Defesa	0,3%	0,2%	0,5%	0,3%
Grupos minoritários	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
Urbanismo	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%
Ambiente	-	0,1%	-	-
Actores não identificáveis	17,4%	27,6%	15,6%	20,6%
Total	100% (1377)	100% (1492)	100% (1220)	100% (4089)

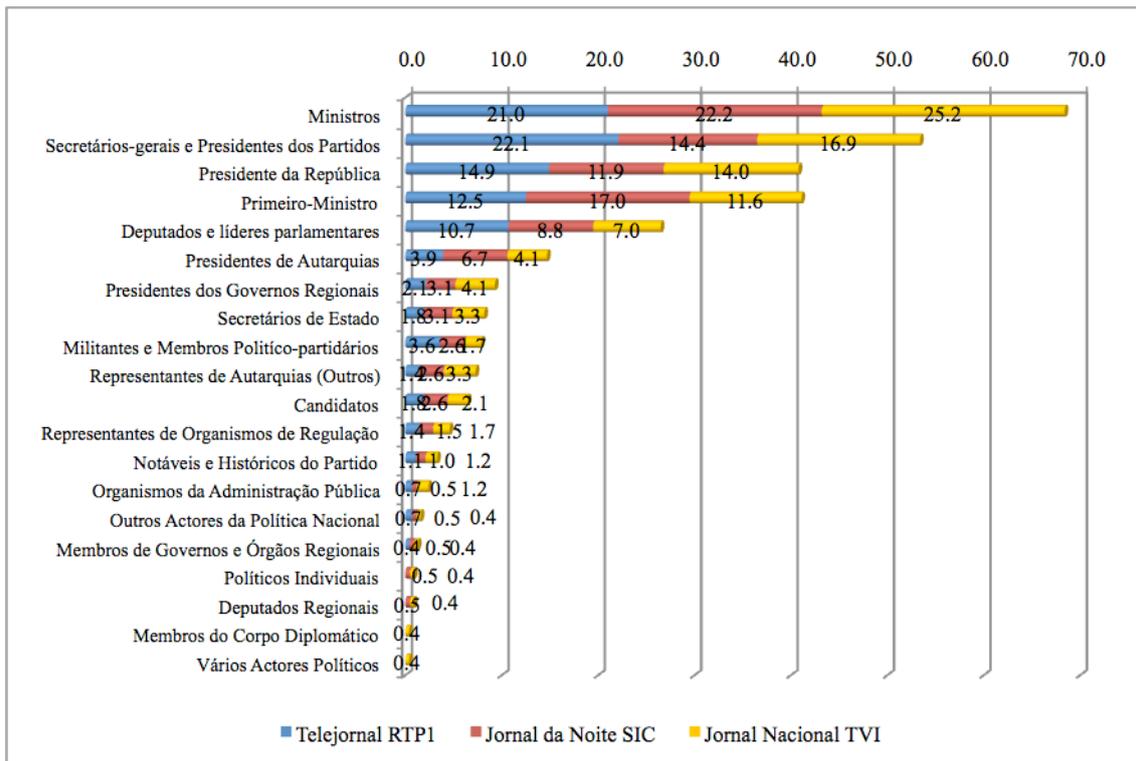
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 3247. Total em percentagem e números absolutos. A categoria *protagonistas* refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e cuja centralidade enquanto protagonista na peça noticiosa é visível. Responde às questões "Quem fala?" ou "De quem se fala" com privilégio da primeira. Os protagonistas são tratados a dois níveis: um nível macro (grandes grupos) e um nível micro (especificação dos protagonistas).

- Dos dados apurados, verifica-se que 27,6% das peças da SIC, 17,4% da RTP1 e 15,6% da TVI não identificam *protagonistas*.
- Considerando apenas as peças em que se identificam *protagonistas* das notícias (79,4% de 4089 peças), verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos *actores* políticos nacionais na RTP1 (20,4%) e na TVI (19,8%). No caso da SIC, os *actores*

políticos são a segunda categoria mais representada com 13%.

- A categoria de *protagonistas* representantes da *sociedade* (em particular, *cidadãos comuns*) é a mais representada na SIC (14,5%), a segunda mais representada na RTP1 (14%) e a terceira na TVI (11,6%).
- A terceira categoria de *protagonistas* presentes nos blocos informativos da RTP1 e da SIC pertence ao *desporto*, designadamente ao *futebol*, sendo a segunda categoria de *protagonistas* mais saliente no Jornal Nacional da TVI. Como subcategoria autónoma, *atletas e técnicos desportivos* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *desporto*. Essencialmente os *actores* que se destacam nesta categoria são jogadores, treinadores, seleccionadores e árbitros de futebol. Constatam também os atletas olímpicos nacionais e internacionais, entre outros.
- Os *actores* da área *comunidade internacional* estão bem representados nos três operadores nos dias da amostra (9% na RTP1, 6,4% na TVI e 6,2% na SIC). Como subcategoria autónoma, *representantes de Estado e de Governo estrangeiros* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *comunidade internacional*. Verifica-se que, em particular a RTP1, confere maior relevo a estes *actores* do que a TVI ou a SIC. Os *actores* que mais se destacam nesta categoria são o Presidente dos EUA, Bush ou Obama, e a título de exemplo, Robert Mugabe, Ramos Horta, Condollezza Rice, Hugo Chavez, entre vários outros presidentes e ministros.
- Os *actores* da área *economia, finanças e negócios* estão bem representados nos três operadores nos dias da amostra (6,6% na TVI, 5,1% na SIC e 4,8% na RTP1). Como subcategoria autónoma, *pequenos e médios empresários ou trabalhadores por conta-própria* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *economia, finanças e negócios*. Entre os *actores* mediáticos que mais se destacam nesta categoria surgem, a título de exemplo, Belmiro de Azevedo, Joe Berardo, Rodrigo Costa, Ferreira de Oliveira, Fernando Pinto, diversos presidentes e accionistas de bancos, correctores da bolsa, administradores de empresas, etc.
- Os *actores* da área *relações laborais* estão pouco representados nos três operadores nos dias da amostra (3,8% na TVI, 3,1% na RTP1 e 2,6% na SIC). Como subcategoria autónoma, *representantes de centrais, federações e associações sindicais* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *relações laborais*. Entre os *actores* que mais se destacam nesta categoria surgem, a título de exemplo, Carvalho da Silva da CGTP, Proença de Carvalho da UGT, Mário Nogueira da Fenprof, trabalhadores e trabalhadores em vias de despedimento de várias empresas como por exemplo a Quimonda, e ainda representantes de entidades patronais como Francisco Van Zeller, Belino Costa, João Cordeiro, João Machado, etc.
- Os *actores* da área *crença e religião* estão muito fracamente representados nos três operadores nos dias da amostra (1,2% na RTP1, 1,1% na TVI e 0,7% na SIC). Como subcategoria autónoma, *líderes religiosos* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *crença e religião*. Entre os *actores* que mais se destacam nesta categoria surgem, a título de exemplo, o Papa Bento XVI, Dalai Lama, padres e sacerdotes, membros, devotos e crentes de vários credos, entre outros.
- Os *actores* da área *população* são meramente residuais nos três operadores nos dias da amostra (0,7% na RTP1, 0,5% na TVI e 0,3% na SIC). Como subcategoria autónoma, *representantes de comunidades ou associações de emigrantes ou imigrantes* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *população*. Entre os *actores* que mais se destacam nesta categoria surgem, a título de exemplo, emigrantes portugueses, imigrantes de várias origens, imigrantes clandestinos, etc.
- Os *actores* da área *grupos minoritários* são meramente residuais nos três operadores nos dias da amostra (0,3 % na TVI e na SIC e 0,2% na RTP1). As únicas subcategorias autónomas referidas foram: *representantes ou membros de comunidades ROMs e cidadãos portadores de deficiência*. Entre os *actores* que se destacam nesta categoria surgem, cidadãos de etnia cigana relacionados com o "caso Quinta da Fonte", membros de uma associação para deficientes, uma criança anã, um invisuál, um cidadão em cadeira de rodas.

FIG. 30 Protagonistas da área política nacional, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com protagonistas da área *política nacional* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 717. Valores em percentagem.

▪ **Nota explicativa:** Na análise de *actores* apresentada, serão analisados não só os *actores* políticos presentes nas 757 peças com tema dominante *política nacional*, mas todos os *actores* políticos presentes nas 4089 peças emitidas nos três blocos informativos no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

Considerando apenas os protagonistas políticos nacionais:

As categorias de protagonistas políticos mais consultadas nos três serviços de programas são *ministros*, *secretários-gerais e presidentes dos partidos* e *Primeiro-ministro*, assim distribuídos:

- *Ministros* na categoria de protagonistas:
 - 25,2% na TVI.
 - 22,2% na SIC.
 - 21% na RTP1.

- *Secretários-gerais e presidentes dos partidos* na categoria de protagonistas:
 - 22,1% na RTP1.
 - 16,9% na TVI.
 - 14,4% na SIC .
 - Entre estes destacam-se: Filipe Menezes e Manuela Ferreira Leite pelo PSD, seguidos por Paulo Portas do CDS, segue-se Jerónimo de Sousa pela CDU e Francisco Louçã pelo BE. Só depois surge José Sócrates apresentado na qualidade de líder do PS.

- *Primeiro-ministro* na categoria de protagonista:
 - 17% na SIC.
 - 12,5% na RTP1.
 - 11,6% na TVI.

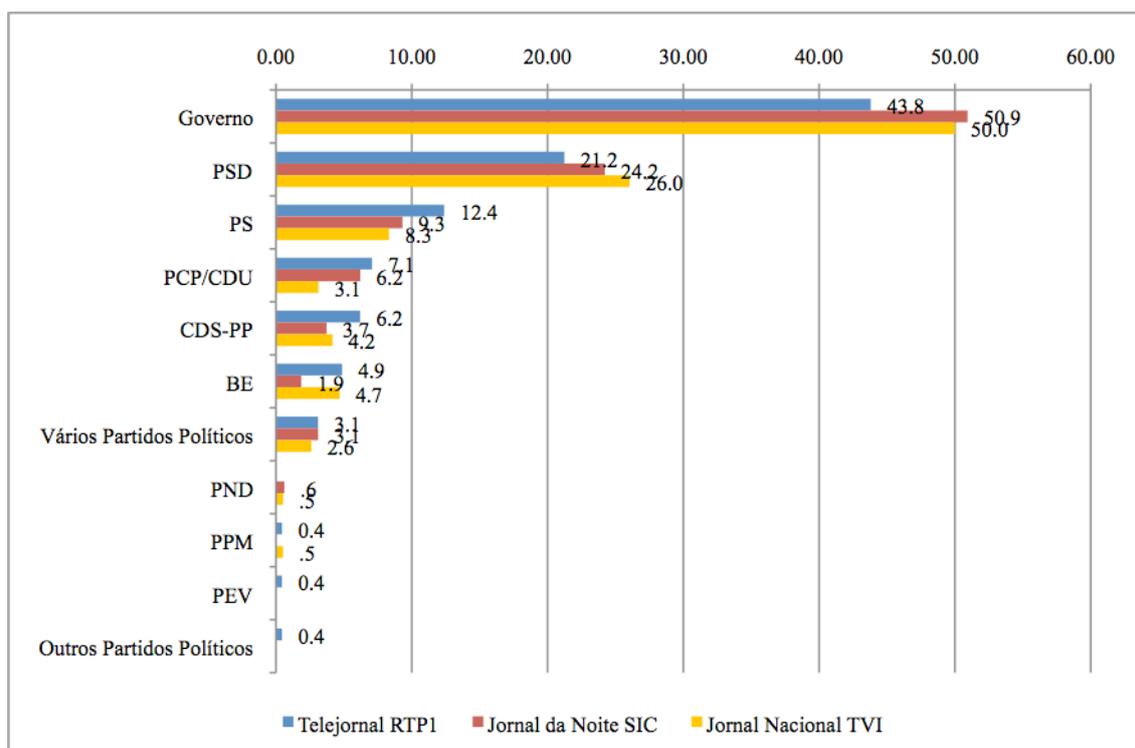
Considerando a agregação das categorias de **protagonistas que representam o Governo nacional** (*Primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado*) obtém-se os seguintes dados:

- 42,3% na SIC.
- 40,1% na TVI.
- 35,2% na RTP1.

Considerando a agregação das categorias de **protagonistas que representam os partidos políticos** (*secretários-gerais e presidentes dos partidos, deputados e líderes parlamentares, militantes e membros político-partidários, notáveis e históricos dos partidos, candidatos*) obtém-se os seguintes dados:

- 39,1% na RTP1;
- 29,4% na SIC;
- 28,9% na TVI.

FIG. 31 *Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais, por serviço de programas*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com pertença partidária identificada dos protagonistas políticos nacionais = 579, RTP1 = 226, SIC = 161, TVI = 192. Valores em percentagem. A pertença *político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *Ex-presidente da república; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; candidatos, militantes e membros político-partidários.*

Considerando apenas a *pertença político-partidária* dos principais actores nos dias da amostra analisada:

- Entre os protagonistas que surgem associados a uma determinada pertença *político-partidária*, predominam os *membros do Governo* nos três blocos informativos, com representatividade aproximada no Jornal Nacional da TVI e no Jornal da Noite da SIC

- (50% e 50,9%), seguidos pelo Telejornal da RTP1 (43,8%).
- Os *protagonistas* do *PSD* representam a segunda categoria mais frequentada nos três blocos informativos, com maior incidência no Jornal Nacional da TVI (26%), seguido de perto pelo Jornal da Noite da SIC (24,2%) e só depois pelo Telejornal da RTP1 (21,2%).
 - Os *protagonistas* do *PS* representam a terceira categoria mais frequentada nos três blocos informativos: 12,4% no Telejornal da RTP1, 9,3% no Jornal da Noite da SIC e 8,3% no Jornal Nacional da TVI.
 - Os *protagonistas* do *PCP/CDU* representam a quarta categoria mais frequentada no Jornal da Noite da SIC (6,2%) e no Telejornal da RTP1 (7,1%) e a sexta no Jornal Nacional da TVI (3,1%).
 - Os *protagonistas* do *CDS/PP* representam a quinta categoria mais frequentada no Jornal da Noite da SIC (3,7%), no Telejornal da RTP1 (6,2%), e no Jornal Nacional da TVI (4,2%).
 - Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os do *BE* são os menos representados no Telejornal da RTP1 (4,9%) e no Jornal da Noite da SIC (1,9%). No Jornal Nacional da TVI, o *BE* é a quarta categoria mais frequentada (4,7%), à frente da *CDU* e do *CDS*.
 - O Telejornal da RTP1 tem uma única peça com um *protagonista* pertencente a partidos extraparlamentares nos dias da amostra, o *PPM*. O Jornal da Noite tem uma peça com *protagonistas* do *PND* e o Jornal Nacional da TVI tem duas peças com *protagonistas* do *PND* e do *PPM*.
 -

Considerando os **valores agregados da pertença político-partidária dos principais actores** nos dias da amostra analisada (*Atenção: estes dados não são comparáveis com os publicados no Relatório do pluralismo político-partidário, pois os métodos de análise utilizados não são idênticos*):

Os valores relativos ao *Governo+PS* agregados:

- 60,2% na SIC.
- 58,3% na TVI.
- 56,2% na RTP1.

Os valores relativos à *Oposição Parlamentar em conjunto*:

- 39,8% na RTP1.
- 38% na TVI.
- 36% na SIC.

Os valores relativos à *Oposição Extra-Parlamentar em conjunto*:

- 1% na TVI.
- 0,6% na SIC.
- 0,4% na RTP1.

FIG. 32 Valência/tom face aos principais actores segundo a sua pertença político-partidária, por serviço de programas

Pertença político-partidária principal actor	Telejornal RTP1			Jornal da Noite SIC			Jornal Nacional TVI		
	Mais Desfavorável do que Favorável	Equilibrado ou Neutro	Mais Favorável do que Desfavorável	Mais Desfavorável do que Favorável	Equilibrado ou Neutro	Mais Favorável do que Desfavorável	Mais Desfavorável do que Favorável	Equilibrado ou Neutro	Mais Favorável do que Desfavorável
Governo	14,1%	55,6%	30,3%	18,3%	53,7%	28,0%	20,8%	46,9%	32,3%
PS	–	32,1%	67,9%	6,7%	26,7%	66,7%	6,3%	50,0%	43,8%
PSD	2,1%	50,0%	47,9%	7,7%	56,4%	35,9%	14,0%	40,0%	46,0%
PCP/CDU	–	31,3%	68,8%	–	70,0%	30,0%	–	33,3%	66,7%
CDS-PP	–	21,4%	78,6%	–	16,7%	83,3%	–	37,5%	62,5%
BE	–	36,4%	63,6%	–	33,3%	66,7%	11,1%	22,2%	66,7%
PEV	–	–	100,0%	–	–	–	–	–	–
PPM	–	100,0%	–	–	–	–	–	100,0%	–
PND	–	–	–	–	–	100,0%	–	–	100,0%
Vários Partidos Políticos	14,3%	71,4%	14,3%	20,0%	40,0%	40,0%	–	80,0%	20,0%
Outros Partidos Políticos	100,0%	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	7,5% (17)	46,9% (106)	45,6% (103)	12,4% (20)	50,3% (81)	37,3% (60)	15,1% (29)	44,3% (85)	40,6% (78)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com pertença partidária identificada dos protagonistas políticos nacionais = 579, RTP1 = 226, SIC = 161, TVI = 192. Totais em percentagem e em números absolutos. A *pertença político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *Ex-Presidente da República; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de Estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; candidatos, militantes e membros político-partidários.*

Considerando a *valência/tom* face ao principal actor, segundo a sua *pertença político-partidária* nos dias da amostra analisada:

Nas peças com actores identificados como membros do Governo, estes são tendencialmente apresentados com *valência/tom equilibrado ou neutro* (55,6% na RTP1, 53,7% na SIC e 46,9% na TVI).

Os membros do Governo são apresentados com *tom/valência mais favorável* em 32,3% na TVI, 30,3% na RTP1 e 28% na SIC.

Os membros do Governo são apresentados com *tom/valência mais desfavorável* em 20,8% na TVI, 18,3% na SIC e 14,1% na RTP1.

Os actores identificados como membros do PSD, maior partido da oposição, são tendencialmente apresentados com *valência/tom equilibrado ou neutro* (56,4% na SIC, 50% na RTP1 e 40% na TVI).

Os membros do PSD são apresentados com *tom/valência mais favorável* em 47,9% na RTP1, 46% na TVI e 35,9% na SIC.

Os membros do PSD são apresentados com *tom/valência mais desfavorável* em 14% na TVI, 7,7% na SIC e 2,1% na RTP1.

Os representantes dos restantes partidos da oposição surgem tendencialmente com *valência/tom equilibrado ou neutro* ou com *tom/valência mais favorável*. Apenas os representantes do BE (uma peça) surgem com *tom/valência mais desfavorável* na TVI.

FIG. 33 Qualidade em que intervêm os principais actores segundo a sua pertença político-partidária, por serviço de programas

Pertença político-partidária principal actor	Telejornal RTP1		Jornal da Noite SIC		Jornal Nacional TVI	
	Protagonista	Destinatário ou Alvo	Protagonista	Destinatário ou Alvo	Protagonista	Destinatário ou Alvo
Governo	76,8%	23,2%	80,5%	19,5%	66,7%	33,3%
PS	100,0%	–	100,0%	–	100,0%	–
PSD	93,8%	6,3%	84,6%	15,4%	82,0%	18,0%
PCP/CDU	100,0%	–	90,0%	10,0%	100,0%	–
CDS-PP	100,0%	–	100,0%	–	100,0%	–
BE	100,0%	–	100,0%	–	88,9%	11,1%
PEV	100,0%	–	–	–	–	–
PPM	100,0%	–	–	–	100,0%	–
PND	–	–	100,0%	–	100,0%	–
Vários Partidos Políticos	71,4%	28,6%	80,0%	20,0%	100,0%	–
Outros (Independentes)	–	100,0%	–	–	–	–
Total	87,2% (197)	12,8% (29)	85,1% (137)	14,9% (24)	78,1% (150)	21,9% (42)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com pertença partidária identificada dos protagonistas políticos nacionais = 579, RTP1 = 226, SIC = 161, TVI = 192. Totais em percentagem e em números absolutos. A pertença político-partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *Ex-Presidente da República; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de Estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; candidatos, militantes e membros político-partidários.*

A tabela anterior descreve a variável *qualidade* em que intervêm os principais actores identificados nas peças.

Esta variável agrega as categorias **protagonista** (*quem fala e de quem se fala*) e **destinatário/alvo** (*alvo da crítica de terceiros*).

Na categoria **protagonista** inclui-se o interveniente, pessoa que, na peça, não é alvo de crítica ou contestação de terceiros.

Na categoria **destinatário/alvo**, inclui-se o interveniente, pessoa que, na peça, é alvo de crítica ou contestação de terceiros.

Considerando a *qualidade em que intervêm* o principal actor, segundo a sua *pertença político-partidária* nos dias da amostra analisada:

Observa-se que, independentemente da sua pertença político-partidária, os principais actores das peças intervêm na qualidade de protagonistas directos ou indirectos, isto é, intervindo mediante emissão do discurso do próprio ou através da descrição das suas acções ou declarações.

Nas peças, em que estes actores são também *alvo/destinatários* do discurso crítico de terceiros, os membros do Governo surgem mais frequentemente como *alvo/destinatários* de crítica na TVI (33,3% das peças), seguindo-se na RTP (em 23,2% das peças) e na SIC (em 19,5% das peças).

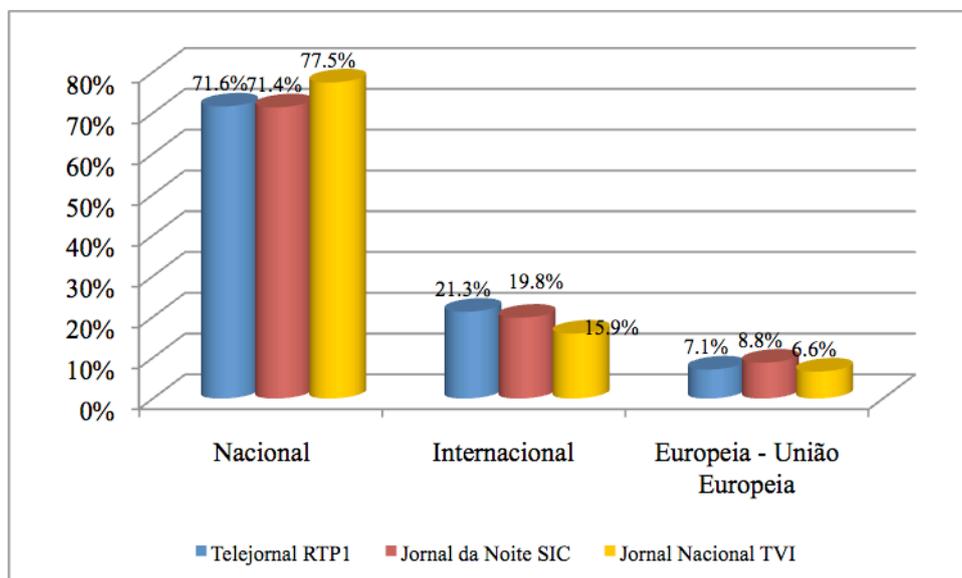
O PSD é *destinatário/alvo* de crítica em 18% das peças em que surge na TVI, 15,4% na SIC e 6,3% na RTP1.

O PCP é *destinatário/alvo* de crítica em 10% das peças em que surge na SIC, não sendo alvo de crítica na RTP1 e na TVI.

O BE é apenas *destinatário/alvo* de crítica na TVI, em 11% das peças em que está presente. Quando, na mesma peça, intervêm representantes dos *vários partidos políticos* (deputados,

militantes, etc.) a propósito de uma mesma questão, estes também surgem maioritariamente na qualidade de protagonistas. São *alvo/destinatários* do discurso crítico de terceiros em 28,6% das peças em que surgem na RTP1 e em 20% na SIC.

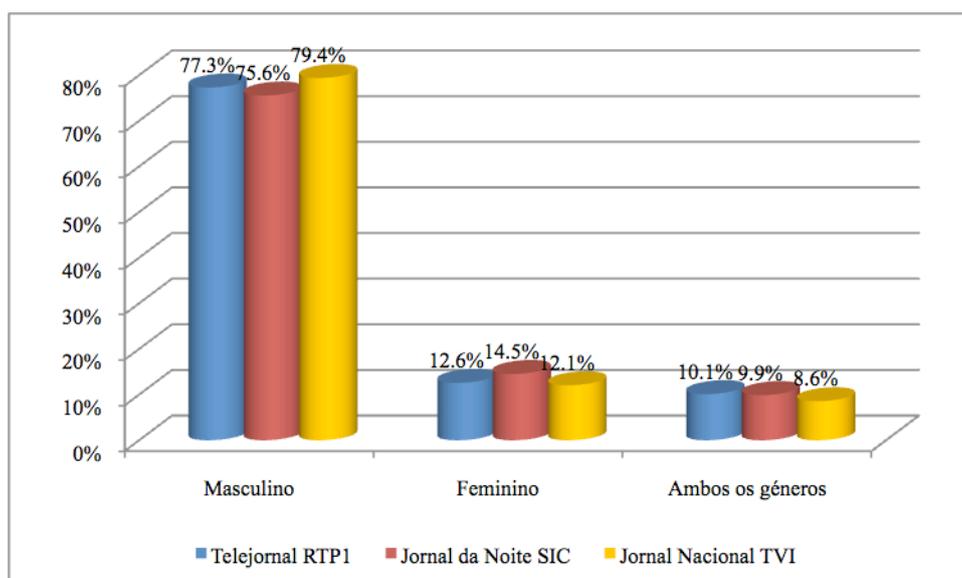
FIG. 34 Nacionalidade dos principais actores, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Total de casos em que foi possível identificar a *nacionalidade dos protagonistas* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 3247.

- A grande maioria dos *actores* das peças televisivas são *nacionais* (73,4%) e apenas 26,6% são *européus* ou *internacionais* (geralmente, associados à *temática assuntos internacionais* ou *desporto*).
- A TVI tem a menor percentagem de *actores europeus e internacionais*, a SIC a maior de *actores europeus* e a RTP1 a maior percentagem de *actores internacionais*.

FIG. 35 Género dos principais actores, por serviço de programas

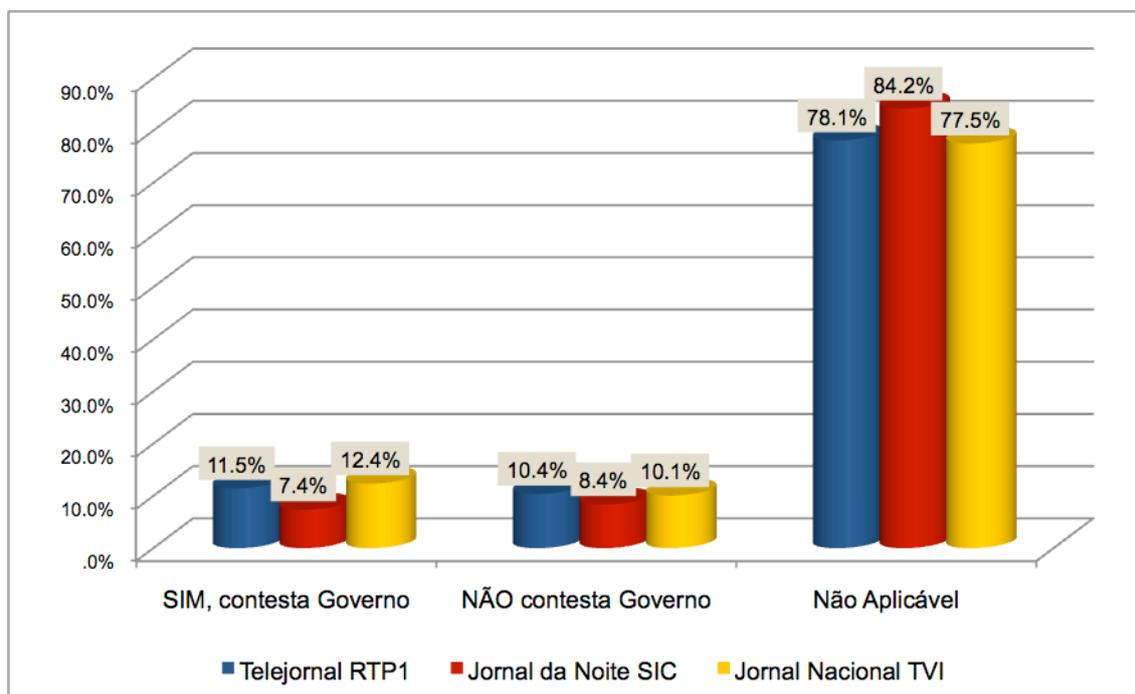


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Total de casos em que foi possível identificar o *género do principal actor* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 3246. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e

femininos que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de protagonistas previamente definidas).

- A grande maioria dos protagonistas dos noticiários é do *género masculino*, tendência ligeiramente mais acentuada no Jornal Nacional da TVI.
- As peças em que surgem protagonistas de *ambos os géneros*, masculino e feminino, apresentam valores aproximados aos das peças onde os protagonistas são apenas do *género feminino*.
- Distribuindo equitativamente os valores percentuais da categoria *ambos os géneros* pelas outras duas categorias, a diferença entre o *género masculino* e o *género feminino* é de 67,3 pontos percentuais na TVI, 64,8 pontos percentuais na RTP1 e 61 pontos percentuais na SIC.

FIG. 36 Peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220.

Esta variável identifica todos os casos em que o assunto ou ideia abordada ou desenvolvida na peça inclui questões críticas à actividade ou política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer no discurso do operador.

No gráfico anterior é analisada a variável crítica ou contestação à acção governativa. O total abrangido nesta análise refere-se à contabilização de todas as peças da amostra.

Na grande maioria das peças da amostra não é feita qualquer referência ao Governo ou à acção governativa, nem positiva nem negativa, pelo que esta variável não se aplica.

Em 12,4% do total de peças da TVI, em 11,5% das da RTP1 e em 7,4% das da SIC, existe crítica ao Governo nacional ou seus representantes.

Em 10,4% do total de peças da RTP1, em 10,1% das da TVI e em 8,4% das da SIC, não existe crítica ao Governo nacional ou seus representantes.

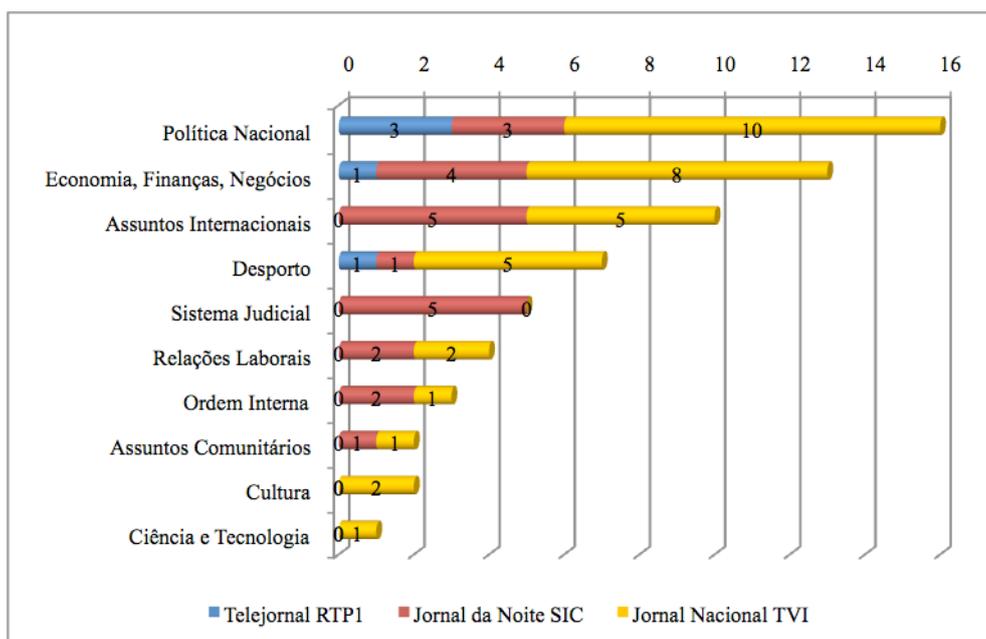
FIG. 37 Temas das peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas

Temas das peças que incluem crítica acção governativa	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política nacional	67,7%	63,6%	68,9%	67,1%
Relações Laborais	12,7%	10,9%	8,6%	10,7%
Economia, finanças e negócios	9,5%	13,6%	7,9%	10,0%
Ordem interna	2,5%	3,6%	3,3%	3,1%
Sistema Judicial	1,9%	1,8%	4,0%	2,6%
Saúde e Acção Social	0,6%	1,8%	2,0%	1,4%
Assuntos internacionais	0,6%	0,9%	1,3%	1,0%
Educação	–	–	2,0%	0,7%
Urbanismo	1,3%	0,9%	–	0,7%
Ciência e Tecnologia	0,6%	0,9%	0,7%	0,7%
Assuntos Comunitários	1,3%	–	–	0,5%
Ambiente	1,3%	–	–	0,5%
Cerimónias e Celebrações	–	0,9%	0,7%	0,5%
Grupos minoritários	–	–	0,7%	0,2%
Cultura	–	0,9%	–	0,2%
Total	100% (158)	100% (110)	100% (151)	100% (419)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Total de peças que incluem crítica ou contestação à acção do Governo = 419. Totais em percentagem e em números absolutos.

- Considerando apenas as peças que incluem alguma crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, verifica-se que estas não se circunscrevem apenas às peças sobre política nacional, que naturalmente estão em maioria, mas também a diversos outros temas, em particular os relacionados com relações laborais e com economia, finanças e negócios. A mesma tendência se observa no que respeita aos principais actores das peças com crítica ao Governo, onde predominam os actores da área política nacional, em particular os secretários-gerais dos partidos da oposição bem como os deputados e, por outro lado, os ministros e primeiro-ministro, denotando o contraditório político.

FIG. 38 *Temas objecto de comentário/opinião, por serviço de programas*

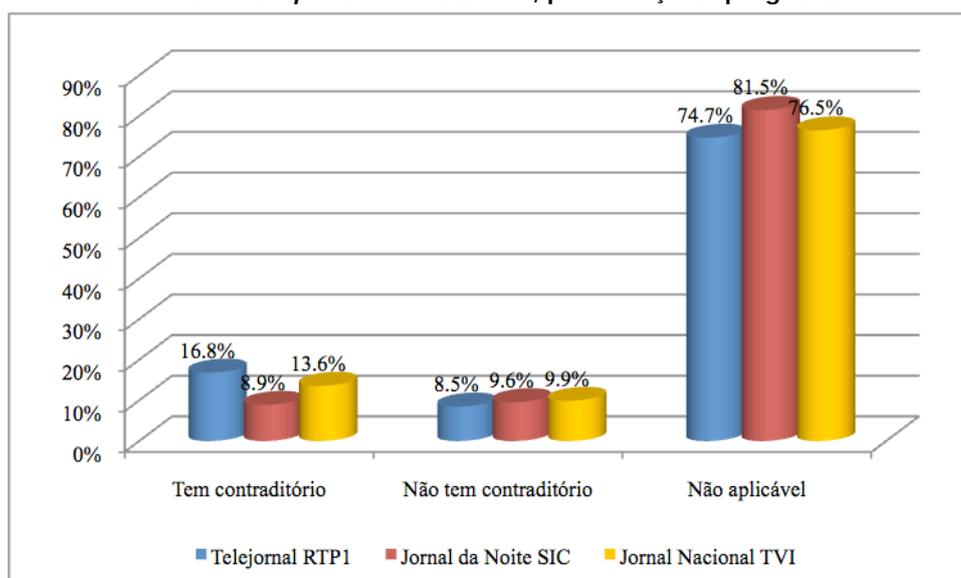


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de peças com *comentário/opinião* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 63. Valores em números absolutos.

- No que se refere à presença de comentadores nos blocos informativos, a sua intervenção nas peças analisadas não foi particularmente relevante (63 em 4089 peças), embora a TVI tenha o maior número de peças comentadas (35) incrementado pela presença de três comentadores residentes. O tema autónomo mais comentado na TVI e na RTP1 é *política nacional*; Na SIC é *assuntos internacionais* e *sistema judicial*.

4. Modalidades de tratamento da informação

FIG. 39 *Princípio do contraditório, por serviço de programas*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A *peça tem contraditório* quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. *Não tem contraditório* quando não

são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria *não aplicável* aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Na maioria das peças não se identificam interesses atendíveis pelo que este indicador *não é aplicável* (77,7%).
- Considerando, pois, apenas as peças em que se identificam interesses atendíveis na RTP1 e na TVI, observa-se que estas, tendencialmente, respeitam o princípio do *contraditório*.
- O Telejornal da RTP1 emite o maior número de peças em que esse princípio é respeitado, e o menor número de peças em que esse princípio não é respeitado, ou seja, de peças que carecem de audição de outras partes.
- O Jornal da Noite da SIC, nos dias da amostra analisada, emitiu mais peças em que esse princípio não é respeitado, do que aquelas em que esse princípio é respeitado. Ou seja, emitiu mais peças que carecem de audição de outras partes.

FIG. 40. Advertência prévia, por serviço de programas

Subtemas	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Conflitos Armados	-	0	1	1
Crimes	-	0	1	1
Artes e Eventos Culturais	-	1	0	1
Assuntos sobre crianças	-	1	0	1
Total	-	2	2	4

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de casos com advertência prévia nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 4. Valores em números absolutos. Esta variável implica identificar toda e qualquer advertência prévia formal por parte do pivô ou outro profissional do canal em causa, incluindo sinalética, relativa à natureza do conteúdo das imagens ou discurso apresentados.

- Os valores relativos ao número de peças em que foram identificadas *advertências* são mínimos e referem-se, essencialmente, a ataques israelitas na Faixa de Gaza, a imagens de assaltos violentos na região de Lisboa, a um documentário sobre um sequestro num autocarro no Brasil e a imagens de pornografia infantil explícita no Hi5.

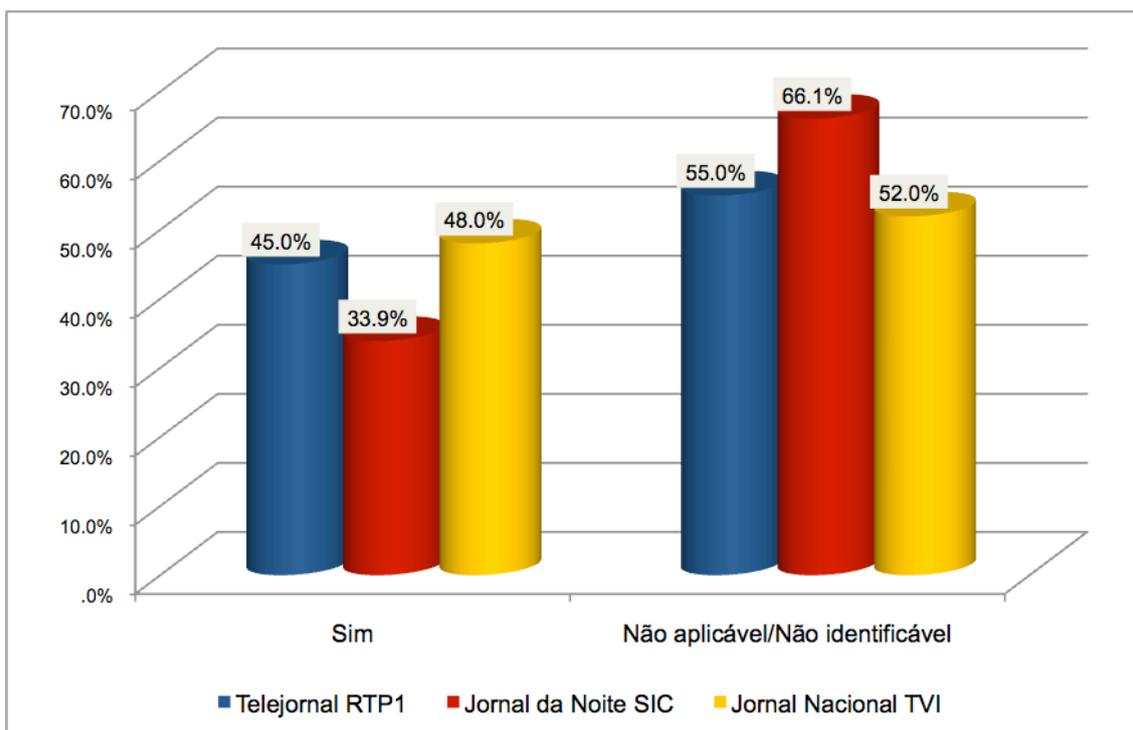
FIG. 41 Técnicas de ocultação da identidade dos protagonistas, por serviço de programas

Técnicas de ocultação	Telejornal RTP1	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Distorção de imagem e/ou voz	27	24	28	79
Ocultação de câmaras/gravação	1	-	-	1
Ambas as técnicas	-	4	-	4
Total	28	28	28	84

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Número de casos com *técnicas de ocultação* nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI = 84. Valores em números absolutos. Esta variável procura identificar as técnicas utilizadas para protecção da identidade dos protagonistas, designadamente a *distorção de imagem e/ou voz* destes actores nas peças noticiosas e, ainda, identificar a *ocultação* da presença de um mecanismo de gravação no local do acontecimento.

- As *técnicas de ocultação* da identidade dos protagonistas não são frequentemente utilizadas nas peças da amostra por qualquer dos serviços de programas abrangidos na análise. Quando utilizadas estão essencialmente ligadas a assuntos como *crimes* (assaltos), *casos de justiça* ("caso Esmeralda") ou *actividades policiais* (assalto ao BES).
- Os três operadores recorrem a estas técnicas exactamente no mesmo número de peças.

FIG. 42. Cobertura de *acontecimentos planeados*, por serviço de programas

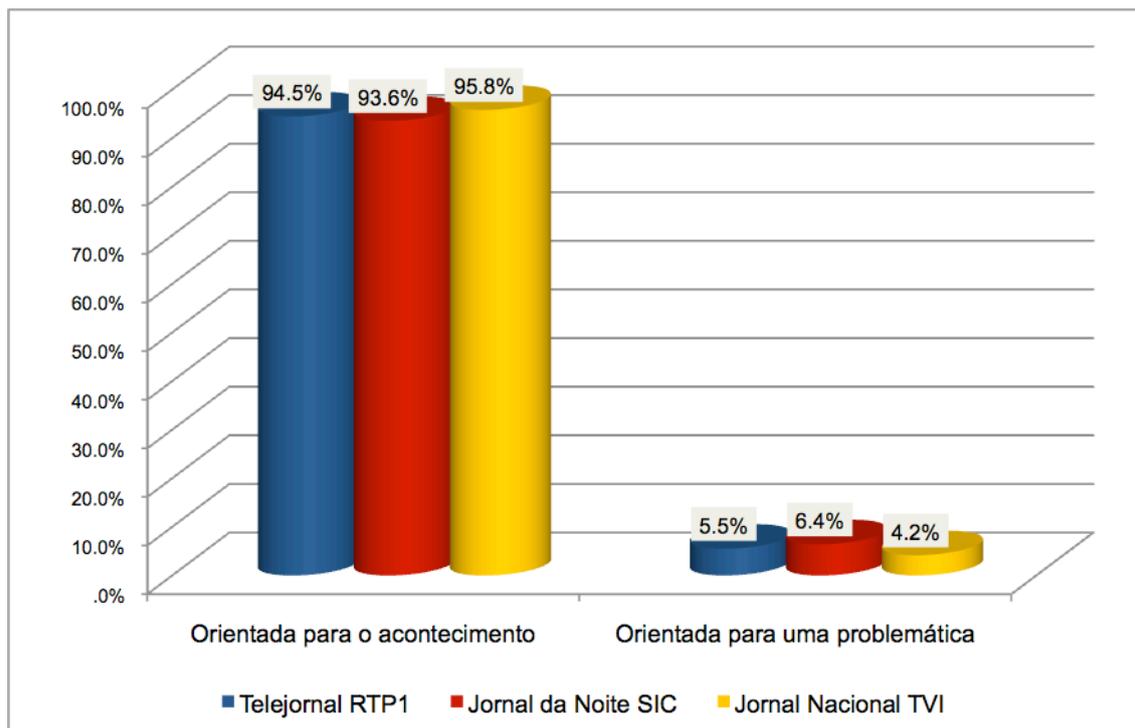


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220. Na tipologia dos acontecimentos considerada na análise define-se como acontecimento planeado aquele que é organizado por terceiros, seja o protagonista ou outros intervenientes não presentes na peça, e acontecimento não planeado aquele cuja iniciativa pertence aos meios de comunicação ou que resulta de situações não controladas pelos actores.

Este indicador identifica a percentagem de peças baseadas em *acontecimentos planeados* que recebem cobertura jornalística por parte dos operadores.

Os dados apurados permitem constatar que cerca de 41,9% do total de peças analisadas incide sobre *acontecimentos planeados* pelas instituições que os protagonizam, apresentando a TVI o maior número de peças nessas condições e a SIC o menor.

FIG. 43 *Enfoque das peças, por serviço de programas*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 4089, RTP1 = 1377, SIC = 1492, TVI = 1220.

Este indicador identifica a relação entre o conteúdo da peça e o tipo de tratamento do assunto a ela subjacente.

Os dados apurados permitem constatar que uma parte relevante (cerca de 94,5% do total de peças analisadas) das peças analisadas é *orientada para o acontecimento*, ou seja, o tratamento dos assuntos baseia-se na facticidade e assenta nas “estórias” do dia, limitando-se aos elementos do *lead* (Quem? O Quê? Quando? Onde? Como? Porquê?). Assentam em acontecimentos concretos, delimitados no tempo e facilmente observáveis.

Apenas 5,5% do total das peças analisadas é *orientada para uma problemática*, ou seja, implicam a cobertura de algo que não está definido no espaço e no tempo. As peças orientadas para uma problemática não estão associadas aos elementos do *lead*.

Apenas 5,5% do total das peças analisadas é *orientada para uma problemática*, ou seja, envolvem tratamento jornalístico de algo que não se relaciona com a actualidade imediata, podendo, contudo relacionar-se com ela.

Síntese conclusiva

Em termos gerais:

1. A análise comparativa dos três blocos informativos supracitados permite identificar um conjunto de tendências e persistências, nomeadamente, se comparados com os dados apurados em 2007. Esses elementos são resumidos a seguir, encontrando-se os dados e os detalhes a que reportam expostos nos capítulos dedicados a cada um dos operadores.
2. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos três operadores, patente na selecção e hierarquização dos *temas*, *protagonistas* e *fontes* que são objecto de cobertura no seu principal bloco informativo, não obstante seja observável uma maior atenção do Telejornal da RTP1 e do Jornal Nacional da TVI à cobertura da

actividade política e à presença dos seus protagonistas nas peças emitidas, enquanto o Jornal da Noite da SIC continua a privilegiar a *ordem interna*.

3. Também a presença mais frequente da informação internacional no Telejornal (RTP1), comparativamente aos blocos informativos dos operadores privados, constitui marca distintiva da informação do operador público, não obstante, no contexto da cobertura das eleições presidenciais norte-americanas, se denote um aumento da mediatização destes assuntos em todos os blocos informativos.
4. Transversal aos três operadores está também o relevo conferido este ano à informação económica e financeira devido ao acentuar dos sintomas da crise financeira mundial.
5. Por outro lado, a duração mais reduzida do Telejornal (RTP1) relativamente aos blocos informativos dos operadores congéneres, aproxima o serviço de programas público dos modelos de televisão pública europeus, não obstante esteja ainda longe da maioria deles nesse indicador.
6. Não é, contudo, nítida, a existência de uma “marca” diferenciadora do serviço público relativamente aos operadores privados. De facto, como atrás se refere, o mimetismo de agendas entre o serviço público e os operadores privados verifica-se também no mimetismo de ausências, patente, por exemplo, na escassez, na informação dos três operadores, de cobertura jornalística de *temas* e protagonistas que traduzam a diversidade cultural do País, nomeadamente, *grupos minoritários* associados, em especial, à imigração e às comunidades religiosas.
7. Também a frequente omissão das *fontes* de informação consultadas, bem como o recurso a uma *única fonte*, nos blocos informativos do operador público e dos privados, merece reparo pelo que significa de menor rigor conferido à informação. No entanto, há que salientar uma tendência generalizada para o acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas em 2008, face a 2007. A esta tendência junta-se o acréscimo de peças que consultam *fontes de informação múltiplas* e, pelo contrário, a diminuição da percentagem de peças com *fontes únicas*.
8. A omnipresença do futebol (o *assunto* mais frequente na informação dos três serviços de programas), com prejuízo da cobertura de outras modalidades desportivas, deve ser assinalada, em particular no operador público. Porém, há a salientar que, devido à cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim, este diferencial diminuiu.
9. Relativamente aos operadores SIC e TVI, denota-se, em particular no primeiro, a importância conferida a *temas* da categoria *ordem interna*, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente, a *crimes* e *acidentes e catástrofes* enquadrados ou não como *casos de justiça*, a confirmarem a sua vocação de serviços de programas mais orientados para a conquista do “grande público”. Contudo, é de salientar a atenção conferida por ambos à cobertura da *política nacional*, em especial a actividade governativa, na TVI, e ao protagonismo conferido por ambos os operadores a *cidadãos comuns* nas peças emitidas.
10. Também ao nível da diversidade geográfica nacional, embora prevaleçam nos três operadores as peças com enfoque nacional genérico, a região da *Grande Lisboa* é predominante nos três serviços de programas, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre *temas* ou protagonistas de regiões como o *Alentejo* e as *Regiões Autónomas*.

Em particular:

11. O bloco informativo com menor *duração média* e com a menor *duração média* das notícias é o Telejornal da RTP1.
12. O bloco informativo com maior *duração média* e com a maior *duração média* das notícias é o Jornal da Noite da SIC.

13. A *duração média* dos três blocos informativos é de 1 hora e 28 segundos.
14. A *duração média* das notícias é de 1 minuto e 56 segundos.
15. As *temáticas* mais frequentes são comuns à informação dos três serviços de programas: *política nacional, ordem interna, desporto, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*, apenas variando a sua hierarquização.
16. A RTP1 dá prioridade à *política nacional*, ao *desporto* e à *ordem interna*. *Política nacional* é também o tema mais frequente na abertura do Telejornal e o que é objecto de mais directos.
17. A SIC dá prioridade à *ordem interna*, seguindo-se a *política nacional* e o *desporto*. O maior número de aberturas e de promoções (*teaser*) pertence também ao tema *ordem interna*.
18. A TVI dá prioridade à *política nacional*, seguindo-se o *desporto* e a *ordem interna*. Porém maior número de promoções (*teaser*) e directos pertence ao tema *desporto*.
19. Os três serviços de programas privilegiam os *Subtemas* crimes e acidentes e catástrofes na *temática ordem interna*. A SIC, confere maior relevo a estes assuntos do que a RTP1 ou a TVI.
20. Em todos os serviços de programas, actividades dos partidos políticos e políticas de educação são os *Subtemas* mais frequentes na *temática Política nacional*. A RTP1 confere maior relevo a estes assuntos do que a SIC ou TVI.
21. Futebol (categoria do *desporto*) é o *subtema* mais frequente na amostra, nos três serviços de programas, a grande distância de outros *Subtemas* do *desporto*, sendo o primeiro também dentro desta categoria. A TVI confere maior relevo ao futebol do que a SIC ou a RTP1.
22. O tema relações laborais possui presença diminuta nos três serviços de programas, sendo ligeiramente mais frequente enquanto tema dominante na RTP1, do que na SIC ou na TVI. O *subtema* greves, protestos e manifestações laborais é mais saliente na RTP1, a categoria acções sindicais na TVI e a categoria emprego/desemprego na SIC.
23. A nível da diversidade geográfica, embora grande parte das notícias sobre o País não se refiram a uma região em particular, a região da *Grande Lisboa* é a mais referida pelos três serviços de programas, com valores aproximados entre RTP1 e a SIC e mais elevados na TVI. As restantes regiões do País foram pouco referidas nos três serviços de programas, em particular o *Alentejo* e as *Regiões Autónomas*.
24. Quanto às peças com enfoque internacional, salienta-se uma maior presença desta área na informação do operador público. A presença dos países africanos de expressão portuguesa, sendo residual na informação dos três operadores nas notícias, possui mais relevo na RTP1 do que nos restantes serviços de programas.
25. A mediatização do Euro 2008 levou a uma concentração dos três operadores em peças sobre países europeus. O continente americano destacou-se pela cobertura das eleições norte-americanas que culminaram na eleição do Presidente Obama. O continente asiático ganhou relevância com a cobertura dos jogos olímpicos de Pequim.
26. As *fontes* oriundas da área política, designadamente o *Governo* nacional, são a principal *fonte* de informação dos três blocos informativos, tendência ligeiramente mais acentuada na RTP1 e na TVI.
27. A informação não atribuída é frequente nos três serviços de programas, embora mais acentuada na SIC. No entanto verifica-se um aumento da percentagem de informação

com atribuição de *fontes* de informação.

28. Genericamente, os blocos informativos dos três serviços de programas generalistas tendem a consultar uma única *fonte* no tratamento editorial das notícias, sendo que a RTP1 e a TVI apresentam mais frequentemente que a SIC várias *fontes* de informação na mesma peça.
29. Na maioria das peças que requerem uso do *princípio do contraditório*, isto é, em que se identificam interesses atendíveis, os operadores RTP1 e TVI respeitam, tendencialmente, o *princípio do contraditório*. A SIC, nos dias da amostra, emitiu mais peças em que esse princípio não foi respeitado do que aquelas em que esse princípio é respeitado.
30. Nas peças em que se identificam protagonistas das notícias, a grande maioria dos casos nos três serviços de programas, verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos *actores* da área *política nacional*, ligeiramente mais acentuada na RTP1, seguida da TVI. Na SIC, os *actores* políticos são a segunda categoria mais representada, com os cidadãos comuns como os protagonistas mais frequentes.
31. Os protagonistas do *desporto*, a maioria do futebol, mas também os atletas olímpicos, ocupam o terceiro lugar entre os protagonistas do Telejornal da RTP1 e do Jornal da Noite da SIC. Na TVI são a segunda categoria de protagonistas.
32. Entre os protagonistas da categoria *política nacional*, os membros do *Governo* (nomeadamente, ministros) estão entre os mais presentes nos serviços de programas, com valores aproximados e na seguinte sequência: TVI, SIC e RTP1.
33. Os *secretários-gerais e presidentes dos partidos* estão também entre os *protagonistas* da categoria *política nacional* mais salientes, em particular na RTP1 (onde são a categoria mais representada).
34. Considerando apenas os *protagonistas* que surgem nas peças associados a uma determinada pertença político-partidária⁴¹, predominam os membros do *Governo* nos três blocos informativos, com maior representatividade nos operadores privados do que no operador público.
35. Os *protagonistas* do PSD, representam a segunda categoria mais frequente nos três blocos informativos, com menor incidência no operador público.
36. Os *protagonistas* do PS representam a terceira categoria mais frequente nos três operadores, em particular na RTP1.
37. Os *protagonistas* do PCP/CDU representam a quarta categoria mais frequente no Jornal da Noite da SIC e no Telejornal da RTP1 e a sexta no Jornal Nacional da TVI.
38. Os *protagonistas* do CDS/PP representam a quinta categoria mais frequente nos três blocos informativos.
39. Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os do BE são os menos representados na RTP1 e na SIC. No Jornal nacional da TVI é a quarta categoria mais frequentada.
40. Nos dias da amostra, a presença de *protagonistas* pertencentes a partidos extraparlamentares, em particular o PND e o PPM, tiveram presença residual nos três operadores.

⁴¹ Os dados relativos à RTP1, constantes deste capítulo, não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público. Isto deve-se ao facto de o período temporal analisado não ser absolutamente coincidente bem como os indicadores utilizados. Acresce que as peças incluídas neste Relatório não se cingem ao campo político-partidário, abrangendo outros actores para além de membros do Governo e dos partidos.

3. Serviço público de televisão – Telejornal da RTP1 (informação complementar)

Sobre os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre explorados pelo operador de serviço público (RTP1 e RTP2) e pelos operadores privados licenciados (SIC e TVI) impende um conjunto de obrigações em matéria de programação televisiva, cujo acompanhamento deve ser assegurado pela ERC.

O presente capítulo analisa a conformidade da informação diária emitida pelo serviço de programas RTP1 no seu principal bloco informativo com essas obrigações.

a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Telejornal da RTP1

1.1. Indicadores de diversidade, pluralismo político, social e cultural

A análise da diversidade, do pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- o nos *temas* abordados;
- o nas *fontes* de informação;
- o nos *actores/protagonistas* presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1377 peças noticiosas emitidas pelo Telejornal entre Janeiro e Dezembro de 2008. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no capítulo anterior.

b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados

A identificação dos *temas* mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, o(s) conceito(s) de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo do operador público.

Durante o período temporal que compõe a amostra analisada, o Telejornal emitiu um total de 1377 peças noticiosas em 46 noticiários.

Das 21 grandes *categorias temáticas* previamente definidas, todas estão representadas no Telejornal da RTP1 enquanto *tema* principal da peça.

São as seguintes as *categorias temáticas* mais representadas, como se pode verificar na figura 8, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI :

- *Política nacional* (21,3% do total das peças) é o *tema* dominante.
- Seguem-se *desporto* (16,3%), *ordem interna* (13,6%) e *assuntos internacionais* (12,3%).
- *Economia, finanças e negócios* (9,3%) atinge valores relevantes.
- Os *temas defesa, população, grupos minoritários, comunicação e crença e religião* são residuais, abaixo de 1%.
- *Relações laborais* foi *tema* principal de 2,9% das peças do Telejornal, centrado nas iniciativas dos sindicatos, designadamente *greves, protestos e manifestações laborais, acções sindicais e emprego/desemprego*. De notar que *actores e fontes dos sindicatos* aparecem ainda associados a outros *temas* como *política nacional, ordem interna, sistema judicial*, etc.

Nota: os dados sobre *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI descreve a *incidência geográfica* dos conteúdos emitidos no Telejornal, assim distribuídos:

- 34,5% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional genérico*, não se referindo especificamente a nenhuma região do País.
- O *enfoque internacional genérico sem o envolvimento do País* aparece contemplado

em 17,8% das peças, enquanto o *enfoque internacional genérico com o envolvimento do País* apresenta-se em 7,8% dos registos.

- A terceira região mais presente é a da *Grande Lisboa*, presente em 14,7% dos registos.

A figura 20, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI descreve a *incidência geográfica internacional* dos conteúdos emitidos no Telejornal. Diz respeito a 545 peças, que equivalem a 39,6% do universo total pesquisado. Sobre o *enfoque internacional* das peças pode constatar-se que:

- Cerca de 35% incidem sobre o *continente europeu*. Os países mais referenciados são *Espanha, Reino Unido e França*.
- O *continente americano* é o segundo mais representado no cenário internacional, referenciado em 23,3% dos noticiários. Os *Estados Unidos* representam 71,7% destes conteúdos, sendo que o *Brasil* figura em segundo lugar (14,2%).
- Em termos de representatividade dentro do cenário internacional, o *continente asiático* aparece em terceiro lugar na amostra, com 13,6%. O país mais referenciado é a *China*, em 41,9% destes registos, sendo que a maior parte destas peças se referem aos Jogos Olímpicos de Pequim.
- Já os noticiários com enfoque sobre o *continente africano* e a *Oceânia* apresentam valores residuais.
- Relativamente à *África*, destaca-se a presença de países como o *Zimbabué* (20%), *Moçambique* (16,7%), *Angola* (16,7%) e *Quénia* (10%). A presença do *Zimbabué* justifica-se pela realização de eleições presidenciais.
- A baixa representatividade estatística de certos países e continentes pode justificar-se pela saliência do *enfoque vários países*, com um peso de 18,5% sobre o total de registos.

FIG. 44 Incidência geográfica por temas

Temas Principais	Norte	G. Porto	Centro	G. Lisboa	Alentejo	Algarve	R. A. M	R. A. A	Várias Regiões de Portugal	Enfoque Nacional Genérico	Enfoque Internacional Genérico com o envolvimento do País	Enfoque Internacional Genérico sem o envolvimento do País	Enfoque Comunitário (UE) Genérico com o envolvimento do País	Enfoque Comunitário (UE) Genérico sem o envolvimento do País	Total
Política nacional	20,0%	12,8%	31,3%	27,7%	11,5%	9,5%	72,7%	90,5%	17,6%	34,7%	9,3%	-	2,5%	-	21,3%
Desporto	20,0%	33,3%	18,8%	14,4%	3,8%	14,3%	18,2%	4,8%	5,9%	14,3%	32,4%	5,7%	38,3%	20,4%	16,3%
Ordem interna	26,0%	23,1%	15,6%	18,8%	30,8%	52,4%	-	-	29,4%	5,5%	4,6%	19,6%	6,2%	28,6%	13,6%
Assuntos internacionais	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	-	1,5%	20,4%	52,2%	8,6%	8,2%	12,3%
Economia, finanças e negócios	2,0%	-	6,3%	4,0%	3,8%	-	9,1%	-	-	14,9%	14,8%	6,5%	12,3%	4,1%	9,3%
Sistema Judicial	4,0%	12,8%	6,3%	4,5%	11,5%	9,5%	-	-	5,9%	4,6%	1,9%	1,2%	7,4%	10,2%	4,5%
Cerimónias e Celebrações	6,0%	2,6%	-	4,5%	-	-	-	-	-	2,5%	2,8%	3,7%	3,7%	-	2,9%
Relações Laborais	6,0%	2,6%	9,4%	3,0%	3,8%	4,8%	-	-	5,9%	4,2%	-	0,4%	-	6,1%	2,9%
Ambiente	8,0%	-	-	1,0%	-	4,8%	-	-	11,8%	5,7%	-	0,4%	-	2,0%	2,8%
Saúde e Acção Social	2,0%	5,1%	3,1%	5,4%	15,4%	-	-	-	5,9%	2,1%	2,8%	0,8%	-	4,1%	2,7%
Cultura	2,0%	-	-	6,9%	7,7%	-	-	-	-	1,9%	2,8%	2,4%	-	2,0%	2,6%
Sociedade	2,0%	-	3,1%	1,0%	-	4,8%	-	-	-	2,7%	0,9%	2,9%	1,2%	2,0%	2,0%
Urbanismo	-	-	-	4,5%	-	-	-	-	-	0,6%	1,9%	0,4%	3,7%	-	1,3%
Assuntos Comunitários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6%	-	1,2%	12,3%	4,1%	1,3%
Ciência e Tecnologia	2,0%	5,1%	-	0,5%	-	-	-	-	-	1,3%	0,9%	0,8%	2,5%	4,1%	1,2%
Educação	-	2,6%	-	1,5%	7,7%	-	-	-	17,6%	1,1%	-	-	-	-	1,0%
Crença e Religião	-	-	3,1%	0,5%	3,8%	-	-	4,8%	-	-	1,9%	1,6%	-	-	0,7%
População	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	-	0,6%	0,9%	-	1,2%	2,0%	0,5%

Defesa	-	-	3,1%	0,5%	-	-	-	-	-	0,2%	0,9%	-	-	2,0%	0,4%
Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8%	0,9%	-	-	-	0,4%
Grupos minoritários	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1%
Total	100% (50)	100% (39)	100% (32)	100% (202)	100% (26)	100% (21)	100% (11)	100% (21)	100% (17)	100% (475)	100% (108)	100% (245)	100% (81)	100% (49)	100% (1377)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Valores em percentagem.

A figura anterior mostra a *incidência geográfica* por temas abordados nas peças.

- As peças com *enfoque nacional genérico* mais presentes na amostra (475), incidem sobre *política nacional* (34,7%), *economia, finanças e negócios* (14,9%) e *desporto* (14,3%).
- As peças com incidência na *Grande Lisboa*, a região mais representada nas peças (202), possuem como temas dominantes *política nacional* (27,7%), *ordem interna* (18,8%) e *desporto* (14,4%).
- As peças com incidência no *Norte, Alentejo e Algarve* possuem como tema dominante *ordem interna* (em 26%, 30,8% e 52,4%, respectivamente), temática que surge geralmente associada a *acidentes e catástrofes* e a *actividades policiais*.
- As peças com incidência nas *Regiões Autónomas* possuem como tema frequente *política nacional*, 72,7% na informação sobre a RAM e 90,5% sobre a RAA.
- As peças com incidência no *Grande Porto* possuem como tema mais saliente *desporto*, presente em 33,3% dos conteúdos.
- As peças com incidência no *Centro* possuem como tema dominante *política nacional* (31,3%).

d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas fontes de informação

De acordo com a figura 25, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, 16,1% das peças transmitidas no Telejornal possuem *informação não atribuída*.

Das fontes identificadas, a maioria pertence à categoria *política nacional* (21,3%). Seguem-se as fontes provenientes da *sociedade*, com 12%.

Com uma presença semelhante, surgem as fontes do *desporto* (8,5%) e da *comunidade internacional* (8,2%).

As fontes menos presentes são oriundas das áreas *população, urbanismo e ambiente*.

Nota: os dados sobre fontes políticas nacionais são apresentados adiante neste capítulo.

FIG. 45 Número de fontes, por temas

Temas	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política nacional	51,3%	48,7%	100,0%
Desporto	62,2%	37,8%	100,0%
Assuntos internacionais	37,4%	62,6%	100,0%
Ordem interna	45,3%	54,7%	100,0%
Economia, finanças e negócios	55,8%	44,2%	100,0%
Sistema Judicial	49,1%	50,9%	100,0%
Cerimónias e Celebrações	41,2%	58,8%	100,0%
Relações Laborais	23,7%	76,3%	100,0%
Saúde e Acção Social	16,2%	83,8%	100,0%
Ambiente	72,2%	27,8%	100,0%
Cultura	54,5%	45,5%	100,0%
Sociedade	40,7%	59,3%	100,0%
Urbanismo	47,1%	52,9%	100,0%
Assuntos Comunitários	37,5%	62,5%	100,0%

Ciência e Tecnologia	53,3%	46,7%	100,0%
Educação	35,7%	64,3%	100,0%
Crença e Religião	22,2%	77,8%	100,0%
Comunicação	20,0%	80,0%	100,0%
População	40,0%	60,0%	100,0%
Defesa	40,0%	60,0%	100,0%
Grupos minoritários	-	100,0%	100,0%
Total	47,9% (551)	52,1% (600)	100% (1151)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1151. Total de peças com Fonte Única = 551. Total de peças com Fonte Múltipla = 600. Valores em percentagem.

- Na maior parte das peças, identifica-se a presença de *fontes* múltiplas (52,1%).
- As peças com *fonte única* representam 47,9% do total das peças com *fontes* atribuídas. Predominam nas áreas da *política nacional, desporto, economia, finanças e negócios, ambiente, cultura e ciência tecnologia*.
- As peças com *fonte múltipla* predominam nas áreas dos *assuntos internacionais, ordem interna, sistema judicial, cerimónias e celebrações, relações laborais, saúde e acção social, sociedade, urbanismo, assuntos comunitários, educação, crença e religião, comunicação, população, defesa e grupos minoritários*.

FIG. 46 Temas das peças com informação não atribuída

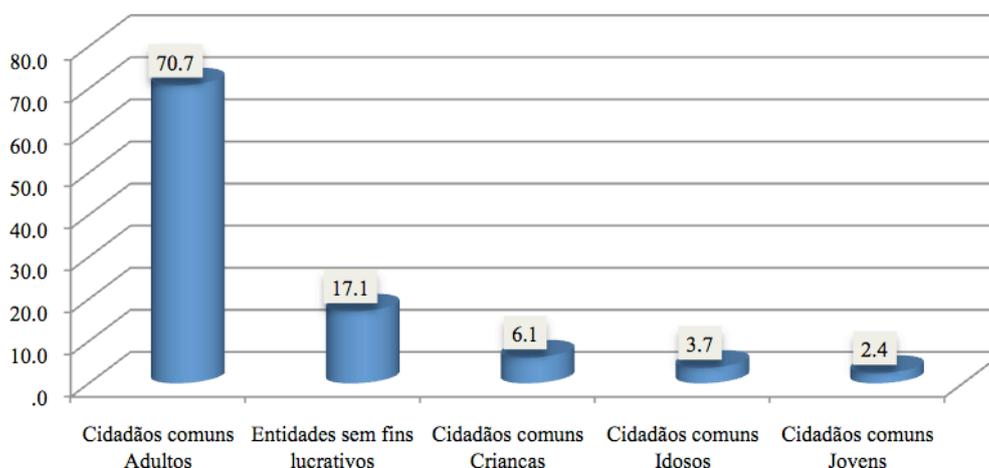
Temas	Telejornal (RTP1)
Desporto	33,9%
Ordem interna	22,6%
Assuntos internacionais	13,6%
Política nacional	9,5%
Economia, finanças e negócios	6,3%
Sistema Judicial	4,1%
Cerimónias e Celebrações	2,7%
Cultura	1,4%
Assuntos Comunitários	0,9%
Relações Laborais	0,9%
Ambiente	0,9%
População	0,9%
Ciência e Tecnologia	0,9%
Urbanismo	0,5%
Crença e Religião	0,5%
Sociedade	0,5%
Total	100% (221)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com Informação Não Atribuída = 221. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

Em 16,1% das peças do Telejornal, a *informação não é atribuída*.

- As peças sobre *desporto* (33,9%), *ordem interna* (22,6%) e *assuntos internacionais* (13,6%) são as que menos identificam as *fontes*.

FIG. 47 Fontes oriundas da sociedade (Cidadania)



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com fontes de informação da Sociedade = 164. Valores em percentagem.

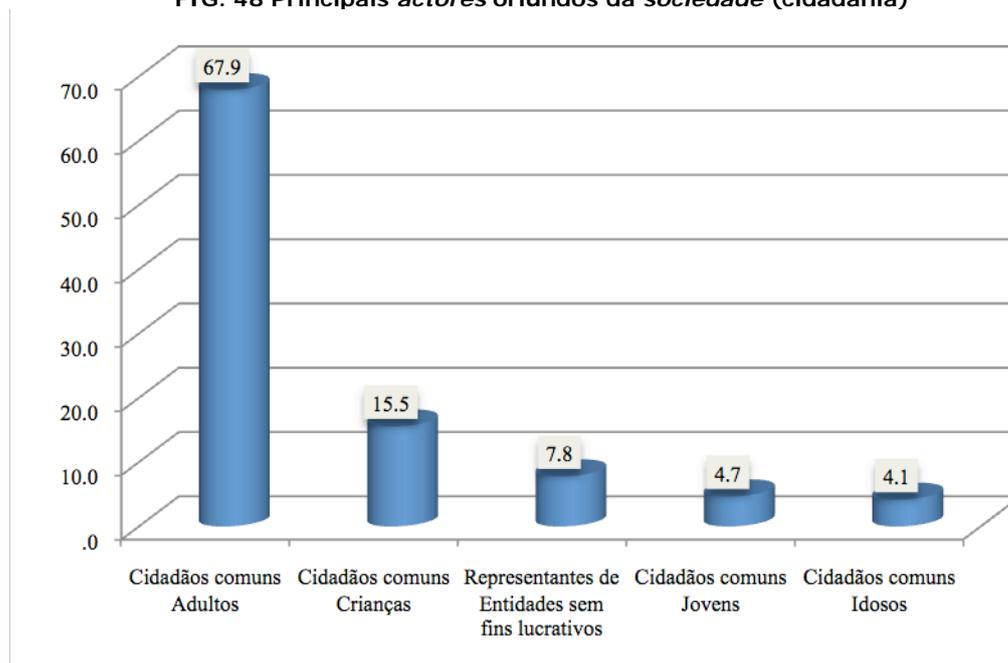
As fontes do área da sociedade são referenciadas e/ou consultadas em 164 peças do Telejornal, das quais:

- 70,7% são cidadãos comuns adultos.
- 17,1% são entidades sem fins lucrativos.
- 6,1% são cidadãos comuns crianças.
- 3,7% são cidadãos comuns idosos.
- 2,4% são cidadãos comuns jovens.

e) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de actores/protagonistas presentes nas peças

- De acordo com a figura 29, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, tal como se verifica relativamente às fontes, os protagonistas do Telejornal são na maior parte oriundos da área política nacional (20,4% do total de peças da amostra).
 - A segunda categoria de protagonistas mais representada é oriunda da sociedade, em 14% dos casos.
 - A terceira categoria mais saliente de protagonistas provém da área desporto, em 12,5% dos casos.
 - Os protagonistas da área relações laborais representam 3,1% do total de peças do Telejornal, essencialmente representantes de centrais, federações e associações sindicais e trabalhadores/desempregados.
 - Os casos de actores não identificáveis representam 17,4% do total das peças analisadas.
- Nota: os dados sobre actores políticos nacionais são apresentados adiante neste capítulo.

FIG. 48 Principais actores oriundos da sociedade (cidadania)



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com protagonistas Identificáveis = 1137. Total de peças com protagonistas da *sociedade* = 193. Valores em percentagem.

Os protagonistas sem pertença a uma área sócio-profissional específica (*Sociedade*) são a segunda categoria de *protagonistas* identificáveis no Telejornal (presentes em 14% do total das peças). Estes *protagonistas* são, concretamente:

- Em 67,9% dos casos, *cidadãos comuns adultos*.
- Em 15,5% dos casos, *cidadãos comuns crianças*.
- Em 7,8% dos casos, *representantes de entidades sem fins lucrativos*.
- Com menos representatividade, em 4,7% e 4,1% dos casos, respectivamente, aparecem outros *cidadãos comuns jovens* e *cidadãos comuns idosos*.

De acordo com a figura 34, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, a maior parte (71,6%) dos *protagonistas* dos noticiários do Telejornal é de nacionalidade portuguesa (814 peças de um total de 1137).

- Os *protagonistas* identificados como *internacionais* são o segundo maior grupo dentro da amostra (21,3%) – protagonizam 242 peças, especialmente salientes nas categorias de *actores da comunidade internacional, sociedade e desporto*.
- Os *cidadãos europeus* protagonizam apenas 81 peças (7,1%), estando associados maioritariamente às mesmas categorias de *actores* referidas acima. Quanto às *temáticas*, os *actores europeus* surgem sobretudo em peças sobre *desporto, ordem interna e assuntos internacionais*.

FIG. 49 Género dos principais actores, por áreas

Principais áreas	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Total
Política nacional	27,8%	22,4%	4,3%	24,7%
Sociedade	8,6%	36,4%	56,5%	17,0%
Desporto	18,5%	2,8%	4,3%	15,1%
Comunidade Internacional	12,5%	7,7%	2,6%	10,9%
Economia, finanças e negócios	6,8%	2,1%	2,6%	5,8%
Sistema Judicial	4,8%	2,8%	3,5%	4,4%
Relações Laborais	3,6%	3,5%	5,2%	3,8%
Ordem interna	4,6%	0,7%	0,9%	3,7%
Cultura	3,1%	7,0%	1,7%	3,4%
Comunidade Europeia	2,3%	-	2,6%	2,0%
Saúde e Acção Social	1,3%	4,9%	2,6%	1,8%
Ciência e Tecnologia	1,8%	2,1%	0,9%	1,8%
Educação	0,7%	4,9%	4,3%	1,6%
Crença e Religião	1,6%	2,1%	-	1,5%
População	0,6%	-	4,3%	0,9%
Comunicação	0,6%	0,7%	1,7%	0,7%
Grupos minoritários	0,1%	-	1,7%	0,3%
Defesa	0,5%	-	-	0,4%
Urbanismo	0,3%	-	-	0,3%
Total	100% (879)	100% (143)	100% (115)	100% (1137)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1137. Total de peças em que foi possível identificar o género dos protagonistas = 1137. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

A distribuição dos *protagonistas* por género evidencia algumas diferenças significativas. Assim, no total de 1137 peças com *protagonistas* cujo género é identificável:

- Em 879 peças (77,3%), o *protagonista* é do género masculino. Os homens pertencem, sobretudo, à categoria *política nacional* (em 27,8% das peças válidas desta categoria de actores) e *desporto* (18,5%).
- Já as mulheres protagonizam apenas 143 peças, representando 12,6% dos *protagonistas*. O género feminino aparece, principalmente, enquadrado na categoria de actores da área *sociedade* (36,4% das peças desta categoria), seguindo-se a área da *política nacional* (22,4%).
- Os *protagonistas* de *ambos os géneros* contabilizam apenas 115 registos na amostra (10,1%) e aparecem maioritariamente enquanto pertencendo à categoria *sociedade* (56,5%).

f) Rigor e isenção no tratamento da informação

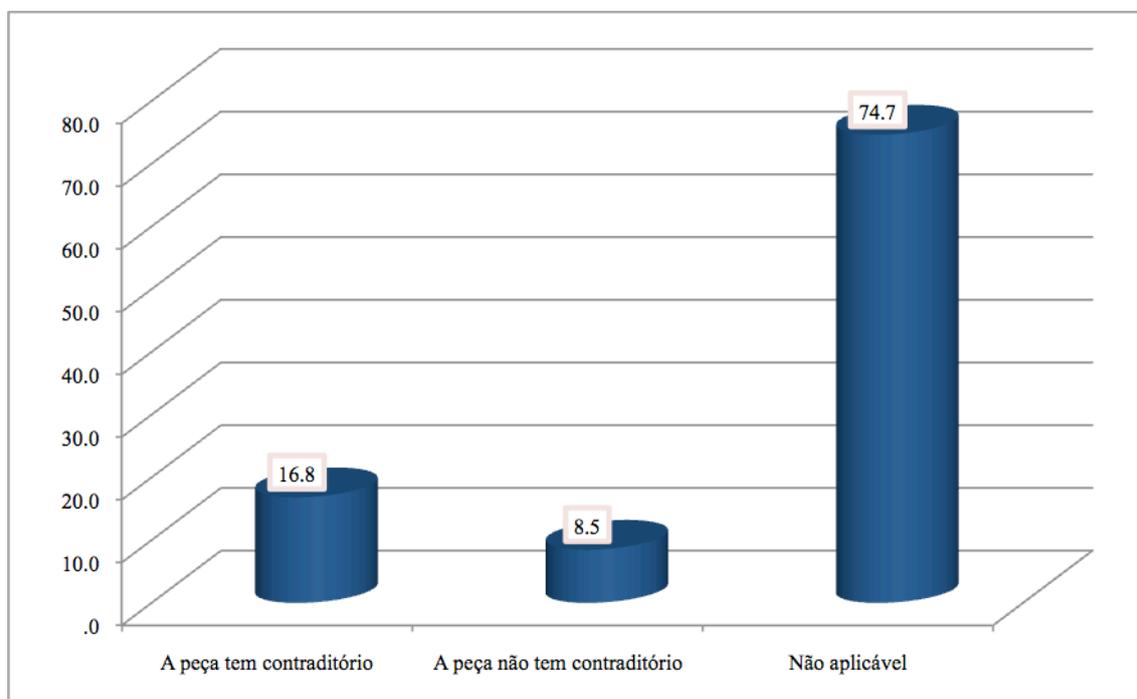
O rigor e a isenção na informação do Telejornal são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- O respeito pelo *princípio do contraditório*, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.
- A apresentação dos factos e a sua verificação.
- A separação entre factos e opiniões.
- A identificação das fontes, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das fontes constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção:

- *Princípio do contraditório.*
- *Estilo discursivo.*
- Identificação das *fontes.*
- Diversidade de *fontes.*

FIG. 50 Princípio do contraditório



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com contraditório = 232. Total de peças sem contraditório = 117. Total de peças em que não se aplica o *princípio do contraditório* = 1028. Valores em percentagem.

A variável *princípio do contraditório* verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado.

A peça é codificada como *tem contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo.

A peça é codificada como *não tem contraditório* quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir.

O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes interesses atendíveis (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- O indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 25,3% das peças analisadas no Telejornal.
- Deste total, em 16,8% existe *contraditório*.
- Em 8,5% das peças não existe contraditório.

FIG. 51 Princípio do contraditório, por temas

Telejornal (RTP1)				
Temas	A peça tem contraditório	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política nacional	31,1%	20,1%	48,8%	100,0%
Desporto	7,1%	2,7%	90,2%	100,0%
Ordem interna	9,1%	5,9%	85,0%	100,0%
Assuntos internacionais	18,9%	7,7%	73,4%	100,0%
Economia, finanças e negócios	15,6%	7,8%	76,6%	100,0%
Sistema Judicial	27,4%	6,5%	66,1%	100,0%
Relações Laborais	45,0%	20,0%	35,0%	100,0%
Cerimónias e Celebrações	2,5%	–	97,5%	100,0%
Ambiente	–	2,6%	97,4%	100,0%
Saúde e Acção Social	18,9%	–	81,1%	100,0%
Cultura	2,8%	2,8%	94,4%	100,0%
Sociedade	–	–	100,0%	100,0%
Assuntos Comunitários	11,1%	11,1%	77,8%	100,0%
Urbanismo	22,2%	11,1%	66,7%	100,0%
Ciência e Tecnologia	5,9%	–	94,1%	100,0%
Educação	7,1%	–	92,9%	100,0%
Crença e Religião	10,0%	–	90,0%	100,0%
População	14,3%	–	85,7%	100,0%
Defesa	20,0%	–	80,0%	100,0%
Comunicação	–	–	100,0%	100,0%
Grupos minoritários	100,0%	–	–	100,0%
Total	16,8% (232)	8,5% (117)	74,7% (1028)	100% (1377)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com contraditório = 232. Total de peças sem contraditório = 117. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 1028. Valores em percentagem.

- Na maior parte das *temáticas* a percentagem de peças que *têm contraditório* é superior às que não têm, sendo esta tendência mais acentuada nas peças de *política nacional, sistema judicial e relações laborais*.
- As peças *sem contraditório* prevalecem na categoria *ambiente*.
- Em 74,7% (1028) das peças da amostra, o *princípio do contraditório não é aplicável*.
- As peças sobre *sociedade e comunicação* não requeriam *contraditório*. A título de exemplo, as peças sobre *comunicação* centram-se na apresentação de novas *tecnologias da informação e da comunicação*, e as peças sobre *sociedade* relacionam-se sobretudo com *casos de interesse humano*.

FIG. 52 Principais temas com estilo discursivo opinativo

Temas	Telejornal (RTP1)
Desporto	17
Sociedade	3
Cerimónias e Celebrações	3
Política nacional	1
Economia, finanças e negócios	1
Total	25

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com *estilo discursivo opinativo* = 25. Valores em números absolutos.

Como referido acima, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação dos factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa separação é identificável através do *estilo discursivo* do jornalista (apresentador e repórter).

O *estilo discursivo opinativo* identifica as situações em que o discurso do apresentador e/ou do repórter manifesta juízos subjectivos – analíticos, hipotéticos ou disjuntivos –, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

- A maioria das peças do Telejornal incluídas na amostra possui *estilo discursivo descritivo ou interpretativo*.
- Apenas 1,8% das peças do Telejornal (25 de um total de 1377) apresentaram *estilo opinativo*.
- A maior parte dessas peças são sobre *desporto*, concretamente *futebol*.
- Seguem-se as peças sobre *sociedade* e *cerimónias e celebrações* (três casos cada).

g) Contextualização da informação

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo operador público.

1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e localização no alinhamento das peças em que surgem, a duração da respectiva peça, a existência ou ausência de promoção da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e o investimento em meios técnicos, por exemplo, a utilização de directos.

FIG. 53 Temas de abertura do Telejornal

Temas	Telejornal (RTP1)		Total
	Abertura da 1ª Parte	Abertura da 2ª Parte	
Política nacional	25,0%	33,3%	28,9%
Ordem interna	22,9%	14,3%	18,9%
Assuntos internacionais	10,4%	14,3%	12,2%
Economia, finanças e negócios	14,6%	7,1%	11,1%
Desporto	6,3%	7,1%	6,7%
Sistema Judicial	4,2%	7,1%	5,6%
Relações Laborais	6,3%	2,4%	4,4%
Cerimónias e Celebrações	4,2%	2,4%	3,3%
Assuntos Comunitários	2,1%	2,4%	2,2%
Defesa	-	2,4%	1,1%
Saúde e Acção Social	2,1%	-	1,1%
Ambiente	2,1%	-	1,1%

Cultura	-	2,4%	1,1%
Ciência e Tecnologia	-	2,4%	1,1%
Crença e Religião	-	2,4%	1,1%
Total	100% (48)	100% (42)	100% (90)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças de *abertura da 1ª parte* = 48. Total de peças de *abertura da 2ª parte* = 42 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem. Nos dias 10/04 e 24/08 foram emitidas duas edições do Telejornal em horários díspares.

- A *política nacional* é o tema que abre mais vezes o Telejornal, quer a 1ª quer a 2ª parte – cerca de 28,9%. Entre os assuntos tratados na *abertura* estão, por exemplo, as eleições directas no PSD e o veto presidencial ao estatuto político-administrativo dos Açores.
- Para além da *política nacional*, são temas da *abertura da 1ª parte* do Telejornal *ordem interna* e *economia, finanças e negócios*, com 22,9% e 14,6% de incidência sobre o total, respectivamente. Estes temas abordam assuntos como *acidentes e catástrofes, crimes, indicadores económicos e mercado bolsista*.
- Na *abertura da 2ª parte*, além de *política nacional*, destacam-se *ordem interna e assuntos internacionais*, cada um com 14,3% de incidência na amostra.
- O *desporto*, segundo tema mais frequente na amostra do Telejornal, é tema de *abertura* na 1ª parte do Telejornal em 6,3% dos casos e *abertura da 2ª* em 7,1%.

FIG. 54 Principais actores das peças de abertura

Áreas dos principais actores	Telejornal (RTP1)
Política nacional	29,2%
Sociedade	14,6%
Comunidade Internacional	8,3%
Ordem interna	8,3%
Economia, finanças e negócios	8,3%
Relações Laborais	8,3%
Desporto	6,3%
Comunidade Europeia	2,1%
Sistema Judicial	2,1%
Saúde e Acção Social	2,1%
Ciência e Tecnologia	2,1%
Actores não identificáveis	8,3%
Total	100% (48)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças de *abertura da 1ª parte* = 48. Valores em percentagem.

- 29,2% dos *protagonistas* das peças de *abertura da 1ª parte* do Telejornal estão enquadrados na *categoria política nacional* (essencialmente o *Presidente da República e secretários-gerais e presidentes dos partidos*), que, para além de ser o tema mais frequente na amostra analisada, é também o mais valorizado na *abertura* dos blocos informativos.
- Segue-se a *categoria de actores da sociedade*, especialmente *cidadãos comuns adultos*, com 14,6% das *peças de abertura da 1ª parte*, sendo também a segunda *categoria de actores* mais presente na amostra.

FIG. 55 Temas das peças com promoção

Temas	Telejornal (RTP1)
Desporto	19,5%
Política nacional	18,2%
Ordem interna	16,9%
Assuntos internacionais	10,2%
Economia, finanças e negócios	8,5%
Sistema Judicial	4,2%
Sociedade	4,2%
Assuntos Comunitários	3,0%
Relações Laborais	2,5%
Ciência e Tecnologia	2,5%
Cultura	2,1%
Ambiente	1,7%
Cerimónias e Celebrações	1,7%
Saúde e Acção Social	1,3%
Urbanismo	1,3%
Crença e Religião	1,3%
Defesa	0,4%
Comunicação	0,4%
Total	100% (236)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de *peças com promoção* = 236. Valores em percentagem.

Inserida em momentos-chave dos noticiários (como, por exemplo, nas *aberturas* e no final da 1ª e 2ª parte), a *promoção (teaser)* visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação.

Na amostra do Telejornal, as peças com *promoção* representam 17,1% do total de peças analisadas.

- O *desporto* é o *tema* com maior número de *promoções* no Telejornal, incidindo em 19,5% dos casos. Os assuntos sobre *desporto* com *promoção* referem-se, por exemplo, aos Jogos Olímpicos de Pequim e a diversos assuntos relacionados com *futebol*.
- A *política nacional* foi objecto de *promoção* em 18,2% das peças. Nesta categoria temática, os assuntos com *promoção* remetem, predominantemente, para *actividades da presidência da república* e *actividades de partidos políticos*, sobretudo, relacionadas com a crise interna no PSD.
- Os assuntos da *ordem interna* ficam na terceira posição entre os *temas* mais promovidos, com 16,9%, maioritariamente relacionados com *acidentes e catástrofes*, *actividades policiais* e *crimes*.
- Seguem-se os *assuntos internacionais*, com 10,2% do total de *promoções*, centrados sobretudo em *conflitos armados* e *atentados e terrorismo*, e *economia, finanças e negócios*, com 8,5%, especialmente sobre *indicadores económicos*.
- Os *temas defesa* e *comunicação* foram objecto de uma *promoção* cada.

FIG. 56 Duração das peças por tema

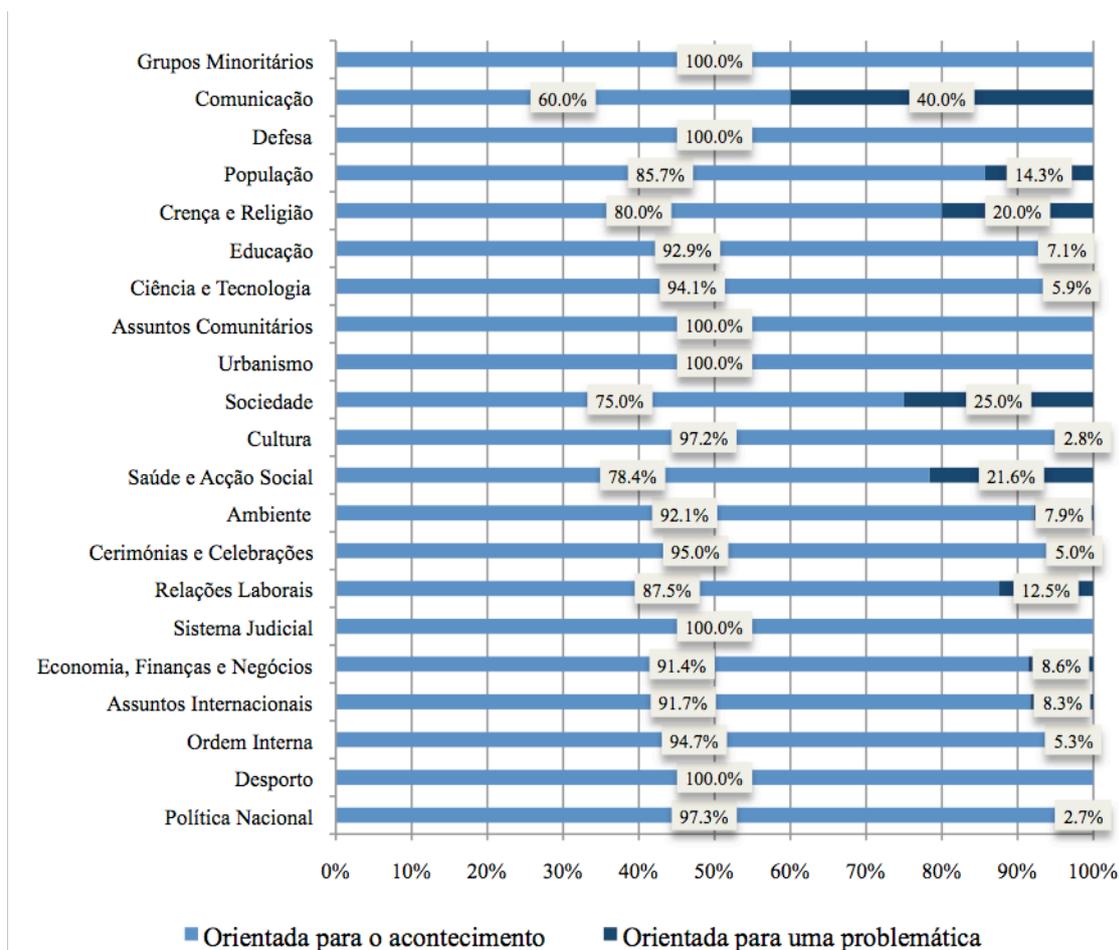
Temas	Telejornal (RTP1)			Total
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	
Política nacional	22,7%	20,4%	40,0%	21,3%
Desporto	14,9%	16,7%	26,7%	16,3%
Ordem interna	18,5%	11,6%	6,7%	13,6%
Assuntos internacionais	11,5%	12,7%	6,7%	12,3%
Economia, finanças e negócios	12,0%	8,2%	6,7%	9,3%
Sistema Judicial	4,4%	4,6%	-	4,5%
Relações Laborais	1,5%	3,6%	-	2,9%
Cerimónias e Celebrações	2,4%	3,2%	-	2,9%
Ambiente	5,1%	1,8%	-	2,8%
Saúde e Acção Social	0,2%	3,8%	-	2,7%
Cultura	1,0%	3,4%	-	2,6%
Sociedade	1,2%	2,4%	-	2,0%
Assuntos Comunitários	0,7%	1,6%	-	1,3%
Urbanismo	1,0%	1,5%	-	1,3%
Ciência e Tecnologia	1,2%	1,3%	-	1,2%
Educação	0,2%	1,4%	-	1,0%
Crença e Religião	0,5%	0,7%	6,7%	0,7%
População	0,5%	0,4%	6,7%	0,5%
Defesa	0,2%	0,4%	-	0,4%
Comunicação	0,2%	0,4%	-	0,4%
Grupos minoritários	-	0,1%	-	0,1%
Total	100% (410)	100% (952)	100% (15)	100% (1377)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com menos de 1 minuto = 410. Total de peças com 1 a 5 minutos = 952. Total de peças com mais de 5 minutos = 15. Valores em percentagem.

A duração das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais uma tendência para a redução da extensão das peças e a sua conseqüente fragmentação que leva a que certos assuntos sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- A duração média das peças emitidas pelo Telejornal da RTP1 é de 1 minuto e 44 segundos.
- A maioria das peças analisadas, 69,1% do total, tem duração entre 1 e 5 minutos. Os principais temas abordados neste intervalo são política nacional (em 20,4% dos casos), desporto (16,7%) e assuntos internacionais (12,7%).
- O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com duração inferior a 1 minuto. Encontram-se nesta situação 410 peças, sendo que 22,7% possuem como tema política nacional, 18,5% ordem interna e 14,9% desporto.
- Na amostra estudada, apenas 15 peças têm tempo de duração superior a 5 minutos. Os principais temas de maior duração são política nacional (em seis casos) e desporto (em quatro). As peças sobre política nacional reflectem, entre outros assuntos, o Congresso do PSD, as eleições regionais dos Açores, o estatuto político-administrativo dos Açores e a remodelação governamental.

FIG. 57 Temas por enfoque/orientação



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1301. Total de peças com orientação para a problemática = 76. Valores em percentagem.

- Considera-se que a cobertura de um tema tem *enfoque* ou é *orientada para o acontecimento* quando se centra num facto concreto, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, *na problemática* sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).
- As peças *orientadas para o acontecimento* são, em geral, reactivas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia, sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.
- Já as peças *orientadas para uma problemática* são, geralmente, pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador e envolvem, em princípio, investigação jornalística.
 - A maior parte das peças do Telejornal têm *enfoque num acontecimento*.
 - Do conjunto temático das peças do Telejornal com *enfoque numa problemática* destacam-se os seguintes: *comunicação, sociedade, saúde e acção social e crença e religião*.

FIG. 58 Temas com *directo*

Temas	Telejornal (RTP1)
Política nacional	25,0%
Assuntos internacionais	21,9%
Desporto	21,9%
Ordem interna	12,5%
Cultura	4,7%
Assuntos Comunitários	3,1%
Saúde e Acção Social	3,1%
Sistema Judicial	1,6%
Economia, finanças e negócios	1,6%
População	1,6%
Crença e Religião	1,6%
Cerimónias e Celebrações	1,6%
Total	100% (64)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com *directo* = 64. Valores em percentagem.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou protagonista. Na amostra analisada, apenas 4,6% das peças apresenta *directo*.

- A categoria temática *política nacional* é a que apresenta mais *directos* (25% de casos), seguida pelos *temas assuntos internacionais e desporto*, cada um com 21,9%. Os assuntos contemplados nas peças sobre *política nacional* referem, por exemplo, as eleições regionais nos Açores, o estatuto político-administrativo dos Açores e a remodelação governamental. As peças com *directo* sobre *assuntos internacionais* são, sobretudo, sobre as eleições presidenciais nos EUA. Já as peças sobre *desporto* com *directo* reflectem uma maior variedade de assuntos, apesar da predominância das notícias sobre o Euro 2008.
- O quarto *tema* mais saliente em que existe *directo* é *ordem interna*, com 12,5% de ocorrências, referindo-se a uma variedade de assuntos relacionados com *acidentes e catástrofes e crimes*.
- A existência de *directo* em *temas* como *sistema judicial, economia, finanças e negócios, população, crença e religião e cerimónias e celebrações* é residual, com apenas um *directo* em cada.

Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:

- 14,1% das peças com *directo* não possuem *protagonistas* identificáveis.
- A maior parte dos *protagonistas* – 28,1% – das peças com *directo* pertence à área da *política nacional*. Entre esses *protagonistas*, encontram-se o *Presidente da República* e vários *ministros*.
- Seguem-se os *actores da comunidade internacional*, na grande maioria Barack Obama, e do *desporto*, cada qual com 15,6%.
- A terceira categoria de *protagonistas* identificáveis é *sociedade*, com 9,4% dos casos. Estes *protagonistas* são representados como *cidadãos comuns crianças e adultos e representantes de entidades sem fins lucrativos*.

FIG. 59 Técnicas de ocultação da identidade dos actores⁴²

Subtemas	Telejornal (RTP1)		Total
	Distorção de imagem e/ou voz	Ocultação de câmaras/gravações	
Crimes	6	1	7
Casos de justiça	6	–	6
Segurança e assistência social	2	–	2
Conflitos armados	1	–	1
Actividades policiais	1	–	1
Incêndios	1	–	1
Actividades da Procuradoria-Geral da República	1	–	1
Empresas e negócios	1	–	1
Funcionamento do sistema educativo	1	–	1
Funcionamento do sistema de saúde	1	–	1
Práticas médicas	1	–	1
Imigração	1	–	1
Tecnologias da informação e da comunicação	1	–	1
Casos de interesse humano	1	–	1
Violência doméstica	1	–	1
Assuntos sobre crianças	1	–	1
Total	27	1	28

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças com *distorção de imagem e/ou voz* = 27. Total de peças com *ocultação de câmaras/gravações* = 1. Valores em números absolutos.

Esta variável procura identificar *técnicas* utilizadas para protecção da identidade dos *actores*, designadamente, a *distorção de voz e/ou imagem* dos protagonistas das peças noticiosas e, ainda, identificar a *ocultação* da presença de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone ocultos).

- O Telejornal usou *técnicas* de protecção da identidade dos *actores* em 28 peças no total da amostra. Os *Subtemas* em que se recorreu a *técnicas de ocultação* são diversos, destacando-se: *crimes*, *casos de justiça* e *segurança e assistência social*.
- A *distorção de imagem e/ou voz* é a *técnica* mais utilizada, presente em 27 peças.

h) Informação política nacional

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da *informação política nacional* realizada pelo Telejornal da RTP1 nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2008).

Das 1377 peças monitorizadas do Telejornal, 293 reportam acontecimentos ou problemáticas do *tema política nacional* – o mais representado no bloco informativo da RTP1, correspondendo a **21,3% do total das peças analisadas**. É sobre estas 293 peças que recai a análise temática deste capítulo.

O conceito de *política nacional* é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão (constante do Relatório apresentado em Maio de 2008 à Assembleia da República), no qual apenas são consideradas as peças que possuem como protagonistas personalidades do Governo e dos partidos políticos.

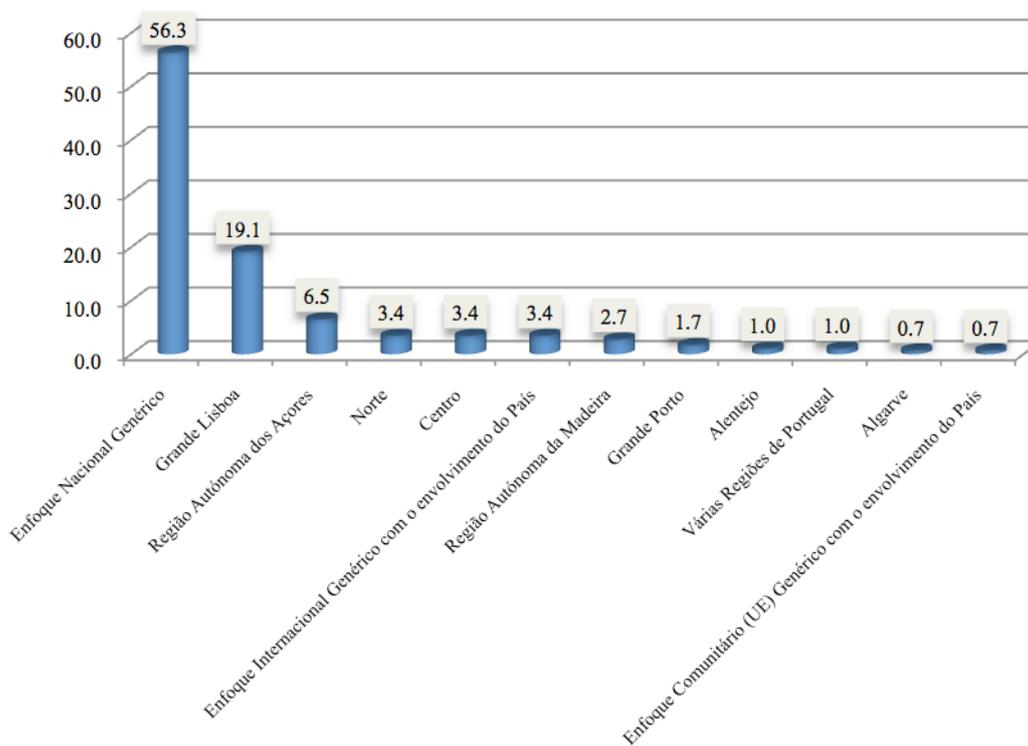
⁴²Estatuto do Jornalista, artigo 14º, alínea c) Abster-se de **formular acusações sem provas** e respeitar a presunção de inocência.

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 os protagonistas envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

- o *Subtemas de Política nacional* (ver figura 9, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI);
- o *Fontes de informação políticas*;
- o *Actores políticos*.

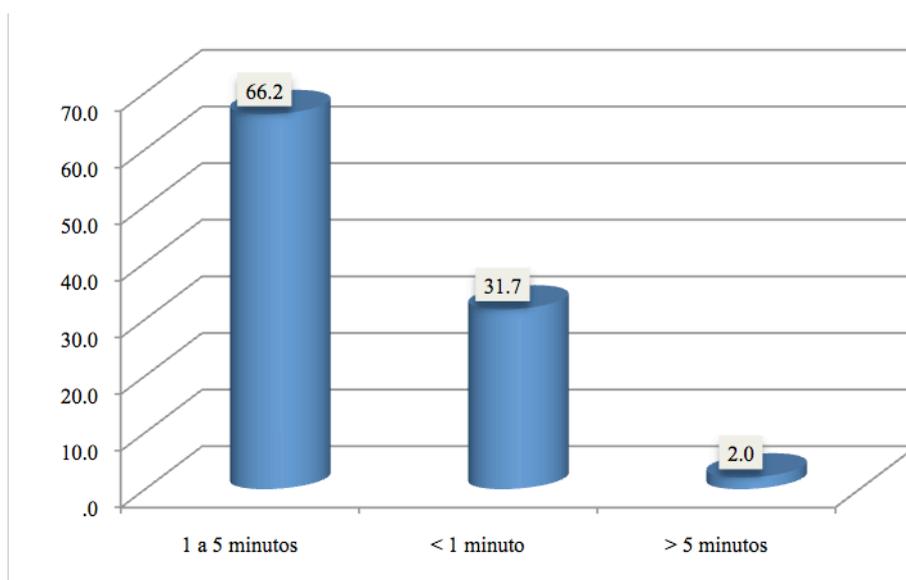
FIG. 60 Incidência Geográfica das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Valores em percentagem.

- 56,3% das 293 peças sobre *política nacional* analisadas têm *enfoque nacional genérico*, sem destacar nenhuma região em particular.
- As peças que dão destaque às regiões do País equivalem a 38,6% das peças sobre *política nacional*. A *Grande Lisboa* aparece como a região mais representada, em 19,1% das peças.
- Seguem-se a *Região Autónoma dos Açores*, com 6,5%, e o *Norte* e *Centro* do País, com 3,4% cada.

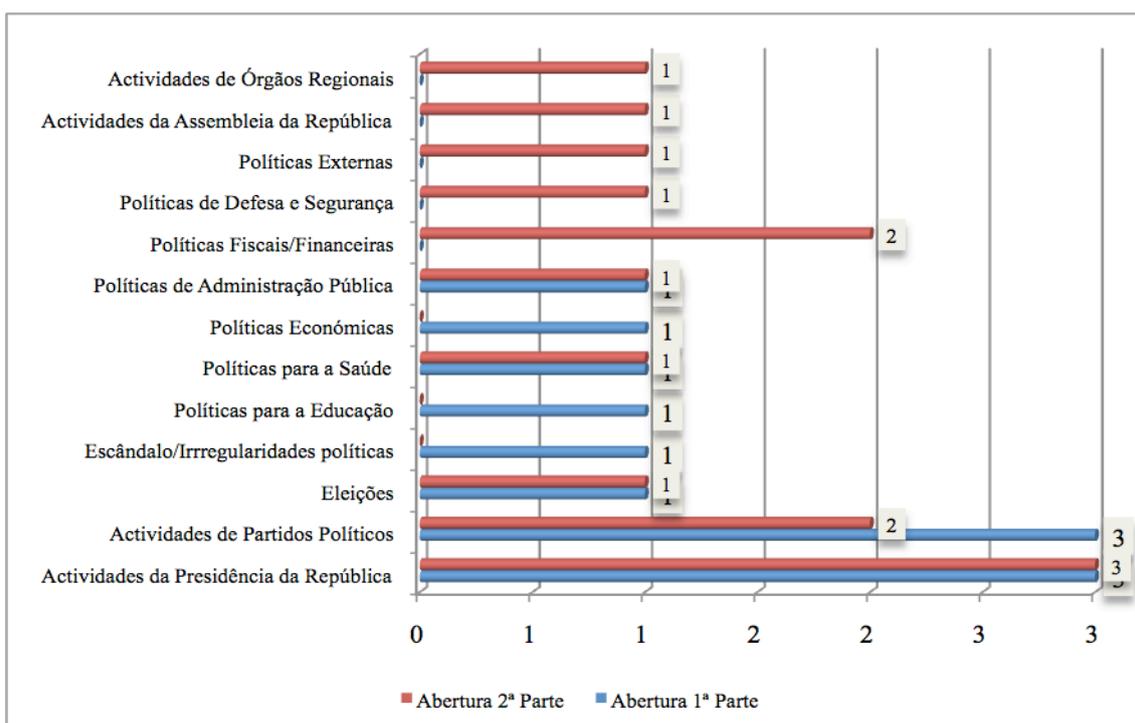
FIG. 61 Duração das peças sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Valores em percentagem.

- 66,2% das peças sobre *política nacional* do serviço de programas público registam uma *duração* de 1 a 5 minutos. 31,7% do total são peças com menos de 1 minuto e 2,0% peças com mais de 5 minutos.
- As seis peças de longa *duração* sobre *política nacional* reportam notícias relacionadas com o comunicado do Presidente da República ao País sobre o estatuto político-administrativo dos Açores, a saída do Governo do ministro da saúde, as eleições nos Açores, a reformulação do sistema de avaliação de professores e a vitória da líder do PSD nas eleições internas deste Partido.

FIG. 62 Temas de abertura do Telejornal sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da 1ª parte* = 12. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da 2ª parte* = 14. Valores em números absolutos.

- *Política nacional* é o tema que mais vezes abre o Telejornal nos dias da amostra (26 peças que correspondem a 28,9% do total de *aberturas*).
- *Actividades da presidência da república, actividades de partidos políticos, eleições, políticas para a saúde e políticas de administração pública* foram os *Subtemas* que estiveram presentes nas peças de *abertura* da 1ª e 2ª partes do Telejornal sobre *política nacional*.
- *Escândalos/irregularidades políticas, políticas para a educação e políticas económicas* apenas abriram a 1ª parte do Telejornal.
- *Políticas fiscais/financeiras, políticas de defesa e segurança, políticas externas, actividades da assembleia da república e actividades de órgãos regionais* apenas abrem a 2ª parte do Telejornal.

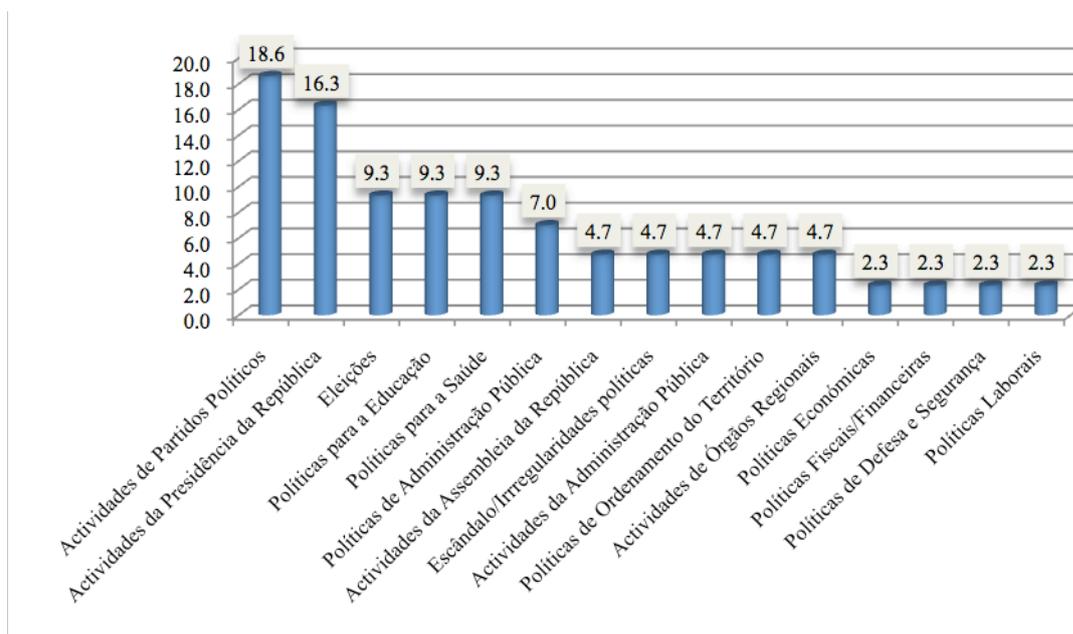
FIG. 63 Promoção das peças sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças sobre *política nacional com promoção* = 43. Valores em percentagem.

- 14,7% das peças sobre *política nacional* são alvo de *promoção* no alinhamento.

FIG. 64 Temas das peças sobre política nacional com promoção



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre política nacional = 293. Total de peças sobre política nacional com promoção = 43. Valores em percentagem.

- *Actividades de partidos políticos e actividades da presidência da república* são os *Subtemas* políticos mais promovidos, com 18,6% e 16,3%, respectivamente.
- Outros *Subtemas* objecto de *promoção* no alinhamento são: *eleições, políticas para a educação, políticas para a saúde e políticas de administração pública*.

FIG. 65 Temas das peças sobre política nacional com estilo discursivo opinativo

Tema	n
Actividades da Assembleia da República	1

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre Política nacional = 293. Total de peças sobre política nacional com estilo discursivo opinativo = 1. Valores em números absolutos.

- A maioria das peças sobre política nacional no Telejornal tem *estilo discursivo descritivo ou explicativo*.
- Foi identificada uma única peça de política nacional com *estilo discursivo opinativo*. Trata-se de uma peça sobre *actividades da assembleia da república*.

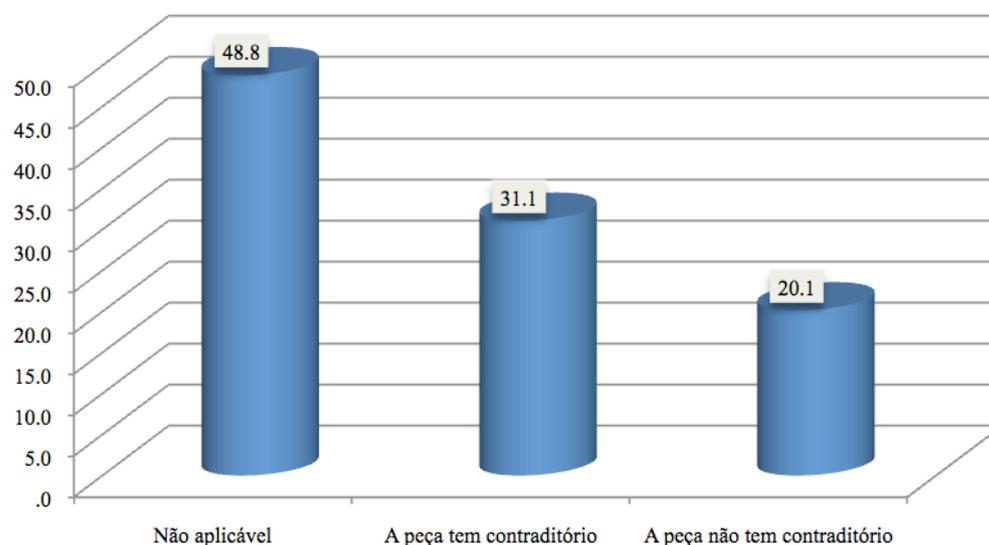
FIG. 66 Temas das peças sobre política nacional com directo

Temas	Telejornal (RTP1)
Eleições	4
Políticas de Administração Pública	3
Actividades da Assembleia da República	2
Actividades de Partidos Políticos	2
Políticas para a Saúde	2
Actividades da Presidência da República	1
Políticas para a Educação	1
Políticas para o Ambiente	1
Total	(16)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre política nacional = 293. Total de peças sobre política nacional com directo = 16. Valores em números absolutos.

- Dezasseis peças, isto é, 5,5% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento.
- Destas 16 peças, quatro apresentam como subtema *eleições* e três *políticas de administração pública*.

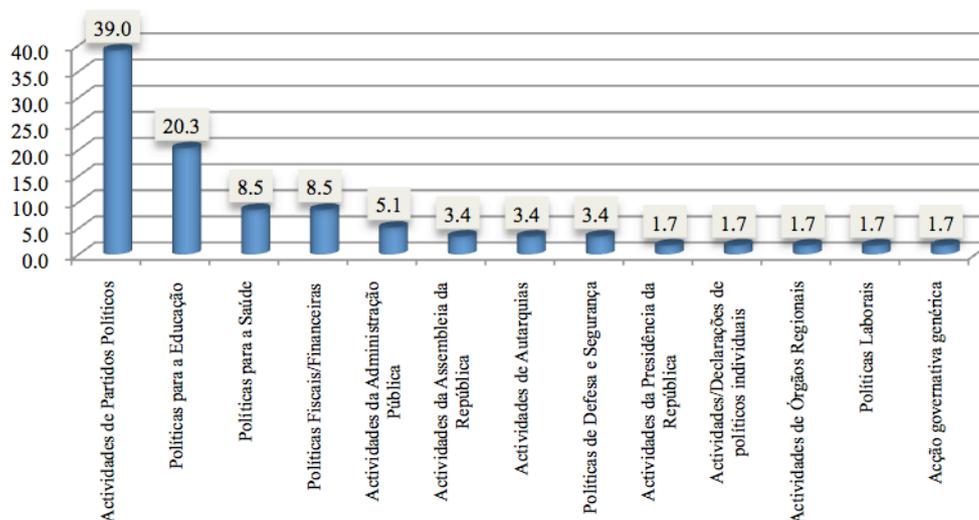
FIG. 67 Princípio do contraditório das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças sobre *política nacional com contraditório* = 91. Total de peças sobre *política nacional que não têm contraditório* = 59. Total de peças sobre *política nacional* em que não se aplica o princípio do contraditório = 143. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- As peças *com contraditório* representam 31,1% do total.
- Em 20,1% das peças, não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- Em 48,8% dos casos, não se justificou classificar a peça quanto ao *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.

FIG. 68 Temas das peças sobre política nacional sem contraditório

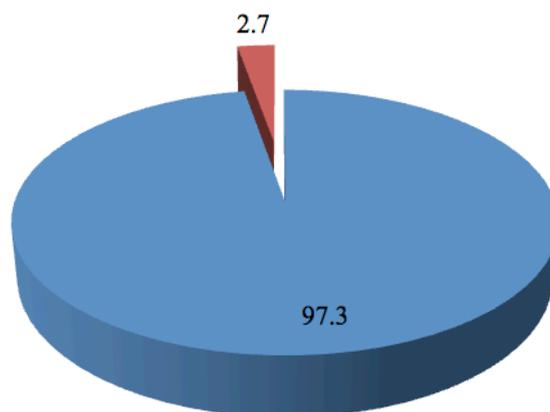


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças sobre *política nacional que não têm contraditório* = 59. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria

peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- Em 59 peças sobre *política nacional* (20,1%), não são ouvidos os interesses atendíveis, nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- Destas, os *Subtemas* mais focados são *actividades de partidos políticos* e *políticas para a educação*.

FIG. 69 Enfoque/orientação das peças sobre *política nacional*



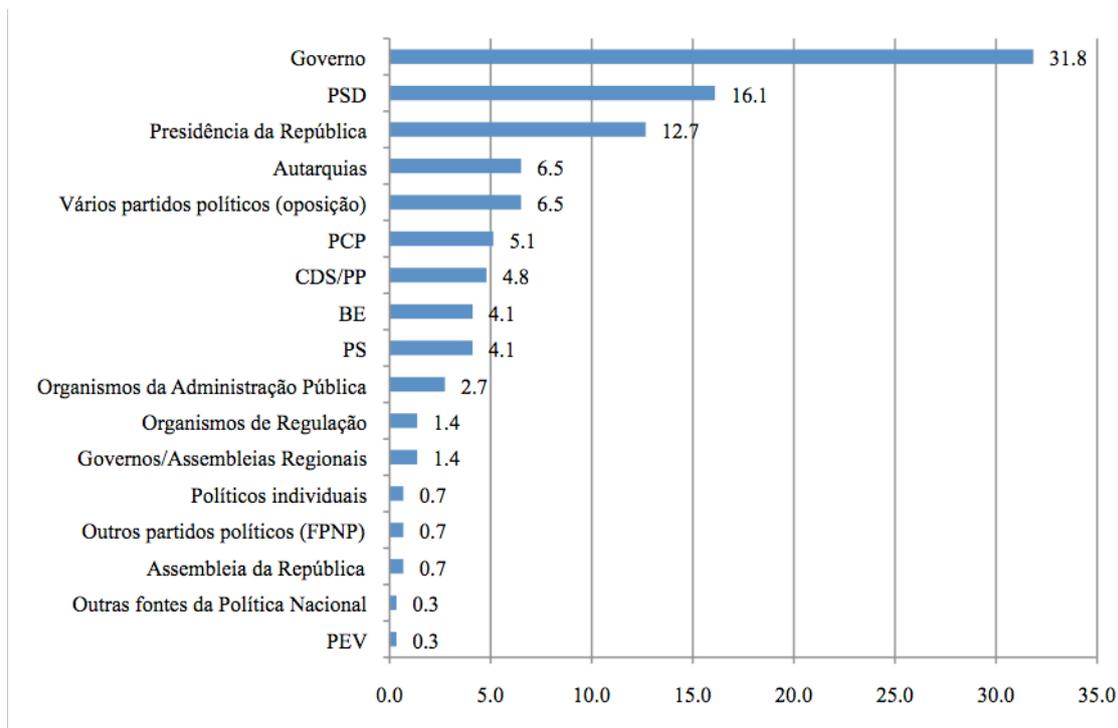
■ Orientada para o acontecimento ■ Orientada para uma problemática

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças sobre *política nacional orientadas para o acontecimento* = 285. Total de peças sobre *política nacional orientadas para uma problemática* = 8. Valores em percentagem.

- Quase todas as notícias sobre *política nacional* emitidas pelo Telejornal nos dias da amostra possuem *enfoque* ou são *orientadas para o acontecimento*, 97,3%, o que significa que se centram em factos concretos. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos *actores*. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com enfoque em problemáticas, ausentes nas peças de *política nacional* analisadas.

1. Fontes de informação políticas nacionais

FIG. 70 Fontes de informação políticas nacionais



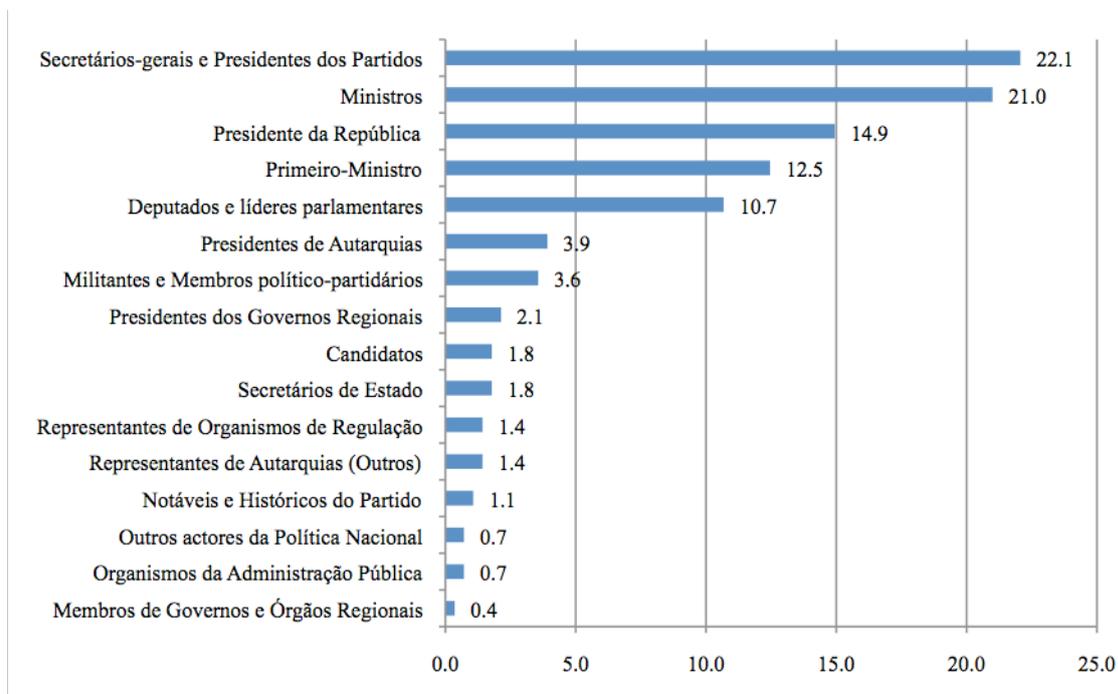
Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças com fontes *políticas nacionais* = 292. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças, existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

▪ **Nota explicativa :** Na análise de *fontes* apresentada neste capítulo serão analisadas não só as *fontes* políticas presentes nas 293 peças com tema dominante *política nacional*, mas todas as *fontes* políticas presentes nas 1377 peças emitidas no Telejornal no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *fontes* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- O *Governo* surge como *fonte de informação* principal em 31,8% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- A segunda *fonte* principal mais representada é o *Partido Social Democrata (PSD)*, consultado em 16,1% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- O *PCP* é *fonte* principal em 5,1% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- O *CDS/PP* é o terceiro partido parlamentar mais representado como *fonte* principal (4,8%).
- O *Bloco de Esquerda* constitui *fonte* principal em 4,1% das peças com *fontes* políticas nacionais, a par do *Partido Socialista (PS)*.
- O *PEV* é o partido menos representado como *fonte* principal, com 0,3%.
- *Vários partidos políticos*, incluindo por vezes todos os partidos da oposição, representam 6,5% das peças com *fontes* políticas nacionais (o que significa que nenhum dos partidos se destaca como *fonte* dominante).
- Em termos genéricos, a *presidência da república* é a terceira categoria de *fontes* políticas mais consultada, com 12,7%.

2. Actores políticos nacionais

FIG. 71 Categorias de *actores* políticos nacionais

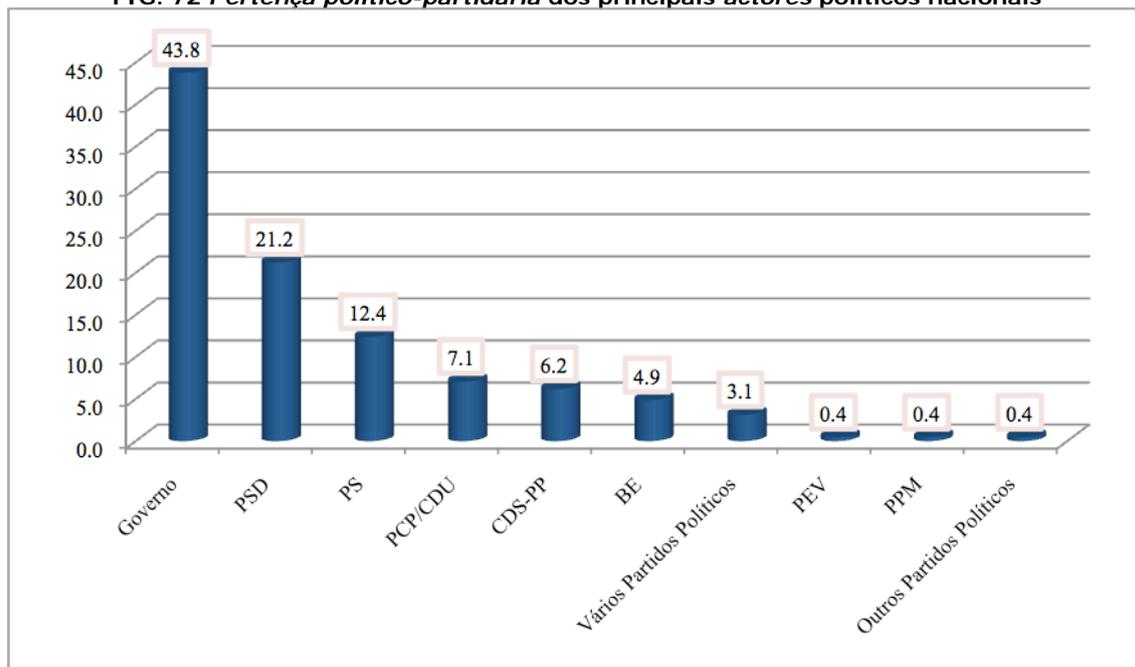


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças com *actores* políticos nacionais = 281. Valores em percentagem. A categoria Primeiro-Ministro inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como Primeiro-Ministro e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

▪ **Nota explicativa:** Na análise de *actores* apresentada neste capítulo serão analisados não só os *actores* políticos presentes nas 293 peças com tema dominante *política nacional*, mas todos os *actores* políticos presentes nas 1377 peças emitidas no Telejornal no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- As três categorias agregadas de *actores* pertencentes ao Governo – *primeiro-ministro*, *ministros* e *secretários de estado* – preenchem 35,3% dos principais *actores* políticos nacionais presentes nas peças.
- *Secretários-gerais* e *presidentes dos partidos*, *candidatos eleitorais*, *militantes* e *membros político-partidários*, *deputados* e *líderes parlamentares*, *notáveis* e *históricos dos partidos*, agregados, preenchem 39,3% dos principais *actores* políticos nacionais presentes nas peças.
- *Presidentes* e *outros representantes das autarquias* são *actores* em 5,3% das peças com políticos nacionais.
- O *Presidente da República* é o principal *actor* de 14,9% das peças com políticos nacionais.

FIG. 72 Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças com *actores* políticos nacionais = 281. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 226. Valores em percentagem.

A pertença político-partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: Ex-Presidente da República; Primeiro-Ministro; Ex-Primeiros-Ministros; Ministros; Secretários de Estado; Representantes de Organizações da UE; Líderes Partidários; Deputados; Presidentes de Autarquias; Candidatos, Militantes e Membros político-partidários.

Nota: Os dados constantes deste capítulo não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público, uma vez que os critérios utilizados não são totalmente coincidentes; as peças incluídas abrangem outros actores para além de membros do Governo e dos partidos e nesta avaliação é apenas analisado o Telejornal da RTP1.

Considerando a *pertença político-partidária* dos principais actores, os dados são os seguintes:

- Nas 226 peças com protagonistas cuja pertença político-partidária é identificada (19,9% do total de peças com protagonista identificado), predominam os *membros do Governo*, com 43,8% no Telejornal da RTP1.
- Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria *político-partidária* mais frequentada, com 21,2% nas peças.
- Os *protagonistas* do PS representam a terceira categoria *político-partidária* mais frequentada no Telejornal da RTP1 (12,4%).
- Os *protagonistas* do PCP representam a quarta categoria *político-partidária* mais frequentada no Telejornal da RTP1 (7,1%).
- Os *protagonistas* do CDS/PP representam a quinta categoria *político-partidária* mais frequentada (6,2%).
- Os *protagonistas* do BE representam a sexta categoria *político-partidária* mais frequentada (4,9%).
- Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os protagonistas do PEV são a categoria *político-partidária* menos representada, 0,4%.
- Entre os *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar, o PPM é o único a marcar presença no Telejornal da RTP1 (0,4%).

FIG. 73 Género dos actores/protagonistas políticos nacionais

Actores	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Total
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	18,5%	3,6%	–	22,1%
Ministros	15,3%	5,3%	0,4%	21,0%
Presidente da República	14,9%	–	–	14,9%
Primeiro-Ministro	12,5%	–	–	12,5%
Deputados e líderes parlamentares	9,6%	0,7%	0,4%	10,7%
Presidentes de Autarquias	3,9%	–	–	3,9%
Militantes e Membros político-partidários	3,2%	–	0,4%	3,6%
Presidentes dos Governos Regionais	2,1%	–	–	2,1%
Secretários de Estado	1,8%	–	–	1,8%
Candidatos	0,7%	0,4%	0,7%	1,8%
Representantes de Organismos de Regulação	1,4%	–	–	1,4%
Representantes de Autarquias (Outros)	0,7%	0,7%	–	1,4%
Notáveis e Históricos do Partido	1,1%	–	–	1,1%
Organismos da Administração Pública	–	0,7%	–	0,7%
Outros actores da Política nacional	0,7%	–	–	0,7%
Membros de Governos e Órgãos Regionais	0,4%	–	–	0,4%
Total	100% (244)	100% (32)	100% (5)	100% (281)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1377. Total de peças sobre *política nacional* = 293. Total de peças com actores políticos nacionais = 281. Total de peças em que foi identificado o *género* dos actores políticos nacionais = 281. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

- Os *actores* políticos nacionais são na grande maioria das peças – 86,8% (244 peças) – do *género masculino*.
- Apenas 11,4% dos *actores* políticos nacionais são do *género feminino*.
- No período da amostra, os únicos *protagonistas* políticos femininos considerados com maior visibilidade na peça são *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, a presidente do PSD e *ministros*, a ministra da Educação, e a ministra da Saúde. Surgem ainda a par destas e em conjunto com *actores* masculinos (*ambos os géneros*), *candidatas eleitorais*, caso das eleições internas do PSD, *militantes e membros político-partidários*, uma peça com militantes do PCP, *deputadas e líderes parlamentares*, deputados do BE, e *ministras*, uma peça sobre ministros demissionários.

Síntese conclusiva

RTP1 – Telejornal

1. Em termos gerais, no Telejornal da RTP1, destacam-se como *temas* mais presentes a *política nacional*, o *desporto* e a *ordem interna*. No que respeita aos *actores* e *fontes de informação*, verifica-se uma ligeira alteração, estando mais presentes as categorias da *política nacional*, *sociedade* e *desporto*.
2. *Temas* da área *grupos minoritários* possuem presença residual no Telejornal, o mesmo acontecendo com os *actores* e *fontes de temas* como *ambiente* e *urbanismo*.
3. Hierarquizando as categorias temáticas mais representadas no Telejornal, a ordem é a seguinte:
 - *Política nacional* – o *tema* mais frequente, o que mais vezes abre o Telejornal e o que

possui maior número de directos – Destacam-se *actividades dos partidos políticos, eleições, políticas para a educação e actividades da Presidência da República*, traduzindo, essencialmente, as eleições internas do PSD, a contestação à avaliação dos professores e a intervenção do Presidente da República relativamente ao estatuto político-administrativo dos Açores.

- *Desporto* – com peso dominante do *futebol* – é o *tema* com maior número de directos a seguir à *política nacional*, sendo o *tema* com maior número de promoções.
- *Ordem interna – acidentes e catástrofes, crimes*, também com peso significativo na abertura do Telejornal, no número de promoções e de directos.
- Muito perto encontram-se *temas de assuntos internacionais (peças sobre as eleições nos EUA)*.

4. Também representadas no Telejornal, encontram-se as seguintes categorias de *fontes e actores*:

- No âmbito da *política nacional* – membros do *Governo*, especialmente *ministros e primeiro-ministro, Presidente da República* e membros de partidos políticos, como *secretários-gerais e presidentes dos partidos e deputados e líderes parlamentares*.
- No âmbito do *desporto* – *atletas e técnicos desportivos*, sobretudo ligados ao *futebol*.
- No âmbito da *comunidade internacional* – *representantes de Estado e de Governos estrangeiros e representantes de partidos políticos estrangeiros*.
 - Embora com menos relevo, encontram-se também na amostra as seguintes categorias de *fontes e actores*:
- No âmbito local e regional – *representantes de autarquias*.
- No âmbito sindical – *representantes de centrais sindicais, federações e associações sindicais e trabalhadores/desempregados*.

5. Os *temas, fontes e actores* da área *relações laborais*, com incidência em *assuntos laborais*, representam entre 3 a 4%, do total dos *temas, actores e fontes* do Telejornal. São, essencialmente, *centrais, confederações e associações de sindicatos*.

6. Em termos geográficos, o Telejornal cobre diferentes regiões do País e do mundo. Contudo, a nível nacional, embora a maior parte das peças não se centre especificamente numa determinada região, destaca-se, a grande distância das restantes, a região da *Grande Lisboa*.

7. A nível internacional, continua a verificar-se presença reduzida dos países de Língua Oficial Portuguesa. O país da União Europeia mais referido, no período em análise, é Espanha, em peças essencialmente sobre questões de *ordem interna* e *desporto* e, no cenário extra-europeu, os Estados Unidos da América, devido, sobretudo, às eleições presidenciais.

8. No que respeita a *fontes* de informação, embora exista alguma diversidade de *fontes*, as peças com fonte única representam 40,2% do total das peças com *fontes* atribuídas, as quais predominam nas áreas da *política nacional, desporto, economia, finanças e negócios, ambiente, cultura e ciência tecnologia*. Aumenta, contudo, o recurso a *fontes* múltiplas e as peças com informação não atribuída são essencialmente sobre *desporto* (futebol) e *ordem interna*.

9. A maior parte dos *protagonistas* do Telejornal é de *nacionalidade* portuguesa e do *género masculino*, designadamente em peças sobre *política nacional*. O *género feminino* aparece sub-representado e com maior protagonismo em peças sobre *temas de política nacional, ordem interna e saúde e acção social*.

Informação Política nacional no Telejornal

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional* apuram-se os seguintes dados:

10. Dos 21% de peças sobre *política nacional*, as actividades e iniciativas dos partidos políticos estão entre os *Subtemas* mais representados, bem como as políticas para a educação e as actividades da Presidência da República.
11. Seguem-se na hierarquia dos *Subtemas* de *política nacional* no Telejornal, *políticas fiscais/financeiras* (em particular, as medidas governamentais de combate à crise, as variações no preço dos combustíveis) *políticas para a saúde* (remodelação governamental que implicou a saída do ministro da saúde) e *eleições* (eleições regionais nos Açores e eleições internas no PSD e CDS/PP).
12. As fontes de *política nacional* representam 21,3% do total das fontes do Telejornal. Dessas, o Governo surge como fonte principal na maior parte das peças (31,8%), seguido pelo Partido Social Democrata (16,1%), pelo Presidente da República (12,7%), autarquias (6,5%), e vários partidos políticos (6,5%). Os restantes partidos encontram-se distribuídos da seguinte forma: PCP (5,1%), CDS/PP (4,8%), BE (4,1%), PS (4,1%) e PEV (0,3%).
13. Das peças com protagonista cuja pertença político-partidária é identificada (19,8% do total de peças com protagonista identificado) 43,8% são membros do Governo; 21,2% são membros do PSD; 12,4% do PS; 7,1% do PCP; 6,2% do CDS/PP; 4,9% do BE; 0,4% do PEV e 0,4% do PPM.

4. Operador SIC – Jornal da Noite (Informação complementar)

O presente capítulo analisa a conformidade da informação emitida pela SIC no seu principal bloco informativo com os fins e obrigações que lhe são cometidas pelas leis e normas em vigor aplicáveis à actividade de televisão.

a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal da Noite da SIC

A análise da diversidade, de pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- nos temas abordados.
- nas fontes de informação.
- nos actores/protagonistas presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1492 peças noticiosas emitidas pelo Jornal da Noite entre Janeiro e Dezembro de 2008. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI.

b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados

A identificação dos temas mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, o conceito de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo da SIC.

Durante o período temporal que compõe a amostra analisada, o Jornal da Noite emitiu um total de 1492 peças noticiosas em 46 noticiários.

Conforme referido anteriormente, na análise da figura 8, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, verifica-se que, das 21 grandes *categorias temáticas* previamente definidas, todas estão representadas no Jornal da Noite da SIC, embora com frequências distintas, como se poderá concluir da análise que se segue.

De acordo com o explicitado, e previamente a uma análise mais pormenorizada das categorias temáticas mais representadas na amostra, recorde-se que, em termos gerais, a distribuição de *temas* no Jornal da Noite da SIC em 2008 foi a seguinte:

- *Ordem interna* é o *tema* dominante em 18% das peças, aparecendo como o mais frequente.
- Segue-se *política nacional* presente como categoria temática dominante em 14,7% das peças.
- *Desporto* (12,3%), *economia, finanças e negócios* (10,9%) e *assuntos internacionais* (9,5%) são os *temas* seguintes com maior representação nas peças da amostra. A presença dos dois últimos *temas* referidos entre os mais frequentes deve-se sobretudo ao número de peças que o Jornal da Noite dedicou à cobertura de determinados acontecimentos em 2008, nomeadamente, das oscilações nos preços dos combustíveis e das eleições para a presidência dos EUA.
- *Urbanismo, crença e religião, defesa, comunicação, população e grupos minoritários* são residuais, todos presentes em menos de 1% das peças do Jornal da Noite.
- *Relações laborais* foi *tema* principal de 2,3% das peças do Jornal da Noite, centrado nas iniciativas dos sindicatos, designadamente, *greves, protesto e manifestações laborais*. De notar que *actores e fontes dos sindicatos* aparecem ainda associados a outros *temas* como *política nacional, educação, saúde, etc.*

Nota: os dados sobre as peças com *tema política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI descreve a *incidência geográfica* dos conteúdos emitidos no Jornal da Noite, assim distribuídos:

- 33% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional genérico*, não se referindo especificamente a nenhuma região do País.
- O *enfoque internacional genérico sem o envolvimento do País* aparece contemplado em 16,8% das peças, enquanto o *enfoque internacional genérico com o envolvimento do País* apresenta-se em 5,6% dos registos.
- A terceira região mais presente é a da *Grande Lisboa*, presente em 14,1% dos registos.

A figura 20, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, descreve a *incidência geográfica internacional* dos conteúdos emitidos no Jornal da Noite. Diz respeito a 549 peças, que equivalem a 36,8% do universo total pesquisado. Sobre o *enfoque internacional* das peças pode constatar-se que:

- Cerca de 36,2%, incidem sobre o *continente europeu*. Os países mais referenciados são *Espanha, Reino Unido e França*.
- O *continente americano* é o segundo mais representado no cenário internacional, referenciado em 23,5% dos noticiários. Os *Estados Unidos* representam 68,2% destes conteúdos, sendo que o *Brasil* figura em segundo lugar (19,4%).
- Em termos de representatividade dentro do cenário internacional, o *continente asiático* aparece em terceiro lugar na amostra, com 12,4%. O País mais referenciado é a *China*, em 27,9% destes registos, sendo que a maior parte destas peças se referem aos Jogos Olímpicos de Pequim.
- Já os noticiários com *enfoque* sobre o *continente africano* e a *Oceânia* apresentam valores residuais.
- Relativamente à *África*, destaca-se a presença de países como *Moçambique, Angola e África do Sul* (15%).
- A baixa representatividade estatística de certos países e continentes pode-se justificar pela saliência do *enfoque vários países*, com um peso de 19,3% sobre o total de registos.

FIG. 74 Incidência geográfica por temas

Temas	Jornal da Noite (SIC)														
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	RAM	RAA	Várias Regiões de Portugal	Enfoque Nacional Genérico	Enfoque Internacional Genérico com PT	Enfoque Internacional Genérico sem PT	Enfoque Comunitário (UE) Genérico com PT	Enfoque Comunitário (UE) Genérico sem PT	Total
Ordem interna	20,5	22,6	32,3	31,8	42,9	38,2	9,1	22,2	12,5	7,1	7,1	20,4	11,8	25,9	18,0
Política nacional	10,2	9,7	16,1	12,3	8,6	-	54,5	66,7	16,7	29,7	2,4	-	1,3	1,9	14,7
Desporto	10,2	29,0	8,1	14,7	2,9	2,9	9,1	-	4,2	12,4	23,8	4,4	25,0	9,3	12,3
Economia, finanças e negócios	9,1	1,6	3,2	6,2	5,7	8,8	9,1	-	20,8	15,7	19,0	8,8	15,8	1,9	10,9
Assuntos internacionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	23,8	45,2	1,3	9,3	9,5
Sistema Judicial	11,4	17,7	6,5	5,2	11,4	14,7	-	-	-	6,9	1,2	1,6	5,3	5,6	6,1
Ambiente	11,4	1,6	3,2	0,5	5,7	8,8	-	-	4,2	7,7	-	2,8	-	3,7	4,5
Cultura	3,4	4,8	3,2	10,0	8,6	2,9	-	-	-	2,2	9,5	1,6	3,9	9,3	4,3
Sociedade	5,7	1,6	4,8	2,8	-	8,8	9,1	-	8,3	2,8	1,2	7,6	3,9	11,1	4,3
Cerimónias e Celebrações	2,3	1,6	4,8	3,8	-	-	-	-	-	2,2	6,0	4,0	-	1,9	2,7
Saúde e Acção Social	-	3,2	3,2	1,9	2,9	8,8	9,1	-	-	3,9	2,4	0,4	-	-	2,3
Relações Laborais	2,3	3,2	3,2	2,8	5,7	2,9	-	-	8,3	2,8	1,2	-	2,6	1,9	2,3
Ciência e Tecnologia	-	1,6	1,6	0,5	-	-	-	11,1	-	3,9	2,4	0,8	3,9	1,9	2,1
Urbanismo	8,0	1,6	1,6	4,3	-	2,9	-	-	20,8	0,2	-	-	2,6	-	1,8
Assuntos Comunitários	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	0,4	-	-	21,1	7,4	1,5
Educação	2,3	-	-	2,4	2,9	-	-	-	4,2	0,6	-	-	-	1,9	0,9
Crença e Religião	-	-	6,5	0,5	-	-	-	-	-	-	-	2,0	-	3,7	0,8
Defesa	-	-	1,6	-	2,9	-	-	-	-	0,4	-	0,4	-	-	0,3
Comunicação	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	1,9	0,3
População	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	1,9	0,2
Grupos minoritários	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
Total	100% (88)	100% (62)	100% (62)	100% (211)	100% (35)	100% (34)	100% (11)	100% (9)	100% (24)	100% (492)	100% (84)	100% (250)	100% (76)	100% (54)	100% (1492)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Valores em percentagem.

A figura anterior mostra a *incidência geográfica* por temas abordados nas peças.

- A maior parte das peças tem *enfoque nacional genérico* (492) e incide sobre os temas *política nacional* (29,7%), *economia, finanças e negócios* (15,7%) e *desporto* (12,4%).
- Na amostra de peças do Jornal da Noite, a segunda categoria de *incidência geográfica* mais frequente é o *enfoque internacional genérico sem envolvimento do país* (250), sendo 45,2% sobre *assuntos internacionais* e 20,4% sobre *ordem interna*. *Economia, finanças e negócios* (8,8%) e *sociedade* (7,6%) são os terceiro e quarto temas mais frequentes nas peças com essa *incidência geográfica*.
- *Grande Lisboa* é a terceira categoria de *incidência geográfica* mais frequente nas peças do Jornal da Noite em 2008, estando presente em 211 conteúdos, sobretudo sobre *ordem interna* (31,8%).
- À excepção do *Grande Porto*, as restantes regiões de Portugal continental presentes nas peças do Jornal da Noite também têm como *tema* mais frequente *ordem interna*.

No caso das peças com foco no *Grande Porto*, verifica-se que esse é o segundo *tema* mais frequente (22,6%), sendo o primeiro *desporto* (29%), nomeadamente, conteúdos sobre a crise financeira do Boavista.

- As peças com incidência nas *Regiões Autónomas* possuem como *tema* mais frequente *política nacional*, 54,5% na informação sobre a *Madeira* e 66,7% sobre os *Açores*.

c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas fontes de informação

- De acordo com o referido na figura 25 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, 26,8% das peças analisadas possui *fontes não atribuídas*, isto é, não é identificada a proveniência da informação. São em geral peças relacionadas com *futebol e ordem interna*.
- Nas restantes 73,2% peças em que existem *fontes atribuídas*, estas são na maior parte oriundas da área da *política nacional* (14,3% dos casos) e da *sociedade* (12,5%), em especial *cidadãos comuns*.
- As *fontes* da área do *desporto* (7,4%) e da *economia, finanças e negócios* (6,9%) são a terceira e quarta mais frequentes. No caso do *desporto* destacam-se *fontes* de associações e clubes desportivos, nomeadamente, jogadores e treinadores de futebol (Sporting, Benfica e Futebol Clube do Porto, Selecção Nacional). Os grandes empresários, os pequenos empresários e trabalhadores por conta própria, bem como responsáveis pelas bolsas de valores (a nível nacional e internacional) justificam que *economia, finanças e negócios* sejam a quarta categoria de *fontes* mais frequente.
- As *fontes* menos consultadas são as das áreas *crença e religião, defesa, urbanismo, grupos minoritários, ambiente e população*. Cada uma dessas áreas aparece como fonte em menos de 1% das peças, ou seja, a sua presença é residual.
- As *fontes* da área *relações laborais* representam 3% do total de *fontes* do Jornal da Noite, sendo essencialmente *centrais sindicais, confederações de sindicatos e sindicalistas*.

Nota: os dados sobre *fontes* da área *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

FIG. 75 Número de fontes, por temas

Temas	Jornal da Noite (SIC)		
	Fonte Única	Fonte Múltipla	Total
Ordem interna	54,7%	45,3%	100%
Política nacional	50,8%	49,2%	100%
Desporto	65,6%	34,4%	100%
Economia, finanças e negócios	49,6%	50,4%	100%
Assuntos internacionais	55,4%	44,6%	100%
Sistema Judicial	47,3%	52,7%	100%
Ambiente	69,5%	30,5%	100%
Cultura	51,0%	49,0%	100%
Sociedade	47,8%	52,2%	100%
Cerimónias e Celebrações	61,5%	38,5%	100%
Saúde e Acção Social	32,3%	67,7%	100%
Relações Laborais	41,4%	58,6%	100%
Ciência e Tecnologia	52,2%	47,8%	100%
Urbanismo	36,0%	64,0%	100%
Assuntos Comunitários	57,9%	42,1%	100%

Educação	45,5%	54,5%	100%
Crença e Religião	71,4%	28,6%	100%
Defesa	-	100,0%	100%
Comunicação	60,0%	40,0%	100%
População	50,0%	50,0%	100%
Grupos minoritários	-	100%	100%
Total	53,3% (574)	46,7% (502)	100% (1076)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1076. Total de peças com *fonte única* = 574. Total de peças com *fonte múltipla* = 502. Valores em percentagem.

- Na maior parte das peças em que a informação é atribuída, identifica-se apenas uma *fonte* de informação (53,3%). São, pois, peças de *fonte única*.
- As peças com *fonte múltipla* representam 46,7% do total das peças em que foram atribuídas fontes. Predominam nas áreas de *sistema judicial, sociedade, saúde e acção social, relações laborais, Urbanismo, educação e economia, finanças e negócios*.
- Nas peças sobre *defesa e grupos minoritários* só aparecem fontes múltiplas, no entanto deve notar-se que a presença deste tema na amostra é residual. No primeiro caso estão em causa três peças e no segundo apenas uma, ou seja, um número de peças que não permite apurar uma tendência em relação ao número de fontes para estes dois temas.
- O mesmo acontece em relação às peças com tema *comunicação*, que em 60% dos casos têm fonte única. No entanto, na amostra o número de peças com esse tema é 5, ou seja, um número residual. No caso do tema *população*, metade das peças apresenta fonte única e os restantes 50% apresentam fonte múltipla. Neste caso, uma vez mais, tratam-se apenas de duas peças.
- As peças com *fonte única* predominam nas áreas da *ordem interna, política nacional, desporto, assuntos internacionais, ambiente, cultura, cerimónias e celebrações, ciência e tecnologia, assuntos comunitários e crença e religião*.
- Deve notar-se que no caso de alguns temas não se pode afirmar que há um claro domínio de um determinado número de fontes. Isso é o que acontece nas peças com temas *política nacional, economia, finanças e negócios e cultura*. Nestes casos a diferença de percentagem de peças com fonte única e fonte múltipla, muitas vezes não chega a 1%. Isso significa que não há uma tendência marcada em relação ao número de fontes.

FIG. 76 Temas das peças com informação não atribuída

Temas	Jornal da Noite (SIC)
Ordem interna	26,7%
Assuntos internacionais	13,5%
Desporto	13,0%
Economia, finanças e negócios	9,2%
Sistema Judicial	7,9%
Política nacional	7,6%
Sociedade	4,6%
Cerimónias e Celebrações	3,8%
Cultura	3,8%
Ambiente	2,0%
Ciência e Tecnologia	2,0%
Crença e Religião	1,3%
Relações Laborais	1,0%
Saúde e Acção Social	1,0%
Assuntos Comunitários	0,8%
Defesa	0,5%

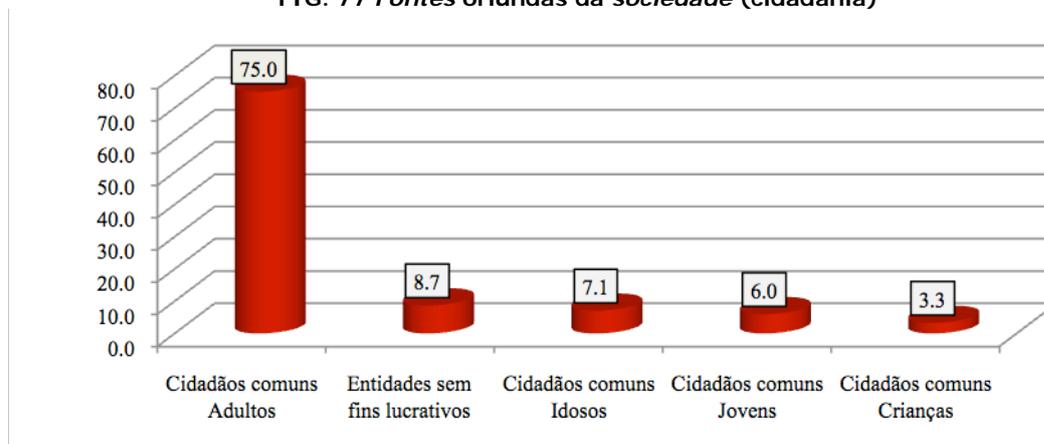
Educação	0,5%
Urbanismo	0,5%
População	0,3%
Total	100% (393)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com informação não atribuída = 393. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

Em 26,8% das peças do Jornal da Noite a *informação não é atribuída*.

- As peças sobre *ordem interna* (26,7%), *assuntos internacionais* (13,5%) e *desporto* (13%) são as que menos identificam as fontes. Deve recordar-se que estes temas encontram-se entre os cinco mais frequentes no Jornal da Noite, o que pode justificar o seu peso nas peças com informação não atribuída.
- Note-se que as peças de *ordem interna*, *assuntos internacionais* e *desporto* com informação não atribuída se caracterizam sobretudo por serem peças curtas, com menos de um minuto, com estilo discursivo descritivo.
- Apesar da presença destes temas em peças com informação não atribuída, verifica-se que em todos a percentagem de informação atribuída é claramente superior.

FIG. 77 Fontes oriundas da sociedade (cidadania)



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com fontes de informação da sociedade = 184. Valores em percentagem.

Tal como referido anteriormente neste capítulo, as fontes da área sociedade são as segundas mais referenciadas e/ou consultadas nas peças da amostra do Jornal da Noite. Tal como o gráfico acima representado ilustra:

- 75% das fontes de sociedade, ou seja, a maioria, são cidadãos comuns adultos. Surgem como fontes dominantes sobretudo em peças com assuntos ligados a *ordem interna*, *sociedade* e *urbanismo*. Em peças com temas muito frequentes na amostra, como sejam a *política nacional* e o *desporto*, a sua presença como fontes de informação dominantes é residual.
- As entidades sem fins lucrativos representam 8,7% das fontes dessa área, imediatamente seguidas pelos cidadãos comuns idosos e os cidadãos comuns jovens.
- A uma distância considerável, encontram-se cidadãos comuns crianças que são fonte em 3,3% das peças com fontes da área sociedade. Nesses casos, as crianças surgem como fontes sobretudo em contexto escolar, isto é, na qualidade de alunos.

d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de actores/protagonistas presentes nas peças

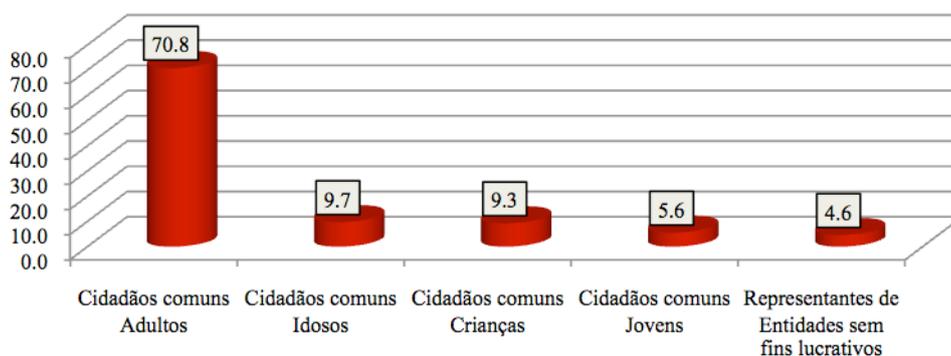
- Tal como referido no capítulo comparativo dos principais blocos informativos dos canais generalistas nacionais (figura 29 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI) os protagonistas do Jornal da Noite são, na maior parte, oriundos da área sociedade (14,5% dos casos). Adiante neste capítulo especificam-se quais os actores dessa área que surgem como protagonistas nas peças do Jornal da Noite.
- A segunda categoria de protagonistas mais representada é oriunda da política

nacional, em 13% dos casos, com destaque para os *ministros*.

- Recorde-se que a terceira categoria mais saliente de *protagonistas* provém da área *desporto*, em 9,5% dos casos identificáveis, onde se destacam os atletas e técnicos desportivos, em especial futebolistas e treinadores de futebol.
- Os *protagonistas* da área *relações laborais* representam 2,6% do total de *actores* do Jornal da Noite, essencialmente *representantes de centrais sindicais, confederações de sindicatos e sindicalistas*.
- Os casos de *actores não identificáveis* representam 27,6% sobre o total das peças analisadas. As peças em que não há *actores* são sobretudo sobre os *temas ordem interna* (19,7%) e *economia, finanças e negócios* (18,2%).

Nota: os dados sobre *actores* da área *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

FIG. 78 Principais *actores* oriundos da *sociedade* (cidadania)



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com *protagonistas* identificáveis = 1080. Total de peças com *protagonistas* da *sociedade* = 216. Valores em percentagem.

Conforme referido anteriormente, *sociedade* é a primeira categoria de *protagonistas* identificáveis no Jornal da Noite (presentes em 14,5% do total das peças). Estes *protagonistas* são, concretamente:

- Em 70,8% dos casos, ou seja, na maioria das peças com *actores* da categoria *sociedade*, *cidadãos comuns adultos*.
- Com um peso relativamente semelhante surgem *cidadãos comuns idosos* (9,7%) e *cidadãos comuns crianças* (9,3%).
- Com menos representatividade, em 5,6% e 4,6% dos casos, respectivamente, aparecem *cidadãos comuns jovens* e *representantes de entidades sem fins lucrativos*.

De acordo com a figura 34, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, a maior parte (71,4%) dos *protagonistas* dos *noticiários* do Jornal da Noite é de nacionalidade portuguesa (771 peças de um total de 1080). Esses *protagonistas* surgem sobretudo em peças de *política nacional*, *ordem interna* e *desporto*. São sobretudo *políticos nacionais*, *responsáveis por forças de segurança* e *dirigentes*, *atletas* e *técnicos de clubes de futebol nacionais*.

- Os *protagonistas* identificados como *internacionais* são o segundo maior grupo dentro da amostra (19,8%): protagonizam 214 peças, especialmente salientes nos conteúdos de *assuntos internacionais*, *ordem interna* e *desporto*. Neste caso os *protagonistas* são na sua maioria representantes de Estado e governo estrangeiros, bem como técnicos de futebol e atletas dessa e de outras modalidades desportivas. Recorde-se que a presença das outras modalidades desportivas na categoria *desporto* está relacionada com as peças sobre os jogos olímpicos presentes na amostra.
- Os *cidadãos europeus* protagonizam apenas 95 peças (8,8%), aparecendo principalmente nos *temas ordem interna*, *desporto*, *cultura* e *assuntos internacionais*. Nestas peças destacam-se representantes da comunidade europeia, desportistas,

artistas internacionais (cantores, actores) e envolvidos em processos judiciais.

FIG. 79 Género dos principais actores, por áreas

Temas	Jornal da Noite (SIC)			
	Masculino	Feminino	Ambos os Géneros	Total
Sociedade	11,4%	35,0%	63,6%	20,0%
Política nacional	21,6%	11,5%	-	18,0%
Desporto	16,9%	1,3%	0,9%	13,1%
Comunidade Internacional	9,8%	6,4%	2,8%	8,6%
Economia, finanças e negócios	8,0%	5,1%	2,8%	7,0%
Sistema Judicial	6,6%	12,1%	1,9%	6,9%
Cultura	5,1%	12,1%	5,6%	6,2%
Ordem interna	6,5%	3,2%	1,9%	5,6%
Relações Laborais	3,4%	3,2%	5,6%	3,6%
Comunidade Europeia	3,3%	-	0,9%	2,6%
Ciência e Tecnologia	2,2%	2,5%	0,9%	2,1%
Educação	1,0%	4,5%	3,7%	1,8%
Saúde e Acção Social	1,1%	0,6%	1,9%	1,1%
Crença e Religião	1,0%	-	1,9%	0,9%
Comunicação	0,9%	0,6%	1,9%	0,9%
População	0,5%	-	0,9%	0,5%
Urbanismo	0,4%	0,6%	-	0,4%
Grupos minoritários	0,1%	0,6%	1,9%	0,4%
Defesa	0,2%	-	0,9%	0,3%
Ambiente	-	0,6%	-	0,1%
Total	100% (816)	100% (157)	100% (107)	100% (1080)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1080. Total de peças em que foi possível identificar o género dos protagonistas = 1080. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surjam em peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

A distribuição dos *protagonistas* por *género* evidencia algumas diferenças significativas. Assim, no total de 1080 peças (72,4%) com *protagonistas* identificáveis:

- Em 816 peças (75,6%), o *protagonista* é do *género masculino*. Os homens que aparecem como *actores* principais das peças pertencem, maioritariamente, à área da *política nacional* (em 21,6%). Seguem-se os *actores* da área *desporto*, isto é, dirigentes, atletas e treinadores desportivos. Tal como referido anteriormente, destacam-se os jogadores e treinadores dos clubes de futebol nacionais.
- Já as mulheres protagonizam apenas 157 peças, representando 14,5% dos *protagonistas identificados nas peças da amostra*. O *género feminino* pertence, principalmente, à área *sociedade* (35% das peças desta categoria), onde estão enquadrados, por exemplo, os *cidadãos comuns adultos*.
- Os *protagonistas* de *ambos os géneros* contabilizam 107 registos na amostra (9,9%) e representam, maioritariamente, a categoria *sociedade* (63,6% dos casos).

e) Rigor e isenção no tratamento da informação

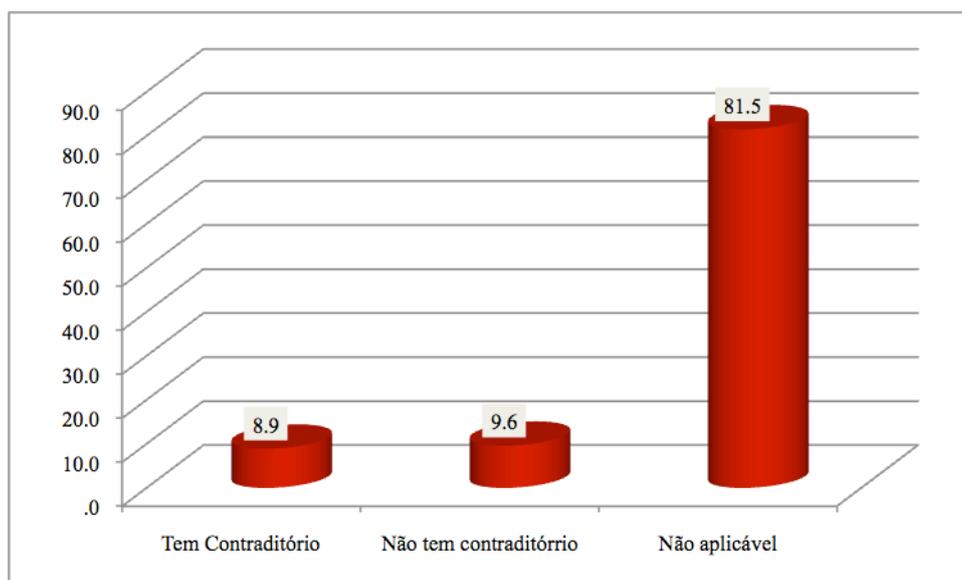
O rigor e a isenção na informação do Jornal da Noite são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- O respeito pelo *princípio do contraditório*, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância;
- A apresentação dos factos e a sua verificação;
- A separação entre factos e opiniões;
- A identificação das *fontes*, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção.

- *Princípio do contraditório*.
- *Estilo discursivo*.
- Identificação das *fontes*.
- Diversidade de *fontes*.

FIG. 80 Princípio do contraditório



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças *com contraditório* = 133. Total de peças *sem contraditório* = 143. Total de peças em que *não se aplica* o princípio do contraditório = 1216. Valores em percentagem.

- De acordo com o representado na figura acima, verifica-se que em 81,5% das peças do Jornal da Noite não se aplica o *princípio do contraditório*.
- Nas restantes 18,5% das peças em que foi aplicado o *princípio do contraditório*, a percentagem que *tem contraditório* (8,9%) é semelhante à percentagem que *não tem* (9,6%), sendo esta última ligeiramente superior.

FIG. 81 Princípio do contraditório, por temas

Temas	A peça tem contraditório	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Ordem interna	4,5%	8,6%	86,9%	100% (268)
Política nacional	24,1%	19,5%	56,4%	100% (220)
Desporto	3,3%	4,9%	91,8%	100% (183)
Economia, finanças e negócios	8,0%	9,8%	82,2%	100% (163)
Assuntos internacionais	7,8%	7,8%	84,4%	100% (141)
Sistema Judicial	13,2%	16,5%	70,3%	100% (91)
Ambiente	3,0%	3,0%	94,0%	100% (67)
Cultura	1,6%	1,6%	96,9%	100% (64)

Sociedade	1,6%	1,6%	96,9%	100% (64)
Cerimónias e Celebrações	-	4,9%	95,1%	100% (41)
Relações Laborais	20,0%	22,9%	57,1%	100% (35)
Saúde e Acção Social	11,4%	2,9%	85,7%	100% (35)
Ciência e Tecnologia	-	3,2%	96,8%	100% (31)
Urbanismo	29,6%	22,2%	48,1%	100% (27)
Assuntos Comunitários	-	8,7%	91,3%	100% (23)
Educação	23,1%	7,7%	69,2%	100% (13)
Crença e Religião	-	-	100,0%	100% (12)
Defesa	-	-	100,0%	100% (5)
Comunicação	-	-	100,0%	100% (5)
População	-	33,3%	66,7%	100% (3)
Grupos minoritários	-	-	100,0%	100% (1)
Total	8,9% (133)	9,6% (143)	81,5% (1216)	100% (1492)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças *com contraditório* = 133. Total de peças *sem contraditório* = 143. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 1216. Valores em percentagem.

A variável *princípio do contraditório* verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado.

A peça é codificada como *tem contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo.

A peça é codificada como *não tem contraditório* quando não são ouvidos possíveis lados nem existe referência à tentativa de os ouvir.

O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Como referido a propósito da análise da figura anterior, o indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 18,5% das peças analisadas no Jornal da Noite.
- Deste total, em 8,9% existe *contraditório*
- À excepção das peças com tema *urbanismo* (48,1%), verifica-se que as peças sobre *política nacional* são aquelas nas quais há mais necessidade de ouvir o contraditório. Imediatamente a seguir a esse tema aparecem as peças sobre *relações laborais* (57,1%).
- As peças *que têm contraditório* aparecem mais frequentemente em conteúdos com as *categorias temáticas urbanismo, política nacional, educação e relações laborais*. No entanto, nas peças sobre os dois últimos temas referidos há uma percentagem superior ou semelhante de conteúdos que não tem contraditório.

As peças sobre *crença e religião, defesa, comunicação e grupos minoritários* não requerem contraditório na amostra do Jornal da Noite. No entanto, como a presença desses temas é residual conclui-se que não é possível delinear tendências em relação à variável *princípio do contraditório*.

FIG. 82 Principais temas com estilo discursivo opinativo

Temas	Jornal da Noite (SIC)
Desporto	30,0%
Cerimónias e Celebrações	13,3%
Política nacional	13,3%
Economia, finanças e negócios	10,0%
Ordem interna	10,0%
Urbanismo	10,0%
Cultura	6,7%
Ciência e Tecnologia	3,3%
Sociedade	3,3%
Total	100% (30)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com *estilo discursivo opinativo* = 30. Valores em percentagem.

Como referido acima, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação dos factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa separação é identificável através do *estilo discursivo* do jornalista (apresentador e repórter).

O *estilo discursivo opinativo* identifica as situações em que o discurso dominante do apresentador e/ou do repórter manifesta juízos subjectivos – analíticos, hipotéticos ou disjuntivos –, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

- A grande maioria das peças do Jornal da Noite incluídas na amostra possui *estilo discursivo descritivo* ou *interpretativo*.
- Apenas 2% das peças do Jornal da Noite (30 de um total de 1492) apresentaram *estilo opinativo*.
- A maior parte dessas peças é sobre *desporto*, concretamente *futebol*.
- Como segundas categorias temáticas mais representadas nas peças com *estilo opinativo* aparecem *cerimónias e celebrações* e *política nacional*, cada um com 13,3%.

f) Contextualização da informação

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo operador público.

1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e localização no alinhamento das peças em que surgem, a duração da respectiva peça, a existência ou ausência de promoção da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e a afectação de meios técnicos, por exemplo para a produção de directos.

FIG. 83 *Temas de Abertura do Jornal da Noite*

Temas	Jornal da Noite (SIC)		
	Abertura 1ª Parte	Abertura 2ª Parte	Total
Ordem interna	41,3%	22,7%	32,2%
Política nacional	21,7%	18,2%	20,0%
Desporto	15,2%	15,9%	15,6%
Assuntos internacionais	6,5%	6,8%	6,7%
Economia, finanças e negócios	4,3%	6,8%	5,6%
Sistema Judicial	6,5%	2,3%	4,4%
Saúde e Acção Social	-	9,1%	4,4%
Relações Laborais	2,2%	4,5%	3,3%
Sociedade	-	4,5%	2,2%
Ciência e Tecnologia	-	4,5%	2,2%
Assuntos Comunitários	2,2%	2,3%	2,2%
Cultura	-	2,3%	1,1%
Total	100% (46)	100% (44)	100% (90)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças de *abertura da 1ª parte* = 46. Total de peças de *abertura da 2ª parte* = 44 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem.

- A *ordem interna* é o tema que abre mais vezes a 1ª parte do Jornal da Noite – cerca de 41,3%.
- Para além desse tema, destacam-se como *tema da abertura* da 1ª parte do Jornal da Noite *política nacional* e *desporto*, incidindo o primeiro, em 21,7% das peças e o segundo em 15,2%.
- No que diz respeito aos temas das peças que abrem com maior frequência a 2ª parte do Jornal da Noite verifica-se que são exactamente os mesmos que se destacam na abertura. Ainda assim, a diferença de peso dos temas *ordem interna* (22,7%), *política nacional* (18,2%) e *desporto* (15,9%) é menor na abertura da segunda parte. Nesta parte do alinhamento há tendência para haver maior diversidade de temas dominantes. Note-se, por exemplo, que o tema *saúde e acção social* – que não está presente em nenhuma peça de abertura da 1ª parte – é o quarto mais frequente na abertura da segunda parte.
- Deve assinalar-se que os temas mais frequentes nas aberturas, quer da primeira, quer da segunda parte, são também os mais frequentes na amostra.

FIG. 84 *Principais actores das peças de abertura*

Áreas dos principais actores	Jornal da Noite (SIC)
Política nacional	19,6%
Sociedade	19,6%
Desporto	15,2%
Ordem interna	10,9%
Comunidade Internacional	8,7%
Sistema Judicial	6,5%
Economia, finanças e negócios	6,5%
Relações Laborais	2,2%
População	2,2%
Actores Não Identificáveis	8,7%
Total	100% (46)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças de *abertura da 1ª parte* = 46. Valores em percentagem.

- São duas as categorias de *actores* que dominam a abertura do Jornal da Noite. Os *actores* de *política nacional* e os de *sociedade* protagonizam igual percentagem de peças de abertura (19,6%). Seguem-se os *actores* da categoria *desporto*, que são protagonistas em 15,2% das peças.
- No caso da *política nacional* destacam-se na abertura do Jornal da Noite o *presidente da república* e os *ministros*. Das áreas de *sociedade* e *desporto* surgem como *actores* principais mais frequentes *cidadãos comuns adultos* (moradores, vítimas, testemunhas ligados a assuntos de *ordem interna*) e *atletas e técnicos desportivos*, sobretudo ligados ao futebol (seleccionador nacional, treinadores).
- Verifica-se que embora a maior parte das peças de abertura tenha *actores* como protagonistas, em 8,7% não foi identificado nenhum.

FIG. 85 Temas das peças com promoção

Temas	Jornal da Noite (SIC)
Ordem interna	18,7%
Política nacional	11,9%
Desporto	11,6%
Economia, finanças e negócios	11,2%
Sistema Judicial	8,5%
Assuntos internacionais	7,1%
Cultura	5,4%
Sociedade	5,1%
Ambiente	4,8%
Relações Laborais	3,4%
Saúde e Acção Social	3,4%
Ciência e Tecnologia	2,4%
Assuntos Comunitários	2,0%
Cerimónias e Celebrações	2,0%
Urbanismo	1,0%
Crença e Religião	0,7%
População	0,3%
Comunicação	0,3%
Total	100% (294)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de *peças com promoção* do Jornal da Noite da SIC = 294. Valores em percentagem.

Inserida em momentos-chave dos noticiários (como, por exemplo, nas *aberturas* e nos finais das partes), a *promoção* (*teaser*) visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação. Na amostra do Jornal da Noite, as peças com *promoção* representam 19,7% do total de peças analisadas.

- A *ordem interna* é o *tema* com maior número de *promoções* no Jornal da Noite, incidindo em 18,7% dos casos. A promoção das peças com esta categoria temática acontece sobretudo quando os *Subtemas* dominantes são *crimes* e *actividades policiais*. Na amostra foram promovidas peças sobre *carjacking*, assaltos a bancos, violência doméstica, detenções policiais.
- *Política nacional*, *desporto* e *economia, finanças e negócios* foram os três *temas* seguintes com maior número de promoções, com cerca de 11% cada. No período em análise verifica-se que na amostra foram promovidos vários assuntos em torno destes *temas*, nomeadamente algumas políticas governamentais, a participação de equipas de futebol nacionais em competições europeias e a subida e descida do preço do petróleo.
- Deve notar-se que alguns *temas* apesar de serem pouco frequentes na amostra foram *temas* dominantes de peças com promoção. Isso acontece nomeadamente com as peças sobre *crença e religião*, *população* e *comunicação*.

FIG. 86 Duração das peças por tema

Temas	Jornal da Noite (SIC)			
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	Total
Ordem interna	21,2%	16,1%	10,6%	18,0%
Política nacional	13,9%	16,6%	5,3%	14,7%
Desporto	10,7%	12,9%	18,1%	12,3%
Economia, finanças e negócios	9,6%	12,3%	9,6%	10,9%
Assuntos internacionais	11,4%	8,5%	3,2%	9,5%
Sistema Judicial	6,6%	5,2%	9,6%	6,1%
Ambiente	6,5%	2,9%	3,2%	4,5%
Sociedade	4,0%	4,1%	7,4%	4,3%
Cultura	2,8%	5,2%	7,4%	4,3%
Cerimónias e Celebrações	3,2%	2,4%	2,1%	2,7%
Relações Laborais	1,9%	2,5%	4,3%	2,3%
Saúde e Acção Social	1,4%	2,8%	5,3%	2,3%
Ciência e Tecnologia	1,5%	2,1%	5,3%	2,1%
Urbanismo	1,1%	2,1%	4,3%	1,8%
Assuntos Comunitários	2,0%	1,3%	-	1,5%
Educação	0,5%	1,3%	-	0,9%
Crença e Religião	1,2%	0,3%	2,1%	0,8%
Comunicação	0,2%	0,4%	1,1%	0,3%
Defesa	0,3%	0,4%	-	0,3%
População	-	0,3%	1,1%	0,2%
Grupos minoritários	-	0,1%	-	0,1%
Total	100% (647)	100% (751)	100% (94)	100% (1492)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com menos de 1 minuto = 647. Total de peças com 1 a 5 minutos = 751. Total de peças com mais de 5 minutos = 94. Valores em percentagem.

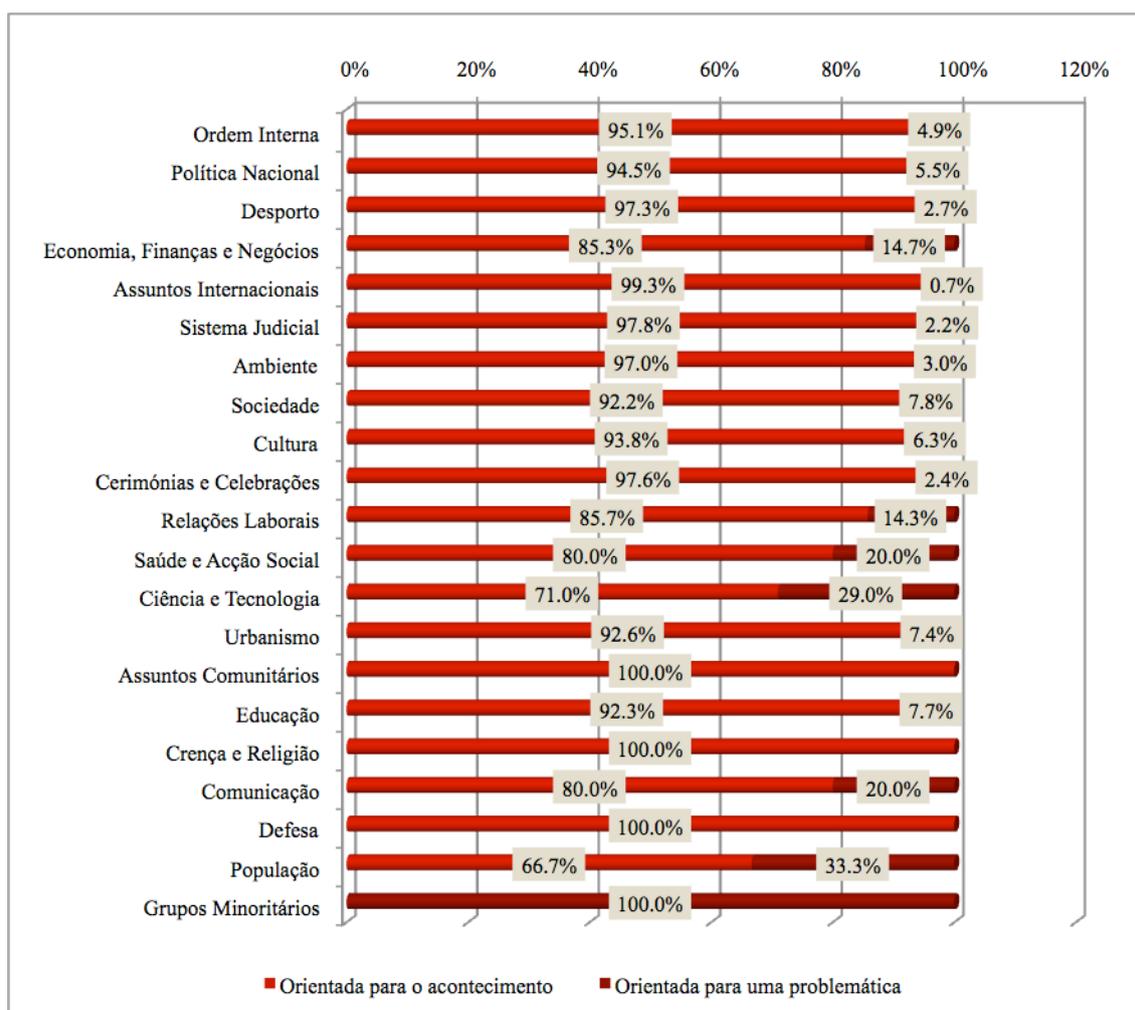
A duração das peças, conjugada com outras variáveis (como a promoção), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais, uma tendência para a redução da extensão das peças e a sua conseqüente fragmentação que leva a que certos temas sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- A duração média das peças emitidas pelo Jornal da Noite da SIC é de 2 minutos e 4 segundos.
- A maioria das peças analisadas, 50,3% do total, tem duração entre 1 e 5 minutos. Os dois temas que se destacam nas peças com duração neste intervalo são política nacional (16,6%) e ordem interna (em 16,1% dos casos), com percentagens semelhantes. As peças de política nacional remetem, na maior parte dos casos, para os Subtemas actividades de partidos políticos e políticas de educação e as de ordem interna são sobretudo sobre os Subtemas crimes (vários assaltos a bancos, a caixas de multibanco e a estabelecimentos comerciais) e acidentes e catástrofes naturais.
- O terceiro e quatro temas dominantes nas peças que têm essa duração, desporto e economia, finanças e negócios, também apresentam pesos semelhantes. No primeiro destacam-se as peças com subtema futebol (participação na taça UEFA e na Liga dos Campeões) e no segundo são mais frequentes as peças sobre indicadores

económicos (aumento do preço dos combustíveis).

- O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com *duração* inferior a 1 minuto (43,4%). Encontram-se nesta situação 647 peças, sendo que a maior parte dessas peças é sobre *ordem interna* (21,2%), sobretudo sobre *acidentes e catástrofes* (destacam-se os acidentes de viação), mas também sobre *crimes*. São peças que se caracterizam por terem um estilo discursivo descritivo, baseado em factos, que geralmente não aparecem nem na abertura da primeira parte, nem na abertura da segunda parte dos blocos informativos.
- O segundo tema mais frequente nas *peças com duração inferior a 1 minuto* é *política nacional* (13,9%), seguido de *assuntos internacionais* (11,4%) e *desporto* (10,7%).
- Na amostra estudada, 94 peças (6,3%) têm tempo de *duração superior a 5 minutos*. São peças que se caracterizam por terem um estilo discursivo maioritariamente explicativo/interpretativo e por terem promoção (em 94 peças, 55 têm promoção).
- As peças com esta *duração* são maioritariamente sobre *desporto* (18,1%). A presença maioritária deste tema em peças de longa duração na amostra justifica-se com a existência de longos *directos*, fundamentalmente em torno de actividades da selecção nacional de futebol.
- Ao tema *desporto*, seguem-se as peças sobre assuntos de *ordem interna* (10,6%) *sistema judicial* (9,6%) e *economia, finanças e negócios* (9,6%), que aparecem na mesma percentagem de peças.

FIG. 87 Temas por enfoque/orientação



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1396. Total de peças com orientação para a problemática = 96. Valores em percentagem.

- Considera-se que a cobertura de um *tema* tem *enfoque* ou é *orientada para o acontecimento* quando se centra num facto concreto, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, *na problemática* sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).
- As peças *orientadas para o acontecimento* são, em geral, reactivas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.
- Já as peças *orientadas para uma problemática* são, geralmente, pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador e envolvem, em princípio, investigação jornalística.
- Das 1492 peças do Jornal da Noite, 96, ou seja, 6,4% têm *enfoque numa problemática*. Das 21 categorias temáticas consideradas na análise, a maior parte apresenta uma percentagem de peças que é orientada para uma problemática. As excepções são os *temas assuntos comunitários, crença e religião e defesa*, que são totalmente *orientados para o acontecimento*.
- Note-se que, apesar da pequena percentagem de peças orientada para a problemática, há *temas* onde essa orientação apresenta algum destaque. Isso acontece em peças com assuntos sobre *saúde e acção social, economia, finanças e negócios e relações laborais*. Em outros *temas* como *comunicação, população, ciência e tecnologia e grupos minoritários* isso também se verifica, no entanto não é possível apurar essa tendência, tendo em conta o número residual de peças sobre estes *temas*.

FIG. 88 *Temas com directo*

Temas	Jornal da Noite (SIC)
<i>Desporto</i>	23,2%
<i>Política nacional</i>	17,9%
<i>Ordem interna</i>	17,9%
<i>Assuntos internacionais</i>	16,1%
<i>Cultura</i>	10,7%
Sistema Judicial	3,6%
<i>Economia, finanças e negócios</i>	3,6%
Assuntos Comunitários	1,8%
<i>Ambiente</i>	1,8%
Crença e Religião	1,8%
<i>Sociedade</i>	1,8%
Total	100% (56)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com Directo = 56. Valores em percentagem.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou protagonista. Na amostra analisada, apenas 3,8% das peças apresenta *directo*.

- A *categoria temática desporto* é a que apresenta mais *directos* (23,2% de casos), sobretudo peças ao vivo sobre actividades de organismos ligados ao futebol. No período da amostra foram emitidas várias peças em *directo* para conferências da selecção nacional de futebol (conferência de imprensa para anunciar os convocados para o Euro 2008, testemunho do seleccionador nacional).
- Seguem-se os *temas política nacional e ordem interna*, cada um com 17,9% dos *directos* do Jornal da Noite. Os *directos* das peças sobre *política nacional* estão na maioria dos casos ligados a eleições, nomeadamente a eleição para a presidência do PSD, que teve lugar neste período. Já no caso das peças com tema *ordem interna*, as ligações em *directo* no Jornal da Noite são sobretudo a propósito de *acidentes e catástrofes*.
- Próximo dos dois *temas* anteriores em termos de representatividade no Jornal da Noite, surge em terceiro lugar nas peças com *directo* o tema *assuntos internacionais*.

As peças sobre eleições políticas internacionais, nomeadamente a eleição para a presidência dos EUA, são aquelas que justificaram maior número de entradas em directo no Jornal da Noite.

- As peças com tema *cultura* figuram na quarta posição em termos de *directos*. São sobretudo sobre artes e eventos culturais, nomeadamente sobre o Rock in Rio e sobre peças de teatro.
- Note-se que *temas* mais residuais no Jornal da Noite como *ambiente* e *crença e religião* justificaram, em determinados momentos, e emissão em *directo*. Isso aconteceu nomeadamente nas comemorações do 13 de Maio em Fátima e a propósito da queda de neve na Serra da Estrela.

Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:

- 16,1% das peças com *directo* não possuem *protagonistas* identificáveis. São sobretudo as peças sobre assuntos ligados a países estrangeiros aquelas que não têm *actores* como *protagonistas*.
- A maior parte dos *protagonistas* – 19,6% - das peças com *directo* pertence à área de *política nacional*. Entre esses *protagonistas*, e directamente relacionado com o que se disse a propósito dos assuntos com maior número de *directos*, destacam-se sobretudo candidatos, nomeadamente os que se candidataram à eleição para a presidência do PSD.
- A segunda categoria de *protagonistas* identificáveis em peças com *directo* pertence à categoria *desporto* (16,1% sobre o total). Esses *protagonistas* da área do *desporto* são na sua maioria provenientes da modalidade *futebol*. No período em análise, os mais frequentes são os ligados à Selecção Nacional de Futebol, nomeadamente os jogadores, mas também o seleccionador nacional.
- Imediatamente a seguir surge a terceira categoria de *protagonistas* mais frequente nas peças em *directo*, ou seja, *sociedade* (14,3%). Nesse caso, os *actores* mais comuns são *cidadãos comuns adultos*. Aparecem sobretudo ligados a peças sobre *acidentes* e *crimes*. Os candidatos à eleição para a presidência (Barack Obama, John McCain, Hillary Clinton) justificam a presença dos *protagonistas* da comunidade internacional como os quartos mais frequentes em peças com *directos*, aparecendo em 10,7%.

FIG. 89 Técnicas de ocultação da identidade dos actores⁴³

Subtemas	Jornal da Noite (SIC)		
	Distorção de imagem e/ou voz	Ambas as Técnicas	Total
Casos de Justiça	9	-	9
Crimes	7	-	7
Actividades Policiais	2	-	2
Violência Doméstica	2	-	2
Acidentes e Catástrofes	1	-	1
Actividades de estudantes e/ou encarregados de educação/pais	1	-	1
Práticas Médicas	1	-	1
Artes e Eventos Culturais	1	-	1
Emprego/Desemprego	-	1	1
Qualidade e Segurança no Trabalho	-	1	1
Poluição e Crimes Ambientais	-	1	1
Assuntos sobre Crianças	-	1	1
Total	24	4	28

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças com *distorção de imagem e/ou voz* = 24. Total de peças com *distorção de imagem e/ou voz e ocultação de*

⁴³Estatuto do Jornalista, artigo 14º, alínea c) Abster-se de **formular acusações sem provas** e respeitar a presunção de inocência.

câmara/gravações = 4. A categoria *ambas as técnicas* agrega distorção de imagem e/ou voz e ocultação de câmara/gravações. Valores em números absolutos.

Esta variável procura identificar *técnicas* utilizadas para protecção da identidade dos *actores*, designadamente, a *distorção de voz e/ou imagem* dos protagonistas das peças noticiosas e, ainda, identificar a *ocultação* da presença de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone ocultos).

- O Jornal da Noite usou *técnicas* de protecção da identidade dos *actores* em 28 peças no total da amostra, ou seja, em 1,9% das peças. Tal como é possível verificar a partir dos números da tabela acima apresentada, os *Subtemas* em que se recorreu a *técnicas de ocultação* com maior frequência são *casos de justiça* e *crimes*. No período da amostra o caso de justiça que justificou o recurso mais frequente a estas técnicas de protecção foi o caso Esmeralda. Em peças sobre o caso de disputa parental da criança Esmeralda, foi utilizada a distorção do rosto da menor.
- No que diz respeito ao segundo subtema em que este recurso foi mais frequente, *crimes*, surgem sobretudo peças em que são mostradas situações de assaltos (em que é ocultada a identidade quer de assaltantes, quer das vítimas) ou em peças sobre crimes sexuais, nomeadamente, pedofilia.
- Os restantes *Subtemas* que, de forma pontual, justificaram o recurso pelo operador à *distorção de voz e/ou imagem* ou à *ocultação de câmara/gravações*, ou de ambas, surgem em peças cujos assuntos e protagonistas (nomeadamente crianças acidentadas ou em situação de mendicidade) se encontram em situação de vulnerabilidade.
- A *distorção de voz e/ou imagem* é a *técnica* mais utilizada.

g) Informação política nacional

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da *informação política nacional* realizada pelo Jornal da Noite da SIC nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2008).

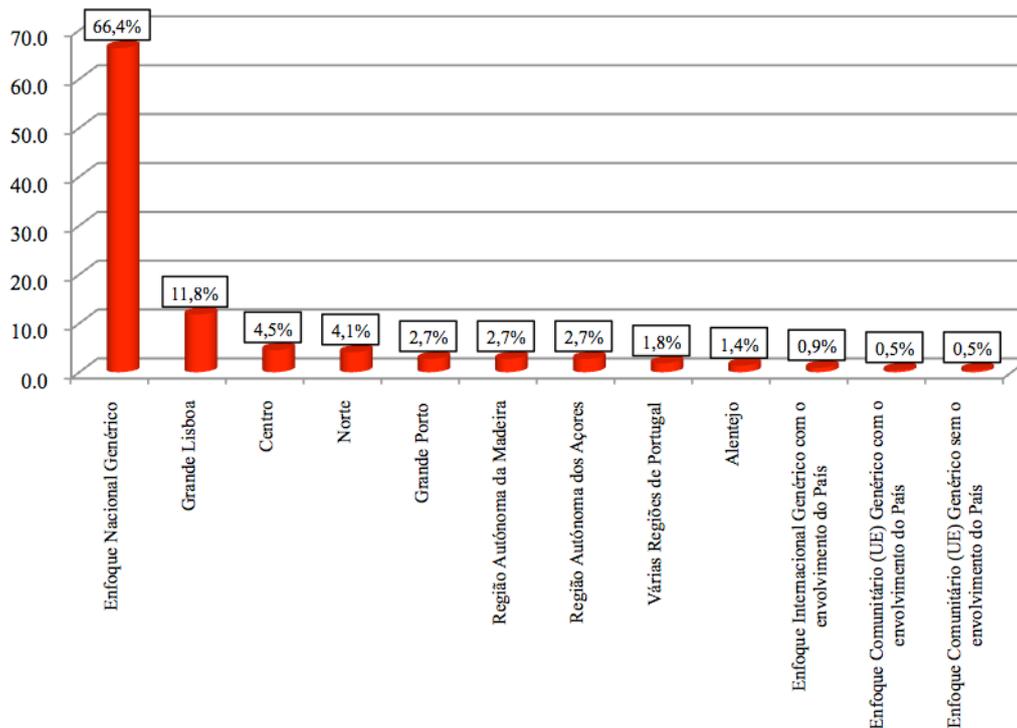
Das 1492 peças monitorizadas do Jornal da Noite, 220 reportam acontecimentos ou problemáticas do *tema política nacional* – o segundo *tema* mais representado no bloco informativo da SIC, com 14,7% do total das peças analisadas, imediatamente a seguir ao *tema ordem interna*. É sobre estas 220 peças que recai a análise deste capítulo.

O conceito de *política nacional* é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão e apresentada em relatório autónomo, em que apenas são consideradas as peças que possuem como protagonistas personalidades do Governo e dos partidos políticos. Do que aqui se trata é, pois, do conceito de política entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados *temas de política nacional*, quaisquer que sejam os protagonistas envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

- *Subtemas* de *Política* nacional (ver figura 9 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI);
- *Fontes* de informação políticas;
- *Actores* políticos.

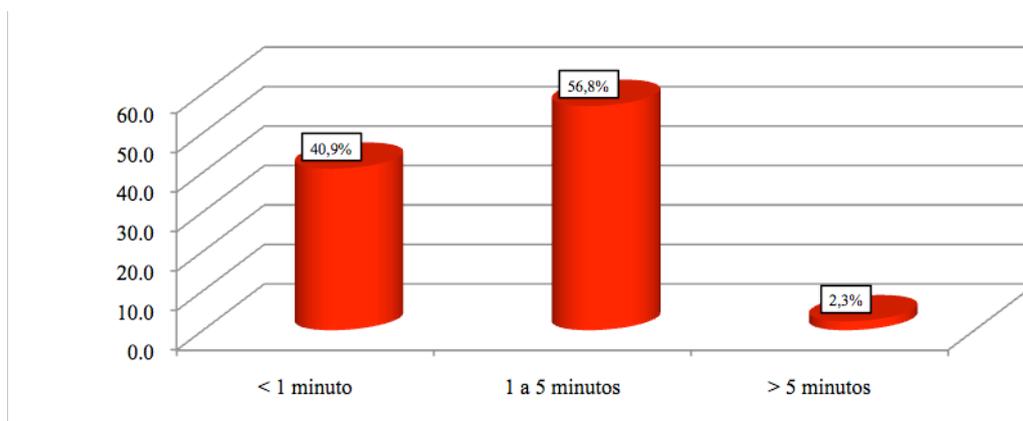
FIG. 90 Incidência geográfica das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre política nacional = 220. Valores em percentagem.

- 66,4% das 220 peças analisadas têm *enfoque nacional*, sem destacar nenhuma região em particular.
- As peças que dão destaque às regiões do País equivalem a 31,7% das peças sobre *política nacional*. A *Grande Lisboa* aparece como a mais representada, em 11,8% das peças. A representação dessa região relaciona-se com a frequência de peças sobre o tema *actividades da assembleia da república*.
- Com um peso inferior na amostra encontram-se as restantes regiões do País, sendo que o *Centro* e o *Norte*, que aparecem como a segunda e terceira mais representadas, não são *incidência geográfica* dominante de mais do que 4,5% e 4,1% das peças, respectivamente. A região *Centro* foi central nas peças da amostra do Jornal da Noite sobre *actividades da presidência da república*, nomeadamente, na deslocação do Presidente da República. Já a região *Norte* do País surge a propósito de *actividades de partidos políticos*. Ambas as regiões aparecem destacadas também em peças sobre *políticas para a educação*.
- Apesar da presença do assunto revisão do estatuto político-administrativo dos Açores na amostra, verifica-se que a *Região Autónoma dos Açores* é o enfoque geográfico dominante de um número residual de peças. Isso acontece porque grande parte das peças relacionadas com esse assunto têm incidência nas acções da presidência da república, dos partidos e da assembleia da república a um nível nacional genérico, sem que o foco seja nessa região em particular.
- Os *enfoques internacionais e comunitários* nas peças de *política nacional* na amostra apresentam valores residuais, sendo o enfoque dominante apenas num número diminuto de peças sobre visitas de Estado.

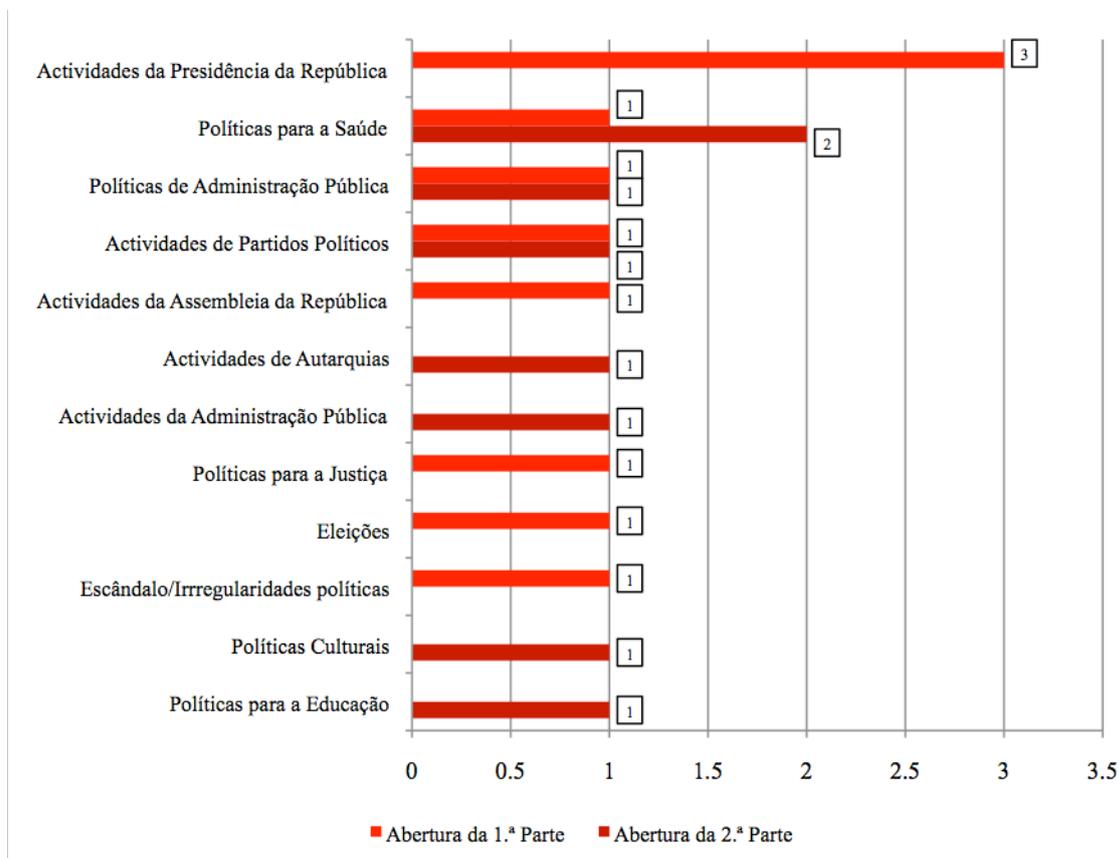
FIG. 91 Duração das peças sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Valores em percentagem.

- 56,8% das peças sobre *política nacional* do serviço de programas privado registam uma *duração* de 1 a 5 minutos. Apesar do peso superior das peças com essa duração, a sua presença não é hegemónica, representando as peças de *política nacional* com duração inferior a 1 minuto 40,9% do total.
- Quer no caso das peças com duração 1 a 5 minutos, quer nas peças com menos de 1 minuto, os Subtemas de *política nacional* mais frequentes são *actividades de partidos políticos* e *políticas para a educação*.
- As peças de *política nacional* com mais de 5 minutos representam 2,3%. No caso trata-se de cinco peças, duas sobre *políticas para a saúde*, duas sobre *políticas para a agricultura/pescas* (um tema de *política nacional* pouco representado na amostra) e uma sobre a declaração do Presidente da República ao País acerca da revisão do estatuto político-administrativo dos Açores.

FIG. 92 *Temas de abertura do Jornal da Noite sobre política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da 1ª parte* = 10. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da 2ª parte* = 8. Valores em números absolutos.

- Como referido anteriormente, *política nacional* é o segundo tema mais frequente nas *peças de abertura da 1ª parte* do Jornal da Noite nos dias da amostra (dez peças que correspondem a 21,7% do total de *aberturas*).
- Embora o número de peças seja diminuto, verifica-se que dessas dez peças, três são sobre *actividades da presidência da república*, uma sobre a promulgação do orçamento de Estado, outra sobre o veto ao novo estatuto político-administrativo dos Açores e uma sobre uma inauguração de uma biblioteca. As restantes peças de abertura distribuem-se por diversos temas, sem que haja entre elas um assunto em comum. Apenas a peça de abertura sobre *políticas de administração pública* remete para o estatuto político-administrativo dos Açores.

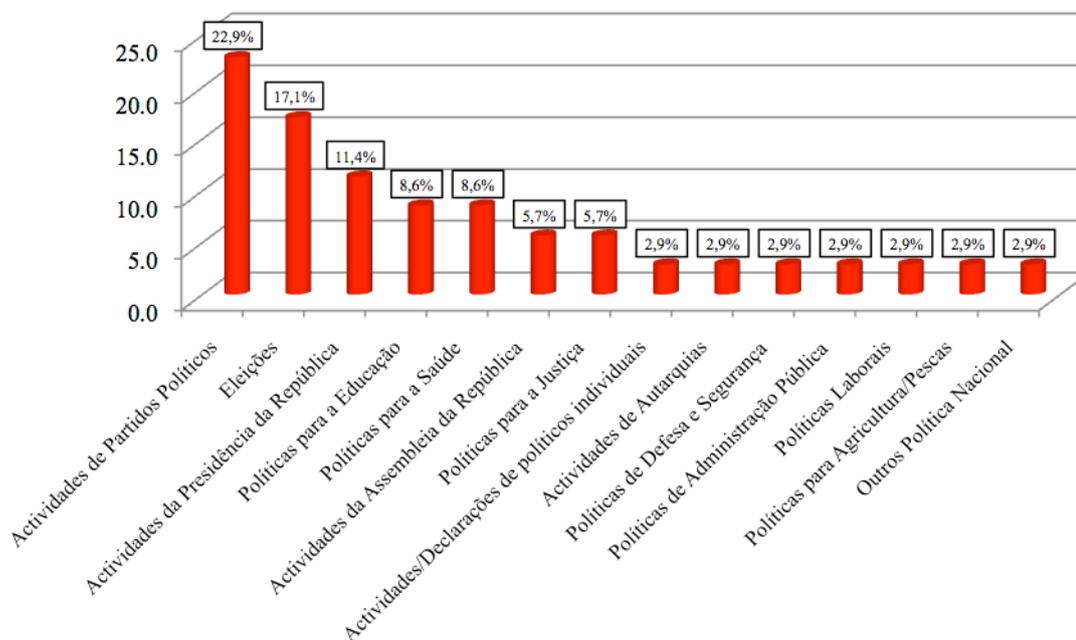
FIG. 93 Promoção das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre política nacional = 220. Total de peças sobre política nacional com promoção = 35. Valores em percentagem.

- 15,9% das peças sobre política nacional são alvo de promoção no alinhamento, ou seja, a maior parte das peças não tem nenhuma chamada de atenção para o seu conteúdo ao longo da emissão do bloco informativo em que se encontram inseridas.

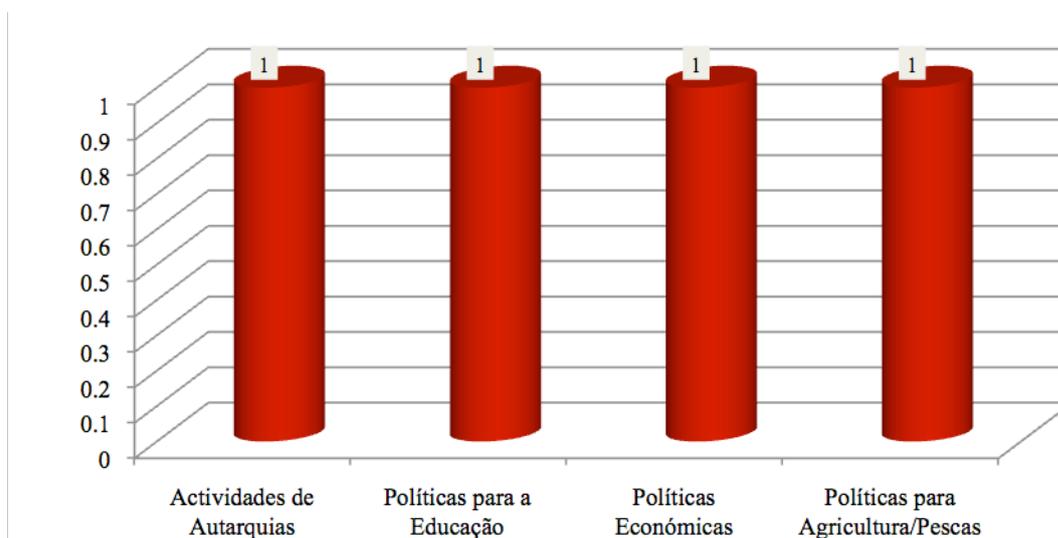
FIG. 94 Temas das peças sobre política nacional com promoção



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre política nacional = 220. Total de peças sobre política nacional com promoção = 35. Valores em percentagem.

- São dois os *temas de política nacional* mais frequentes nas peças do Jornal da Noite que têm promoção no alinhamento. As peças sobre as *actividades dos partidos políticos* (22,9%) e sobre *eleições* (17,1%), no seu conjunto, representam 40% dos *temas* dominantes das peças promovidas no Jornal da Noite.
- No que diz respeito aos assuntos mais frequentes nessas peças verifica-se que a crise no PSD, com a demissão do líder do partido, Luís Filipe Menezes, e a consequente eleição para a presidência do partido, são os que mais se destacam.
- Além dos dois *temas* referidos, deve assinalar-se que as peças sobre *actividades da presidência da república* aparecem como as terceiras com mais promoções.
- Outros assuntos promovidos em mais do que uma peça da amostra foram a revisão do estatuto político-administrativo dos Açores e as eleições regionais nesse arquipélago.

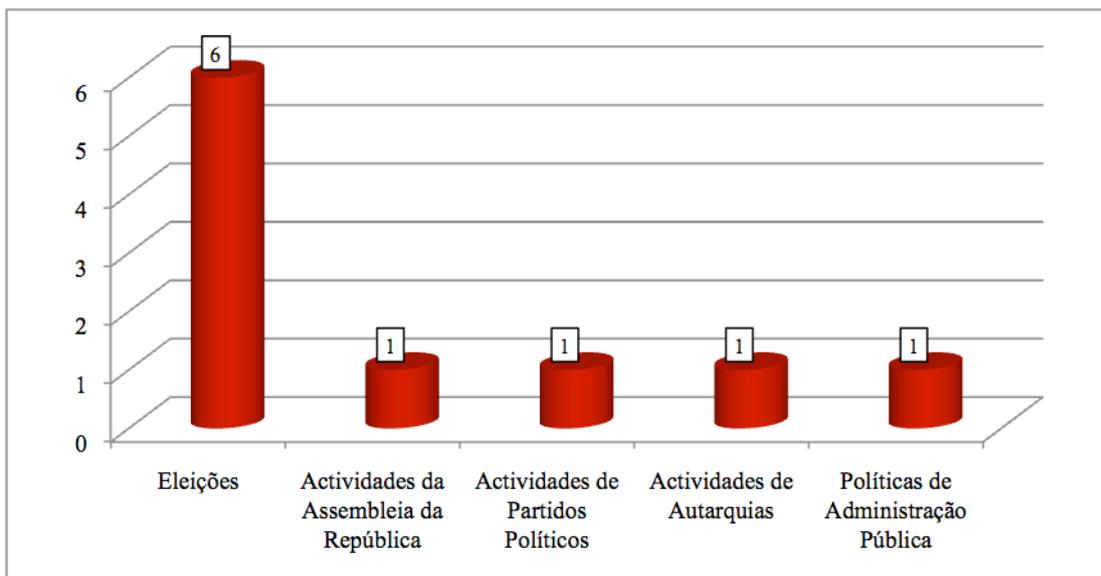
FIG. 95 *Temas das peças sobre política nacional com estilo discursivo opinativo*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças sobre *política nacional com estilo discursivo opinativo* = 4. Valores em números absolutos.

- A grande maioria das peças sobre *política nacional* no Jornal da Noite tem *estilo discursivo descritivo ou explicativo*.
- Foram identificadas apenas quatro peças de *política nacional* com elementos opinativos ao nível do estilo discursivo. Essas peças não têm em comum nenhum assunto.

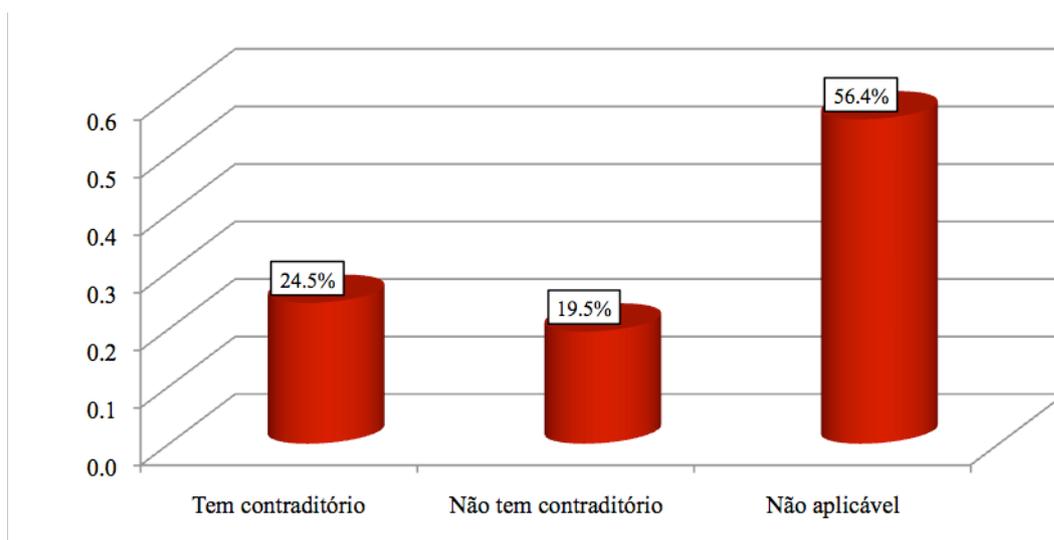
FIG. 96 Temas das peças sobre política nacional com directo



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre política nacional = 220. Total de peças sobre política nacional com directo = 10. Valores em números absolutos.

- Dez peças, isto é, 4,5% das peças sobre política nacional, nos dias da amostra, foram emitidas em directo do local do acontecimento.
- Como é possível verificar através da figura acima representada, as peças de política nacional com directo, na sua maioria, têm como subtema dominante eleições. No caso, os directos são realizados a propósito da cobertura da eleição para a presidência do PSD e das eleições regionais nos Açores.
- As restantes quatro peças não têm nenhum assunto em comum entre si.

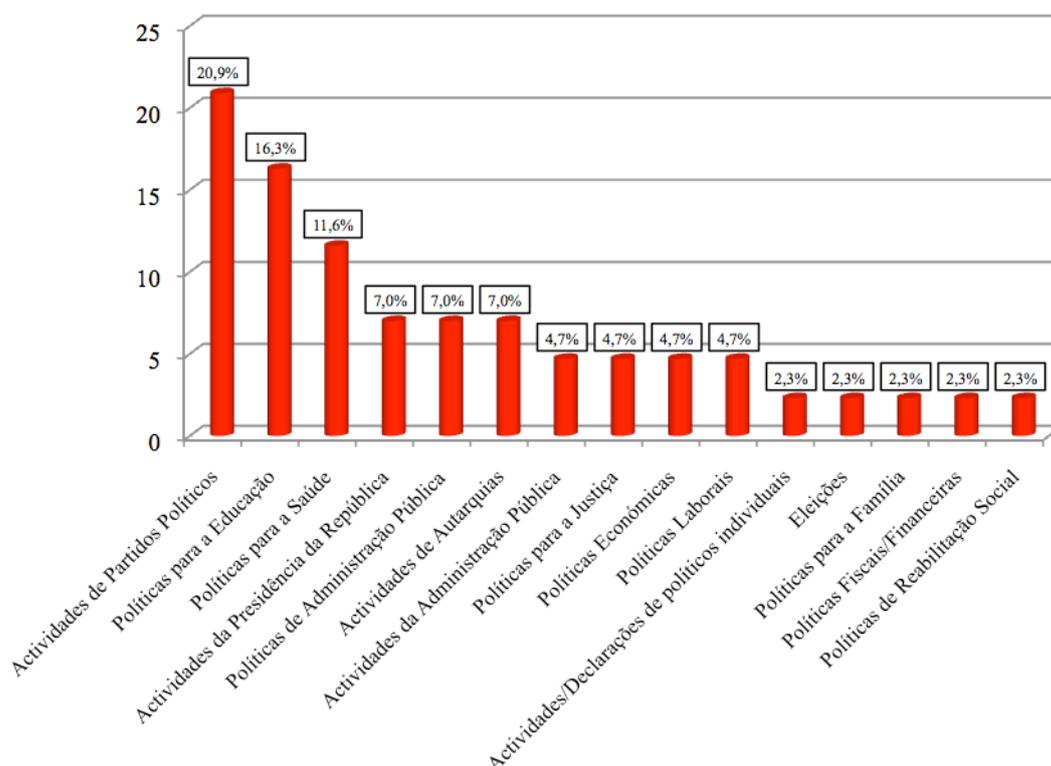
FIG. 97 Princípio do contraditório das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre política nacional = 220. Total de peças sobre política nacional com contraditório = 53. Total de peças sobre política nacional que não têm contraditório = 43. Total de peças sobre política nacional em que não se aplica o princípio do contraditório = 124. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- Verifica-se que na maior parte das peças sobre o tema *política nacional* (56,4%) não se justificou classificar a peça quanto ao *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.
- Como referido anteriormente neste capítulo, o *princípio do contraditório* não se aplica à maioria das peças da amostra do Jornal da Noite. Ainda que essa tendência se verifique também em relação às peças sobre *política nacional*, deve referir-se que em relação a este tema há um maior equilíbrio entre a percentagem de peças a que o contraditório é aplicável e aquelas a que não o é.
- As peças de *política nacional* em que o *princípio do contraditório* foi cumprido representam 24,5% do total.
- No entanto, em 19,5% dessas peças não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.

FIG. 98 Temas das peças sobre *política nacional* sem contraditório



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Totais de peças sobre *política nacional* que não têm contraditório = 43. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- Como se disse a propósito da figura anterior, em 19,5% das peças de *política nacional* do Jornal da Noite, no período da amostra, não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- Destas 43 peças, verifica-se que aquelas que têm como *Subtemas actividades de partidos políticos* (20,9%) e *políticas para a educação* (16,3%) são as que mais frequentemente *não têm contraditório*.
- No caso das peças sobre *actividades de partidos políticos* que não têm contraditório os assuntos mais frequentes são os que envolvem críticas de um determinado partido a outro ou ao Governo, mas em que esses não foram ouvidos. Já nas peças sobre *políticas de educação*, o contraditório não foi ouvido sobretudo naquelas que remetiam para a política de avaliação dos professores proposta pelo Governo.
- Como é possível verificar, *políticas para a saúde* é o terceiro subtema mais frequente nas peças de *política nacional* que não apresentaram contraditório. Nesse caso, a maior parte das peças tem em comum o facto de remeterem para críticas a políticas governamentais, em particular do ministro Correia de Campos.

FIG. 99 Enfoque/orientação das peças sobre *política nacional*

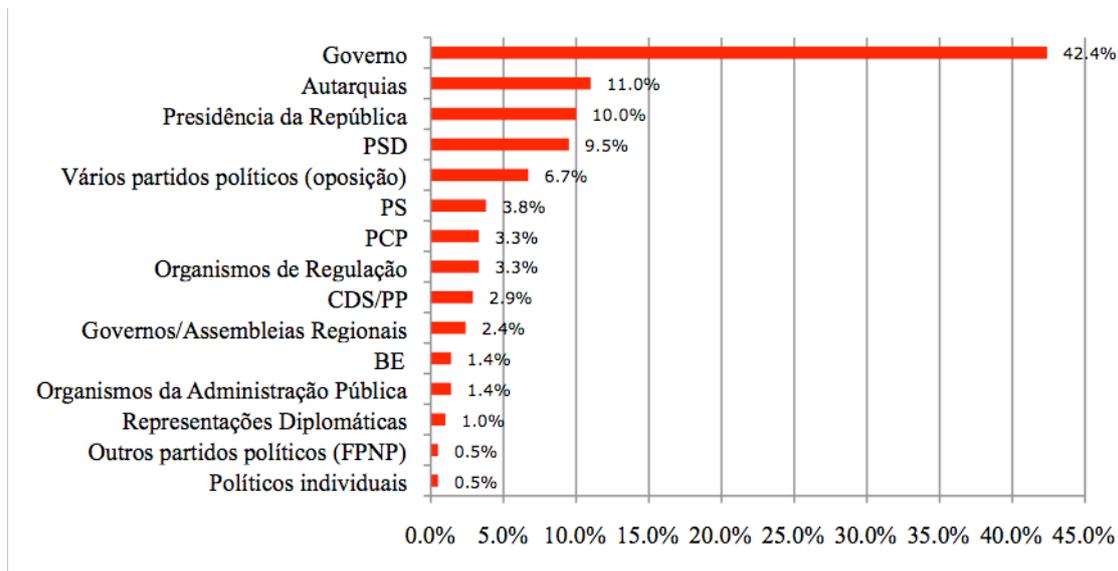


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças sobre *política nacional orientadas para o acontecimento* = 208. Total de peças sobre *política nacional orientadas para uma problemática* = 12. Valores em percentagem.

- 94,5% das notícias sobre *política nacional* emitidas pelo Jornal da Noite nos dias da amostra possuem *enfoque* ou são *orientadas para acontecimentos*, o que significa que se centram em factos concretos. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos *actores*. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com *enfoque em problemáticas*.
- Apenas 5,5% das peças foram qualificadas como *orientadas para uma problemática*, menos dependentes da ordem do dia. Essas 12 peças não destacam claramente um subtema em relação aos restantes, mas é de assinalar que o subtema *políticas para a agricultura/pescas* – um dos menos frequentes –, seja aquele que serviu de foco para maior número de peças sobre *política nacional orientadas para uma problemática*.
- Relativamente às restantes peças orientadas para uma problemática presentes no Jornal da Noite, verifica-se que são em geral os assuntos ligados a políticas governamentais que dão lugar a esse enfoque. Nas 12 peças referidas, apenas três remetem para outros *Subtemas*, nomeadamente para *actividades da presidência da república*, *actividades de partidos políticos* e *actividades de autarquias*.

1. Fontes de informação políticas nacionais

FIG. 100 Fontes de informação políticas nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de *peças com fontes políticas nacionais* = 210. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

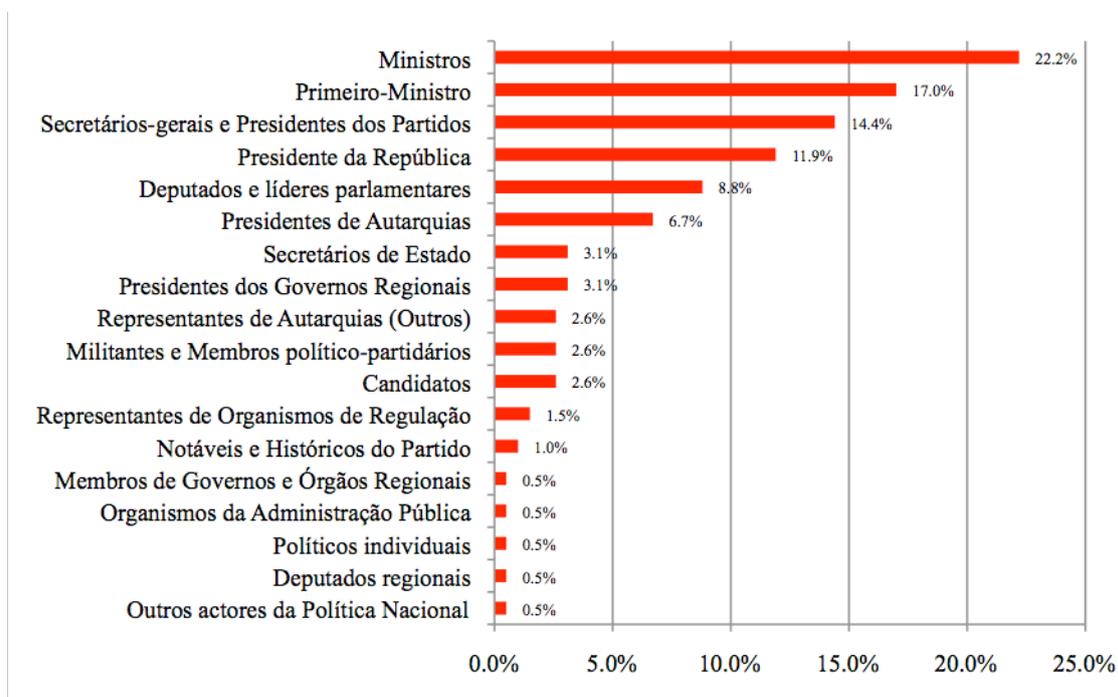
- **Nota explicativa:** Na análise de fontes apresentada neste capítulo serão contempladas não só as fontes políticas presentes nas 220 peças com tema dominante *política nacional*, mas todas as fontes políticas consultadas nas 1492 peças emitidas no Jornal da Noite no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- Tal como referido na figura 25, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, as *fontes políticas nacionais* representam 14,3% das *fontes* consultadas nas peças com registo jornalístico da amostra, sendo a categoria de *fontes* mais consultada no Jornal da Noite.
- O *Governo* surge como *fonte de informação* principal em 42,4% das peças com *fontes políticas nacionais*, destacando-se claramente das restantes.
- Além do *Governo*, as três *fontes políticas* dominantes seguintes com maior frequência, que apresentam pesos semelhantes nas peças de *política nacional*, são *autarquias* (11%), a *presidência da república* (10%) e o *PSD* (9,5%).
- Dos partidos que são consultados como fonte nas peças de *política nacional*, o *PSD* é aquele que é consultado com maior frequência. Além disso, é o único que aparece mais como fonte dominante isoladamente do que com outros partidos, o que é revelado pela percentagem inferior de peças com a categoria *vários partidos políticos* (6,7%).
- No que diz respeito aos restantes partidos verifica-se que, isoladamente, são fonte dominante num número de peças inferior aos 6,7% em que são consultados com igual destaque vários partidos em simultâneo. O *PS* é o segundo partido mais consultado nas *fontes de política nacional* (3,8%), seguido do *PCP* (3,3%), do *CDS/PP* (2,9%) e do *BE* (1,4%). Os partidos que não têm representação parlamentar estão presentes num número residual de peças (0,5%).
- Ainda que a sua presença como fonte dominante seja diminuta (3,3%) é de assinalar

que os *organismos de regulação* são consultados em maior número de peças de *política nacional* do que alguns partidos (CDS/PP; BE).

2. Actores políticos nacionais

FIG. 101 Categorias de actores políticos nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças com *actores políticos nacionais* no Jornal da Noite = 194. Valores em percentagem. A categoria *primeiro-ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como primeiro-ministro e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

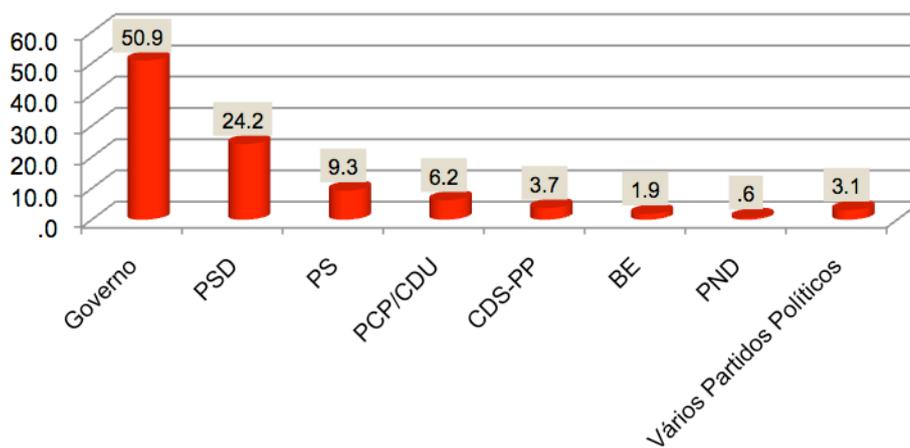
▪ **Nota explicativa:** Na análise de actores apresentada neste capítulo serão contemplados não só os actores políticos presentes nas 220 peças com tema dominante *política nacional*, mas todos os actores políticos consultados nas 1492 peças emitidas no Jornal da Noite no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de actores não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- Como havia sido referido anteriormente, na figura 29, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, os *actores políticos nacionais* representam 13% dos protagonistas presentes nas peças da amostra. São a segunda categoria de *actores* mais consultada no Jornal da Noite, imediatamente a seguir aos *actores de sociedade*.
- As três categorias agregadas de *actores* pertencentes ao *Governo* – *primeiro-ministro*, *ministros* e *secretários de estado* – preenchem 42,3% dos principais *actores políticos nacionais* presentes nas peças, sendo que as categorias *ministros* e *primeiro-ministro* são dominantes.
- *Secretários-gerais e presidentes dos partidos*, *candidatos eleitorais*, *militantes e membros político-partidários*, *deputados nacionais e regionais*, *líderes parlamentares*,

políticos individuais, notáveis e históricos dos partidos, agregados preenchem 30,4% dos principais *actores* políticos nacionais presentes nas peças.

- *Presidentes e outros representantes das autarquias e associações de municípios* são *actores* em 9,3% das peças com políticos nacionais. Os presidentes de governos regionais e os membros de governos e órgãos regionais representam 3,6% dos políticos.
- O *Presidente da República* é o principal *actor* de 11,9% das peças com políticos nacionais.

FIG. 102 Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças com actores *políticos nacionais identificáveis* = 194. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 161. Valores em percentagem.

A pertença político-partidária do principal *actor* apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de *actores* das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-presidente da república*; *primeiro-ministro*; *ex-primeiros-ministros*; *ministros*; *secretários de estado*; *representantes de organizações da UE*; *líderes partidários*; *deputados*; *presidentes de autarquias*; *candidatos*, *militantes e membros político-partidários*.

- De acordo com os resultados da figura acima apresentada, verifica-se que a maior parte dos *actores* políticos nacionais que aparecem como protagonistas nas peças do Jornal da Noite têm a sua pertença político-partidária identificada (83%).
- Verifica-se que a maior parte dos *actores* políticos nacionais (50,9%) que protagonizam as peças do Jornal da Noite são identificados como pertencendo ao *Governo*.
- Os protagonistas políticos que aparecem nas peças com pertença político-partidária do PSD são os segundos mais frequentes, sendo identificados em 24,2% desses conteúdos.
- Na terceira posição, aparecem os *actores* principais da *política nacional* conotados com o PS, representando 9,3%.
- Os restantes protagonistas políticos identificados nas peças pertencem: PCP/CDU (6,2%), CDS/PP (3,7%), BE (1,9%), PND (0,6%). Além disso, nas peças em que o protagonismo é dividido por vários *actores* políticos a pertença político-partidária é de vários partidos políticos (3,1%). Não há nenhum protagonista das peças do Jornal da Noite que tenha como pertença político-partidária o PEV.

FIG. 103 Género dos *actores*/protagonistas políticos nacionais

Protagonistas Políticos	Género do Principal Actor		Total
	Masculino	Feminino	
Ministros	20,5%	38,9%	22,2% (43)
Primeiro-Ministro	18,8%	-	17% (33)
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	13,1%	27,8%	14,4% (28)
Presidente da República	13,1%	-	11,9% (23)
Deputados e líderes parlamentares	9,1%	5,6%	8,8% (17)
Presidentes de Autarquias	6,8%	5,6%	6,7% (13)
Secretários de Estado	2,8%	5,6%	3,1% (6)
Presidentes dos Governos Regionais	3,4%	-	3,1% (6)
Representantes de Autarquias (Outros)	1,7%	11,1%	2,6% (5)
Militantes e Membros político-partidários	2,8%	-	2,6% (5)
Candidatos	2,3%	5,6%	2,6% (5)
Representantes de Organismos de Regulação	1,7%	-	1,5% (3)
Notáveis e Históricos do Partido	1,1%	-	1,0% (2)
Membros de Governos e Órgãos Regionais	0,6%	-	0,5% (1)
Organismos da Administração Pública	0,6%	-	0,5% (1)
Políticos individuais	0,6%	-	0,5% (1)
Deputados regionais	0,6%	-	0,5% (1)
Outros actores da Política nacional	0,6%	-	0,5% (1)
Total	100% (176)	100% (18)	100% (194)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1492. Total de peças sobre *política nacional* = 220. Total de peças com *actores políticos nacionais identificáveis* = 194. Total de peças em que foi identificado o género dos *actores políticos nacionais* = 194. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

- Os *actores políticos nacionais* são, na grande maioria das peças – 90,7% (176 peças), do género masculino.
- Apenas 9,3% dos *actores políticos nacionais* são do género feminino, sendo que as categorias mais representadas são ministros (38,9%) e secretários gerais e presidentes dos partidos (27,8%).
- Quer no caso em que aparece como *secretária geral*, quer nas peças em que aparece como *candidata* (5,6%), a líder do PSD é a figura *política nacional* feminina que protagoniza maior número de peças no Jornal da Noite, a par da ministra da educação. Recorde-se que quer uma, quer a outra, estão ligadas a assuntos do tema *política nacional* muito frequentes nas peças da amostra, nomeadamente a crise interna do PSD e as eleições do partido e a contestação a *políticas de educação* como a avaliação de professores.
- Embora de forma residual, também existem *representantes de autarquias* do género feminino que aparecem como protagonistas das peças do Jornal da Noite.

Síntese conclusiva

SIC – Jornal da Noite

1. Em termos gerais, nas categorias temáticas dominantes do Jornal da Noite destacam-se como mais frequentes, as peças de *ordem interna*, *política nacional* e *desporto*. Por sua vez, em relação à análise de *actores* e *fontes* de informação, verifica-se uma ligeira alteração em relação às áreas mais destacadas. Com efeito, as *fontes* e *actores* provenientes da área

política nacional são os mais representados, imediatamente seguidos dos pertencentes às áreas *sociedade* e *desporto*.

2. As peças com os temas *educação, crença e religião, defesa, comunicação, população e grupos minoritários* possuem presença residual no Jornal da Noite. À excepção da área da comunicação relativamente às *fontes*, as restantes áreas referidas também são residuais no que diz respeito à presença de *fontes* e protagonistas delas provenientes. Em termos de *fontes* e *actores* também é diminuta a representação da área *urbanismo*.
3. Hierarquizando as categorias temáticas dominantes nas peças do Jornal da Noite, verifica-se que a ordem é a seguinte:
 - *Ordem interna* – nessa categoria temática destacam-se os *Subtemas crimes, acidentes e catástrofes e actividades policiais*. Verifica-se que o tema *ordem interna* também surge como o mais frequente nas aberturas (da primeira e segunda parte) do Jornal da Noite e nas peças com promoção. Em termos das peças com directo, surge como o segundo mais frequente, a par da *política nacional*.
 - *Política nacional* – o segundo *tema* mais frequente, o segundo que mais vezes abre o Jornal da Noite, o segundo mais frequente em peças com promoção e, como se disse, o segundo mais frequente nas peças emitidas em directo. Destacam-se como *Subtemas actividades dos partidos políticos, políticas para a educação e políticas para a saúde*, traduzindo, essencialmente, a cobertura das eleições internas do PSD, da contestação à avaliação dos professores e da polémica em torno das políticas do ministro da saúde Correia de Campos nas peças do Jornal da Noite.
 - *Desporto* – com peso dominante do subtema *futebol* – é também o terceiro tema mais presente nas aberturas do Jornal da Noite, dominante no maior número de peças com directo da amostra e o segundo mais frequente nas peças com promoção, equivalente à *política nacional* e imediatamente antes de *economia, finanças e negócios*.
 - *Economia, finanças e negócios e assuntos internacionais* são os quarto e quinto *temas* mais frequentes nas peças do Jornal da Noite, o que se deve sobretudo à cobertura de determinados acontecimentos em 2008, nomeadamente das oscilações nos preços dos combustíveis e das eleições para a presidência dos EUA.
4. No que diz respeito às categorias de *fontes* e *actores*, pode verificar-se o seguinte em relação à amostra do Jornal da Noite:
 - Da área da *política nacional* – a fonte mais consultada nas peças é o *Governo*, aparecendo em segundo lugar, embora com uma representação mais reduzida, as *autarquias* e a *presidência da república* e o PSD; em consonância com essa representação dominante das *fontes* governamentais, verifica-se que os *actores* da área *política nacional* que surgem como protagonistas em maior número de peças da amostra são *ministros* e *primeiro-ministro*. Também o *Presidente da República* aparece entre as quatro categorias de políticos mais presentes como protagonistas nas peças, imediatamente a seguir aos *secretários gerais* e *presidentes dos partidos*, sobretudo os do PSD. Ainda que as *autarquias* enquanto *fontes* se encontrem entre as mais consultadas, no que diz respeito aos seus *actores* (*Presidentes de autarquias* e *outros representantes de autarquias*), verifica-se que aparecem como protagonistas das peças do Jornal da Noite, embora não estejam entre as categorias mais representadas.
 - Da área *sociedade* – as *fontes* e os *actores* desta área são os mais presentes nas peças do Jornal da Noite, a par com os da *política nacional*. Os *cidadãos comuns adultos*, quer como *fontes* de informação, quer como protagonistas, são aqueles que mais aparecem representados nas peças.
 - Da área do *desporto* – também ao nível de *fontes* e *actores*, observa-se o facto de esta ser a terceira área mais frequente nas peças do Jornal da Noite. No que diz respeito às *fontes*, as *associações e clubes desportivos* são as mais consultadas na área desportiva, sendo os *actores* dessa área identificados nas peças como *atletas* e

técnicos desportivos. Refira-se que tanto os *actores*, como as *fontes* da área desportiva presentes nas peças aparecem sobretudo ligados ao futebol (jogadores, treinadores), que é, como já havia sido referido, o subtema de *desporto* dominante.

- Das áreas da *economia, finanças e negócios* e da *comunidade internacional* – estas são a quarta e quinta áreas de *fontes* e de *actores* com maior presença em termos de número de peças na amostra. A informação da área económica é proveniente sobretudo do conjunto das grandes empresas e grupos económicos, mas também das *pequenas e médias empresas e empresários por conta própria*. São aliás os representantes dessas empresas os *actores* da área económica que protagonizam maior número de peças. No que diz respeito à comunidade internacional, verifica-se que são os *representantes de Estado e governos estrangeiros* aqueles que mais são consultados como *fontes*, mas também os que protagonizam maior número de peças. Recorde-se que no ano 2008 a presença das *fontes* e *actores* da comunidade internacional está directamente relacionada com as eleições para a Presidência dos EUA, sendo os candidatos a essas eleições centrais em muitas das peças sobre o assunto.

Ainda que ao nível dos *temas*, o relevo dado na cobertura do Jornal da Noite, a assuntos que em 2008 estão marcados pela crítica, como a avaliação dos professores, as políticas de saúde do ministro Correia de Campos e revisão do contrato de trabalho da função pública, verifica-se que, em termos de *fontes* e *actores*:

-Da área da *educação* – são consultados como *fontes* dominantes das peças e protagonizam um número residual de peças.

- Da área da *saúde e acção social* – o número de peças com *fontes* dessa área é residual, e os responsáveis dessa área raramente são apresentados como protagonistas.

- Da área das *relações laborais* – as *fontes* e *actores* dessa área são referidos num número de peças superior aos representantes das duas áreas acima referidas, os sindicatos são a fonte dessa área mais frequente nas peças e os *representantes desses sindicatos* são os que aparecem em maior número de peças como protagonistas.

5. Em termos percentuais, de modo a especificar a representação dos *temas, fontes* e *actores* da área *relações laborais*, referida no ponto anterior, com incidência em *temas* sindicais, representam entre 2% a 3%, do total dos *temas, actores* e *fontes* presentes nas peças do Jornal da Noite.
6. Em termos geográficos, verifica-se que diferentes regiões do País e do mundo aparecem representadas nas peças da amostra. No que diz respeito às peças com *incidência geográfica nacional*, observa-se que, embora a maior parte das peças não se centre especificamente numa determinada região do País, destaca-se, a grande distância das restantes, a *Grande Lisboa*.
7. A nível internacional, as peças com foco no continente europeu são as mais frequentes, sendo que os países da União Europeia mais representados são, por ordem, Espanha, Reino Unido e França. No caso de Espanha e França a sua representação nas peças do Jornal da Noite está relacionada com o tema *ordem interna* e remete sobretudo para a cobertura de *acidentes e catástrofes* e *actividades policiais*, alguns dos quais envolvendo cidadãos portugueses. No que diz respeito ao Reino Unido, a frequência do enfoque justifica-se sobretudo através das peças com tema *desporto* (peças sobre a presença de jogadores de futebol de nacionalidade portuguesa em clubes ingleses e sobre a transferência do seleccionador nacional Scolari para o Chelsea).
8. No contexto extra-europeu, os países do continente americano, sobretudo os Estados Unidos da América, surgem como os segundos mais frequentes nas peças com *incidência geográfica internacional*. A cobertura noticiosa das peças relacionadas com esses países relaciona-se sobretudo com *eleições internacionais* (eleição para a Presidência dos EUA), com *acidentes e catástrofes* (passagem de furacões) e com *indicadores económicos* (oscilações nos mercados internacionais), ligados à *crise financeira*.
9. No que respeita a *fontes* de informação, verifica-se diversidade de *fontes*. Além disso, 20 das 21 áreas de *fontes* consideradas na análise estão representadas no Jornal da Noite. Quanto ao número de *fontes* identificadas, observa-se que as peças do Jornal da Noite apresentam

um ligeiro predomínio da fonte única em relação às *fontes* múltiplas. Isso deve-se sobretudo à tendência para uma maior fragmentação dos conteúdos nesse bloco informativo, nomeadamente em peças apresentadas como “em síntese” (notícias curtas, descritivas, geralmente com uma única fonte atribuída ou sem atribuição de *fontes*).

10. Em relação às peças com informação não atribuída, ou seja, aquelas em que não é possível identificar a proveniência de informação, conclui-se que são em menor número que aquelas em que as *fontes* aparecem identificadas. Assinale-se que na amostra do Jornal da Noite essas peças são mais frequentes quando o tema dominante é *ordem interna*, *assuntos internacionais* e *desporto* (sobretudo *futebol*). Nas peças em que as *fontes* são atribuídas, como anteriormente referido, a maior parte são da área *política nacional*, correspondendo a 14,3% do total.
11. A maior parte dos protagonistas das peças do Jornal da Noite é de nacionalidade portuguesa e do género masculino. Esses protagonistas aparecem designadamente em peças sobre *política nacional* e *desporto* (em particular jogadores e treinadores de futebol). O género feminino aparece representado em 14,5% das peças com *actores* identificáveis e o seu protagonismo acontece a maior parte das vezes em peças sobre o tema *sociedade*. O Jornal da Noite apresentou várias peças sobre assuntos como violência doméstica, nas quais as mulheres apareceram como protagonistas. Deve assinalar-se que as peças sobre os temas *sistema judicial*, *cultura* e *política nacional* são também áreas onde as mulheres assumem maior protagonismo.

Informação Política nacional no Jornal da Noite

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional* apresentam-se os seguintes dados:

12. Dos 14,7% de peças sobre *política nacional*, verifica-se que as actividades e iniciativas dos partidos políticos estão entre os *Subtemas* mais representados, bem como as políticas para a educação e as políticas para a saúde. Como referido anteriormente, a maior representação destes *Subtemas* nas peças de *política nacional* do Jornal da Noite está relacionada com a cobertura dada pelo operador à crise no PSD e às actividades desse partido, bem como à política de avaliação dos professores e às políticas de saúde propostas, em especial as associadas ao mandato do ministro Correia de Campos e à remodelação desse mandato.
13. Seguem-se na hierarquia dos *Subtemas* de *política nacional* focados nas peças do Jornal da Noite, as políticas de administração pública e as actividades da presidência da república. Esses dois *Subtemas* de *política nacional* devem a sua representação sobretudo ao número de peças com a cobertura de assuntos ligados à revisão do estatuto político-administrativo dos Açores (recorde-se que a intervenção do *Presidente da República* nessa revisão ficou marcada pelo veto da proposta apresentada pela Assembleia Nacional, o qual foi noticiado pelo operador).
14. As *fontes* da área *política nacional* representam 14,3% do total das *fontes* identificadas nas peças do Jornal da Noite. Dessas, o *Governo* surge como fonte principal na maior parte das peças (42,4%), seguido, embora como uma grande diferença, pelas *autarquias* (11%), pela *presidência da república* (10%) e pelo *Partido Social Democrata* (9,5%). Os restantes partidos, enquanto *fontes*, são consultados nas peças do Jornal da Noite com a seguinte frequência: *PS* (3,8%), *PCP* (3,3%), *CDS/PP* (2,9%), *BE* (1,4%). Assinale-se ainda que o *PEV* não está presente como fonte dominante em nenhuma peça do Jornal da Noite e que os partidos sem representação parlamentar são consultados como fonte principal apenas em 0,5% dos conteúdos. Além disso, a percentagem de peças em que a presença dos *vários partidos políticos* (oposição) são consultados como *fontes* é de 6,7%, ou seja, superior a todos os partidos isoladamente, com excepção do *PSD*.
15. Na maioria das peças do Jornal da Noite com protagonistas políticos, verifica-se que a pertença político-partidária desses políticos é identificada (83%). Os protagonistas com pertença ao *Governo* são os mais representados nas peças (50,9%), seguidos de

representantes do PSD (24,2%). Os restantes protagonistas políticos identificados nas peças como pertencendo ao: PS (9,3%), PCP/CDU (6,2%), CDS/PP (3,7%), BE (1,9%), PND (0,6%). Além disso, nas peças em que o protagonismo é dividido por vários actores políticos a pertença político-partidária é de vários partidos políticos (3,1%). Na amostra analisada, não há nenhum protagonista das peças do Jornal da Noite que tenha como pertença político-partidária o PEV.

5. Operador TVI – Jornal Nacional (Informação complementar)

O presente capítulo analisa a conformidade da informação emitida pela TVI no seu principal bloco informativo com os fins e obrigações que lhe são cometidas pelas leis e normas em vigor aplicáveis à actividade de televisão.

a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal Nacional da TVI

A análise da diversidade, de pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- o nos temas abordados.
- o nas fontes de informação.
- o nos actores/protagonistas presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1220 peças noticiosas emitidas pelo Jornal Nacional entre Janeiro e Dezembro de 2008. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI.

b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados

A identificação dos temas mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, o conceito de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo da TVI.

Durante o período que compõe a amostra analisada, o Jornal Nacional emitiu um total de 1220 peças noticiosas em 46 blocos informativos.

Conforme referido anteriormente, na análise da figura 8 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, todas as 21 grandes categorias temáticas previamente definidas estão representadas no Jornal Nacional da TVI enquanto tema principal da peça.

De acordo com o explicitado, e previamente a uma análise mais pormenorizada das categorias temáticas mais representadas na amostra, recorde-se que, em termos gerais, a distribuição de temas no Jornal Nacional da TVI em 2008 foi a seguinte:

- A categoria dominante é política nacional com 20% do total das peças analisadas.
- Seguem-se os temas desporto (19%), ordem interna (16,5%) e economia, finanças e negócios (10,2%).
- As categorias assuntos internacionais (8,6%) e sistema judicial (5,0%), estão também entre as mais representadas no Jornal Nacional.
- Com uma presença menos expressiva estão os temas cultura (3,8%), saúde e acção social (3%), relações laborais (2,3%), ciência e tecnologia (1,9%) e ambiente (1,8%).
- São residuais (com presenças iguais ou inferiores 1%) as categorias assuntos comunitários, urbanismo, comunicação, crença e religião, defesa, população e grupos minoritários.
- Nota: os dados sobre política nacional são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, descreve a incidência geográfica dos conteúdos emitidos no Jornal Nacional, assim distribuídos:

- 31,1% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional genérico*, não se referindo especificamente a nenhuma região do País.
- A segunda região mais presente é a da *Grande Lisboa*, presente em 17,6% dos registos.
- O *enfoque internacional genérico sem o envolvimento do País* aparece contemplado em 10,7% das peças, enquanto o *enfoque internacional genérico com o envolvimento do País* apresenta-se em 5,5% dos registos.

A figura 20, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, descreve a incidência geográfica internacional dos conteúdos emitidos no Jornal Nacional. Diz respeito a 378 peças, que equivalem a 31% do universo total pesquisado. Sobre o *enfoque internacional* das peças pode constatar-se que:

- Cerca de 39,7%, incidem sobre o *continente europeu*. Os países mais referenciados são *Espanha, Reino Unido e Itália*.
- O *continente americano* é o segundo mais representado no cenário internacional, referenciado em 21,7% dos noticiários. Os *Estados Unidos* representam 74,4% destes conteúdos, sendo que o *Brasil* figura em segundo lugar (11%).
- Em termos de representatividade dentro do cenário internacional, o *continente asiático* aparece em terceiro lugar na amostra, com 8,7%. O País mais referenciado é a *China*, em 27,3% destes registos, sendo que a maior parte destas peças se referem aos Jogos Olímpicos de Pequim.
- Já os noticiários com enfoque sobre o *continente africano* e a *Oceânia* apresentam valores residuais.
- Relativamente à *África*, destaca-se a presença de países como *Moçambique* (31,6%) e *Zimbabué* (21,1%).
- A baixa representatividade estatística de certos países e continentes pode-se justificar pela saliência do *enfoque vários países*, com um peso de 21,2% sobre o total de registos.

FIG. 104 Incidência geográfica por Temas

Jornal Nacional (TVI)															
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma dos Açores	Várias Regiões de Portugal	Enfoque Nacional Genérico	Enfoque Internacional Genérico com o envolvimento do País	Enfoque Internacional Genérico sem o envolvimento do País	Enfoque Comunitário (UE) Genérico com o envolvimento do País	Enfoque Comunitário (UE) Genérico sem o envolvimento do País	
	17,6	11,1	13,4	24,2	27,3	4,2	48,0	56,3	20,0	32,5	10,4	–	2,7	–	
	23,0	33,3	11,9	19,5	–	12,5	16,0	6,3	–	18,5	26,9	4,6	38,4	40,0	
	21,6	27,8	26,9	24,2	31,8	54,2	8,0	12,5	33,3	5,0	6,0	18,5	6,8	17,1	
	5,4	–	6,0	4,2	13,6	4,2	8,0	6,3	6,7	16,4	20,9	6,9	16,4	2,9	
	1,4	–	–	0,9	–	–	4,0	–	–	1,3	22,4	56,9	4,1	11,4	
	2,7	9,3	6,0	6,0	9,1	10,4	8,0	–	13,3	4,5	1,5	1,5	5,5	5,7	
	4,1	1,9	7,5	7,4	9,1	6,3	–	–	–	2,4	1,5	2,3	2,7	2,9	
	1,4	5,6	7,5	2,8	–	6,3	–	6,3	20,0	2,6	4,5	–	1,4	–	
	2,7	5,6	4,5	1,9	–	–	–	–	–	3,7	–	–	1,4	2,9	
	–	1,9	–	0,5	–	–	–	–	–	4,2	1,5	0,8	2,7	2,9	
	6,8	1,9	3,0	1,4	4,5	2,1	–	6,3	–	1,6	–	1,5	–	–	
	2,7	–	3,0	0,9	4,5	–	–	–	6,7	1,8	1,5	1,5	–	–	
	2,7	–	1,5	2,3	–	–	–	–	–	1,6	1,5	0,8	–	5,7	
	2,7	1,9	1,5	1,4	–	–	–	–	–	1,3	–	–	1,4	–	

ários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	13,7	2,9	
no	1,4	-	3,0	1,4	-	-	8,0	-	-	0,5	-	-	-	-	
ação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,8	1,5	-	-	-	
	2,7	-	3,0	-	-	-	-	6,3	-	-	-	2,3	-	-	
	-	-	1,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	1,4	2,9	
o	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,8	1,4	2,9	
ios	1,4	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,8	-	-	
	100,0 (74)	100,0 (54)	100,0 (67)	100,0 (215)	100,0 (22)	100,0 (48)	100,0 (25)	100,0 (16)	100,0 (15)	100,0 (379)	100,0 (67)	100,0 (130)	100,0 (73)	100,0 (35)	100,0

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Valores em percentagem.

A figura anterior mostra a *incidência geográfica* por *temas* abordados nas peças.

- A maior parte (379) das peças tem *enfoque nacional genérico*, incidindo sobre os *temas política nacional* (32,5%), *desporto* (18,5%) e *economia, finanças e negócios* (16,4%).
- As peças com incidência na *Grande Lisboa*, a região com a segunda maior frequência (215), possuem como *temas* dominantes *política nacional* (24,2%) e *ordem interna* (24,2%).
- As peças com incidência no *Centro*, *Alentejo* e *Algarve*, possuem como *tema* dominante *ordem interna* (em 26,9%, 31,8% e 54,2% respectivamente), *temática* que surge geralmente associada a *crimes, actividades policiais, acidentes e catástrofes, incêndios, manifestações/revindicações, prevenção e actividades de bombeiros e protecção civil*.
- Com *enfoque no Norte* e no *Grande Porto*, surgem as peças que têm como *tema* dominante o *Desporto*, nomeadamente em 23% e 33,3% dos casos.
- As peças com incidência nas *Regiões Autónomas* possuem como *tema* frequente *política nacional*, 56,3% na informação sobre os *Açores* e 48% sobre a *Madeira*.
- As peças com *enfoque comunitário genérico com o envolvimento do País* representam 6% do total da amostra, associadas, sobretudo, a *temas* como *desporto* (38,4%), *economia, finanças e negócios* (16,4%) e *assuntos comunitários* (13,7%).
- As peças cujo conteúdo tem *enfoque comunitário genérico sem o envolvimento do País*, surgem em menor número (2,9%) debruçando-se sobre *temáticas* como o *desporto* (40%), *ordem interna* (17,1%) e *assuntos internacionais* (11,4%).
- Com *enfoque internacional genérico com o envolvimento do País* surgem os *temas* relacionados, sobretudo, com o *desporto* (26,9%), *assuntos internacionais* (22,4%) e *economia, finanças e negócios* (20,9%).
- As peças com *enfoque internacional genérico sem o envolvimento do país* têm como *tema* dominante os *assuntos internacionais* (56,9%) e *ordem interna* (18,5%).

c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas fontes de informação

Segundo a figura 25, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, 13,1% das peças transmitidas no Jornal Nacional possuem *informação não atribuída*.

Das *fontes* identificadas, a maioria pertence à categoria *política nacional* (20,5%). Seguem-se as *fontes* de *desporto*, com 11,3% e as *fontes* provenientes da área *sociedade* (10%).

FIG. 105 Número de fontes por temas

Jornal Nacional (TVI)			
Temas	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política nacional	49,3%	50,7%	100%
Ordem interna	55,9%	44,1%	100%
Desporto	60,4%	39,6%	100%
Economia, finanças e negócios	52,9%	47,1%	100%
Assuntos internacionais	39,5%	60,5%	100%
Sistema Judicial	54,4%	45,6%	100%
Cultura	47,6%	52,4%	100%
Saúde e Acção Social	46,9%	53,1%	100%
Relações Laborais	52,0%	48,0%	100%
Ciência e Tecnologia	66,7%	33,3%	100%
Ambiente	44,4%	55,6%	100%
Sociedade	23,5%	76,5%	100%
Cerimónias e Celebrações	56,3%	43,8%	100%
Educação	53,8%	46,2%	100%
Assuntos Comunitários	60,0%	40,0%	100%
Urbanismo	44,4%	55,6%	100%
Crença e Religião	37,5%	62,5%	100%
Comunicação	66,7%	33,3%	100%
Defesa	33,3%	66,7%	100%
População	33,3%	66,7%	100%
Grupos minoritários	66,7%	33,3%	100%
Total	51,9 % (534)	48,1 % (495)	100% (1029)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1029. Total de peças com *fonte única* = 534. Total de peças com *fonte múltipla* = 495. Valores em percentagem.

- Na maior parte das peças analisadas, identifica-se apenas uma *fonte* de informação (51,9%).
- As peças com *fonte múltipla* representam 48,1% do total das peças em que foram atribuídas fontes. Esta tendência predomina nas áreas da *política nacional*, *assuntos internacionais*, *cultura*, *saúde e acção social*, *ambiente*, *sociedade*, *urbanismo*, *crença e religião*, *defesa* e *população*.
- As peças com *fonte única* predominam nas áreas da *ordem interna*, *desporto*, *economia, finanças e negócios*, *sistema judicial*, *relações laborais*, *ciência e tecnologia*, *cerimónias e celebrações*, *educação*, *assuntos comunitários*, *comunicação* e *grupos minoritários*.

FIG. 106 Temas das peças com informação não atribuída

Jornal Nacional (TVI)	
Temas	Peças sem atribuição de fonte
Desporto	43,9%
Ordem interna	18,7%
Assuntos internacionais	9,0%
Economia, finanças e negócios	7,7%
Política nacional	4,5%
Sistema Judicial	2,6%
Saúde e Acção Social	2,6%
Ambiente	2,6%
Cultura	1,3%
Comunicação	1,3%

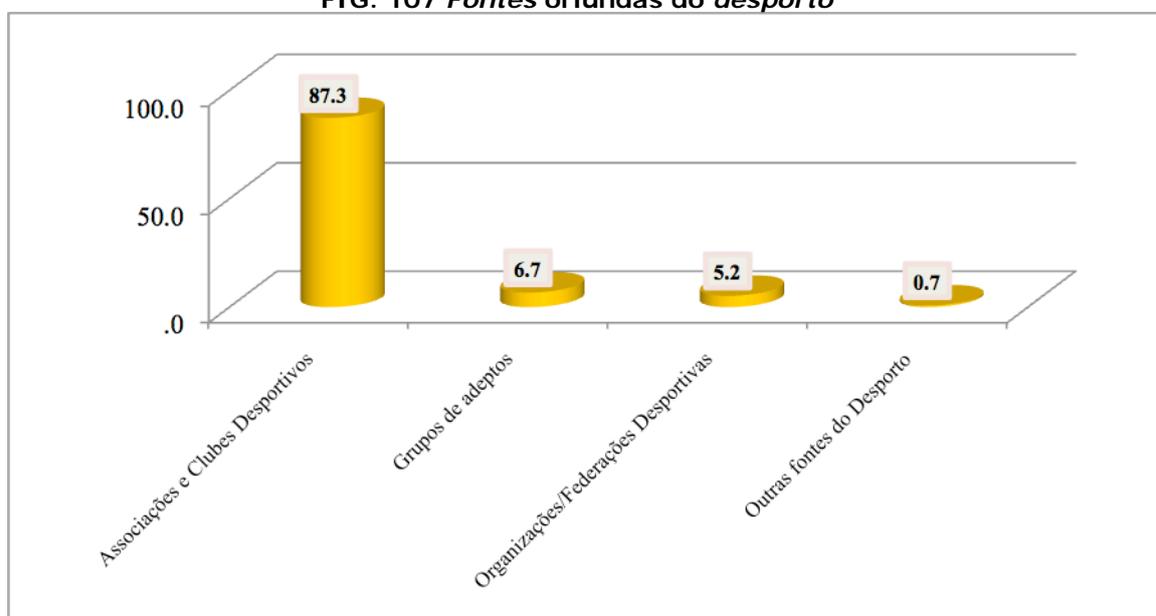
Cerimónias e Celebrações	1,3%
Assuntos Comunitários	0,6%
Defesa	0,6%
Relações Laborais	0,6%
Urbanismo	0,6%
População	0,6%
Ciência e Tecnologia	0,6%
Sociedade	0,6%
Total	100% (155)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com *informação não atribuída* = 155. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

Em 13,1% das peças do Jornal Nacional, a *informação não é atribuída*.

- As peças sobre *desporto* (43,9%) e *ordem interna* (18,7%) são as que menos identificam as *fontes*.

FIG. 107 Fontes oriundas do desporto



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com *fontes* de informação do *desporto* = 134. Valores em percentagem.

Fontes da área *desporto* são referenciadas e/ou consultadas em 134 peças do Jornal Nacional, das quais:

- 87,3% são *associações e clubes desportivos*.
- 6,7% são *grupos de adeptos*.
- 5,2% são *organizações/federações desportivas*.
- 0,7% são *outras fontes do desporto*.

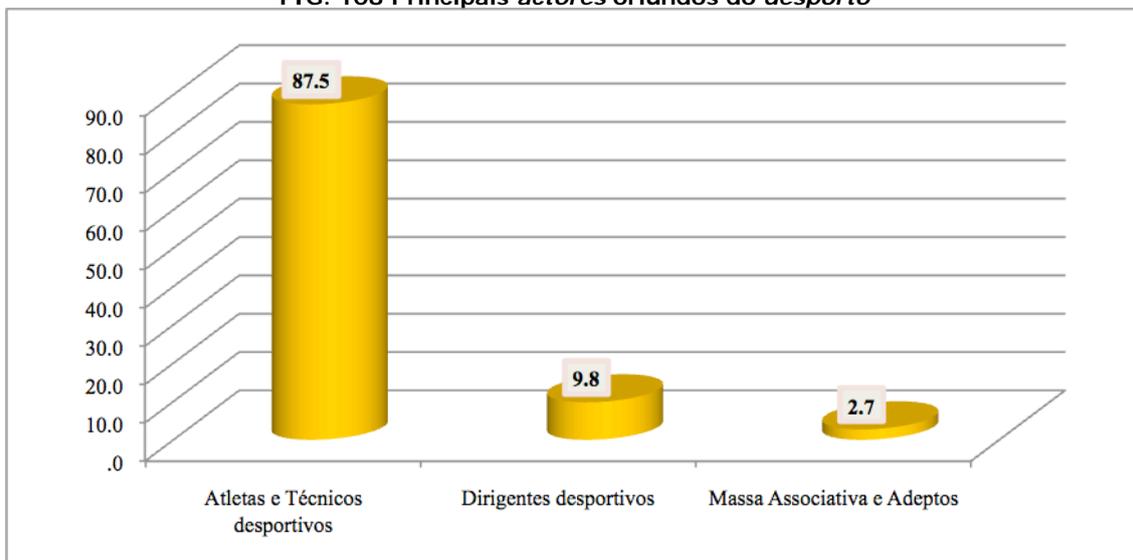
d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de actores/protagonistas presentes nas peças

- De acordo com a figura 29, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, e tal como se verifica relativamente às *fontes*, os *protagonistas* do Jornal Nacional são na maior parte oriundos da área *política nacional* (19,8% do total de peças da amostra).
- O *desporto* é a *segunda* categoria de *protagonistas* mais representada com 15,1% dos casos.

- A terceira categoria mais saliente de *protagonistas* pertence à área *sociedade*, em 11,6% dos casos.
- Os *protagonistas* da área *relações laborais* representam 3,8% do total de peças do Jornal Nacional, essencialmente *representantes de centrais, federações e associações sindicais e trabalhadores/desempregados*.
- Os casos de *actores não identificáveis* representam 15,6% do total das peças analisadas.

Nota: os dados sobre *actores políticos nacionais* são apresentados adiante neste capítulo.

FIG. 108 Principais actores oriundos do desporto



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1030. Total de peças com protagonistas do *desporto* = 184. Valores em percentagem.

Nas peças sobre *desporto*, foram identificados 184 protagonistas, dos quais:

- 87,5 % são *atletas e técnicos desportivos*.
- 9,8% são *dirigentes desportivos*.
- 2,7% pertencem à *massa associativa e adeptos*.

De acordo com a figura 34, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI, a maior parte (77,5%) dos *protagonistas* dos noticiários do Jornal Nacional é de *nacionalidade portuguesa* (798 peças de um total de 1030).

- Os *protagonistas* identificados como *internacionais* são o segundo maior grupo dentro da amostra (15,9%) – protagonizam 164 peças, especialmente salientes nos conteúdos de *assuntos internacionais, desporto e ordem interna*.
- Os *cidadãos europeus* protagonizam apenas 68 peças (6,6%), aparecendo principalmente nos *temas desporto e ordem interna*.

FIG. 109 Género dos principais actores, por áreas

Jornal Nacional (TVI)				
Actores	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Total
Política nacional	26,2%	20,2%	3,4%	23,5%
Desporto	21,8%	0,8%	5,7%	17,9%
Sociedade	7,8%	28,2%	47,7%	13,7%
Economia, finanças e negócios	8,0%	5,6%	10,2%	7,9%
Comunidade Internacional	8,6%	4,8%	2,3%	7,6%
Ordem interna	6,2%	3,2%	1,1%	5,4%
Sistema Judicial	4,7%	7,3%	5,7%	5,1%
Relações Laborais	4,4%	3,2%	6,8%	4,5%
Cultura	3,4%	8,1%	3,4%	4,0%
Educação	0,7%	4,0%	10,2%	1,9%
Ciência e Tecnologia	1,2%	7,3%	–	1,8%
Saúde e Acção Social	1,7%	3,2%	–	1,7%
Comunidade Europeia	1,6%	0,8%	–	1,4%
Crença e Religião	1,6%	–	1,1%	1,4%
Defesa	0,7%	–	–	0,6%
População	0,6%	–	1,1%	0,6%
Comunicação	0,5%	–	1,1%	0,5%
Grupos minoritários	0,1%	2,4%	–	0,4%
Urbanismo	0,1%	0,8%	–	0,2%
Total	100% (817)	100% (124)	100% (88)	100% (1029)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com protagonistas identificáveis* = 1030. Total de peças em que foi possível identificar o *género* dos protagonistas = 1029. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

A distribuição dos *protagonistas* por *género* evidencia algumas diferenças significativas. Assim, no total de 1029 peças em que o *género* do *protagonista* é identificável:

- Em 817 peças (79,4%), o *protagonista* é do *género masculino*, estando associados, sobretudo, à área da *política nacional* (em 26,2%) e *desporto* (21,8%).
- Já as mulheres protagonizam 124 peças, representando 12,1% dos *protagonistas*. Surgem, principalmente, em peças associadas à área *sociedade* (28,2%) e à *política nacional* (20,2%).
- Os *protagonistas* de *ambos os géneros* contabilizam apenas 88 registos na amostra (8,6%) e representam, maioritariamente, a categoria *sociedade* (47,7% dos casos, no qual se enquadra, por exemplo, o dia de São Valentim e uma peça sobre um curso de defesa para idosos). Embora em menor número estão também associados a peças cujos *temas* se centram nas áreas da *educação* e *economia, finanças e negócios*.

e) Rigor e isenção no tratamento da informação

O rigor e a isenção na informação do Jornal Nacional são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

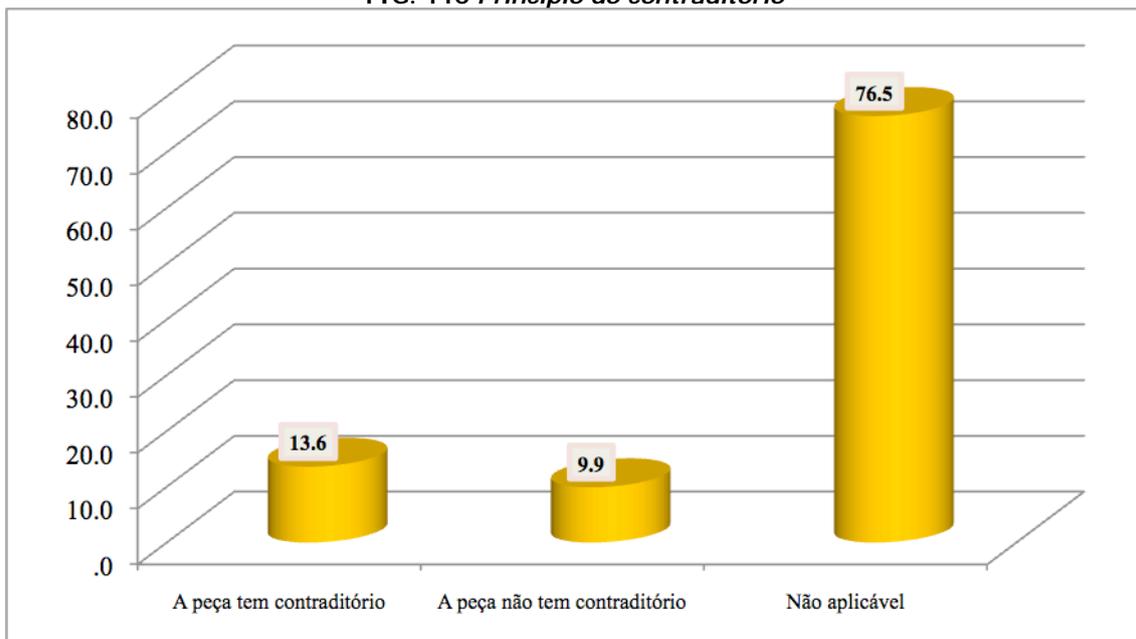
- O respeito pelo *princípio do contraditório*, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância;
- A apresentação dos factos e a sua verificação;
- A separação entre factos e opiniões;

- A identificação das *fontes*, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção.

- *Princípio do contraditório*.
- *Estilo discursivo*.
- Identificação das *fontes*.
- Diversidade de *fontes*.

FIG. 110 Princípio do contraditório



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com contraditório* = 166. Total de *peças sem contraditório* = 121. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 933. Valores em percentagem.

A variável *princípio do contraditório* verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado.

A peça é codificada como *tendo contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo.

A peça é codificada como *não tendo contraditório* quando não são ouvidos os lados possíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir.

O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

O indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 23,5% das peças analisadas no Jornal Nacional.

- Em 13,6% existe *contraditório*.
- Em 9,9% das peças não existe *contraditório*.
- Na maioria das peças analisadas, 76,5%, a informação não pressupôs a consulta de diferentes perspectivas.

Fig. 111 Princípio do contraditório, por temas

Jornal Nacional (TVI)				
Temas	A peça tem contraditório	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política nacional	31,1%	20,9%	48,0%	100,0%
Desporto	3,4%	3,9%	92,7%	100,0%
Ordem interna	8,0%	7,5%	84,6%	100,0%
Economia, finanças e negócios	12,9%	9,7%	77,4%	100,0%
Assuntos internacionais	14,3%	11,4%	74,3%	100,0%
Sistema Judicial	21,3%	11,5%	67,2%	100,0%
Cultura	-	-	100,0%	100,0%
Saúde e Acção Social	16,7%	2,8%	80,6%	100,0%
Relações Laborais	28,6%	21,4%	50,0%	100,0%
Ciência e Tecnologia	4,3%	-	95,7%	100,0%
Ambiente	-	-	100,0%	100,0%
Sociedade	-	-	100,0%	100,0%
Cerimónias e Celebrações	5,6%	-	94,4%	100,0%
Educação	-	23,1%	76,9%	100,0%
Assuntos Comunitários	8,3%	16,7%	75,0%	100,0%
Urbanismo	20,0%	10,0%	70,0%	100,0%
Comunicação	12,5%	12,5%	75,0%	100,0%
Crença e Religião	12,5%	12,5%	75,0%	100,0%
Defesa	-	-	100,0%	100,0%
População	25,0%	-	75,0%	100,0%
Grupos minoritários	-	-	100,0%	100,0%
Total	13,6% (166)	9,9% (121)	76,5% (933)	100% (1220)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com contraditório* = 166. Total de *peças sem contraditório* = 121. Total de peças em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 933. Valores em percentagem.

- Em 287 peças analisadas aplica-se o indicador *princípio do contraditório*. Quando a temática noticiosa incide sobre a *política nacional* verifica-se a existência de maior número de peças *com contraditório* (31,9%), seguida da temática *relações laborais* (28,6%) e *sistema judicial* (21,3%).
- As 121 peças *sem contraditório* prevalecem na categoria temática *educação*, estando também presentes em elevada percentagem nas categorias *relações laborais* e *política nacional*.
- Em 76,5% (933) das peças da amostra, o *princípio do contraditório não é aplicável*.

FIG. 112 Principais temas com estilo discursivo opinativo

Temas	Jornal Nacional (TVI)
Desporto	45,7%
Política nacional	17,1%
Economia, finanças e negócios	8,6%
Sociedade	5,7%
Cerimónias e Celebrações	5,7%
Ordem interna	2,9%
Sistema Judicial	2,9%
Educação	2,9%
Cultura	2,9%
Comunicação	2,9%
Ciência e Tecnologia	2,9%
Total	100% (35)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com *estilo discursivo opinativo* = 35. Valores em percentagem.

O rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação dos factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa separação é identificável através do *estilo discursivo* do jornalista (apresentador e repórter).

O *estilo discursivo opinativo* identifica as situações em que o discurso dominante do apresentador e/ou do repórter manifesta juízos subjectivos – analíticos, hipotéticos ou disjuntivos –, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

- A grande maioria das peças do Jornal Nacional incluídas na amostra possui *estilo discursivo descritivo* ou *interpretativo*.
- Apenas 2,9% das peças do Jornal Nacional (35 de um total de 1220) apresentaram *estilo opinativo*.
- A maior parte dessas peças são sobre *desporto* (45,7%), concretamente *futebol*, e *política nacional* (17,1%).

f) Contextualização da informação

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo operador público.

1. Indicadores de valorização de temas e de protagonistas da informação

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e localização no alinhamento das peças em que surgem, a duração da respectiva peça, a existência ou ausência de promoção da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e a afectação de meios técnicos, por exemplo para a produção de directos.

FIG. 113 *Temas de abertura do Jornal Nacional*

Jornal Nacional (TVI)			
Temas	Abertura da 1ª Parte	Abertura da 2ª Parte	Total
Ordem interna	32,6%	24,3%	28,9%
Política nacional	21,7%	13,5%	18,1%
Economia, finanças e negócios	13,0%	13,5%	13,3%
Desporto	10,9%	13,5%	12,0%
Assuntos internacionais	8,7%	13,5%	10,8%
Sistema Judicial	4,3%	8,1%	6,0%
Relações Laborais	4,3%	–	2,4%
Ambiente	2,2%	2,7%	2,4%
Cerimónias e Celebrações	2,2%	2,7%	2,4%
Educação	–	2,7%	1,2%
Urbanismo	–	2,7%	1,2%
Sociedade	–	2,7%	1,2%
Total	100% (46)	100% (37)	100% (83)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças de abertura da 1ª parte* = 46. Total de *peças de abertura da 2ª parte* = 37 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem.

- A *ordem interna* é o tema que abre mais vezes o Jornal Nacional – cerca de 32,6%. Entre os assuntos tratados na *abertura* estão, por exemplo, o assalto ao BES, o julgamento de Pinto da Costa, a “Operação Furacão”, entre outros.
- Para além da *ordem interna*, é tema da *abertura* da 1ª parte do Jornal Nacional o tema *política nacional*, com 21,7% de incidência sobre o total.
- Na *abertura* da 2ª parte, destacam-se *ordem interna* em 24,3% das peças e *política nacional, economia, finanças e negócios, desporto* e *assuntos internacionais*, representando, individualmente, 13,5%.

FIG. 114 *Principais actores das peças de abertura*

Actores	Jornal Nacional (TVI)
Política nacional	26,1%
Sociedade	17,4%
Ordem interna	13,0%
Desporto	13,0%
Economia, finanças e negócios	8,7%
Relações laborais	6,5%
Actores não identificáveis	6,5%
Comunidade internacional	4,3%
Comunidade europeia	2,2%
Sistema Judicial	2,2%
Total	100% (46)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças de abertura da 1ª parte* = 46. Valores em percentagem.

- 26,1% dos *protagonistas* nas peças de *abertura da 1ª parte* do Jornal Nacional estão enquadrados na categoria *política nacional* (essencialmente, Governo e Presidente da República).
- 17,4% dos *protagonistas* nas peças de *abertura da 1ª parte* do Jornal Nacional estão enquadrados na categoria *sociedade* (sobretudo cidadãos comuns, em particular, adultos).
- As categorias *ordem interna* e *desporto* representam 13% das peças a abrir a 1ª

parte do Jornal Nacional.

FIG. 115 Temas das peças com promoção

Temas	Jornal Nacional (TVI)
Desporto	31,8%
Política nacional	12,7%
Ordem interna	10,9%
Cultura	10,0%
Economia, finanças e negócios	8,2%
Sistema Judicial	6,4%
Ciência e Tecnologia	5,5%
Cerimónias e Celebrações	2,7%
Assuntos internacionais	1,8%
Ambiente	1,8%
Comunicação	1,85
Sociedade	1,8%
Assuntos Comunitários	0,9%
Educação	0,9%
Saúde e Acção Social	0,9%
Urbanismo	0,9%
Crença e Religião	0,9%
Total	100% (110)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com promoção* = 110. Valores em percentagem.

Inserida em momentos-chave dos noticiários (como, por exemplo, nas *aberturas* e nos finais das partes), a *promoção (teaser)* visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação. Na amostra do Jornal Nacional, as peças com *promoção* representam 9% do total de peças analisadas.

- O *desporto* é o *tema* com maior número de *promoções* no Jornal Nacional, representando 31,8% das peças promovidas.
- *Política nacional* foi objecto de *promoção* em 12,7% das peças. Nesta *categoria temática*, os assuntos com *promoção* são, predominantemente, associados à avaliação dos professores.
- Os assuntos da *ordem interna* ficam na terceira posição entre os *temas* mais promovidos, com 10,9%, essencialmente, assaltos, incêndios e acidentes e catástrofes.

FIG. 116 Duração das peças por tema

Jornal Nacional (TVI)				
Temas	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	Total
Política nacional	15,6%	20,4%	29,4%	20,0%
Desporto	23,4%	18,3%	20,6%	19,0%
Ordem interna	12,6%	17,0%	20,6%	16,5%
Economia, finanças e negócios	19,8%	8,8%	2,9%	10,2%
Assuntos internacionais	9,6%	8,6%	2,9%	8,6%
Sistema Judicial	5,4%	4,9%	5,9%	5,0%
Cultura	–	4,5%	–	3,8%
Saúde e Acção Social	2,4%	3,0%	2,9%	3,0%
Relações Laborais	2,4%	2,4%	–	2,3%

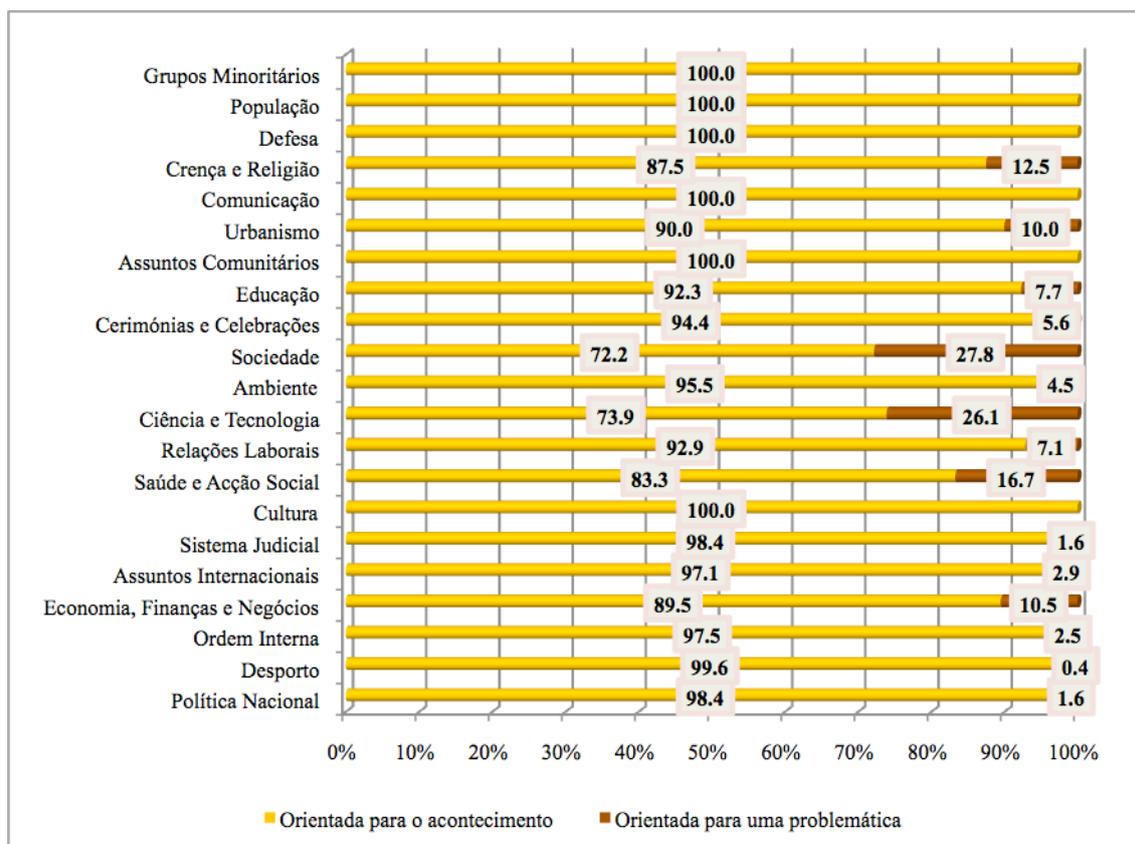
Ciência e Tecnologia	1,25	1,9%	5,9%	1,9%
Ambiente	3,6%	1,6%	–	1,8%
Sociedade	0,6%	1,7%	–	1,5%
Cerimónias e Celebrações	0,6%	1,6%	2,9%	1,5%
Educação	–	1,3%	–	1,1%
Assuntos Comunitários	1,2%	1,0%	–	1,0%
Urbanismo	0,6%	0,9%	–	0,8%
Comunicação	1,2%	0,6%	–	0,7%
Crença e Religião	–	0,6%	5,9%	0,7%
Defesa	–	0,4%	–	0,3%
População	–	0,4%	–	0,3%
Grupos minoritários	–	0,3%	–	0,2%
Total	100% (167)	100% (1019)	100% (34)	100% (1220)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com menos de 1 minuto* = 167. Total de *peças com 1 a 5 minutos* = 1019. Total de *peças com mais de 5 minutos* = 34. Valores em percentagem.

A *duração* das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam *fatores* relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais, uma tendência para a redução da extensão das peças e a sua consequente fragmentação que leva a que certos *temas* sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- A maioria das peças analisadas, 83,5% do total, tem *duração* entre 1 e 5 minutos. Os principais *temas* abordados neste intervalo são: *política nacional* (em 20,4% dos casos), *desporto* (18,3%) e *ordem interna* (17%).
- O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com *duração* inferior a 1 minuto. Encontram-se nesta situação 167 peças, sendo que 23,4% possuem como *tema desporto*, 19,8% *economia*, *finanças e negócios*, 15,6% *política nacional* e 12,6% *ordem interna*.
- Na amostra estudada, 34 peças têm tempo de *duração* superior a 5 minutos. Os principais *temas* de maior *duração* são *política nacional* (em 29,4% dos casos), *desporto* e *ordem interna* (ambos com 20,6%). No âmbito da *política nacional*, os assuntos abordados referem-se às eleições legislativas na Região Autónoma dos Açores, à intervenção do Presidente da República no âmbito do estatuto político-administrativo dos Açores e às eleições no Partido Social Democrata. Os conteúdos noticiosos associados à *ordem interna* versam, principalmente, sobre os assaltos, enquanto no *desporto* são os eventos sobre futebol que predominam nestas peças.

FIG. 117 *Temas por enfoque/orientação*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1169. Total de peças com orientação para uma problemática = 51. Valores em percentagem.

- Considera-se que a cobertura de um *tema* tem *enfoque* ou é *orientada para o acontecimento* quando se centra num facto concreto, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, *na problemática* sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).
- As peças orientadas para o acontecimento são, em geral reactivas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.
- Já as peças orientadas para uma problemática são geralmente pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador e envolvem, em princípio, investigação jornalística.
- Das 1220 peças do Jornal Nacional, apenas 51 têm *enfoque numa problemática*: *sociedade, ciência e tecnologia, saúde e acção social, crença e religião, urbanismo, economia, finanças e negócios, educação, relações laborais, cerimónias e celebrações, ambiente, assuntos internacionais, sistema judicial, política nacional, desporto e ordem interna*. Entre os assuntos que possuem *enfoque numa problemática* destaque para o endividamento das famílias portuguesas, a crise económica vivida no tecido empresarial nacional e o funcionamento do sistema de saúde.

FIG. 118 *Temas com directo*

Temas	Jornal Nacional (TVI)
Desporto	43,4
Ordem interna	15,1
Política nacional	13,2
Assuntos internacionais	11,3
Cultura	5,7
Economia, finanças e negócios	3,8
Crença e Religião	3,8
Sistema Judicial	1,9
Cerimónias e Celebrações	1,9
Total	100,0 (53)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de *peças com directo* = 53. Valores em percentagem.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou protagonista. Na amostra analisada, apenas 4,3% das peças apresenta *directo*.

- A *categoria temática desporto* é a que apresenta mais *directos* (43,4% de casos), seguida pelo *tema ordem interna*, com 15,1%. Os assuntos contemplados nestas peças referem jogos de futebol, em particular, o Euro 2008 e, no âmbito da *ordem interna*, acidentes e incêndios.
- O terceiro *tema* mais saliente em que existe *directo* é *política nacional*, com 13,2% de ocorrências. Os assuntos referidos nestas peças incluem, por exemplo, as eleições legislativas na Região Autónoma dos Açores (RAA) e o veto do Presidente da República ao estatuto de autonomia da RAA.
- *Assuntos internacionais, cultura, economia, finanças e negócios e crença e religião*, são também *temas* alvo de cobertura em *directo*. A existência de *directo* em *temas* como *sistema judicial e cerimónias e celebrações* é residual.
- Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:
 - A maior parte dos *protagonistas* (32,5%) das peças com *directo* pertence à área do *desporto*. Entre esses *protagonistas* encontram-se *atletas e técnicos de desportivos*.
 - A segunda categoria de *protagonistas* identificáveis é *política nacional* (15,5% sobre o total). Entre estes *protagonistas* estão, por exemplo, o *Presidente da República*, mas também, *secretários gerais e presidentes dos partidos, militantes e membros político partidários, presidentes de autarquias e presidentes dos governos regionais*.

FIG. 119 *Técnicas de ocultação da identidade dos actores*

Jornal Nacional (TVI)			
Subtemas	Distorção de imagem e/ou voz	Ocultação de câmaras/gravações	Total
Crimes	12	–	12
Actividades policiais	5	-	5
Casos de justiça	5	–	5
Práticas médicas	2	–	2
Manifestações/Reivindicações	1	–	1
Prevenção	1	–	1
Violência doméstica	1	–	1
Crise financeira	1	–	1

Total	28	0	28
-------	----	---	----

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças com utilização de *técnicas de ocultação da identidade dos actores* = 28. Valores em percentagem.

Esta variável procura identificar *técnicas* utilizadas para protecção da identidade dos *actores*, designadamente, a *distorção de voz e/ou imagem* dos protagonistas das peças noticiosas e, ainda, identificar a *ocultação* da presença de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone ocultos).

- O Jornal Nacional usou *técnicas* de protecção da identidade dos *actores* em 28 peças no total da amostra. Os *Subtemas* em que se recorreu a *técnicas de ocultação* são diversos: *crimes, actividades policiais, casos de justiça, práticas médicas, manifestações/reivindicações, prevenção, violência doméstica e crise financeira*.
- A *distorção de voz e/ou imagem* é a única *técnica* utilizada.

g) Informação política nacional

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da *informação política nacional* realizada pelo Jornal Nacional da TVI nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2008).

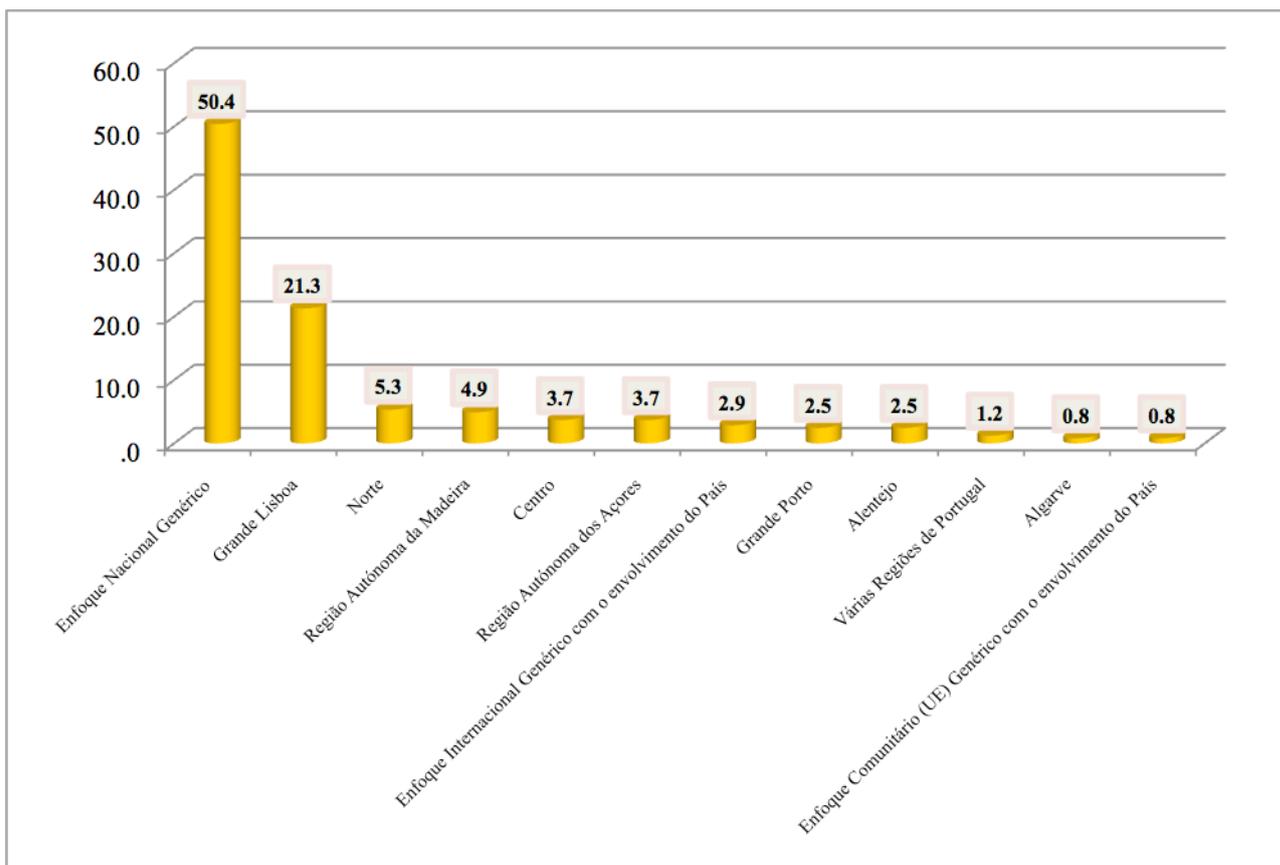
Das 1220 peças monitorizadas do Jornal Nacional, 244 reportam acontecimentos ou problemáticas do *tema política nacional* – o primeiro *tema* mais representado no bloco informativo da TVI, com 20% do total das peças analisadas. É sobre estas 244 peças que recai a análise deste capítulo.

O conceito de *política nacional* é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão e apresentada em relatório autónomo, em que apenas são consideradas as peças que possuem como protagonistas personalidades do Governo e dos partidos políticos. Do que aqui se trata é, pois, do conceito de política entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados *temas de política nacional*, quaisquer que sejam os protagonistas envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

- *Subtemas de política nacional* (ver figura 9, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, SIC e TVI);
- *Fontes de informação políticas nacionais*;
- *Actores políticos nacionais*.

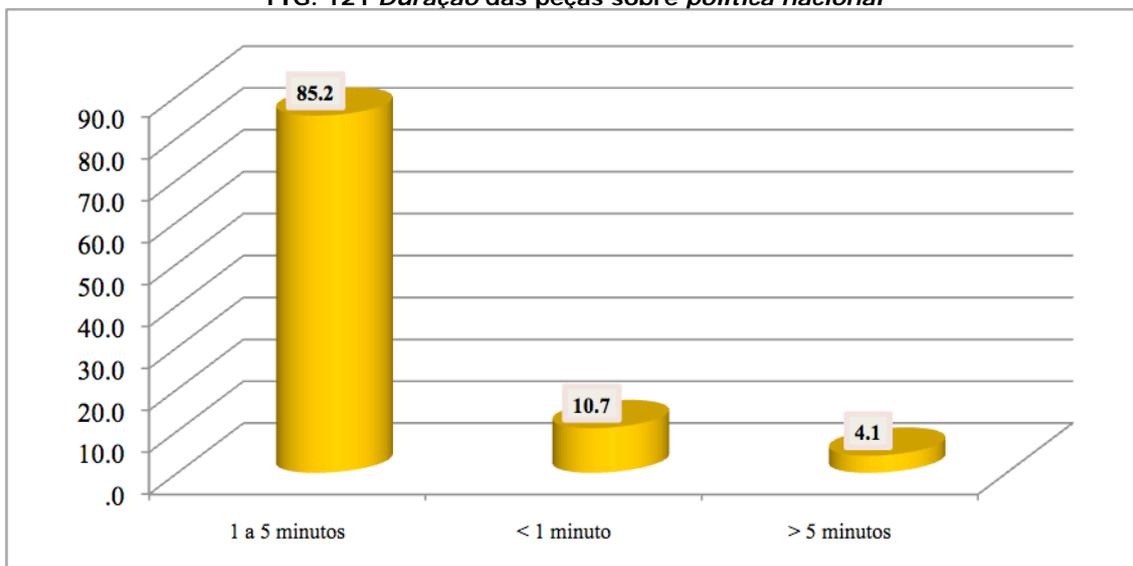
FIG. 120 Incidência geográfica das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre política nacional = 244. Valores em percentagem.

- 50,4% das 244 peças analisadas têm *enfoque nacional genérico*, sem destacar nenhuma região em particular.
- As peças que dão destaque às regiões do País equivalem a 44,7% das peças sobre política nacional. A *Grande Lisboa* aparece como a região mais representada, em 21,3% das peças.

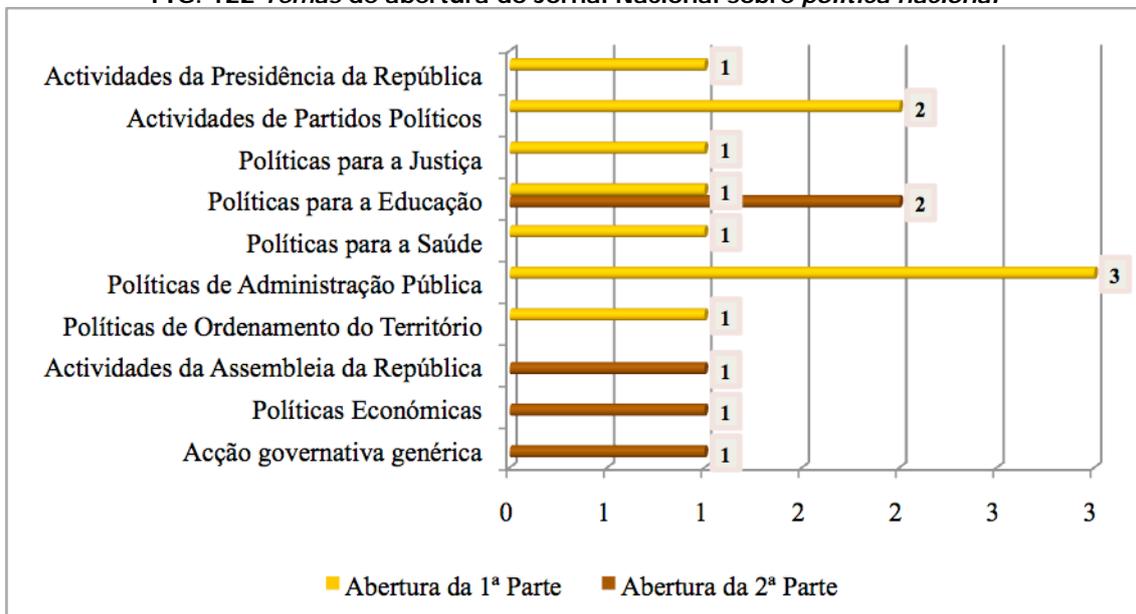
FIG. 121 Duração das peças sobre política nacional



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre política nacional = 244. Valores em percentagem.

- 85,2% das peças sobre *política nacional* do Jornal Nacional registam uma *duração* de 1 a 5 minutos. 10,7% do total são peças com menos de 1 minuto.
- As peças com mais de 5 minutos sobre o *tema política nacional* representam 4,1%.

FIG. 122 Temas de abertura do Jornal Nacional sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da 1ª parte* = 10. Total de peças sobre *política nacional* que foram *tema de abertura da 2ª parte* = 5. Valores em números absolutos.

- *Actividades da presidência da república, actividades de partidos políticos, políticas para a justiça, políticas para a educação, políticas para a saúde, políticas de administração pública, políticas de ordenamento do território* foram os sete *Subtemas* da categoria *política nacional* que estiveram presentes nas peças de *abertura* da primeira parte.
- *Políticas para a educação, actividades da assembleia da república, políticas económicas e acção governativa genérica* foram os *Subtemas* da categoria *política nacional* que abrem a segunda parte do Jornal Nacional nos dias da amostra.

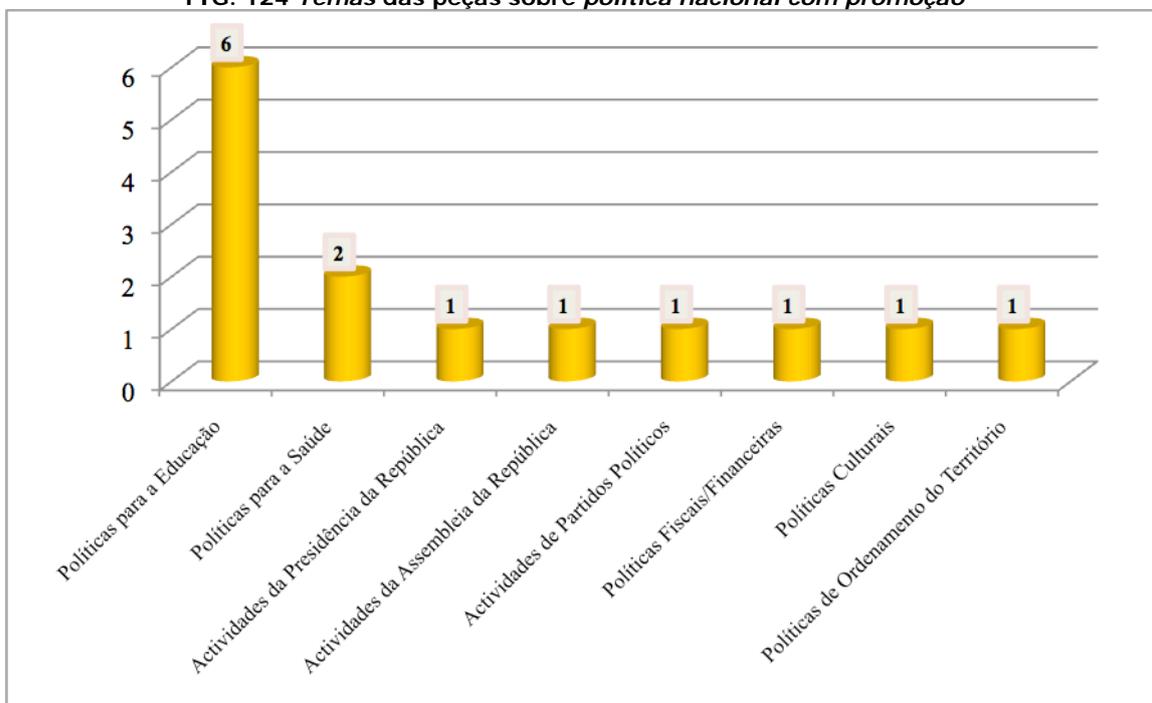
FIG. 123 Promoção das peças sobre *política nacional*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional* com *promoção* = 14. Valores em percentagem.

- 5,7% das peças sobre *política nacional* são alvo de *promoção* no alinhamento, em particular sobre os protestos dos professores motivados pelas propostas de avaliação apresentadas pelo Governo.

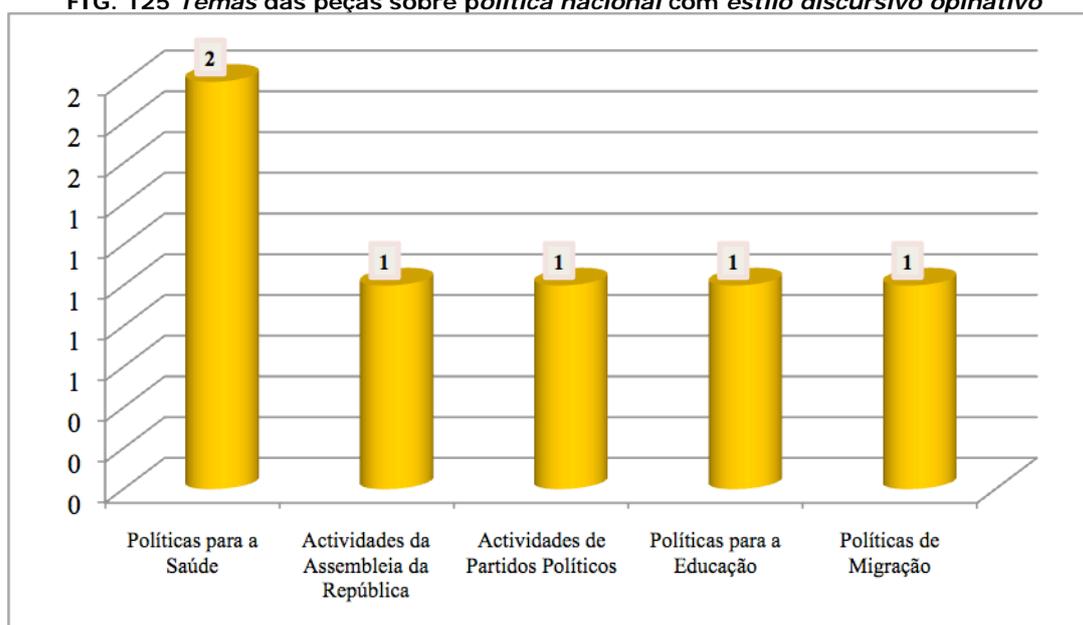
FIG. 124 Temas das peças sobre política nacional com promoção



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional com promoção* = 14. Valores em números absolutos.

- *Políticas para a educação* é o subtema político mais promovido.
- As outras notícias objecto de *promoção* no alinhamento distribuíram-se por *Subtemas* como *políticas para a saúde*, *actividades da presidência da república*, *actividades da assembleia da república*, *actividades de partidos políticos*, *políticas fiscais/financeiras*, *políticas Culturais* e *políticas de ordenamento do território*.

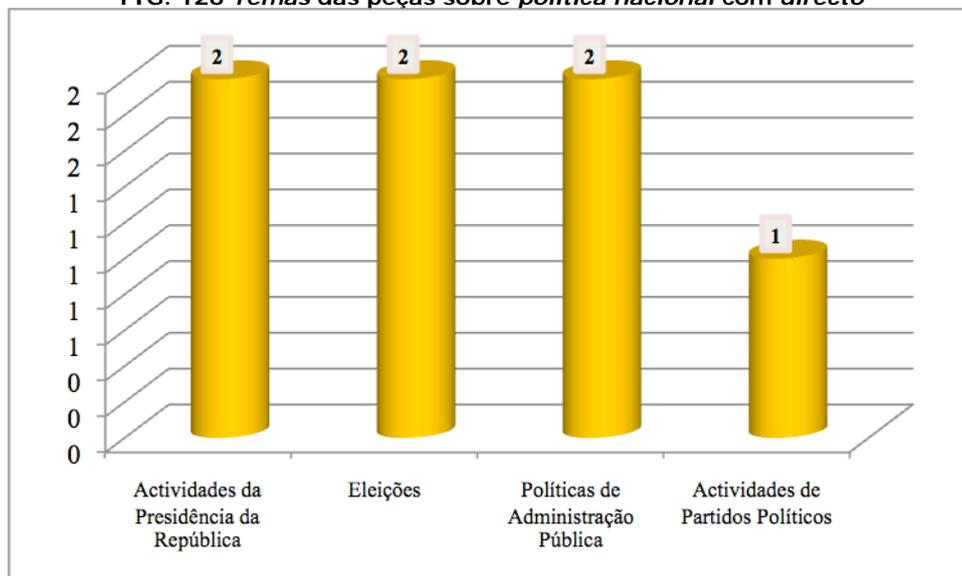
FIG. 125 Temas das peças sobre política nacional com estilo discursivo opinativo



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional com estilo discursivo opinativo* = 6. Valores em números absolutos.

- A grande maioria das peças sobre *política nacional* no Jornal Nacional tem *estilo discursivo descritivo ou explicativo*.
- Foram identificadas apenas seis peças de *política nacional com estilo discursivo opinativo*. Estas peças reflectem sobre vários assuntos.

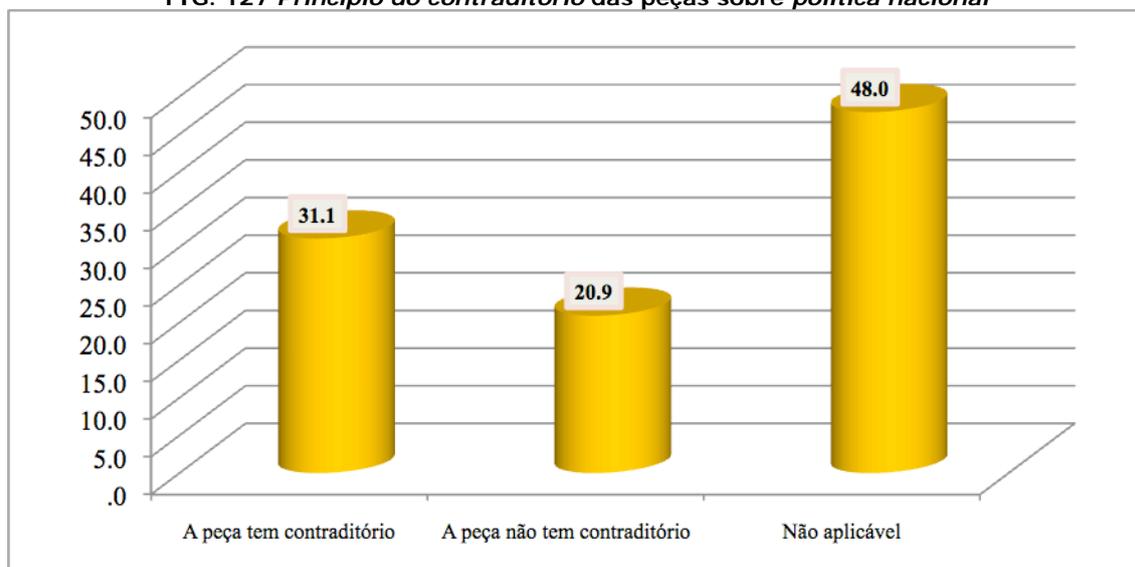
FIG. 126 Temas das peças sobre *política nacional* com *directo*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional com directo* = 7. Valores em números absolutos.

- Sete peças, isto é, 2,9% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento.
- Estas sete peças são sobre os seguintes *Subtemas*: *actividades da presidência da república*, *eleições*, *políticas de administração pública* e *actividades de partidos políticos*. Estas versam em torno da comunicação do Presidente a propósito do estatuto político-administrativo dos açores, sobre as eleições legislativas regionais dos açores e ainda sobre o congresso do PSD.

FIG. 127 Princípio do contraditório das peças sobre *política nacional*

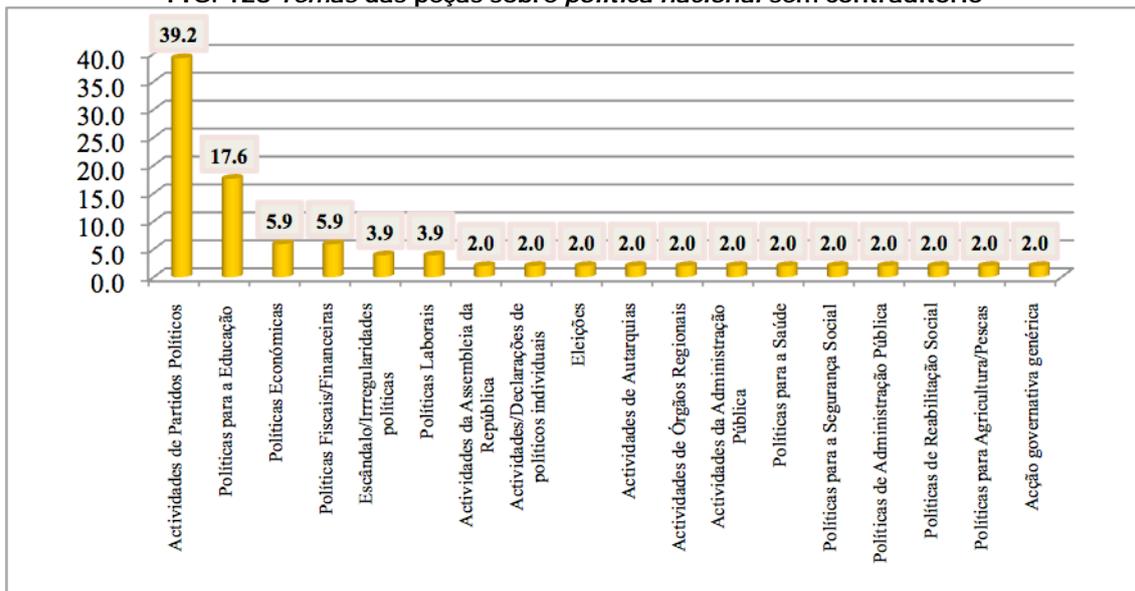


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional com contraditório* = 76. Total de peças

sobre *política nacional* sem contraditório = 51. Total de peças sobre *política nacional* em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 117. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- As peças sobre *política nacional com contraditório* representam 31,1%.
- Em 20,9% destas peças não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- Em 48% dos casos não se justificou classificar a peça quanto ao indicador *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.

FIG. 128 Temas das peças sobre *política nacional* sem contraditório



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional sem contraditório* = 51. Valores em percentagem.

- Em 51 peças (20,9%) que se enquadram na temática *política nacional*, não são ouvidos os interesses atendíveis.
- Deste conjunto de peças os *Subtemas* mais focados são *actividades de partidos políticos* e *políticas para a educação*. Surgem ainda *políticas económicas* e *políticas fiscais/financeiras* como temas mais frequentados.

FIG. 129 Enfoque/Orientação das peças sobre *política nacional*

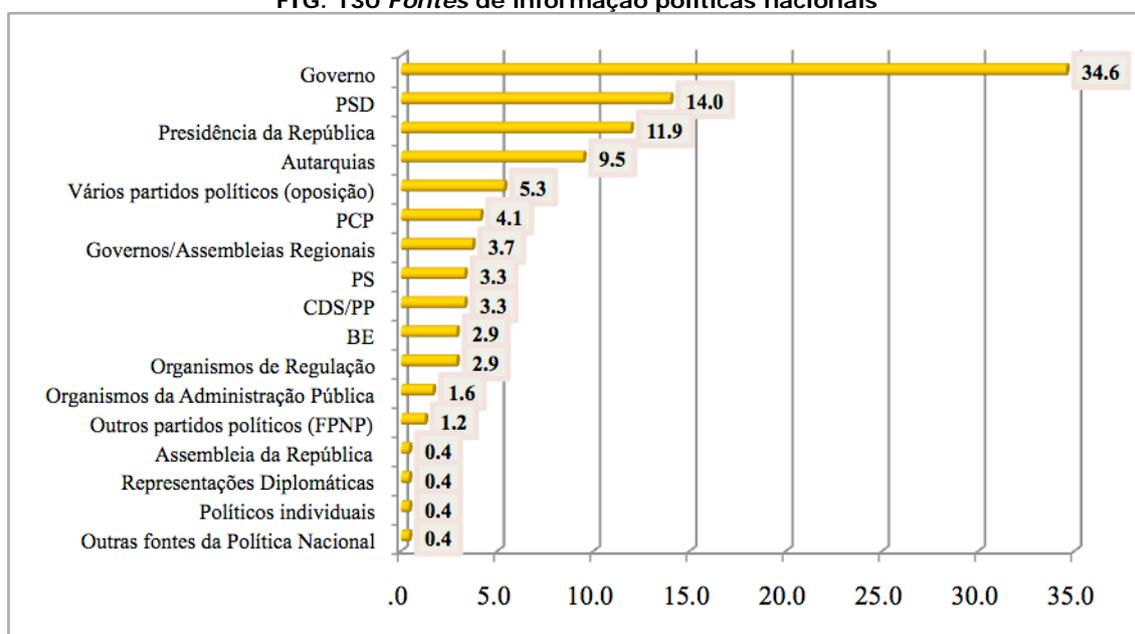


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças sobre *política nacional orientadas para o acontecimento* = 240. Total de peças sobre *política nacional orientadas para uma problemática* = 4. Valores em percentagem.

- 98,4% das notícias sobre *política nacional* emitidas pelo Jornal Nacional nos dias da amostra possuem *enfoque* ou são *orientadas para acontecimentos*, o que significa que se centram em factos concretos. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos *actores*. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com *enfoque em problemáticas*.
- Apenas 1,6% das peças foram qualificadas como orientadas para uma problemática, menos dependentes da ordem do dia. Destacam-se as peças nas quais o Ministro da Administração Interna anuncia mais meios para a polícia, uma peça sobre Coimbra, Capital da Cultura em 2003 e ainda sobre a penhora de salários dos contribuintes portugueses.

1. Fontes de informação políticas nacionais

FIG. 130 Fontes de informação políticas nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças com *fontes políticas nacionais* = 243. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

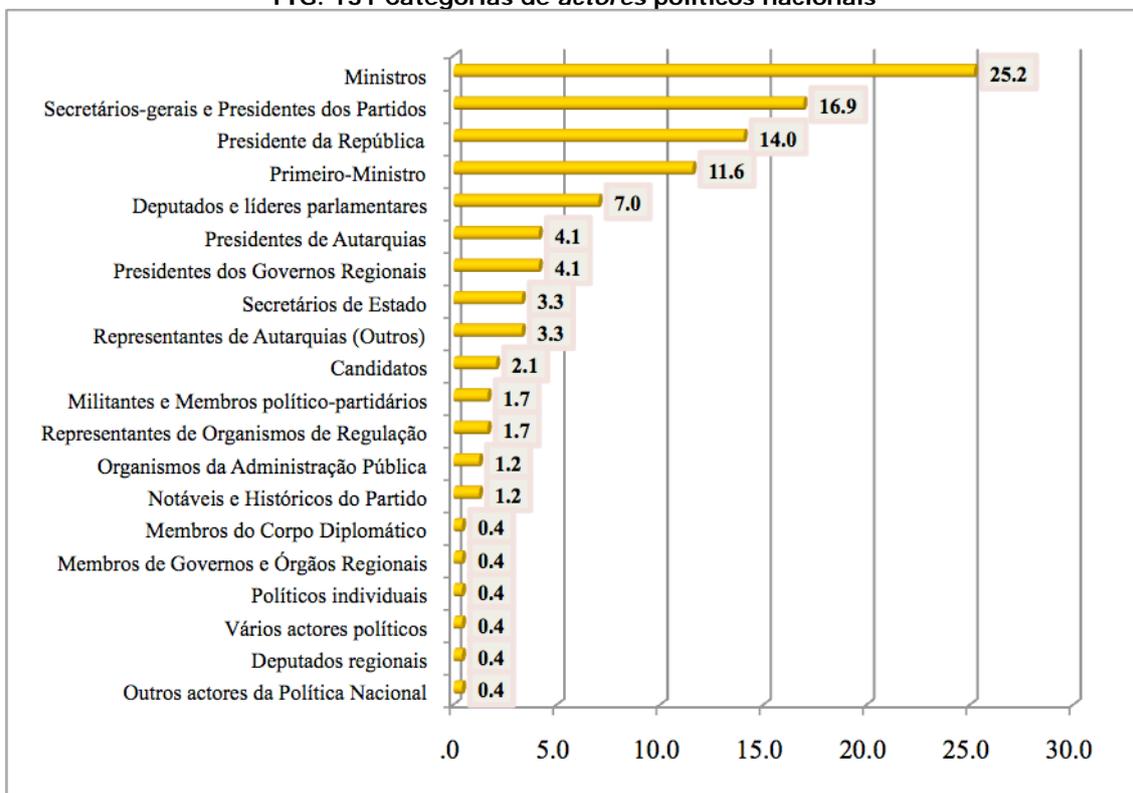
▪ **Nota explicativa:** Na análise de *fontes* apresentada neste capítulo serão contempladas não só as *fontes* políticas presentes nas 244 peças com tema dominante *Política nacional*, mas todas as *fontes* políticas consultadas nas 1220 peças emitidas no Jornal Nacional no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *fontes* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *Política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- O *Governo* surge como *fonte de informação* principal em 34,6% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- A segunda *fonte* principal mais representada refere-se ao *Partido Social Democrata (PSD)*, consultado em 14% das peças.
- A *presidência da república* é a terceira fonte mais frequente, estando representada em 11,9% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- As *autarquias* constituem *fonte* principal em 9,5% das peças com *fontes* políticas nacionais.
- A categoria *vários partidos*, incluindo por vezes todos os partidos da oposição, surge como *fonte* principal em 5,3% das peças com *fontes* políticas nacionais (significa que nenhum dos partidos se destaca como *fonte* dominante).

- O *Partido Comunista Português (PCP)* é fonte de informação principal em 4,1% das peças analisadas, seguido de *governos/assembleias regionais* (3,7%), *Partido Socialista (PS)* e *CDS/PP* (ambos com 3,3%) e *Bloco de Esquerda (BE)* (2,9%).

2. Actores políticos nacionais

FIG. 131 Categorias de actores políticos nacionais

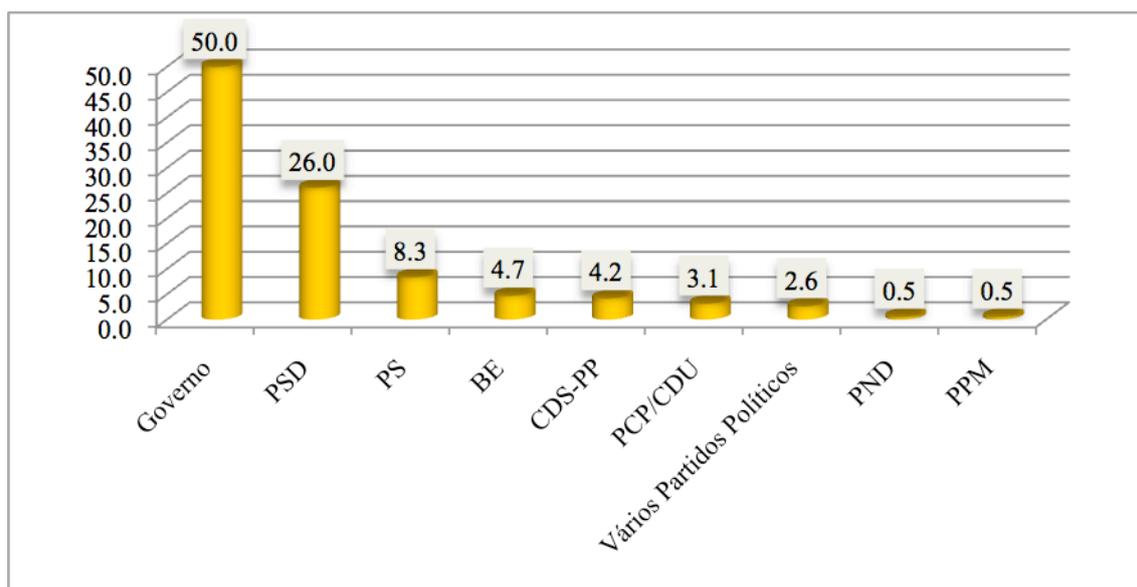


Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças com *actores políticos nacionais* = 242. Valores em percentagem. A categoria *Primeiro-Ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como primeiro-ministro e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

- **Nota explicativa:** Na análise de *actores* apresentada neste capítulo serão contemplados não só os *actores* políticos presentes nas 244 peças com tema dominante *Política nacional*, mas todos os protagonistas políticos consultados nas 1220 peças emitidas no Jornal Nacional no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso *Política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- As três categorias agregadas de *actores* pertencentes ao *Governo* – *primeiro-ministro*, *ministros* e *secretários de Estado* – preenchem 40,1% dos principais *actores* políticos nacionais presentes nas peças.
- *Secretários-gerais* e *presidentes dos partidos*, *deputados nacionais* e *regionais*, *candidatos eleitorais*, *militantes* e *membros político-partidários*, *notáveis* e *históricos dos partidos*, agregados, preenchem 29,3% dos principais representantes dos partidos políticos presentes nas peças analisadas.
- *Presidentes* e *outros representantes das autarquias* são *actores* em 7,4% das peças com políticos nacionais.
- O *Presidente da República* é o principal *actor* de 14% das peças com políticos nacionais.

FIG. 132 Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais



Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre política nacional = 244. Total de peças com actores políticos nacionais = 242. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 192. Valores em percentagem.

A pertença político-partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-presidente da república; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros; ministros; secretários de estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; presidentes de autarquias; candidatos; militantes e membros político-partidários.*

Considerando apenas a pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais:

- Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determinada pertença político-partidária, predominam os *membros do Governo*, com 50% no Jornal Nacional da TVI.
- Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria político-partidária mais frequentada, em 26% das peças.
- Os *protagonistas* do PS representam a terceira categoria político-partidária mais frequentada no Jornal Nacional da TVI (8,3%).
- Os *protagonistas* do BE são a quarta categoria político-partidária mais representada, com 4,7%.
- Os *protagonistas* do CDS/PP estão presentes em 4,2% das peças seguidos do PCP/CDU com 3,1%.
- Outros *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar surgem residualmente no Jornal Nacional da TVI, nomeadamente PND e PPM, respectivamente com 0,5%.

FIG. 133 Género dos actores/protagonistas políticos nacionais

Jornal Nacional (TVI)				
Actores	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Total
Ministros	21,5%	56,0%	33,3%	25,2%
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	15,9%	28,0%	–	16,9%
Presidente da República	15,9%	–	–	14,0%
Primeiro-Ministro	13,1%	–	–	11,6%
Deputados e líderes parlamentares	7,5%	4,0%	–	7,0%
Presidentes de Autarquias	4,2%	–	33,3%	4,1%
Presidentes dos Governos Regionais	4,7%	–	–	4,1%
Secretários de Estado	3,3%	4,0%	–	3,3%
Representantes de Autarquias (Outros)	2,8%	8,0%	–	3,3%
Candidatos	1,9%	–	33,3%	2,1%
Militantes e Membros político-partidários	1,9%	–	–	1,7%
Representantes de Organismos de Regulação	1,9%	–	–	1,7%
Organismos da Administração Pública	1,4%	–	–	1,2%
Notáveis e Históricos do Partido	1,4%	–	–	1,2%
Membros do Corpo Diplomático	0,5%	–	–	0,4%
Membros de Governos e Órgãos Regionais	0,5%	–	–	0,4%
Políticos individuais	0,5%	–	–	0,4%
Vários actores políticos	0,5%	–	–	0,4%
Deputados regionais	0,5%	–	–	0,4%
Outros actores da <i>Política nacional</i>	0,5%	–	–	0,4%
Total	100% (214)	100% (25)	100% (3)	100% (242)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1220. Total de peças sobre *política nacional* = 244. Total de peças com actores políticos nacionais = 242. Total de peças em que foi identificado o género dos actores políticos nacionais = 242. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

- Os *actores políticos nacionais* são na grande maioria das peças – 88,4% (214 peças) – do *género masculino*.
- Apenas 10,3% dos *actores políticos nacionais* são do *género feminino*.
- No período da amostra, entre os *protagonistas* políticos femininos considerados com maior visibilidade na peça, estão a ministra da Educação, a ministra da Saúde e a presidente do PSD.
- Entre os *protagonistas masculinos*, estão os ministros, os líderes dos partidos políticos, o primeiro-ministro e o Presidente da República. O ex-líder do PSD, Luís Felipe Menezes, foi um dos *protagonistas* com maior visibilidade entre os *actores político-partidários* identificados.

Síntese conclusiva

TVI – Jornal Nacional

1. Em termos gerais, no Jornal nacional destacam-se, a nível dos *temas*, a *política nacional*, *desporto*, *ordem interna* e *economia*, *finanças* e *negócios*. No que respeita aos *actores* e *fontes* de informação, as categorias da *política nacional*, *desporto* e *sociedade* são as mais presentes.
2. *Temas*, *fontes* e *actores* de *grupos minoritários* e *população* estão presentes no Jornal Nacional embora de forma residual, o mesmo acontecendo com os *actores* das

áreas do *urbanismo*.

3. Hierarquizando as categorias temáticas mais representadas no Jornal Nacional, a ordem é a seguinte:

- *Política nacional* é o tema principal do Jornal Nacional, com destaque para os *Subtemas actividades dos partidos políticos, políticas para a educação e actividades da presidência da república*. Os assuntos que dominaram estes temas relacionam-se, sobretudo, com as jornadas parlamentares e a “crise” vivida no Partido Social Democrata (PSD), a contestação à proposta de avaliação dos professores emitida pelo Governo e a intervenção do Presidente da República relativamente ao estatuto político-administrativo da Região Autónoma dos Açores. *Política nacional* é o segundo tema responsável pela abertura da primeira parte do Jornal Nacional e também alvo de promoção.
- *Desporto* é o segundo tema com maior visibilidade nas peças analisadas na amostra, sendo também alvo de maior número de promoções e directos. Os *Subtemas* associados são, sobretudo, o *futebol*, cobrindo o Euro 2008 e o campeonato nacional de futebol, e *outras modalidades desportivas*, nomeadamente os Jogos Olímpicos de Pequim, em geral, e a participação de Portugal, em particular.
- *Ordem interna*, com destaque para os *Subtemas crimes, acidentes e catástrofes e actividades policiais*, é o terceiro tema dominante, sendo o tema que abre mais vezes os serviços noticiosos analisados na TVI. É o segundo tema que tem o maior número de directos.
- *Economia, finanças e negócios* também consta entre os temas mais frequentes emitidos pelo operador no ano em análise, estando entre os que têm maior número de promoções.

4. Também representadas no Jornal Nacional, encontram-se as seguintes *categorias de fontes e actores*:

- No âmbito da *política nacional*, membros do Governo (em particular, *ministros, o primeiro-ministro e secretários de Estado*) e membros de partidos políticos, como *secretários-gerais e presidentes dos partidos e deputados e líderes parlamentares*, bem como o *Presidente da República*.
- No *Desporto*, são *actores atletas e técnicos desportivos*, nomeadamente, ligados ao *futebol*, enquanto as *fontes* pertencem, maioritariamente, a *associações e clubes desportivos*.
- *Sociedade* é também uma das áreas mais representadas em termos de *actores e fontes*, em particular *cidadãos comuns adultos e, embora em menor percentagem, entidades sem fins lucrativos*.
- *Fontes e actores* da área da *Economia, finanças e negócios*, são representados por *pequenas e médias empresas e empresários por conta própria e grande empresas e grupos económicos* e respectivos *actores*.

5. Embora com menos relevo, encontram-se também na amostra as seguintes *categorias de fontes e actores*:

- No âmbito local e regional – representantes de *autarquias e governos/assembleias regionais*.
- No âmbito sindical – representantes de *centrais sindicais, federações e associações sindicais* e *trabalhadores/desempregados*.

6. Os temas, fontes e actores da área *relações laborais* representam entre 2,3 a 4,5%, do total dos temas, actores e fontes do Jornal Nacional. São, essencialmente, *centrais sindicais, federações, associações sindicais* e *trabalhadores/desempregados*.

7. Em termos geográficos, o Jornal Nacional cobre diferentes regiões do país e do mundo. Contudo, a nível nacional, embora a maior parte das peças não se centre especificamente numa determinada região, destaca-se, a grande distância das restantes, a *Grande Lisboa*.
8. A nível internacional, o país da União Europeia mais referido, no período em análise, é Espanha, seguido do Reino Unido e Itália. No cenário extra-europeu, os Estados Unidos é o país com maior destaque. Dos países de língua portuguesa, Brasil, Moçambique e Angola são referenciados na amostra em análise.
9. No que respeita a *fontes* de informação, embora se verifique diversidade de *fontes* com representação de uma grande variedade de áreas, o dado mais saliente reside no facto de a maior parte das peças do Jornal Nacional possuir fonte única. Nas peças em que as *fontes* são atribuídas, a maior parte são da área *política nacional*, correspondendo a 20,5% do total das *fontes*. As peças sem fonte de informação atribuída encontram-se, na sua maioria, na área do *desporto* (43,9%), seguida das peças cujo tema se debruça sobre a *ordem interna* (18,7%).
10. A maior parte dos *protagonistas* do Jornal Nacional é de *nacionalidade* portuguesa e do *género masculino*, designadamente em peças sobre *política nacional* e *desporto*. O *género feminino* aparece sub-representado, surgindo associado a *temas* de *sociedade* e *política nacional*.

Informação *política nacional* no Jornal Nacional

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional* apuram-se os seguintes dados:

11. Dos 20% de peças sobre *política nacional*, *actividades dos partidos políticos* é o assunto mais representado, incidindo essencialmente sobre as jornadas parlamentares do Partido Social Democrata (PSD) e a “crise no PSD”. *Políticas para a educação* em particular os protestos dos professores e sindicatos e actividades da presidência da república, nomeadamente a comunicação do Presidente da República sobre o estatuto político-administrativo da Região Autónoma dos Açores, estão entre os *temas* mais representados. São ainda relevantes os *Subtemas políticos para a saúde, políticas fiscais e financeiras, políticas de administração pública e políticas económicas*.
12. As *fontes* de *política nacional* representam 20,5% do total das *fontes* do Jornal Nacional. Dessas, o *Governo* surge como fonte principal na maior parte das peças (34,6%), seguido pelo *Partido Social Democrata* (PSD) (14%) e pela *presidência da república* (11,9%). As *autarquias* constituem-se como a quarta fonte mais presente nas peças sobre *política nacional*, representando 9,5% das *fontes* consultadas, seguidas da categoria *vários partidos políticos* (5,3%). Os restantes partidos encontram-se distribuídos da seguinte forma: *PCP* (4,1%), *CDS/PP* (3,3%), *PS* (3,3%) e *BE* (2,9%). Estão ainda representados os *governos/assembleias regionais* com 3,7% das *fontes* indagadas.
13. Os *protagonistas* políticos nacionais com *pertença político-partidária* identificada representam 18,6% do total dos *protagonistas* identificados do Jornal Nacional. Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os membros do *Governo*, com 50%; o *PSD* (26%); o *PS* (8,3%); o *BE* (4,7%); o *CDS/PP* (4,2%); o *PCP/CDU* (3,1%). Outros *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar surgem residualmente, nomeadamente o *PND* e o *PPM*, com 0,5% cada.

6. Análise comparativa da informação dos Blocos informativos das 20h00 em 2007 e 2008: RTP, SIC e TVI

a) Nota introdutória

O presente capítulo apresenta o resultado da análise comparativa dos blocos informativos das 20h00 nos serviços de programas em epígrafe relativa a período homólogo dos anos de 2007 e 2008.

De modo a possibilitar uma leitura comparativa e evolutiva dos dados, restringe-se a análise apenas ao **segundo semestre do ano de 2007 e 2008**, uma vez que apenas existem dados comparáveis para o ano de 2007 referentes a este período.

Devido ao facto de alguns indicadores terem sido revistos e aperfeiçoados em 2008, não é possível apresentar valores comparativos de todos eles, uma vez que não é possível assegurar a sua comparabilidade.

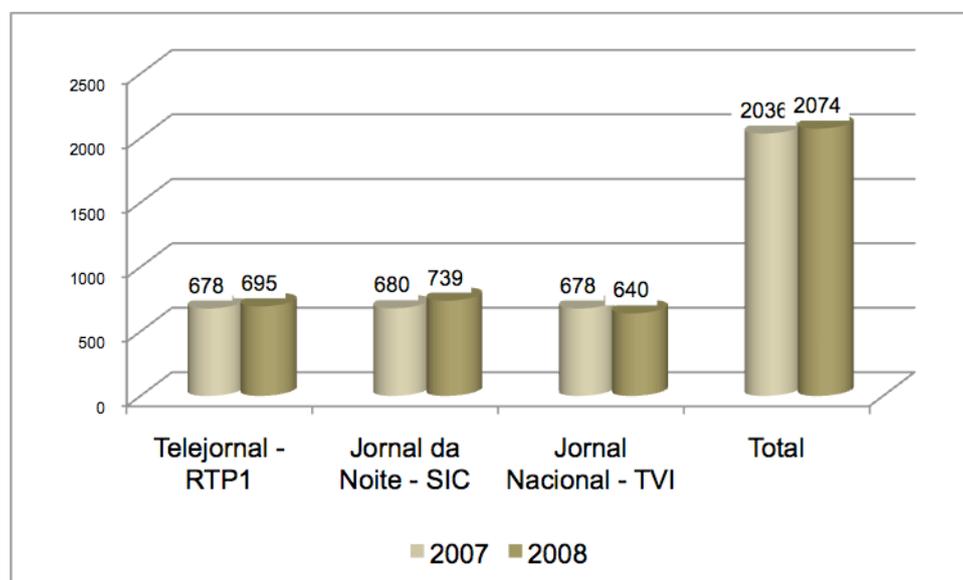
As diferenças registadas entre os dados referentes a 2008 neste capítulo e os dados sobre 2008 nos restantes capítulos do presente Relatório, devem-se à diferente composição e dimensão das amostras, ou seja, neste capítulo analisam-se apenas seis meses e nos restantes capítulos a análise reporta-se a todo o ano.

b) Caracterização geral e composição das amostras

O presente ponto do capítulo apresenta uma caracterização geral das amostras analisadas: O período de análise é comum e vai de 1 de Julho a 31 de Dezembro de 2007 e de 2008.

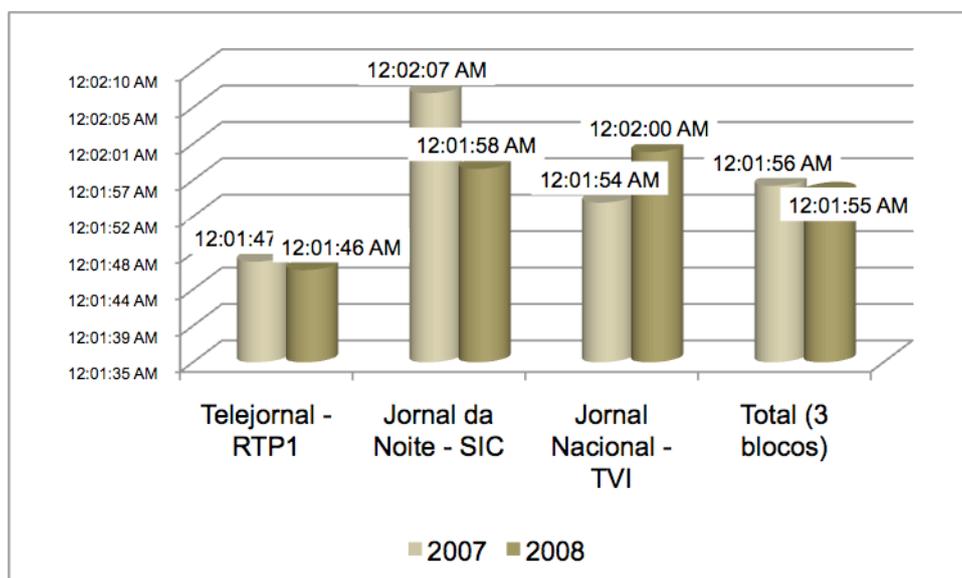
- Foram monitorizados 69 noticiários dos três serviços de programas generalistas por ano, num total de 138 noticiários, perfazendo 4110 notícias assim distribuídas:

FIG. 134 Número de peças por ano e por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Valores em números absolutos.

FIG. 135 Duração média das peças por ano e por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Valores em hh:mm:ss.

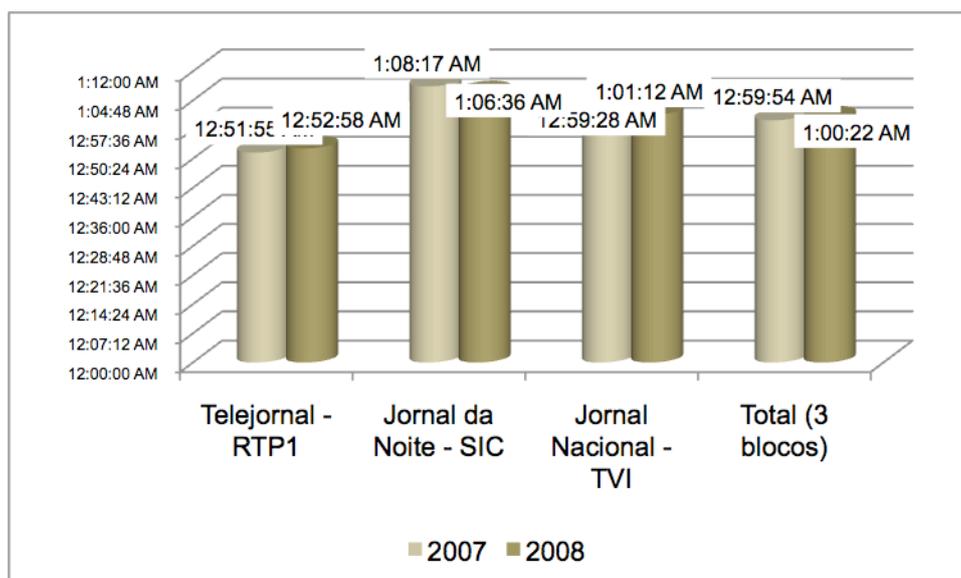
A duração média das peças, entre o ano de 2007 e 2008, manteve-se no conjunto dos três blocos informativos (decrécimo de apenas 1 segundo).

O Telejornal da RTP1 e o Jornal da Noite da SIC denotam um ligeiro decréscimo. Já o Jornal Nacional da TVI denota um acréscimo de 6 segundos na duração média das suas peças.

Mantém-se, quer em 2007, quer em 2008, a mesma tendência no que respeita ao facto de o Telejornal da RTP1 apresentar valores médios de duração das peças mais baixos (cerca de 1 minuto e meio).

O Jornal da Noite da SIC apresenta valores médios de duração das peças mais elevados em 2007, e o Jornal Nacional da TVI em 2008 (cerca de 2 minutos), invertendo assim as suas posições.

FIG. 136 Duração dos blocos informativos por ano e por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Valores em hh:mm:ss.

A duração média diária do Telejornal da RTP1 e do Jornal Nacional da TVI aumentou muito ligeiramente entre o ano de 2007 e 2008, cerca de 1, 2 minutos.

Pelo contrário, a duração média diária do Jornal da Noite da SIC diminuiu, entre 2007 e 2008, cerca de 2 minutos.

O Jornal da Noite apresenta valores médios de duração diária mais elevados em 2007 (cerca de 1 hora e 8 minutos) e o Jornal Nacional em 2008 (cerca de 1 hora).

c) Análise comparativa 2007-2008

1. Temas principais

FIG.137 Temas principais, por ano e por serviço de programas

Temas	Temas											
	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Política Nacional	19,8%	21,4%	+	11,9%	14,1%	+	15,5%	18,6%	+	15,7%	17,9%	+
Ordem Interna	15,9%	13,5%	-	24,9%	18,8%	-	20,8%	17,3%	-	20,5%	16,6%	-
Desporto	15,3%	16,0%	+	11,2%	14,2%	+	14,3%	19,1%	+	13,6%	16,3%	+
Economia, Finanças e Negócios	10,0%	11,2%	+	8,8%	12,0%	+	10,6%	12,7%	+	9,8%	12,0%	+
Assuntos Internacionais	7,2%	12,1%	+	6,3%	10,3%	+	5,9%	8,1%	+	6,5%	10,2%	+
Sistema Judicial	6,2%	4,6%	-	8,8%	4,9%	-	6,8%	3,9%	-	7,3%	4,5%	-

Cultura	2,5%	1,7%	-	3,5%	4,5%	+	3,4%	4,5%	+	3,1%	3,6%	+
Ambiente	3,8%	2,9%	-	4,0%	3,9%	-	1,2%	1,6%	+	3,0%	2,8%	-
Relações Laborais	2,5%	2,7%	+	2,4%	3,0%	+	2,7%	2,2%	-	2,5%	2,7%	+
Cerimónias e Celebrações	3,7%	3,3%	-	4,0%	2,4%	-	3,5%	1,6%	-	3,7%	2,5%	-
Sociedade	3,4%	2,4%	-	4,0%	3,7%	-	2,8%	1,3%	-	3,4%	2,5%	-
Saúde e Acção Social	2,9%	2,2%	-	2,8%	1,5%	-	4,3%	2,7%	-	3,3%	2,1%	-
Ciência e Tecnologia	0,3%	1,0%	+	1,6%	2,3%	+	1,6%	1,4%	-	1,2%	1,6%	+
Urbanismo	1,2%	1,7%	+	2,8%	1,9%	-	1,5%	0,8%	-	1,8%	1,5%	-
Educação	0,7%	1,2%	+	0,4%	0,5%	+	0,4%	1,6%	+	0,5%	1,1%	+
Assuntos Comunitários	2,5%	0,3%	-	1,0%	0,8%	-	2,1%	0,9%	-	1,9%	0,7%	-
População	0,1%	0,9%	+	0,4%	0,4%	=	0,7%	0,6%	-	0,4%	0,6%	+
Crença e Religião	0,3%	0,3%	=	0,6%	0,5%	-	0,6%	0,3%	-	0,5%	0,4%	-
Comunicação	0,9%	0,4%	-	0,3%	0,3%	=	0,7%	0,6%	-	0,6%	0,4%	-
Grupos Minoritários	0%	0,1%	+	0%	0%	=	0,1%	0,3%	+	0%	0,1%	+
Defesa	0,6%	0%	-	0,3%	0%	-	0,4%	0%	-	0,4%	0%	-
Total	100% (678)	100% (695)	+	100% (680)	100% (739)	+	100% (678)	100% (640)	-	100% (2036)	100% (2074)	+

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Valores em percentagem.

- *Política nacional* continua a ser, em 2008 como em 2007, a *temática* mais abordada no Telejornal da RTP1, tendo inclusive registado uma variação percentual positiva.
- *Ordem interna* continua a ser um *tema* relevante no Telejornal em 2008, embora tendo conhecido uma variação percentual negativa. Pelo contrário, os *temas desporto e assuntos internacionais e economia, finanças e negócios* não só continuam a ser relevantes, como descrevem uma variação percentual positiva.
- O Jornal da Noite da SIC mantém a mesma tendência ao nível da ênfase *temática* na *ordem interna, política nacional e desporto*, entre 2007 e 2008. Contudo, o *tema ordem interna* perde relevância, enquanto *política nacional e desporto* descrevem variações positivas.
- O mesmo acontece com o Jornal Nacional da TVI, que mantém a relevância *temática* do *desporto, política nacional e ordem interna*, em 2008. Contudo, o *tema ordem interna* perde saliência passando da primeira para a terceira posição, ao passo que *desporto e política nacional* descrevem variações positivas.
- No conjunto destes três blocos informativos, destaca-se o facto de *política nacional* passar a ser o tema mais comum em 2008, ao contrário do que acontecia em 2007 onde se destacava a *ordem interna*.
- É ainda importante salientar o peso que as categorias temáticas *economia, finanças e negócios e assuntos internacionais* ganham entre 2007 e 2008, em particular devido à mediatização da crise económica e financeira e das eleições presidenciais nos E.U.A.

FIG.138 Subtemas da categoria relações laborais, por ano e por serviço de programas

Tema Relações Laborais												
Sub-Temas Relações Laborais	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.									
Emprego/Desemprego	11,8%	31,6%	+	31,3%	54,5%	+	11,1%	28,6%	+	17,6%	40,0%	+
Acções sindicais	17,6%	31,6%	+	6,3%	22,7%	+	5,6%	50,0%	+	9,8%	32,7%	+
Greves, protestos e manifestações laborais	52,9%	31,6%	-	56,3%	22,7%	-	66,7%	14,3%	-	58,8%	23,6%	-
Políticas laborais das empresas/empresários	5,9%	5,3%	-	0%	0%	=	16,7%	7,1%	-	7,8%	3,6%	-
Qualidade e segurança no trabalho	5,9%	0%	-	6,3%	0%	-	0%	0%	=	3,9%	0%	-
Outros Relações Laborais	5,9%	0%	-	0%	0%	=	0%	0%	=	2,0%	0%	-
Total	100% (17)	100% (19)	+	100% (16)	100% (22)	+	100% (18)	100% (14)	-	100% (51)	100% (55)	+

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com subtemas da categoria relações laborais em 2007 e 2008=51 e 55. Valores em percentagem.

- *Relações laborais* continua a ser, em 2008 como em 2007 (2,5% e 2,7%, respectivamente), uma *temática* pouco abordada no conjunto dos três blocos informativos, tendo embora registado uma variação percentual positiva.
- O subtema *greves, protestos e manifestações laborais* registou uma variação percentual negativa em 2008. Já as questões relacionadas com o *emprego/desemprego* sofrem um incremento em 2008 nos três blocos informativos, em particular no Jornal da Noite da SIC. Este subtema ganha relevância na sequência da mediatização das consequências da crise financeira e económica.
- O subtema *acções sindicais* registou uma variação percentual positiva em 2008, passando a ser o segundo subtema mais frequente desta temática, no conjunto dos três blocos informativos.

FIG. 139 Temas de Abertura dos blocos informativos, por ano e por serviço de programas

Temas das Peças de Abertura												
Temas	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Ordem Interna	21,7%	25,0%	+	47,8%	34,8%	-	39,1%	34,8%	-	36,2%	31,4%	-
Política Nacional	26,1%	25,0%	-	4,3%	30,4%	+	17,4%	21,7%	+	15,9%	25,7%	+
Economia, Finanças e Negócios	8,7%	12,5%	+	8,7%	8,7%	=	4,3%	21,7%	+	7,2%	14,3%	+
Assuntos Internacionais	0%	16,7%	+	4,3%	8,7%	+	4,3%	8,7%	+	2,9%	11,4%	+
Cerimónias e Celebrações	8,7%	8,3%	-	4,3%	0%	-	0%	4,3%	+	4,3%	4,3%	=
Sistema Judicial	13,0%	4,2%	-	17,4%	4,3%	-	8,7%	4,3%	-	13,0%	4,3%	-
Desporto	8,7%	0%	-	4,3%	8,7%	+	8,7%	4,3%	-	7,2%	4,3%	-
Relações Laborais	0%	4,2%	+	4,3%	0%	-	8,7%	0%	-	4,3%	1,4%	-
Ambiente	0%	4,2%	+	0%	0%	=	4,3%	0%	-	1,4%	1,4%	=

Assuntos Comunitários	0%	0%	=	0%	4,3%	+	0%	0%	=	0%	1,4%	+
Saúde e Acção Social	8,7%	0%	-	0%	0%	=	4,3%	0%	-	4,3%	0%	-
Urbanismo	0%	0%	=	4,3%	0%	-	0%	0%	=	1,4%	0%	-
Sociedade	4,3%	0%	-	0%	0%	=	0%	0%	=	1,4%	0%	-
Total	100% (23)	100% (24)	+	100% (23)	100% (23)	=	100% (23)	100% (23)	=	100% (69)	100% (70)	+

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças de *abertura* em 2007 e 2008 = 69 e 70. Valores em percentagem.

Os assuntos relacionados com o *tema ordem interna* continuam a marcar as aberturas diárias dos blocos informativos dos operadores privados, surgindo como a categoria com maior peso, embora, tenha registado uma variação percentual negativa face a 2007, logo, um decréscimo em 2008 (excepto no Telejornal da RTP1).

O *tema de abertura* mais frequente no operador público em 2007, *política nacional*, regista um decréscimo em 2008, ficando a par do *tema ordem interna*. Regista-se também um incremento do *tema assuntos internacionais*.

FIG. 140 Temas dos Directos dos blocos informativos, por ano e por serviço de programas

Temas das Peças com Directo												
Temas	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Assuntos Internacionais	7,4%	34,4%	+	5,6%	26,9%	+	1,9%	14,8%	+	5,0%	25,9%	+
Política Nacional	22,2%	28,1%	+	12,5%	15,4%	+	13,0%	18,5%	+	15,6%	21,2%	+
Ordem Interna	13,0%	15,6%	+	31,9%	11,5%	-	29,6%	18,5%	-	25,6%	15,3%	-
Desporto	18,5%	3,1%	-	8,3%	19,2%	+	16,7%	25,9%	+	13,9%	15,3%	+
Cultura	1,9%	3,1%	+	1,4%	11,5%	+	5,6%	11,1%	+	2,8%	8,2%	+
Economia, Finanças e Negócios	11,1%	3,1%	-	15,3%	7,7%	-	9,3%	7,4%	-	12,2%	5,9%	-
Sistema Judicial	9,3%	3,1%	-	9,7%	3,8%	-	3,7%	3,7%	=	7,8%	3,5%	-
Saúde e Acção Social	5,6%	3,1%	-	2,8%	0%	-	3,7%	0%	-	3,9%	1,2%	-
Cerimónias e Celebrações	1,9%	3,1%	+	1,4%	0%	-	3,7%	0%	-	2,2%	1,2%	-
Ambiente	1,9%	0%	-	2,8%	3,8%	+	0%	0%	=	1,7%	1,2%	-
População	0%	3,1%	+	0%	0%	=	0%	0%	=	0%	1,2%	+
Relações Laborais	5,6%	0%	-	2,8%	0%	-	3,7%	0%	-	3,9%	0%	-
Urbanismo	0%	0%	=	2,8%	0%	-	3,7%	0%	-	2,2%	0%	-
Assuntos Comunitários	0%	0%	=	1,4%	0%	-	3,7%	0%	-	1,7%	0%	-
Sociedade	1,9%	0%	-	1,4%	0%	-	1,9%	0%	-	1,7%	0%	-
Total	100% (54)	100% (32)	-	100% (72)	100% (26)	-	100% (54)	100% (27)	-	100% (180)	100% (85)	-

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com *directo* em 2007 e 2008 = 180 e 85. Valores em percentagem.

O número de peças com emissões em directo a partir do local do acontecimento diminuiu entre 2007 e 2008 em todos os blocos informativos analisados.

Os assuntos relacionados com o *tema ordem interna* deixam de justificar a maior parte das emissões em directo no Jornal da Noite da SIC e no Jornal Nacional da TVI, tendo mesmo registado uma variação percentual negativa face a 2007, logo, um decréscimo em 2008. Os temas que justificam a maior parte das emissões em directo nos blocos informativos dos operadores privados em 2008, passam a ser *desporto*, *política nacional* e *assuntos internacionais* que registam uma variação percentual positiva.

O tema que justificou a maior parte das emissões em directo no operador público em 2007, *política nacional*, regista um acréscimo em 2008, embora deixe de ser o mais frequentado. O tema *assuntos internacionais*, que regista uma variação percentual positiva passa a ser o tema da maior parte dos directos (justificado pela cobertura das eleições norte-americanas e em particular do candidato Barack Obama).

2. Fontes de informação principais

FIG.141 Fontes principais, por ano e por serviço de programas

Fontes de Informação												
Fontes de Informação	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Política Nacional	19,8%	19,7%	-	12,7%	13,2%	+	19,6%	18,8%	-	17,4%	17,1%	-
Sociedade	8,9%	12,7%	+	11,4%	11,0%	-	12,7%	9,5%	-	11,0%	11,1%	+
Desporto	9,8%	7,1%	-	6,7%	7,9%	+	8,2%	11,1%	+	8,2%	8,6%	+
Economia, Finanças e Negócios	5,2%	7,2%	+	4,2%	8,3%	+	6,5%	10,0%	+	5,3%	8,4%	+
Comunidade Internacional	4,9%	7,4%	+	2,7%	5,4%	+	1,8%	6,1%	+	3,1%	6,3%	+
Comunicação	4,1%	4,5%	+	4,5%	4,8%	+	3,6%	4,7%	+	4,1%	4,7%	+
Ordem Interna	5,3%	3,6%	-	7,0%	4,1%	-	6,7%	6,1%	-	6,3%	4,6%	-
Relações Laborais	3,7%	4,3%	+	3,1%	3,0%	-	3,3%	4,8%	+	3,4%	4,0%	+
Ciência e Tecnologia	4,6%	4,0%	-	3,9%	5,2%	+	2,6%	1,8%	-	3,7%	3,8%	+
Sistema Judicial	3,8%	4,0%	+	4,9%	2,3%	-	4,1%	3,9%	-	4,3%	3,4%	-
Cultura	1,5%	2,0%	+	3,3%	3,3%	=	1,8%	3,2%	+	2,2%	2,8%	+
Saúde e Acção Social	2,5%	2,2%	-	1,8%	1,7%	-	2,4%	1,8%	-	2,2%	1,9%	-
Comunidade Europeia	1,6%	1,4%	-	1,3%	1,4%	+	0,9%	1,8%	+	1,3%	1,5%	+
Educação	0,4%	0,9%	+	0,9%	1,1%	+	0,6%	1,6%	+	0,6%	1,2%	+
Crença e Religião	0,3%	0,7%	+	0,6%	0,3%	-	0,5%	0,3%	-	0,4%	0,4%	=
Defesa	1,2%	0,3%	-	0,9%	0,3%	-	1,2%	0,5%	-	1,1%	0,3%	-
População	0,6%	0,3%	-	0,4%	0,1%	-	1,1%	0,5%	-	0,7%	0,3%	-
Urbanismo	0,3%	0,3%	=	0,3%	0,1%	-	0,8%	0,2%	-	0,4%	0,2%	-
Grupos Minoritários	0%	0%	=	0%	0,1%	+	0,5%	0,5%	=	0,1%	0,2%	+
Ambiente	0,1%	0%	-	0,6%	0%	-	0,2%	0%	-	0,3%	0%	-
Fonte confidencial	0,1%	0%	-	0,6%	0%	-	0%	0%	=	0,2%	0%	-
Informação não atribuída	21,2%	17,3%	-	28,1%	26,2%	-	20,9%	12,9%	-	23,4%	19,1%	-

Total	100% (676)	100% (692)	+	100% (669)	100% (725)	+	100% (659)	100% (621)	-	100% (2004)	100% (2038)	+
-------	---------------	---------------	---	---------------	---------------	---	---------------	---------------	---	----------------	----------------	---

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças em que se aplicou a variável *fontes de informação* em 2007 e 2008 = 2004 e 2038. Valores em percentagem.

- As *fontes de informação políticas nacionais* continuam a ser as mais consultadas nas peças do conjunto dos blocos informativos, embora apresentem variação percentual negativa entre 2007 e 2008.
- As *fontes* provenientes da *sociedade*, essencialmente *cidadãos comuns*, continuam a ser a segunda categoria de *fontes* mais consultada no Jornal da Noite da SIC, embora descrevam uma variação percentual negativa entre 2007 e 2008.
- Contrariamente, o operador público denota uma inversão na segunda categoria de *fontes* mais consultada em 2007, área do *desporto*, para a área *sociedade*, em 2008. Esta tendência é confirmada por uma variação percentual positiva das *fontes* da categoria *sociedade*, em particular *cidadãos comuns*, e uma variação percentual negativa das *fontes* do *desporto*, designadamente do *futebol*.
- É ainda de referir a variação percentual positiva das *fontes* provenientes da área *economia, finanças e negócios e comunidade internacional* em todos os blocos informativos.
- A percentagem de *informação não atribuída*, ou seja, em que as *fontes* não são claramente identificadas, sofreu uma variação percentual negativa em todos os blocos informativos, o que revela um acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas.

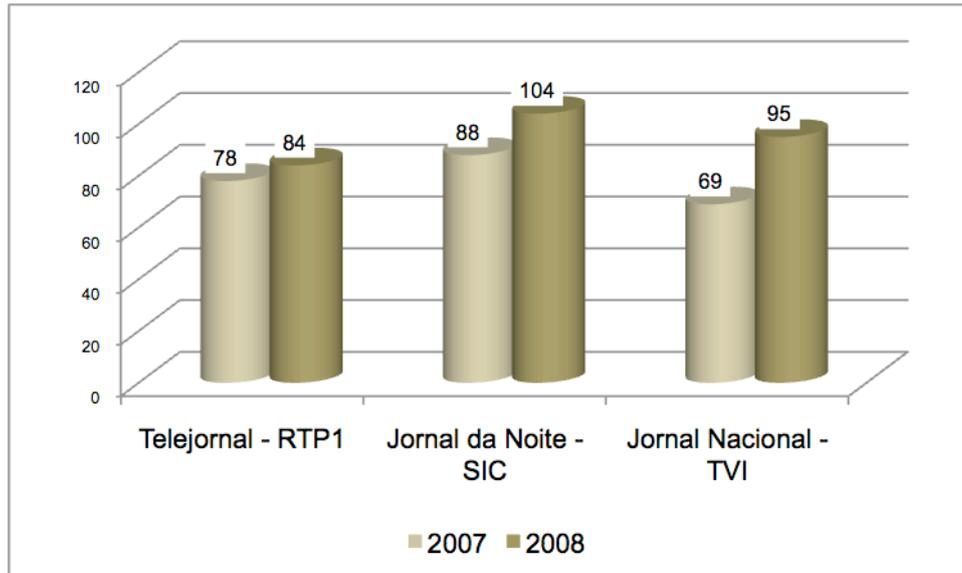
FIG. 142 Número de *Fontes*, por ano e por serviço de programas

Número de Fontes de Informação												
Número de Fontes	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal da Noite (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Fonte única	54,3%	48,6%	-	60,2%	56,4%	-	56,0%	51,2%	-	56,7%	52,0%	-
Fonte múltipla	45,7%	51,4%	+	39,8%	43,6%	+	44,0%	48,8%	+	43,3%	48,0%	+
Total	100% (534)	100% (572)	+	100% (482)	100% (535)	+	100% (523)	100% (541)	+	100% (1539)	100% (1648)	+

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com identificação do *número de fontes de informação* em 2007 e 2008 = 1539 e 1648. Valores em percentagem.

- A par do acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas entre 2007 e 2008, referidas em epígrafe, acentua-se a consulta de *fontes* de informação *múltiplas* no operador público, evidenciada não apenas percentualmente (51,4%) como por uma variação positiva.
- Nos blocos informativos dos operadores privados, verifica-se também uma variação percentual positiva na percentagem de peças com *fonte múltipla*, ou seja, em que se consulta e identifica mais de uma *fonte* de informação. Porém continuam a prevalecer as peças com *fonte única* (56,4% na SIC e 51,2% na TVI).

FIG.143 Fontes Documentais, por ano e por serviço de programas



Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com *fonte documental* em 2007 e 2008 = 235 e 283. Valores em números absolutos.

- A referência a *fontes documentais* aumentou entre 2007 e 2008, nos três blocos informativos, em particular no Jornal Nacional da TVI.

3. Principais actores

FIG. 144 Principais actores, por ano e por serviço de programas

Protagonistas												
Protagonistas	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Política Nacional	23,2%	22,4%	-	15,4%	16,8%	+	21,5%	21,8%	+	20,2%	20,4%	+
Sociedade	14,7%	17,2%	+	17,6%	17,0%	-	17,1%	13,1%	-	16,5%	15,8%	-
Desporto	18,2%	14,0%	-	14,2%	14,1%	-	14,3%	17,3%	+	15,5%	15,1%	-
Comunidade Internacional	7,6%	11,4%	+	6,3%	10,1%	+	3,9%	8,1%	+	5,9%	9,9%	+
Economia, Finanças e Negócios	5,4%	7,1%	+	5,7%	9,1%	+	8,4%	9,2%	+	6,5%	8,4%	+
Ordem Interna	7,3%	5,0%	-	9,6%	8,3%	-	7,9%	7,1%	-	8,2%	6,8%	-
Sistema Judicial	6,7%	4,8%	-	8,3%	5,8%	-	6,7%	4,5%	-	7,2%	5,0%	-
Relações Laborais	3,5%	5,0%	+	3,9%	4,1%	+	3,6%	5,3%	+	3,6%	4,8%	+
Cultura	1,9%	2,7%	+	5,5%	6,2%	+	3,9%	4,1%	+	3,8%	4,3%	+
Ciência e Tecnologia	1,4%	2,1%	+	1,7%	1,9%	+	1,2%	1,3%	+	1,4%	1,8%	+
Comunidade Europeia	1,9%	1,4%	-	1,8%	2,1%	+	1,3%	1,1%	-	1,7%	1,5%	-
Educação	0,5%	1,4%	+	1,3%	1,2%	-	0,7%	2,1%	+	0,8%	1,5%	+
Saúde e Acção Social	3,5%	1,8%	-	2,0%	1,0%	-	2,1%	1,7%	-	2,5%	1,5%	-
População	0,7%	1,4%	+	0,7%	0,4%	-	1,0%	0,8%	-	0,8%	0,9%	+

Crença e Religião	0,9%	0,9%	=	1,5%	0,4%	-	1,0%	0,6%	-	1,1%	0,6%	-
Comunicação	1,0%	0,4%	-	1,5%	0,6%	-	2,1%	0,8%	-	1,6%	0,6%	-
Grupos Minoritários	0%	0,5%	+	0,2%	0,4%	+	0,7%	0,8%	+	0,3%	0,6%	+
Urbanismo	0,2%	0,5%	+	0,6%	0,4%	-	0,7%	0,2%	-	0,5%	0,4%	-
Defesa	1,4%	0%	-	1,7%	0,2%	-	1,6%	0,4%	-	1,6%	0,2%	-
Ambiente	0,2%	0%	-	0,7%	0%	-	0,2%	0%	-	0,3%	0%	-
Total	100% (578)	100% (563)	-	100% (544)	100% (517)	-	100% (608)	100% (533)	-	100% (1730)	100% (1613)	-

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com protagonistas identificados em 2007 e 2008 = 1730 e 1613. Valores em percentagem.

- Os *actores políticos nacionais* continuam a ser os protagonistas das peças dos blocos informativos da RTP1 e TVI, apresentando, neste último, inclusive variação percentual positiva entre 2007 e 2008. A excepção é marcada pelo Jornal da Noite que, neste período de 2008, deu maior destaque a protagonistas da área *sociedade*, embora registe variação percentual positiva no que se refere aos protagonistas políticos.
- Os *actores* representativos da área *sociedade*, essencialmente *cidadãos comuns*, deixam de ser a segunda categoria de *actores* mais consultada pelo Jornal Nacional, a favor dos da área do *desporto*.
- Contrariamente, o operador público denota uma inversão na segunda categoria de *actores* mais representada em 2007, a área *desporto*, para a área da *sociedade*, em 2008. Esta tendência é confirmada por uma variação percentual positiva dos *actores* da categoria *sociedade*, em particular *cidadãos comuns*, e uma variação percentual negativa dos *actores* do *desporto*, designadamente do *futebol*.
- O Jornal da Noite da SIC mantém a categoria de *actores* mais representada em 2007, dando mais relevo aos *actores* representantes da *sociedade* do que aos *actores políticos*, embora estes últimos registem uma variação percentual positiva. Verifica-se também o decréscimo da representatividade de *actores* de outras áreas como o *desporto*, *sistema judicial* e *ordem interna*.

FIG.145 Género dos Principais actores, por ano e por serviço de programas

Género do Protagonista												
Género do Protagonista	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Masculino	78,9%	77,4%	-	75,0%	77,0%	+	76,9%	78,8%	+	77,0%	77,7%	+
Feminino	11,5%	12,6%	+	13,4%	13,3%	-	12,7%	12,6%	-	12,5%	12,8%	+
Ambos os géneros	9,6%	9,9%	+	11,5%	9,7%	-	10,4%	8,6%	-	10,5%	9,4%	-
Total	100% (573)	100% (563)	-	100% (537)	100% (517)	-	100% (597)	100% (533)	-	100% (1707)	100% (1613)	-

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com identificação do género dos protagonistas em 2007 e 2008 = 1707 e 1603. Valores em percentagem.

- Em 2008, mantém-se a esmagadora maioria de *actores* do género *masculino* presentes nos três blocos informativos, já registada em 2007, denotando uma acentuação marcada por uma variação percentual positiva, excepto no Telejornal da RTP1.
- Porém, regista-se uma variação também ela positiva, embora muito ligeira, na presença de *actores* do género *feminino* em 2008, essencialmente marcada pelo Telejornal da RTP1. Este facto deve-se ao decréscimo de peças protagonizadas por homens na RTP1 ou às protagonizadas simultaneamente por homens e mulheres (*ambos os géneros*) na SIC e TVI.

FIG. 146 Nacionalidade dos *Principais actores*, por ano e por serviço de programas

Nacionalidade do Protagonista												
Nacionalidade do Protagonista	Telejornal (RTP1)			Jornal da Noite (SIC)			Jornal Nacional (TVI)			Total		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
Nacional	72,2%	70,3%	-	72,7%	69,8%	-	76,7%	77,9%	+	74,0%	72,7%	-
Internacional	15,7%	22,7%	+	14,2%	21,9%	+	12,8%	15,8%	-	14,2%	20,1%	+
Europeu - União Europeia	12,1%	6,9%	-	13,1%	8,3%	-	10,6%	6,4%	-	11,9%	7,2%	-
Total	100% (562)	100% (563)	+	100% (521)	100% (517)	-	100% (587)	100% (533)	-	100% (1670)	100% (1613)	-

Nota: Total de peças emitidas e analisadas em 2007 e 2008 = 2036 e 2074. Total de peças com identificação da *nacionalidade* dos *protagonistas* em 2007 e 2008 = 1670 e 1613. Valores em percentagem.

- Em 2007, mantém-se a esmagadora maioria de *actores nacionais* presentes nos três blocos informativos, já registada em 2007, embora marcada por uma variação percentual negativa, isto é, predominam mas diminuíram em termos de percentagem relativa, excepto no Jornal nacional da TVI.
- Já os *actores internacionais* registam uma variação percentual positiva, enquanto os provenientes de países da *União Europeia* registam uma variação percentual negativa, em 2008.

Síntese conclusiva

1. Da análise comparativa da informação emitida nos blocos informativos das 20h00 nos serviços de programas RTP1, SIC e TIV, nos meses de Julho a Dezembro de 2007 e 2008, resultam os seguintes dados:
2. Relativamente ao **Telejornal da RTP1**, regista-se, genericamente, uma tendência para continuar a privilegiar os *temas, fontes e actores* do campo *político nacional*, embora, em 2008 se denote um ligeiro decréscimo na variação percentual associada a esta área, no que diz respeito às *fontes* e aos *actores*. O mesmo acontece no que respeita a *temas, fontes e actores* do campo *desportivo*, que embora permaneçam entre os mais relevantes, perdem peso em 2008.
3. Já as áreas *assuntos internacionais e economia, finanças e negócios* tendem a ganhar relevo comparativamente ao ano de 2007 no que se refere a *temas, fontes e actores*, devido, essencialmente, à mediatização da crise económica e financeira e das eleições presidenciais nos E.U.A. (em particular a cobertura da campanha de Barack Obama). Esta tendência é comum aos três blocos informativos.
4. Por seu turno, o *tema relações laborais* continua a ser, em 2008 como em 2007 (2,5% e 2,7%), uma *temática* pouco abordada no Telejornal, tendo porém registado uma variação percentual positiva. Os subtemas *acções sindicais* e *emprego/desemprego* registaram uma variação percentual positiva em 2008.
5. Quanto ao **Jornal da Noite da SIC**, prevalece a tendência verificada em 2007, para conferir relevância a *temas* da área da *ordem interna*, embora esta perca relevo em 2008, o que se repercute no acréscimo de relevância do campo *política nacional* entre os *temas, fontes e actores* mais mediatizados. As *fontes* provenientes da *sociedade*, essencialmente *cidadãos comuns*, continuam a ser uma das categorias de *fontes* mais consultadas pelos três operadores.
6. Relativamente à área do *desporto*, tende também a ganhar peso comparativamente ao ano de 2007.
7. O *tema relações laborais* continua a ser, em 2008 como em 2007 (2,4% e 3%), uma

temática pouco abordada no Jornal da Noite, tendo registado uma variação percentual positiva. Os subtemas *emprego/desemprego* e *acções sindicais* registaram uma variação percentual positiva em 2008.

8. Considerando o **Jornal Nacional da TVI**, decresce a tendência para privilegiar os *temas* e *actores* da *ordem interna*, o que se repercute no relevo que assume o campo da *política nacional* e do *desporto* em 2008.
9. Por seu turno, o *tema relações laborais* continua a ser, em 2008 como em 2007 (2,7% e 2,2%), uma *temática* pouco abordada no Jornal Nacional, tendo inclusive registado uma variação percentual negativa. Os subtemas *emprego/desemprego* e *acções sindicais* registaram uma variação percentual positiva em 2008.
10. Genericamente, observa-se, em período homólogo de 2008, uma tendência para o decréscimo da relevância noticiosa da *ordem interna* (embora continue entre os *temas* mais tratados) nos três blocos. Consequentemente verifica-se o aumento da relevância conferida aos temas de *política nacional* nos três serviços de programas.
11. Verifica-se também um ténue decréscimo da relevância conferida aos protagonistas da área *sociedade* (nomeadamente, *cidadãos comuns*), embora os protagonistas desta área permaneçam entre as categorias mais frequentes em todos os blocos informativos. Enquanto *fontes de informação*, estes ganham relevo no operador público e perdem no operador privado.
12. Em termos de *temas* noticiosos com peso marcante na informação emitida, salienta-se a intensa mediatização das **eleições norte-americanas**, em particular do candidato Barack Obama que se repercute no relevo atingido em 2008 por assuntos relacionados com *assuntos internacionais* e fontes da *comunidade internacional*. Este dado influencia e acentua as diferenças dos dados de 2008 face aos de 2007 em todos os blocos informativos.
13. Outro assunto que conheceu uma importância acrescida em 2008 foi **economia, finanças e negócios**, designadamente quanto a *temas, actores* e *fontes* desta área em todos os blocos informativos, o que se prende, essencialmente, com a mediatização dos contornos da crise económica e financeira e dos acontecimentos com ela relacionados, bem como da intervenção sobre o BPN.
14. No que respeita às **fontes de informação**, identifica-se uma tendência generalizada para a não identificação clara das mesmas, embora se verifique um **acréscimo da percentagem de fontes identificadas** em 2008, face a 2007. A esta tendência junta-se o acréscimo de peças que consultam **fontes de informação múltiplas** e, pelo contrário, a diminuição da percentagem de peças com *fontes única*. Estes dados verificam-se em todos os blocos informativos, embora com particular incidência no operador público.

ANEXO I – TÉCNICA DE AMOSTRAGEM

RTP1, SIC E TVI – 2008

DEFINIÇÃO DA AMOSTRA DOS BLOCOS INFORMATIVOS DAS 20H00 DA RTP1, SIC E TVI

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exhaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A amostragem proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização de programas informativos nos Serviços Generalistas de Televisão.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5%.
- Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA NO PRESENTE RELATÓRIO

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todos os Blocos informativos na RTP (Telejornal), SIC (Jornal da Noite) e TVI (Jornal Nacional) no ano de 2008.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de Blocos informativos.

O facto de não ser possível analisar de forma exhaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

DEFINIÇÃO DO INTERVALO AMOSTRAL

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/7), logo o intervalo amostral será 7. O objectivo será analisar apenas um dia por semana. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 8.

CRIAÇÃO DE UMA LISTA SEQUENCIAL DOS ELEMENTOS DA POPULAÇÃO

É possível gerar N grupos com 7 elementos cada. Na realidade, cada grupo será uma semana.

$$\text{Grupo 1} \rightarrow \{1,2,3,4,5,6,7\}$$

$$\text{Grupo 2} \rightarrow \{8,9,10,11,12,13,14\}$$

$$\text{Grupo 3} \rightarrow \{15,16,17,18,19,20,21\}$$

...

$$\text{Grupo } N \rightarrow \{[(N-1)*7]+1, [(N-1)*7]+2, \dots, [(N-1)*7]+6, N*7\}$$

SELECÇÃO ALEATÓRIA E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Seleção aleatória de um número entre 1 e 7 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 5, o que corresponde a Sábado (05/01/2008).

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números:

{5, 13, 21, 29, 37, 45, 53, 61, 69, 77, 85, 93, 101, 109, 117, 125, 133, 141,}

O que corresponde a:

{Sábado (05-01-08); Domingo (13-01-08); ; Terça-Feira (30-12-08)}

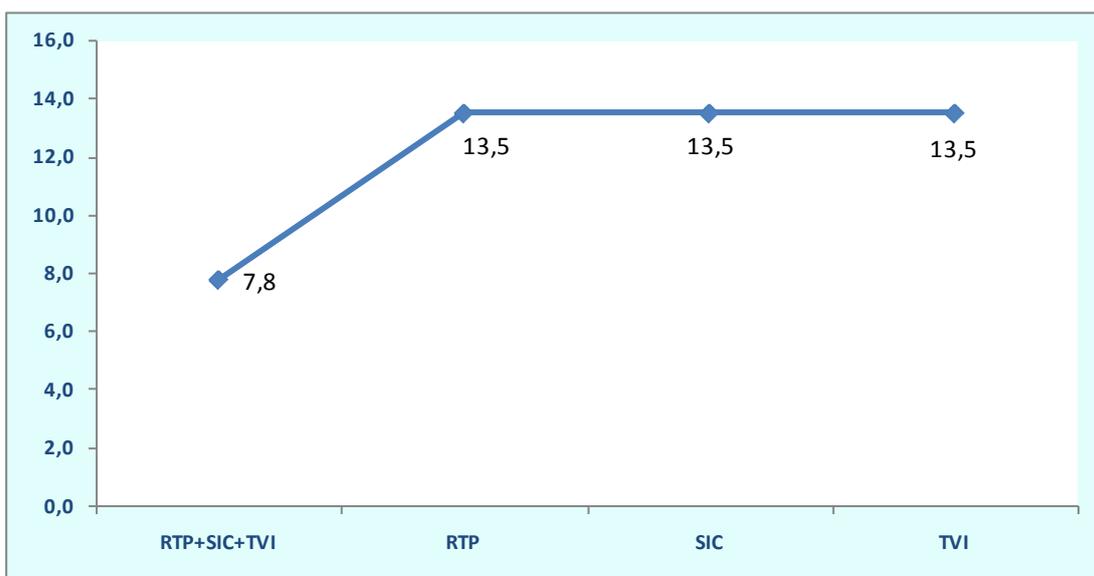
A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

FIG.FIG. 1 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RTP+SIC+TVI	366	46	1104	138	7,8071
RTP	366	46	366	46	13,5345
SIC	366	46	366	46	13,5345
TVI	366	46	366	46	13,5345

FIG.FIG. 2 – Erro máximo de Amostragem e a Desagregação de Dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Descrição das variáveis analisadas

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização dos blocos informativos das 20h00 emitidos pelos três serviços de programas generalistas de sinal aberto. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização dos blocos informativos está organizada de modo a corresponder a seis grandes dimensões de análise:

- a) Caracterização
- b) Tratamento e modalidades de mediatização
- c) Análise Temática
- d) Análise das Fontes de Informação
- e) Análise de Actores
- f) Incumprimento da Legislação

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de caracterização geral

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como o bloco informativo em que se insere.

1. Código Identificador

Definição Conceptual: Esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (peça noticiosa).

2. Nome do programa e do Canal

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome do bloco informativo e do canal de televisão a que corresponde a unidade de análise (peça noticiosa) em causa.

3. Data (aaaammdd)

Definição Conceptual: Esta variável identifica a data completa correspondente à edição da publicação que se está a analisar.

4. Duração total do bloco informativo

Definição Conceptual: Esta variável identifica a duração total do bloco informativo onde se insere a unidade de análise em estudo.

5. Duração exacta da peça

Definição Conceptual: Esta variável identifica o tempo total de duração da unidade de análise em estudo.

6. Título da peça

Definição Conceptual: Esta variável identifica de forma sucinta o título da unidade de análise em causa.

b) Indicadores da Temática

7. Temática Dominante e Secundária

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar o assunto, acontecimento ou problemática preponderante que a peça aborda ou desenvolve.

8. Existência de Autopromoção

Definição Conceptual: Esta variável identifica a existência de autopromoção numa peça noticiosa. Considera-se autopromoção quando existe publicidade relativamente a produtos, serviços ou programas do próprio operador de televisão.

9. Acontecimento Planeado

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar se a peça é construída no âmbito de um acontecimento planeado por terceiros ou espontâneo.

c) Indicadores de Tratamento e Modalidades de Mediatização

10. Promoção

Definição Conceptual: Esta variável identifica a existência de promoção (*teaser*) da unidade de análise em estudo no alinhamento do bloco informativo correspondente.

11. Posição da peça no alinhamento

Definição Conceptual: Esta variável identifica a localização da unidade de análise no alinhamento do bloco informativo correspondente.

12. Género Jornalístico

Definição Conceptual: Esta variável identifica o modelo ou registo discursivo da peça.

13. Estilo Discursivo do Jornalista

Definição Conceptual: Esta variável identifica a atitude comunicativa do jornalista na peça.

14. Formato em Directo

Definição Conceptual: Esta variável identifica o formato temporal em que a unidade de análise é transmitida.

15. Contraditório

Definição Conceptual: Esta variável procura avaliar se o tema abordado na peça pressupõe a existência de diferentes visões ou interpretações do acontecimento ou fenómeno retratado.

16. Enfoque da peça

Definição Conceptual: Esta variável procura avaliar a relação entre o conteúdo da peça e o tipo de tratamento do assunto a ela subjacente.

17. Incidência Geográfica

Definição Conceptual: Esta variável identifica a região de Portugal ou do mundo sobre a qual incide o enfoque da notícia.

18. País Estrangeiro

Definição Conceptual: Esta variável identifica o país estrangeiro sobre o qual incide o enfoque da notícia internacional.

d) Indicadores de Análise de Fontes de Informação

19. Fonte Principal

Definição Conceptual: Esta variável visa reconhecer e classificar a pessoa, o grupo, a instituição e/ou o documento consultado(s) e estruturante na construção da peça.

20. Fonte Documental

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a fonte de informação referida é proveniente de um documento.

21. Número de Fontes de Informação dentro da peça

Definição Conceptual: Esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número de fontes de informação consultadas na peça.

e) Indicadores de Análise de Actores

22. Especialistas/Comentadores (*variável aberta*)

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome dos indivíduos de qualquer âmbito profissional que comentam factos ou acontecimentos em causa no bloco informativo em estudo.

23. Principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificados de forma manifesta como protagonistas da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no surgimento e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça.

24. Nacionalidade do Principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável identifica a nacionalidade do principal actor, ou seja, trata-se de perceber se é um actor nacional, europeu ou internacional.

25. Género do Principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável identifica o género do principal actor (masculino ou feminino).

26. Valência/Tom da peça face ao Principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar objectivamente se a situação contextual apresentada na peça representa uma ocorrência positiva, negativa ou neutral para o interveniente em causa.

27. Pertença político-partidária do principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável identifica o partido político do principal actor apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

28. Qualidade em que aparece o Principal Actor

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o principal actor aparece na peça.

f) Outros Indicadores

29. Advertência prévia dos profissionais de Televisão

Definição Conceptual: Esta variável permite identificar toda e qualquer advertência prévia formal por parte do pivô ou outro profissional do canal em causa, incluindo sinalética, relativa à natureza do conteúdo das imagens ou discursos apresentados.

30. Técnicas de Ocultação

Definição Conceptual: Esta variável identifica as técnicas utilizadas para disfarçar a imagem e/ou a voz dos protagonistas das peças noticiosas, ou para ocultar a presença de mecanismos de gravação no local do acontecimento.

31. Crítica ou Contestação à Acção Governativa

Definição Conceptual: Esta variável identifica todos os casos em que o assunto ou ideia preponderante que a peça aborda ou desenvolve se centra em questões críticas à actividade ou política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer pela construção do discurso jornalístico.

RÁDIODIFUSÃO SONORA

ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RÁDIODIFUSÃO

1. Nota Introdutória

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 (cfr. art. 19º) que “[o] operador radiofónico está obrigado ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas licenciado ou autorizado”, podendo requerer a respectiva alteração à ERC, um ano após a data da atribuição da licença.

Os operadores radiofónicos têm ainda a possibilidade de solicitar a conversão da classificação dos respectivos serviços de programas, assegurados que estejam os requisitos legais estabelecidos nos artigos 31º e seguintes da Lei da Rádio.

Refira-se, por último, que a ERC, enquanto entidade competente para autorizar alterações aos projectos 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. Alteração do Projecto Aprovado

Em 2008, foram apreciados seis pedidos de alteração do projecto aprovado, dos quais cinco foram deferidos.

FIG. 1 Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 3/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas emitido na rede de Onda Média pela Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa, Lda
2	Deliberação 4/AUT-R/2008	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas M80 Santarém
3	Deliberação 9/AUT-R/2008	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas M80 Cantanhede
4	Deliberação 12/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas do operador Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda
5	Deliberação 22/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas do operador RC - Empresa de Radiodifusão, SA

Fonte: ERC

Refira-se que a alteração do serviço de programas do operador Nodigráfica – Informação e Artes Gráficas, Lda visou a modificação da classificação anteriormente atribuída, de rádio temática informativa para rádio temática musical, não recaindo no quadro normativo da conversão, dado estar somente em causa o modelo de programação adoptado, conforme melhor desenvolvido na deliberação que o autoriza.

O pedido que mereceu o indeferimento da ERC foi subscrito pelo operador NRT – Norte Rádio e Televisão, Lda, titular dos serviços de programas denominados Rádio Regional de Vimioso e Rádio Regional de Sabrosa, respectivamente dos concelhos de Vimioso e Sabrosa, tendo sido o

indeferimento fundamentado na ausência de prestação das informações necessárias para apreciação do processo, conforme resulta do teor da Deliberação 13/AUT-R/2008.

3. Conversão de Serviço de Programas

Ao abrigo da faculdade conferida pelo artigo 31º foram requeridas e deferidas três conversões de classificação de serviços de programas.

O operador Côco – Companhia de Comunicação, SA, titular da licença para o exercício da actividade no concelho do Montijo, requereu a conversão da classificação do serviço de programas temático musical para generalista, a qual foi autorizada.

À Rádio Comercial da Linha – Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA, foi autorizada a conversão, para temática musical, do serviço de programas que disponibilizava no concelho de Oeiras.

O titular da licença para o exercício da actividade no concelho de Cascais, Marginaudio – Actividades Radiofónicas, Lda, requereu a conversão do serviço de programas generalista que disponibilizava para temático musical, tendo tal pedido sido deferido.

FIG. 2 Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 11/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Côco - Companhia de Comunicação, SA
3	Deliberação 19/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA
4	Deliberação 21/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Marginaudio - Actividades Radiofónicas, Lda

Fonte: ERC

Das alterações de classificação deferidas resulta que o quadro de operadores temáticos sofreu algumas alterações relativamente ao ano anterior.

O ano passado foram identificados 21 serviços de programas temáticos (16 musicais e cinco informativos), verificando-se, com as alterações ocorridas, que actualmente estão classificados como temáticos 22 serviços de programas (18 musicais e quatro informativos).

FIG. 3 Serviços de programas temáticos

Rádios	Concelho	Temática
Rede A - Emissora Regional do Sul, Lda	Almada	Musical
Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA	Amadora	Musical
Rádio Independente de Aveiro, Cooperativa de Radiodifusão CRL	Aveiro	Musical
Rádio Nacional, Emissões de Radiodifusão, SA	Barreiro	Musical
Marginaudio – Actividades Radiofónicas, Lda	Cascais	Musical
Radio Juventude, CRL	Castelo Branco	Musical
Rádio 90 FM, Coimbra - Radiodifusão, Lda	Coimbra	Musical
Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda	Évora	Informativa
Rádio Santa Maria - Cooperativa e Serviços Radiofónicos Locais, CRL	Faro	Informativa
Rádio Clube de Gondomar, Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda	Gondomar	Musical
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
Moviface - Meios Publicitários, Lda	Maia	Musical
Notimaia - Publicações e Comunicação Social, SA	Matosinhos	Musical
RC - Empresa de Radiodifusão, SA	Moita	Musical
Rádio Comercial da Linha – Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA	Oeiras	Musical
SIRS, Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, SA	Porto	Informativa
Drums - Comunicações Sonoras, SA	Vila Nova de Gaia	Musical
Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas Lda	Viseu	Musical

Fonte: ERC

Dos 347 operadores de âmbito local licenciados para o exercício da actividade, 325 disponibilizam serviços de programas generalistas, 18 emitem serviços temáticos musicais e quatro são temáticos informativos.

Assim, em relação ao ano passado, o quadro de distribuição por distritos das rádios locais sofre a seguinte alteração:

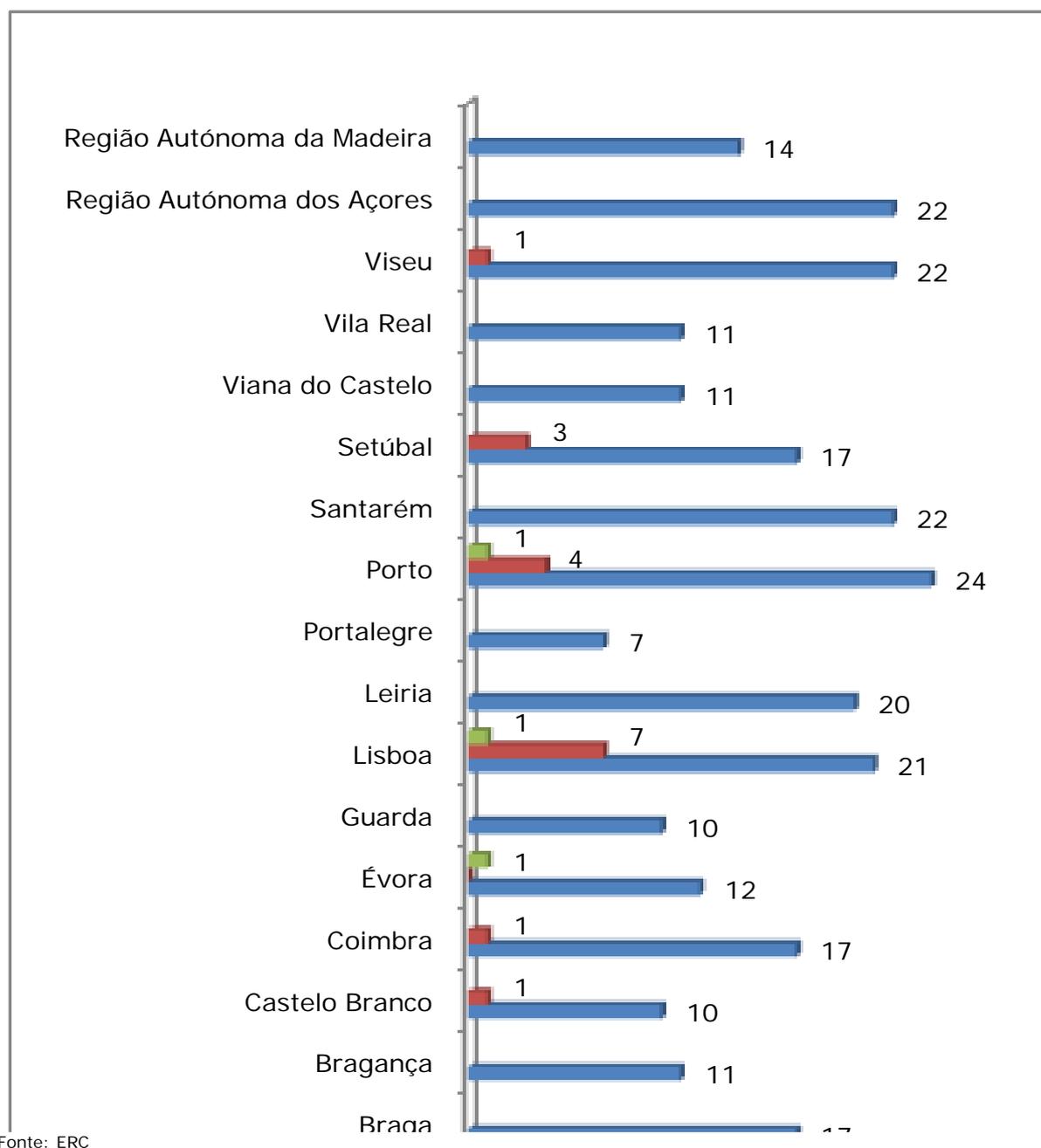
FIG. 4 Distribuição por distrito dos serviços de programas e sua tipologia – 2007/2008

Distrito	Número de Rádios	Tipologia - 2007	Tipologia – 2008
Algarve	22	21 Generalistas 1 Temática informativa	21 Generalistas 1 Temática informativa
Aveiro	26	25 Generalistas 1 Temática musical	25 Generalistas 1 Temática musical
Beja	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Braga	17	17 Generalistas	17 Generalistas
Bragança	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Castelo Branco	11	10 Generalistas 1 Temática musical	10 Generalistas 1 Temática musical
Coimbra	18	17 Generalistas 1 Temática musical	17 Generalistas 1 Temática musical
Évora	13	12 Generalistas 1 Temática informativa	12 Generalistas 1 Temática informativa
Guarda	10	10 Generalistas	10 Generalistas
Leiria	20	20 Generalistas	20 Generalistas
Lisboa	29	23 Generalistas 5 Temáticas musicais 1 Temática informativa	21 Generalistas 7 Temáticas musicais 1 Temática informativa
Portalegre	7	7 Generalistas	7 Generalistas
Porto	29	24 Generalistas 4 Temáticas musicais 1 Temática informativa	24 Generalistas 4 Temáticas musicais 1 Temática informativa
Santarém	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Setúbal	20	16 Generalistas 4 Temáticas musicais	17 Generalistas 3 Temáticas musicais
Viana do Castelo	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Vila Real	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Viseu	23	22 Generalistas 1 Temática informativa	22 Generalistas 1 Temática musical
Região Autónoma Açores	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Região Autónoma Madeira	14	14 Generalistas	14 Generalistas
Total	347	326 Generalistas 16 Temáticas musicais 5 Temáticas informativas	325 Generalistas 18 Temáticas musicais 4 Temáticas informativas

Fonte: ERC

A figura que se segue apresenta um panorama geral da incidência dos serviços de programas locais generalistas e temáticos - musicais e informativos -, nos diferentes distritos e regiões autónomas, no universo dos 347 operadores de radiodifusão.

FIG. 5 Distribuição pelo território nacional dos serviços de programas generalistas e temáticos



Fonte: ERC

4. Alteração de Denominação

Conforme evidenciado, um dos aspectos do projecto radiofónico cujas atribuição e alteração se encontram sujeitas a autorização prévia da ERC é a denominação do serviço de programas.

No decurso do ano de 2008, foram autorizadas oito alterações de denominação, duas das quais no âmbito de uma alteração do projecto aprovado, uma na sequência de um pedido de autorização para alteração do capital social do operador e cinco, mediante requerimento, sem implicação no serviço disponibilizado pelo operador.

FIG. 6 Alterações de denominação autorizadas em 2008

	Operador	Denominação	
		Anterior	Actual
1	Radiurbe - Produção e Comércio de Publicidade de Rádio, Unipessoal, Lda	Rádio Viva FM	Rádio Calheta
2	Côco – Companhia de Comunicação, SA	Rádio Class FM	Cidade FM Tejo
3	RC - Empresa de Radiodifusão, SA	Rádio Clube de Vale de Cambra	Cidade FM Vale de Cambra
4	Record FM – Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda	Rádio Nossa	Record FM
5	Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda – Serviço de programas de Onda Média	Canal 1	Rádio Sim
6	Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda	Central FM	Rádio Clube de Leiria
7	Rádio Urbana, CRL	Rádio Urbana	Urbana FM
8	Notícias 2000 FM – Actividade de Radiodifusão Sonora, Lda	TNT Rádio	Estação Rádio Madeira – TSF Madeira

Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

No âmbito das alterações registadas, no ano de 2008, aos projectos de radiodifusão sonora, assistiu-se a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projecto aprovado, conversão dos serviços de programas, assim como a alteração de denominação dos serviços, registados ao longo do ano.

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

1. Nota Introdutória

No sentido da salvaguarda da não concentração da titularidade das entidades que prosseguem esta actividade, impõe a Lei da Rádio limitações quantitativas quanto às participações no capital social de operadores radiofónicos, a saber: “[c]ada pessoa singular ou colectiva só pode deter participação, no máximo, em cinco operadores de radiodifusão” e “[n]ão são permitidas, no mesmo município, participações superiores a 25% do capital social de mais de um operador radiofónico com serviços de programas de âmbito local”.

A fim de assegurar o respeito por tais limitações, bem como outros valores e objectivos inerentes ao exercício de uma actividade licenciada, mediante utilização de um bem do domínio público, determina o artigo 18º do referido diploma que “[a] realização de negócios jurídicos que envolvam a alteração do controlo da empresa detentora da habilitação legal para o exercício da

actividade de radiodifusão só pode ocorrer três anos depois da atribuição original da licença, ou um ano após a última renovação, e deve ser sujeita à aprovação prévia da AACCS⁴⁴.

2. Alteração ao Controlo do Capital Social

Em 2008, a ERC apreciou 16 pedidos de alteração do controlo das seguintes empresas titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão:

- Rádio Mais, CRL;
- Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, SA;
- R.N.L. - Rádio Nova Loures, Lda;
- Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda;
- Rádio Terra Mãe, Lda;
- MCR - Radiofonia e Publicidade, Sociedade Unipessoal, SA;
- RSF -Radiodifusão, Lda;
- EVB - Emissora Voz da Bairrada, CRL;
- Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL;
- R.J.TV. - Rádio, Jornais e Televisão, Meios Comunicação e Audiovisuais, Unipessoal, Lda.
- Radiurbe - Produção e Comércio de Publicidade de Rádio, Unipessoal, Lda;
- Castelo de Lanhoso 2 - Comunicação Social, Lda;
- Sintonizenos - Comunicação Social, Lda;
- Rádio Litoral Centro - Empresa de Radiodifusão, Lda;
- Ecos da Raia - Publicidade e Rádio, Lda;
- VDRF - Electrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.

Importa, aqui, assinalar o aumento para mais do dobro dos pedidos de alteração do capital social apresentados em 2008 (16) comparativamente com os de 2007, apenas sete.

3. Pessoas Singulares e Colectivas com Participações no Capital Social de 3 ou mais Operadores

No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas 18 entidades - pessoas singulares ou colectivas - com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas, no ano de 2008. 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 Rádios, Rádio Renascença e Rádio Notícias.

Assinalando-se, apenas, uma alteração relativamente aos dados apurados no ano de 2007, com a alteração da titularidade do capital social do operador EVB – Emissora Voz da

⁴⁴ Alta Autoridade para a Comunicação Social, agora ERC.

Bairrada, CRL, pela qual o identificado Lino Augusto Vinhal acrescentou, às duas participações já anteriormente detidas, uma terceira.

FIG. 1 Pessoas singulares ou colectivas 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 Regional de Lisboa, SA (Regional)
	Rádio Comercial, SA (Nacional)
	Rádio XXI, Lda
	Rádio Cidade – Prod. Audiovisuais, SA
Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, SA*	Coco – Companhia de Comunicação, SA (operador titular de três alvarás, em Lisboa, Porto e Montijo)
	PRC – Prod. Radiofónicas de Coimbra, Lda
	Rádio Concelho de Cantanhede, Lda
	Rádio Litoral Centro, Emp. Radiodifusão, Lda
Rádio Notícias – Produções e Publicidade, SA	Radiopress – Comunicação e Radiodifusão, Lda (Regional)
	TSF – Rádio Jornal de Lisboa, Lda
	Pense Positivo – Edição e Distribuição de Audiovisuais, Lda
	Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Santa Maria – Coop. Serviços Radiofónicos, CRL
Rádio Renascença, Lda (Patriarcado de Lisboa)	Canal 1 (Nacional)
	RFM (Nacional)
	Mega FM
	Rádio Metropolitana – Com. Social, Lda
	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda
	RO – Edições e Publicidade, Lda
	Rádio 90 FM – Radiodifusão, Lda
Álvaro Ricardo Gávea	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
António Fernandes	Rádio Barca - Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL
	Rádio Clube da Lourinhã, CRL
	Rádio Clube de Angra
	Rádio Clube de Arganil, CRL
Dário Dias Simão	Rádio Clube do Sul, CRL
	RTVA - Radiotelevisão Atlântico, SA
	Rádio Mértola, Lda
	Rádio Ourique, Lda
Lionel Alberto Guedes / Maria Elisa Pereira da Conceição / Verónica da Luz Faiões	Cooperativa Cultural Pala-Pinta, CRL
	Rádio Planalto, CRL
	Rádio Bragança – RBA, CRL
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 Manuel Faiões de Sá	Mirandum FM – Sociedade de Comunicação, Lda
	Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL
	Alfândega FM – Sociedade de Comunicação, Lda
João Paulo Pereira Brum Pacheco	Rádio Insular, Lda
	Rádio Ilha, Lda
	Ciclone – Publicações e Difusões, Lda
Luís Manuel de Sá Montez	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Rádio Festival do Norte, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, 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
Lino Augusto Vinhal	EVb – Emissora Voz da Bairrada, CRL
	Rádio Soberania – Emp. Radiodifusão, Lda
	Rádio Regional do Centro, Lda
Acácio Martins Marinho	Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Lda
	Jornal da Trofa, Lda
	Moviface – Meios Publicitários, Lda

António Cândido Lopes Madureira / Manuel Silvério Garcia Esparteiro	CR – Comunicação Regional, Lda
	Rádio Cidade de Tomar – Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda
	Vila de Rei FM - Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda
António José Henriques Janeiro / Jaime da Conceição Henriques Janeiro / José Manuel Pinheiro Barradas / José Maria Mendes Raimundo / Maria da Piedade Santinho Batista Henriques Janeiro	Rádio São Mamede – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
	Rádio Alter do Chão – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
	Rádio Fronteira – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
	Rádio Gavião – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
Carlos Alberto Tomás Rodrigues / Jaime Ernesto Nunes Vieira Ramos / Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira / José Alberto Ramos de Vasconcelos / José Samuel Pestana de França	Girão FM – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Palmeira – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Sol – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Zarco – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda

Fonte: ERC/ * Entidades celebraram acordos de parceria com o Grupo Media Capital.

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 2007, mantendo-se, por conseguinte, as 6 frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional, cuja sistematização é apresentada na figura infra.

FIG. 2 Distribuição de frequências nacionais e regionais

Cobertura	Designação	Operador
Nacional	Antena 1	RDP
	Antena 2	
	Antena 3	
	Rádio Comercial	Rádio Comercial, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	Rádio Renascença RFM	Rádio Renascença, Lda
Regional	Rádio Clube Português	Rádio Regional de Lisboa, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	TSF	RadioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda

Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

Em 2008, as alterações à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, registaram um aumento significativo em relação aos pedidos apresentados no ano anterior.

De assinalar, porém, que tais alterações não representaram modificações significativas no quadro dos detentores de participação no capital social de três ou mais operadores.

Quotas da Música Portuguesa

1. Nota Introdutória

1.1 Objectivos

No presente relatório pretende-se uma avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos nacionais, regionais e locais, quanto à difusão de música portuguesa. De acordo com as alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, à Lei da Rádio, os serviços de programas de radiodifusão sonora estão sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa.

Por outro lado, a Portaria n.º 265/2008, de 9 de Abril, fixa a percentagem de 25% como quota mínima de música portuguesa, a vigorar até ao dia 3 de Maio de 2009.

Também o Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República, II Série, n.º 172, sob o n.º 495/2008, de 5 de Setembro, vem estabelecer os critérios a aplicar relativamente à exclusão dos serviços de programas temáticos do cumprimento das quotas de música portuguesa nos termos dos artigos 44º-D e 44º-E, n.º 2, da Lei da Rádio, tendo em conta a especificidade programática destas estações que se dedicam à difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

1.2 Critério e Metodologia

Para efeitos de fiscalização, o cálculo das percentagens é apurado mensalmente e tem como base o número de composições difundidas por serviço de programas no mês anterior.

Os apuramentos percentuais resultam do sistema de informação da ERC, implementado em Outubro de 2007, que veio permitir obter valores incidentes sobre as difusões musicais dos diversos serviços de programas de radiodifusão que se encontram activos.

Este sistema, estruturado numa base de dados, recolhe os elementos a partir dos relatórios de emissão dos sistemas de informação dos respectivos serviços de programas, o que permitiu a monitorização, nomeadamente no quarto trimestre de 2008, de um universo médio de 130 serviços de programas, mais dez que no ano transacto.

Importa assinalar que o universo de operadores registados nem sempre é coincidente com o número médio de rádios com envios mensais, sendo que, por vezes, por razões de ordem técnica, os dados não são enviados até à data da consolidação mensal, pelo que a monitorização efectuada se circunscreve, conforme referido, ao universo médio de 130 serviços de programas, sendo certo, porém, que até ao final do ano de 2008 o número total de serviços activos no sistema de apuramento automático era de 147.

No último mês de 2008 o número de operadores locais, regionais e nacionais que enviaram dados foi de 132. Na análise da figura seguinte, fundada no universo de 132 operadores activos, evidencia-se a proporção, por distrito, dos mesmos.

FIG. 1 Distribuição, por distrito, dos operadores activos

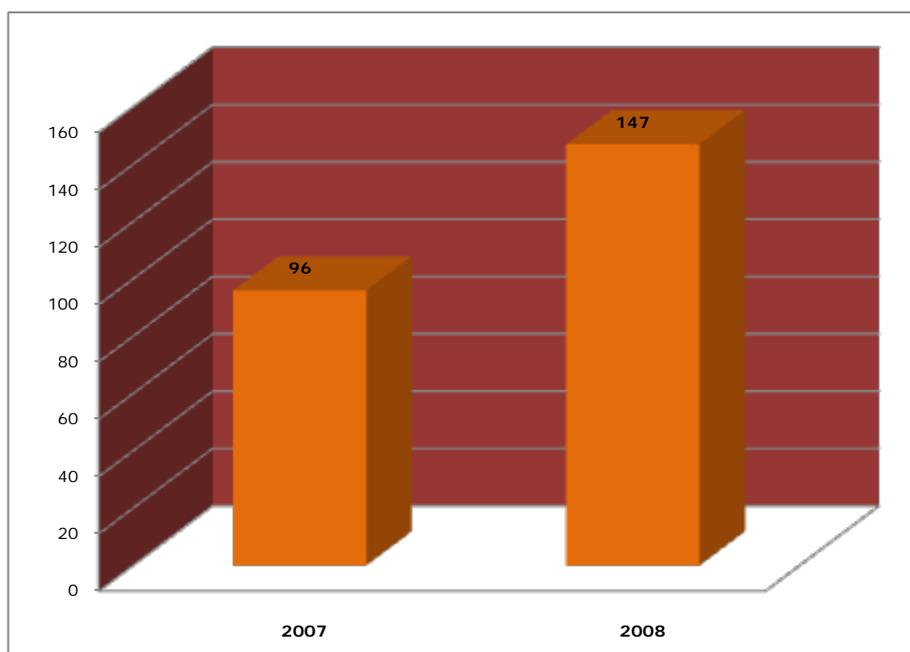
Distrito/Região	Total	
	Número	Proporção
Aveiro	11	8,3
Beja	8	6,1
Braga	10	7,6
Bragança	0	0,0
Castelo Branco	2	1,5
Coimbra	5	3,8
Évora	3	2,3
Faro	7	5,3
Guarda	6	4,5
Leiria	12	9,1
Lisboa	19	14,4
Portalegre	1	0,8
Porto	13	9,8
Santarém	12	9,1
Setúbal	4	3,0
Viana do Castelo	3	2,3
Vila Real	1	0,8
Viseu	11	8,3
Açores	3	2,3
Madeira	1	0,8
Total	132	100,0

Fonte: ERC

Foram também sujeitas a análise extraordinária, por via de amostragem, as difusões musicais de 110 serviços de programas de radiodifusão locais que não se encontram activos no sistema automático de quotas de música portuguesa e que contemplou os meses de Agosto a Dezembro de 2008.

No que respeita ao número de rádios activas no portal de música portuguesa, este teve um acréscimo significativo de operadores conforme se pode observar na figura a seguir apresentada:

FIG. 2 Quadro comparativo das rádios activas no portal de música portuguesa - Dezembro 2007-2008



Fonte: ERC

Estes valores traduzem, relativamente ao ano transacto, um acréscimo de 53% do universo de operadores que se encontram activos para o envio e tratamento automático de dados, o que permite uma monitorização cada vez mais abrangente do universo radiofónico nacional.

2. Cumprimento da Quota de Música Portuguesa

Tendo assim por base os elementos recepcionados via automática, foram os seguintes os valores apurados respeitantes às três vertentes previstas na lei:

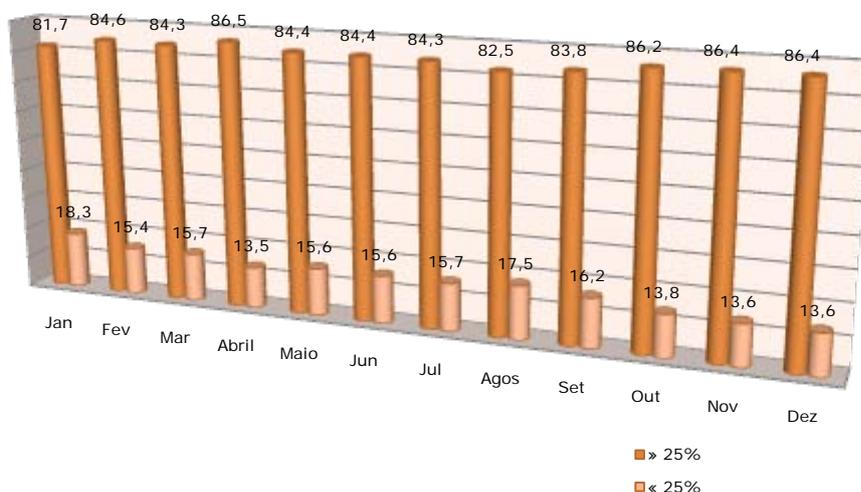
- A) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.
- B) Quota no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.
- 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 7h às 20h, da percentagem de operadores activos 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.

FIG. 4 Percentagem de operadores activos que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
» 25%	81,7	84,6	84,3	86,5	84,4	84,4	84,3%	84,3	82,5	83,8	86,2	86,4	86,4	84,9%
« 25%	18,3	15,4	15,7	13,5	15,6	15,6	15,7%	15,7	17,5	16,2	13,8	13,6	13,6	15,1%

Fonte: ERC

FIG. 5 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa em 24 horas de emissão



Fonte: ERC

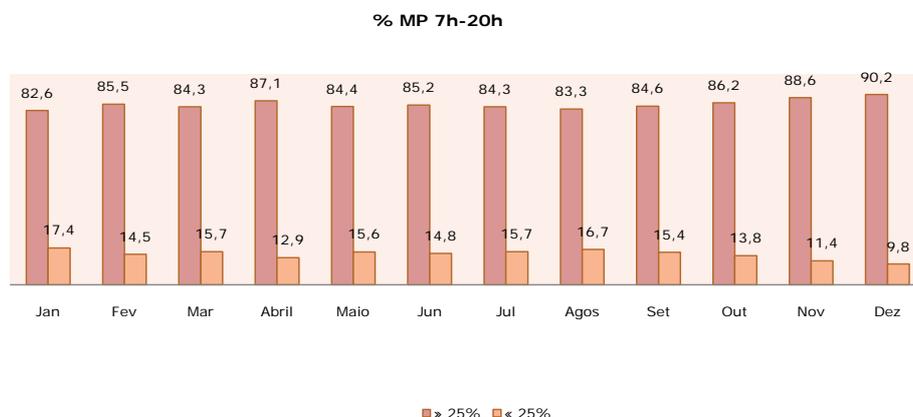
A análise dos dados registados permite concluir que, no ano de 2008, mais de 80% dos operadores activos no sistema de apuramento automático de quotas, cumpriu a quota mínima mensal nas 24 horas de emissão, bem como no período das 7h às 20h, conforme resulta das figuras infra.

FIG. 6 Percentagem de operadores activos que emitem uma quota > ou < a 25% no período das 7h às 20h

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
» 25%	82,6	85,5	84,3	87,1	84,4	85,2	85%	84,3	83,3	84,6	86,2	88,6	90,2	86,2%
« 25%	17,4	14,5	15,7	12,9	15,6	14,8	15,2%	15,7	16,7	15,4	13,8	11,4	9,8	13,8%

Fonte: ERC

FIG. 7 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

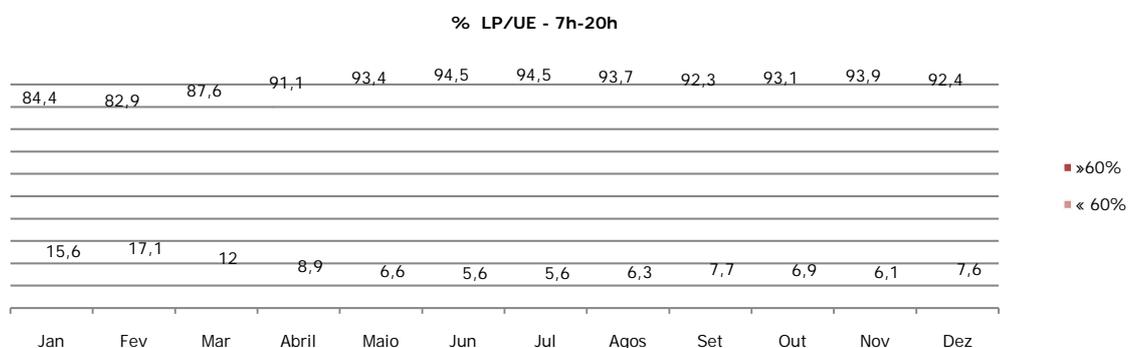
No que respeita às difusões musicais portuguesas interpretadas por cidadãos da União Europeia, verificou-se uma tendência de crescimento ao longo do ano, registando-se que, em Dezembro, uma média de 92,4% dos operadores que enviaram dados cumpriram a quota estipulada.

FIG. 8 Percentagem de operadores activos que emitem música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Maio	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
»60%	84,4	82,9	87,6	91,1	93,4	94,5	89%	94,5	93,7	92,3	93,1	93,9	92,4	93,3%
« 60%	15,6	17,1	12	8,9	6,6	5,6	11%	5,6	6,3	7,7	6,9	6,1	7,6	6,7%

Fonte: ERC

FIG. 9 Gráfico de percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

Os serviços de programas que não alcançaram o valor de 60% previsto no artigo 44º-C, que rondou os 7% em Dezembro, dedicaram grande parte das suas difusões musicais a temas de origem brasileira, que não são considerados para apuramento da presente quota.

No que atende à percentagem de incumprimento da quota de 25%, prevista no artigo 44º - A da Lei, aquela rondou os 20%, sendo que aqui se incluem serviços de programas temáticos musicais cujo projecto de programação parece incidir sobre géneros sem expressão de produção em Portugal. Alguns destes operadores solicitaram já isenção de cumprimento da quota de música, tendo em conta a especificidade da sua programação.

Verificaram-se, também, algumas situações de incumprimento continuado, as quais se mantiveram por períodos superiores a três meses. Porém, e após devida comunicação aos operadores, registou-se que uma parte significativa dos mesmos regularizou os seus valores em Dezembro de 2008. Tal situação é, aliás, demonstrada nas percentagens acima indicadas, nomeadamente, no que respeita ao período de maior audiência, entre as 7h e as 20h.

Outras situações de incumprimento ainda detectadas envolveram, por um lado, serviços de programas que, apesar de classificados como generalistas, difundem maioritariamente conteúdos musicais de insuficiente produção nacional, essencialmente dirigidas a públicos jovens e, por outro lado, estações que, estando associadas a cadeias temáticas, não alcançaram os valores regulamentares, apesar de terem vindo progressivamente a aumentar as difusões musicais portuguesas.

As situações referidas estão agora a ser objecto de análise à luz do regulamento publicado e que vem determinar as condições ao abrigo das quais o operador de serviço de radiodifusão poderá solicitar isenção do cumprimento das quotas de música.

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%.

FIG. 10 Incumprimentos registados, por operador e por mês

Quotas	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
	N.º Rádios	%										
[0-5]	1	5,3	1	5,9	3	15,8	2	12,5	2	12,5	1	5,3
[5-10]	2	10,5	1	5,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
[10-15]	10	52,6	9	52,9	3	15,8	1	6,3	1	6,3	5	26,3
[15-20]	4	21,1	5	29,4	7	36,8	9	56,3	9	56,3	7	36,8
[20-25[2	10,5	1	5,9	6	31,6	4	25,0	4	25,0	6	31,6
Total	19	100	17	100	19	100	16	100	16	100	19	100
Quotas	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro	
	N.º Rádios	%										
[0-5]	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,7
[5-10]	0	0,0	4	19,0	4	20,0	4	22,2	1	6,7	0	0,0
[10-15]	12	60,0	8	38,1	8	40,0	6	33,3	3	20,0	3	23,1
[15-20]	0	0,0	3	14,3	1	5,0	0	0,0	8	53,3	8	61,5
[20-25[8	40,0	6	28,6	7	35,0	8	44,4	3	20,0	1	7,7
Total	20	100	21	100	20	100	18	100	15	100	13	100

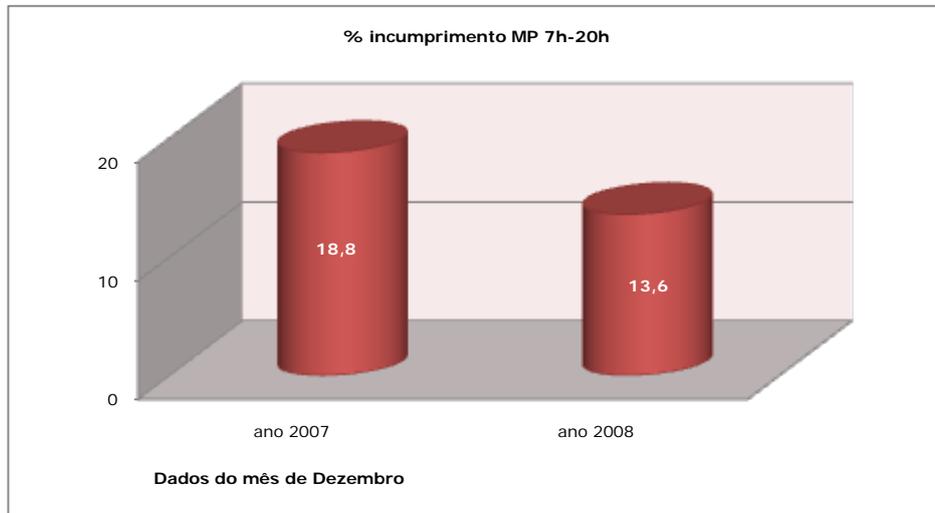
Fonte: ERC

Conforme demonstram os valores apresentados desde o mês de Novembro, diminuiu o número de rádios que apresentavam uma percentagem de incumprimento situada no intervalo que compreende os 10 e 15%, passando para o intervalo seguinte, até 20%, o que demonstra um aumento das difusões musicais portuguesas destes serviços de programas.

Também no mês de Dezembro e conforme já anteriormente referido, registou-se uma diminuição do número de rádios com quota inferior a 25%.

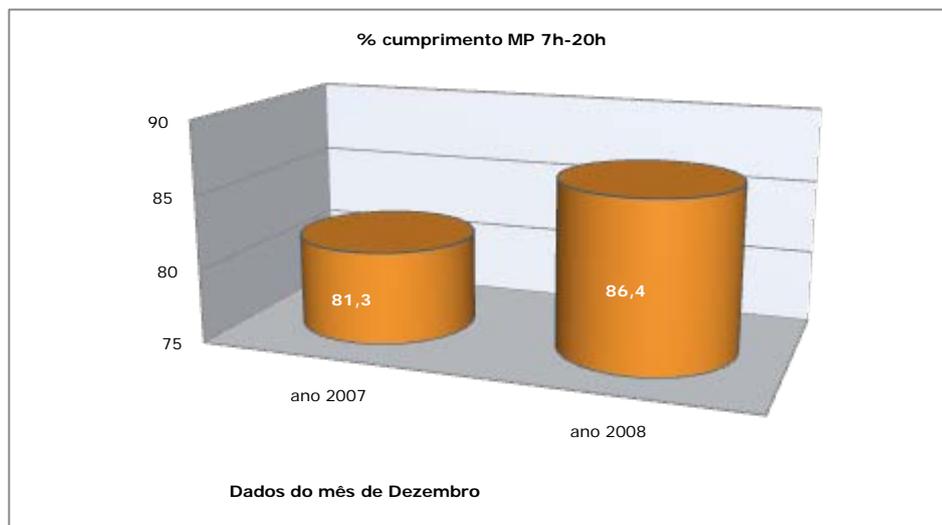
Tendo em conta os valores relativos a 2007, ano em que foi implementado o sistema de monitorização e tomando como referência o mês de Dezembro, data em que já se tinha constituído uma amostra mais significativa de rádios activas no sistema, observou-se o seguinte:

FIG. 11 Gráfico comparativo da percentagem de incumprimento da quota de música portuguesa no período das 7h às 20h – 2007/2008



Fonte: ERC

FIG. 12 Gráfico comparativo da percentagem de cumprimento da quota de música portuguesa no período das 7h às 20h – 2007/2008



Fonte: ERC

Confirmam as figuras e apesar de reflectirem universos amostrais diferentes, dado o número de rádios activas ter aumentado em 2008 - de 96, no final de 2007, para 147, em Dezembro de 2008 -, que as percentagens médias de cumprimento da quota geral de 25% de música portuguesa apontam para uma tendência evolutiva positiva, na ordem dos 5,3 pontos percentuais, e, consecutivamente, a diminuição das percentagens médias de incumprimento face mesmo ao mês do ano anterior.

Relativamente à percentagem prevista no art.º 44º-D da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35% para difusões musicais editadas nos últimos 12 meses e tal como já antes referido no Relatório de Regulação de 2007, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas susceptíveis de preencher esta quota de música recente.

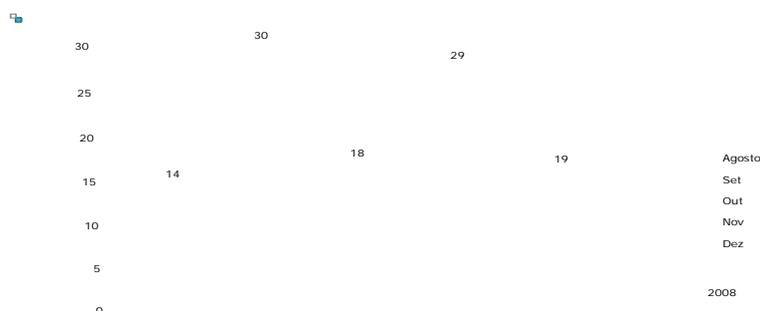
2.1 Análise por Amostragem do Cumprimento da Quota geral de Música Portuguesa

A análise por amostragem foi efectuada no âmbito dos processos de renovação de licenças dos operadores de rádio, compreendendo, até Dezembro de 2008, um universo de 110 serviços de programas.

Constatou-se que a grande maioria das rádios auditadas difunde três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, o que parece assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei. Apenas cinco dos serviços de programas analisados suscitaram dúvidas neste domínio.

Observou-se, ainda, que algumas estações difundem programas de uma a duas horas diárias preenchidos somente com temas portugueses e no período compreendido entre as 7h e as 20 horas.

FIG. 13 Serviços de programas analisados por amostragem entre Agosto e Dezembro de 2008



Fonte: ERC

2.2 Operadores Nacionais

Por outro lado, atendendo à importância dos operadores nacionais na divulgação da música portuguesa, importa conhecer o comportamento destes operadores no decurso do ano.

O apuramento efectuado segue os critérios legais já supra referenciados e aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Portanto, a

análise apresentada, tendo por base os elementos recepcionados via automática, respeita às seguintes vertentes:

- A) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento da percentagem de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão.
- B) Quota no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento da percentagem de difusão de música portuguesa no período de emissão entre as 7h e as 20 horas.
- 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 7h às 20h, da percentagem de preenchimento da 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.

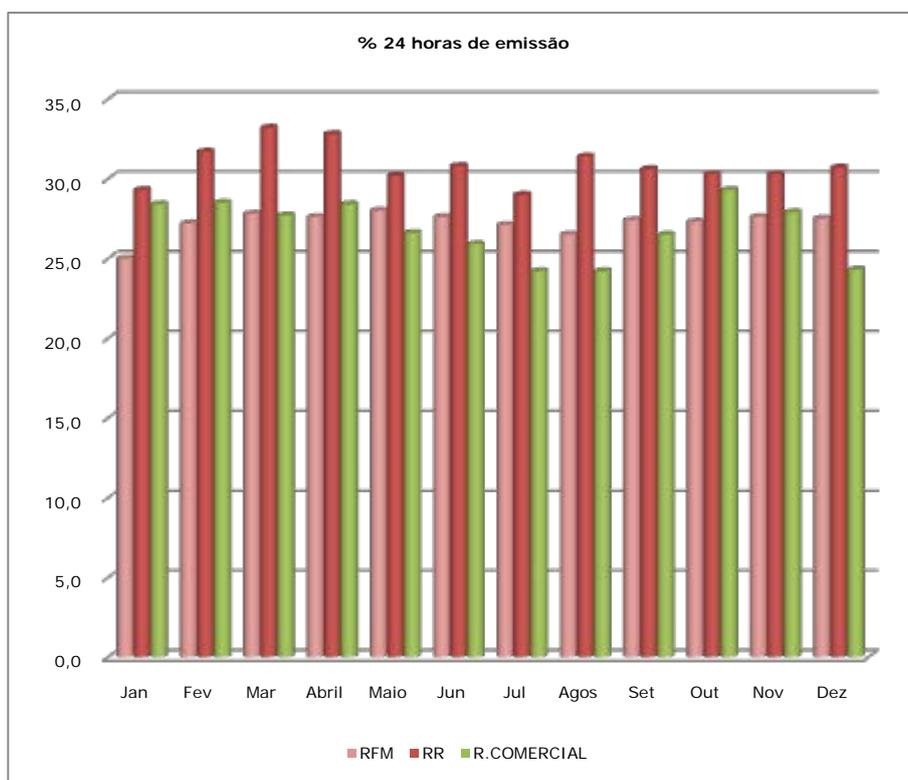
Relativamente à primeira vertente analisada, os dados apurados, vertidos nas tabelas infra, demonstra pouca variação dos valores globais entre o primeiro e o segundo semestre, salientando-se que os três operadores nacionais ultrapassam o mínimo legal estabelecido.

FIG. 14 Apuramento da quota de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM	25,0	27,2	27,8	27,6	28,0	27,6	27,2	27,1	26,5	27,4	27,3	27,6	27,5	27,2
RR	29,3	31,7	33,2	32,8	30,2	30,8	31,3	29	31,4	30,6	30,3	30,3	30,7	30,4
R.COMERCIAL	28,4	28,5	27,7	28,4	26,6	25,9	27,6	24,2	24,2	26,5	29,3	27,9	24,3	26,1

Fonte: ERC

FIG. 15 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa em 24 horas de emissão



Fonte: ERC

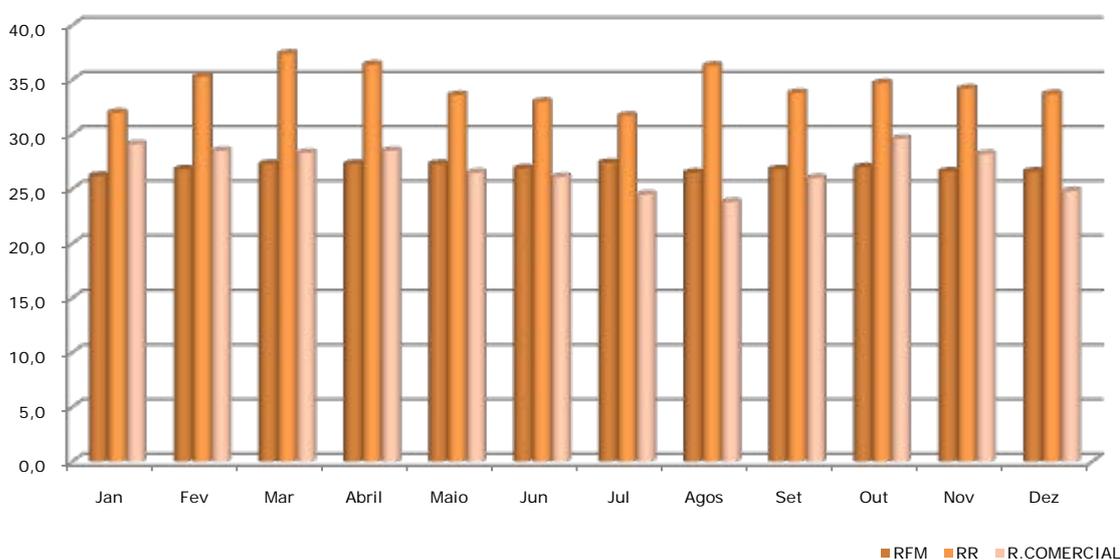
No período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, a análise dos dados permite concluir que, no ano de 2008, os três operadores cumpriram a quota mínima mensal, conforme resulta das figuras infra.

FIG. 16 Apuramento da quota de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM	26,2	26,8	27,3	27,3	27,3	26,9	27	27,4	26,5	26,8	27	26,6	26,6	26,8
RR	32,0	35,3	37,4	36,4	33,6	33	34,6	31,7	36,3	33,8	34,7	34,2	33,7	34,1
R. COMERCIAL	29,1	28,5	28,3	28,5	26,5	26,1	27,8	24,5	23,8	26	29,6	28,2	24,8	26,2

Fonte: ERC

FIG. 17 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

No que respeita às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia verificou-se uma tendência de crescimento ao longo do ano, registando-se que, em Dezembro, dois dos operadores nacionais ultrapassavam a quota estipulada e a Rádio Comercial cumpria a percentagem mínima exigida. Saliente-se, porém, que apenas relativamente a este último operador se dispõe de dados relativos ao ano inteiro, dado que, por dificuldades técnicas registadas entre Janeiro e Abril, não foi possível o apuramento da quota desses meses da RFM e da Rádio Renascença.

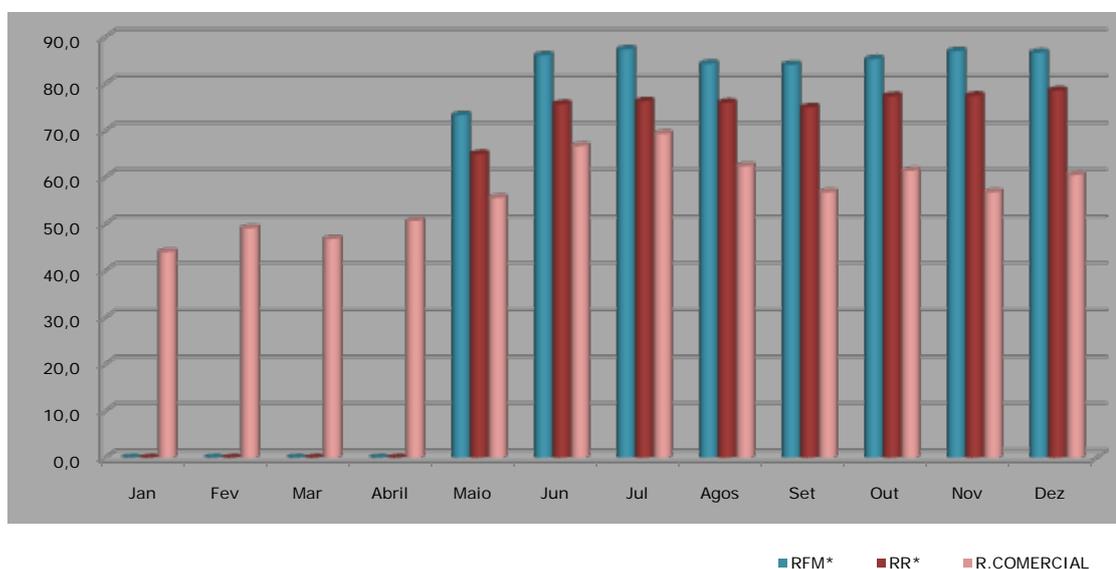
FIG. 18 Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM*	--	--	--	--	73,3	86,1	--	87,4	84,3	84,1	85,3	87	86,7	85,8
RR*	--	--	--	--	65	75,7	--	76,3	76	75	77,4	77,5	78,6	76,8
R. COMERCIAL	44	49,1	46,8	50,7	55,6	66,7	52,2	69,3	62,4	56,8	61,4	56,8	60,5	61,2

Fonte: ERC

*Valor sem apuramento entre Jan-Abr por dificuldades técnicas.

FIG. 19 Gráfico de percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

*Valor sem apuramento entre Jan-Abr por dificuldades técnicas.

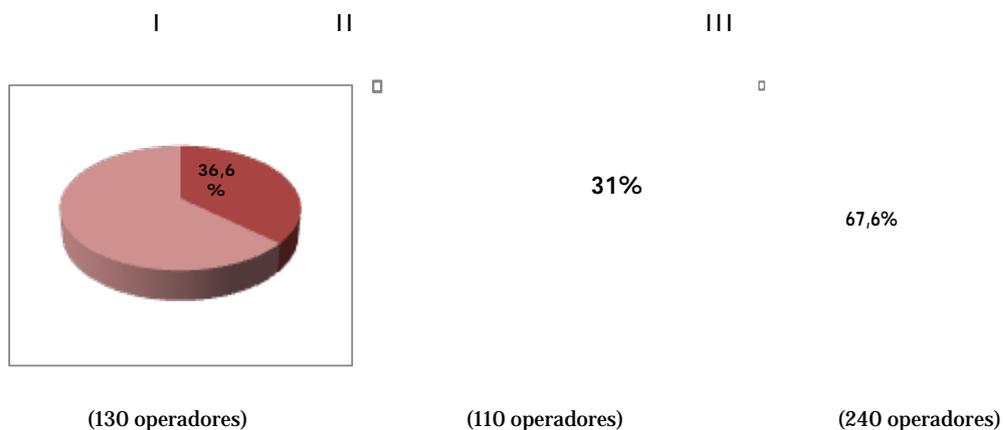
Nos valores referentes às rádios nacionais, resulta que a Rádio Renascença foi o serviço de programas que maior percentagem de difusões musicais portuguesas apresentou, quer no período total da emissão, quer no período das 7h às 20h.

A RFM foi a estação que difundiu maior percentagem de temas interpretados em português por cidadãos da União Europeia, no total de temas musicais portugueses difundidos.

2.3 Amplitude da Análise das Quotas de Música no Número Total de Rádios

No decorrer das duas acções de monitorização desenvolvidas, uma de carácter regular que integrou serviços de programas activos no sistema automático da ERC e outra de teor extraordinário incidente sobre rádios não activas com recurso a amostragem, resultaram as seguintes observações face ao universo total de 355 serviços de âmbitos nacional, local e regional:

FIG. 20



Fonte: ERC

Nas figuras supra, são representadas as seguintes situações:

- I) Percentagem do universo médio de rádios activas monitorizadas através do sistema de apuramento automático de quotas.
- II) Percentagem de rádios não activas analisadas por amostragem (Julho a Dezembro).
- III) Percentagem global de rádios analisadas face ao número total de rádios.

No decurso da monitorização anual desenvolvida ao comportamento dos serviços de programas face às difusões musicais em língua portuguesa, foi possível observar uma percentagem na ordem dos 67,6% do total de rádios, ultrapassando largamente metade dos operadores existentes.

3. Rádios Temáticas

3.1 Regime de Excepção

A Lei da Rádio estabelece no seu artigo 44º- E, n.º 1, um regime de excepção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

Determina o n.º 3 do mesmo preceito que é da competência da Entidade Reguladora para a Comunicação Social definir quais os serviços de programas abrangidos por tal regime de excepção.

Terminado o período transitório de três semestres para a conformação ao cumprimento da quota mínima de 25% de música portuguesa, em Novembro de 2007, conforme estabelecido no artigo

4º da Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, e com a publicação, em Abril de 2008, dos dados relativos ao mercado discográfico nacional respeitante ao ano anterior, ou seja, 2007, foi possível à ERC fixar os serviços de programas susceptíveis de se enquadrarem neste regime de isenção.

O projecto de Regulamento foi sujeito a consulta pública, tendo obtido a concordância generalizada dos intervenientes, com a recolha de todos os contributos dos interessados, críticas e sugestões, que constam de relatório final publicado no sítio da ERC.

O artigo 2º do referido Regulamento estabelece que apenas os serviços de programas classificados como temáticos musicais e de acordo com o projecto licenciado podem requerer a isenção das quotas previstas na Lei.

Estes serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: Hip Pop/Rap/Urbana, Infantil, Jazz/Blues, Dance e Clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP-Associação Fonográfica Portuguesa. Existem actualmente 22 operadores de radiodifusão registados com a tipologia temática, cinco destes de índole informativa.

Nesta fase, encontram-se a ser analisados os pedidos de isenção de 13 serviços de programas no sentido de se verificar se estão reunidas as exigências previstas no presente Regulamento. Deste número, constam cinco estações das dez que actualmente se encontram activas no sistema de apuramento mensal de quotas musicais.

3.2 Dados do Mercado Discográfico

No decurso da elaboração do Regulamento sobre o regime de isenção do cumprimento das quotas de música, previsto na Lei da Rádio, foram estabelecidos contactos com a Associação Fonográfica Portuguesa e Sociedade Portuguesa de Autores (SPA), no sentido de se obter o maior número de dados sobre a edição e, conseqüentemente, sobre a criação musical em Portugal. Por outro lado, foi igualmente necessário encontrar tipologias comuns entre as adoptadas no Regulamento e as praticadas, sobretudo, pela Sociedade Portuguesa de Autores. A SPA, nos actos de registo das edições nacionais, passou a adoptar a seguinte tipologia: clássica, dance music, fado, hip hop, jazz, pop-rock e outros.

Dos dados apurados, verifica-se que foram registadas 920 edições de música portuguesa, com o seguinte detalhe:

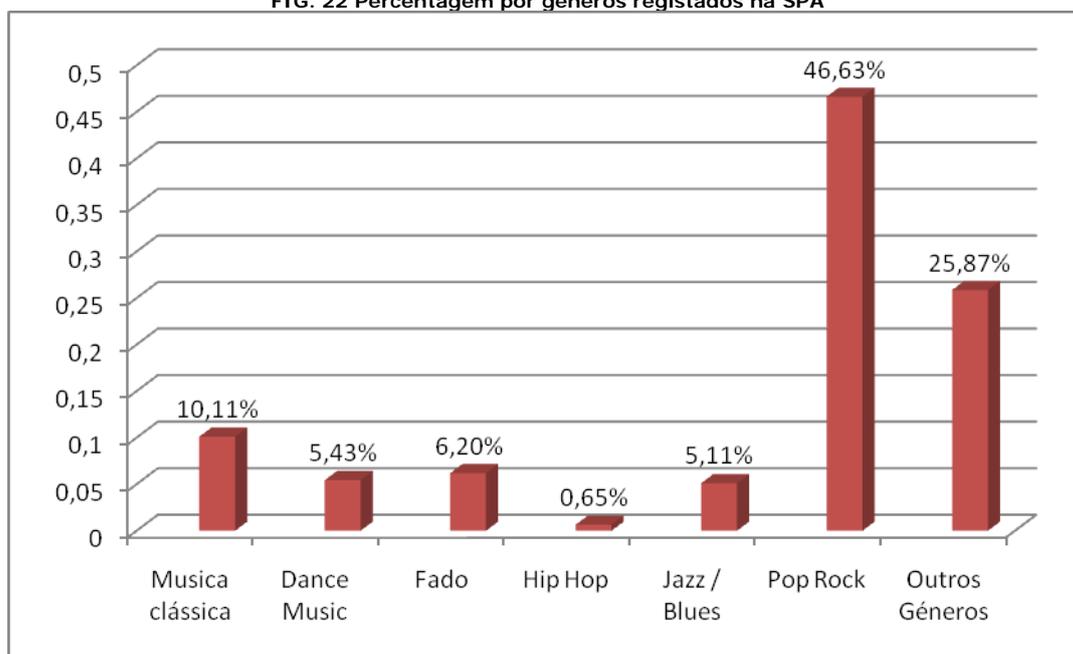
FIG. 21 Edições registadas na SPA

Edições musicais registadas na SPA (2008)	
Música clássica	93
Dance Music	50
Fado	57
Hip Hop	6
Jazz/Blues	47
Pop Rock	429
Outros géneros	238
Total	920

Fonte: SPA

A figura seguinte permite-nos verificar, percentualmente, o peso de cada género no total das edições musicais registadas:

FIG. 22 Percentagem por géneros registados na SPA



Fonte: SPA

Refira-se que no género "outros" encontram-se incluídos trabalhos registados por grupos folclóricos, ritmos africanos, tradições orais, "desgarradas", hinos, etc.

Por outro lado, importa igualmente conhecer os diferentes suportes em que se encontram fixadas as criações musicais submetidas a registo. Com efeito, o suporte mais comum, o CD, registou 841 registos, enquanto os restantes 79 foram distribuídos da seguinte forma: 6 compact disc duplo (C2); 27 compact disc single (CS); 25 maxi-single vinil até quatro faixas (MS); 1 maxi-single duplo vinil até duas faixas (MS2); 5 long-play em vinil (EP) e 14 cassette (K7).

Na dance music, verificou-se o maior número de registos em suporte vinil, com 22 maxi-single e o único single em vinil. Os suportes menos convencionais aqui referidos, na sua maior parte, não são utilizados pelos operadores de radiodifusão.

Estes números, considerando as grandes diferenças qualitativas entre e nos géneros aqui referidos, constituem indicadores preciosos para a fixação anual da quota de música portuguesa, nomeadamente, os géneros de música que constituem o conteúdo base de alguns serviços de programas que solicitam a esta entidade a isenção para o cumprimento das quotas de música.

Dos pedidos de isenção solicitados à ERC, ao abrigo do Regulamento já mencionado no ponto 7 deste relatório, a maior parte advém de serviços de programas temáticos que se dedicam à difusão dos géneros musicais como dance music e hip hop, que, em 2008, representaram respectivamente 5,4% e 0,6% do total das edições discográficas, seguindo-se o género jazz/blues, que preencheu o valor de 5,11% das produções nacionais desse ano.

Síntese conclusiva

No decurso do ano de 2008, assinalou-se um aumento significativo de operadores de radiodifusão activos no sistema de envio e tratamento automático de dados para apuramento da quota de difusão de música portuguesa, registando-se, relativamente a 2007, um acréscimo de 53%.

Dos operadores de âmbito local, activos no sistema, conforme análise dos dados apurados, cerca de 80% cumpre a quota legal de 25% de emissão de música nacional.

A referida quota, de acordo com o previsto no artigo 44º-C da Lei da Rádio, deve ser preenchida com uma percentagem mínima de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, verificando-se que uma média de 92,4% dos operadores activos respeita tal exigência legal.

Com a sedimentação dos hábitos de difusão da música portuguesa a que se tem assistido desde a entrada em vigor da Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, verificou-se, ao longo do ano de 2008, a diminuição das situações irregulares.

Acompanhando tal evolução, também os operadores de âmbito nacional mantêm percentagens de emissão de música portuguesa superiores ao mínimo legal estabelecido, quer no que respeita à obrigação de emissão de uma quota de 25% de música portuguesa, no total da programação musical, quer no que se refere ao preenchimento dessa quota com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

Importa realçar que o quadro normativo que implementa a quota de música portuguesa, consagra, no seu artigo 44º-E, n.º 1, um regime de excepção, que foi desenvolvido nos termos do Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República, sob o n.º 495/2008, de 5 de Setembro.

Dos elementos determinantes para o desenvolvimento deste regime, destacam-se os dados provenientes do mercado discográfico, no sentido de apurar quais os géneros musicais cuja produção portuguesa, pela sua insuficiência, possa sustentar a aplicação do referido regime de excepção.

Para tal, a ERC contou com a colaboração da Associação Fonográfica Portuguesa e da Sociedade Portuguesa de Autores, concluindo-se que em Portugal são insuficientemente produzidos os seguintes géneros musicais: Hip-hop/Rap/Urbana, infantil, jazz/blues, dance e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação.

Ao abrigo deste regime foram apresentados, até ao final de 2008, 13 pedidos de isenção do cumprimento da quota de música portuguesa, na sua maioria referentes a serviços de programas temáticos musicais cuja programação assenta no género dance music.

RENOVAÇÃO DOS TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. Nota Introdutória

O exercício da actividade de radiodifusão sonora está sujeito, na medida em que esteja em causa a utilização do espectro hertziano terrestre, a licenciamento, mediante Concurso Público.

Actualmente, estão em actividade 347 rádios locais: 311 no continente, 14 na Madeira e 22 nos Açores. Para além das rádios locais, existem ainda dois operadores de âmbito regional: 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. O panorama radiofónico nacional, com recurso ao espectro hertziano terrestre, compreende, por último, três operadores de radiodifusão sonora com cobertura nacional: a RDP - Radiodifusão Portuguesa, a Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa e a Rádio Comercial.

À ERC, no exercício das suas competências e a fim de realizar as suas atribuições, cabe, genericamente, assegurar o cumprimento das normas reguladoras das actividades de comunicação social, incumbindo-lhe, no domínio da actividade de radiodifusão sonora, entre outros, o dever de decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projectos aprovados, os pedidos de renovação dos títulos habilitadores do exercício da actividade, 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 4/2001, de 23 de Fevereiro (doravante Lei da Rádio) – define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidam sobre os objectivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

2. Renovação de Licenças de Rádio de Operadores de Âmbito Local

Um dos aspectos basilares das funções que estão cometidas à ERC é o poder de decisão sobre a atribuição, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da actividade.

Em relação ao ano de 2008, cabe fazer especial referência ao procedimento de renovação.

As licenças dos operadores de radiodifusão sonora são atribuídas por um prazo de dez anos, renováveis por igual período mediante requerimento, o qual deverá ser apresentado no prazo de seis meses antes do termo da validade do título.

Cerca de 87% dos 347 operadores de âmbito local actualmente em actividade foram licenciados ao abrigo do Concurso Público aberto pelo Despacho de 4 de Novembro de 1988⁴⁵, tendo os respectivos títulos de habilitação sido emitidos ao longo do ano de 1989.

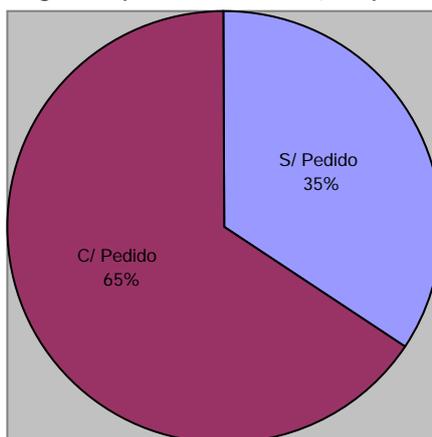
A primeira renovação dos referidos títulos foi desencadeada, nos termos do quadro legal à data em vigor⁴⁶, no decurso do ano de 1999, concluindo-se em 2009 o prazo de 20 anos sobre a data de emissão dos títulos habilitadores.

Considerando que, nos termos do artigo 17º, n.º 1, da Lei da Rádio, os pedidos de renovação das licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora devem ser apresentados no prazo de seis meses que antecede o termo da sua validade, até ao final do ano de 2008, foram apresentados 227 pedidos de renovação de licenças no mesmo intervalo de tempo, representativos de 65% do universo de 347 operadores de âmbito local em actividade.

⁴⁵ Diário da República, Suplemento, II Série, n.º 255, de 4 de Novembro de 1988.

⁴⁶ Lei n.º 87/88, de 30 de Julho, e Decreto-Lei n.º 130/97, de 27 de Maio.

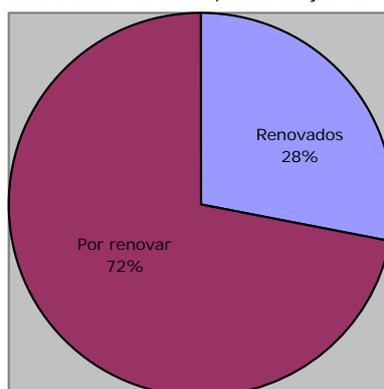
FIG. 1 Percentagem de pedidos de renovação apresentados em 2008



Fonte: ERC

Até ao final de 2008, o Conselho Regulador deferiu o pedido de renovação de 64 operadores (28% do total de pedidos apresentados).

FIG. 2 Percentagem de licenças renovadas em 2008, em relação ao total dos pedidos apresentados



Fonte: ERC

Síntese conclusiva

No ano de 2008, designadamente a partir do 2º semestre, iniciou-se o prazo de seis meses para apresentação pelos operadores titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão de âmbito local, dos respectivos pedidos de renovação.

No universo total de 347 operadores de âmbito local, foram apresentados, até ao fim do ano, 227 pedidos de renovação, dos quais 64 foram autorizados, no mesmo período de tempo.

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS NO ANO DE 2008

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2008, acções de fiscalização junto de operadores do sector de radiodifusão sonora, com vista à verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis. Tais acções foram desencadeadas segundo três critérios:

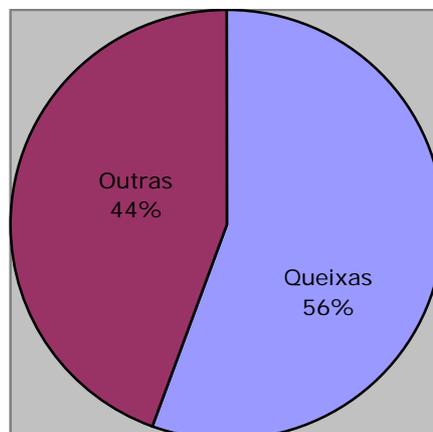
- A partir de queixa formulada contra um operador ou serviço de programas.
- A partir de pedidos de renovação de licença, para verificação dos requisitos legais da entidade interessada e das suas emissões.
- A partir de ambos, para verificação, no local, do desenvolvimento do projecto de radiodifusão autorizado, realizando-se para o efeito uma visita de fiscalização à sede e ou ao serviço de programas do operador.

Realizaram-se 54 acções de fiscalização junto de operadores de rádio, valor que representa cerca de 16% do total de operadores em actividade no sector.

A) Com base em queixas apresentadas, foram desencadeadas 30 acções de fiscalização – representativas de 56% do total de acções desenvolvidas - que motivaram a instrução do referido processo. Este processo inclui, entre outros, os elementos referentes à programação, meios envolvidos e gravação da emissão de dois dias, das 00.00h às 24.00h. Nas queixas apresentadas, verifica-se que, entre outros, são apresentados como principais fundamentos o encerramento do estabelecimento do operador, a degradação de instalações, a ausência de recursos humanos ou de programação própria, a realização de emissões exclusivamente musicais e a falta de programação local e noticiários.

B) Tendo em vista a pronúncia da ERC quanto aos pedidos de renovação de licenças apresentados, e para observância do cumprimento de determinados requisitos legais, foram desenvolvidas 24 acções de fiscalização, que representam 44% do total de acções desenvolvidas.

FIG.1 Total das acções de fiscalização realizadas em 2008

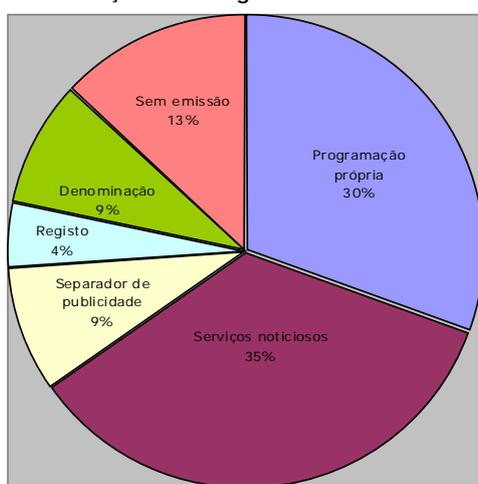


Fonte: ERC

C) Das 54 acções de fiscalização desenvolvidas no decurso do ano de 2008, houve necessidade de realizar 16 visitas de fiscalização às instalações e serviços de programas dos operadores, para verificação da actividade desenvolvida, emissão, meios envolvidos e instalações afectas.

Conforme evidenciado na figura que se segue, na qual se encontram assinaladas um total de 23 irregularidades na emissão dos operadores, conclui-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria (sete) e na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador (oito), registando-se três situações de falhas de emissão, entre outras, assinaladas.

FIG. 2 Percentagem das infracções mais significativas num universo de 23 identificadas



Fonte: ERC

Síntese Conclusiva

No ano de 2008, foram realizadas acções de fiscalização regulares, tendo por objectivo a verificação do cumprimento das condições de licenciamento e das obrigações legais impostas em matéria de emissão de serviços de programas de cobertura local.

Até ao final de 2008, foram desenvolvidas 54 acções de fiscalização a operadores de rádio, das quais 16 implicaram a deslocação às instalações das rádios.

Das acções de fiscalização realizadas, foram assinaladas 23 irregularidades na emissão dos operadores, concluindo-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria, na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador e situações de falhas de emissão.

Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: Informação diária

a) Nota introdutória

O presente capítulo analisa a cobertura noticiosa dos três serviços de programas de radiodifusão – RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial ao nível da diversidade, do pluralismo político, social, cultural e do rigor informativo.

Trata-se da primeira análise da informação diária dos serviços de programas generalistas de radiodifusão. Sublinha-se, por isso, o seu carácter exploratório, que pretende, sobretudo, mapear as principais tendências ao nível das temáticas e actores nos três serviços de programas analisados, bem como proceder a uma caracterização formal dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 e das peças neles emitidas. Os resultados desta análise permitem caracterizar, genericamente, a informação radiofónica difundida em 2008.

b) Aspectos metodológicos da análise de imprensa

O presente ponto apresenta uma caracterização geral da amostra analisada. O período de análise da amostra situa-se entre Janeiro e Dezembro de 2008. Foram monitorizados 248 noticiários de três serviços de programas de expansão nacional, num total de 1626 notícias assim distribuídas:

- 92 edições dos blocos informativos da Antena 1 com um total de 703 peças.
- 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença com um total de 613 peças.
- 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial com um total de 310 peças.

A técnica utilizada é a *análise de conteúdo*, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS⁴⁷.

A unidade de análise corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do locutor. São tomados como referência os fragmentos definidos pela Mediamonitor (Markttest) sob a forma de *clips* autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efectivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

A escolha do objecto de estudo bem como dos blocos informativos a analisar justifica-se com o facto de estes serem os três serviços de programas de expansão nacional e os blocos das

⁴⁷ *Statistical Package for Social Sciences.*

8h00 e das 18h00 aqueles que obtêm maiores audiências, de acordo com os dados da Marktest.

A margem de erro máximo da amostra total utilizada para dados agregados RDP+RC+RR é de 7,8% para um grau de confiança de 95%, pelo que os dados devem ser lidos como representando tendências apuradas para os dias seleccionados na amostra.

c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

1. No plano nacional, tiveram grande relevo nesse período questões relacionadas com a política, nomeadamente, as *actividades da assembleia da república*, dos *partidos políticos* e da *presidência*, e *eleições*, *ordem interna*, incluindo *acidentes e catástrofes* e *actividades policiais*, *casos de justiça* e *relações laborais*, particularmente *greves*, *protestos* e *manifestações*.
2. Entre as várias *actividades da presidência da república* assumiram-se como polémicas o veto presidencial do estatuto político-administrativo dos Açores, bem como a posição do Presidente em relação à nova lei do divórcio.
3. No plano da *política nacional*, o tema *eleições* assumiu relevo, em particular as eleições à liderança do PSD. A polémica do caso Banco Português de Negócios (BPN) solicitando a presença do governador do banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. Também a apresentação de queixa-crime de clientes contra administração do Banco Privado Português (BPP) veio tornar a questão da fraude financeira um tema central, remetendo também para os casos de justiça. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às *actividades da assembleia da república*, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
4. Ao nível das *actividades da administração pública*, as actividades de fiscalização da ASAE, nomeadamente, o encerramento do mercado do Bom Sucesso no Porto e de 28 parques infantis, tiveram a cobertura dos serviços de programas analisados. Os processos da ASAE vêm também salientar questões relacionadas com as dificuldades do sistema de justiça em dar resposta aos processos.
5. O modelo de avaliação dos professores veio colocar em confronto a Ministra da Educação e líderes sindicais, particularmente da FENPROF, destacando-se no âmbito da temática das *relações laborais*. Este tema assumiu vários enfoques, nomeadamente, no âmbito das *políticas para a educação*. Outro assunto que mereceu contestação cívica foram os encerramentos de unidades de urgência de cuidados de saúde, como o ilustra o caso de Anadia.
6. No plano da *justiça*, o "caso Joana" voltou a público em virtude da denúncia de Leonor Cipriano, mãe da criança, alegando ter sido torturada por agentes policiais para confessar a morte da filha. O caso de corrupção na PSP que levou à constituição de 23 arguidos mereceu destaque, sendo inclusivamente apresentado como o primeiro que coloca em julgamento inspectores judiciais. Este tema é relacionado com a questão da lei das armas.

7. O julgamento de Mário Machado, líder do movimento de extrema-direita, mereceu também destaque.

8. Outros casos de justiça foram, o “processo do Apito Dourado”, o “caso Esmeralda”, “Casa Pia”, o julgamento no Reino Unido de Vale e Azevedo, a “Operação Chicote” (suspeita de furto e transformação de viaturas para venda no mercado nacional), a “Operação Furacão” (buscas judiciais a quatro grandes instituições bancárias por suspeita de fraude fiscal e branqueamento de capitais), “caso McCann” (a propósito da partilha de informações entre as polícias britânica e portuguesa e da indemnização de um dos suspeitos, Robert Murat) e a sentença do “ganguê do multibanco”.

9. Processos de justiça relacionados com a violência nas escolas, envolvendo professores, alunos e encarregados de educação, foram uma polémica que veio colocar em questão também as condições de ensino, focando as *crianças em contexto escolar*. No âmbito do ensino superior, assumiu destaque o caso do encerramento da Universidade Moderna.

10. As crianças, para além de referidas em contexto escolar, são também focadas no âmbito dos casos de justiça, como o “caso Esmeralda” e o “caso McCann”. No contexto de acidentes, foram apontados outros assuntos relacionados com crianças, como o ataque de um cão de raça considerada perigosa e um atropelamento no Porto.

11. Outras notícias envolvendo questões de violência e segurança mereceram destaque informativo, entre as quais, as referentes a *crimes*, como assaltos a dependências bancárias em vários pontos do País (incluindo o assalto ao Banco Espírito Santo (BES) em Campolide que envolveu um sequestro), rapto de um lusodescendente na Venezuela, o caso “*carjacking* em Oeiras”, homem baleado numa esquadra da PSP e os confrontos da Quinta da Fonte em Loures.

12. A par dos *crimes* e *casos de justiça*, a temática das *atividades policiais* veio incidir sobre eventos, como as investigações do desaparecimento da criança Mari Luz, uma explosão numa escola em Idanha-a-Nova, diversas apreensões de substâncias ilícitas, os disparos ocorridos num pavilhão onde discursou o Primeiro-Ministro, a “Operação Estrada Segura” e a “Operação Carnaval”, para além de que alguns deram origem a casos de justiça.

13. No plano da *ordem interna*, também os *acidentes e catástrofes* mereceram destaque. Entre estes casos são mencionáveis uma fuga de gás em Évora, trabalhadores portugueses que em Espanha sofreram um acidente de trabalho, os danos de chuvas intensas em vários pontos do País que trazem à discussão a necessidade de apoio governamental, acidente de avião na Venezuela que vitima dois portugueses. Também em contexto internacional, um sismo na China e no Japão, furacão Gustav nos EUA e México, cheias em Moçambique, queda de avião no Quirguistão e na Suíça, naufrágio na Galiza. O tema da segurança aérea assume-se como presente na agenda de *assuntos internacionais*.

14. No *desporto*, o *futebol* foi a modalidade mais presente, nomeadamente, as jornadas do campeonato nacional, a Taça UEFA e o Euro 2008.

15. No plano *comunitário*, o Tratado de Lisboa foi o assunto mais destacado. A questão da política agrícola comum e a imigração associada ao contexto laboral mereceram também atenção. As eleições legislativas em Espanha, a dissolução do parlamento italiano e as eleições autárquicas em França são temas também referidos no contexto de eleições europeias.

16. No plano internacional, as *eleições presidenciais* nos EUA constituíram o tema mais referido, seguido das eleições no Zimbabué, Paquistão e Angola. Os *conflitos armados* são uma temática também destacada, particularmente pela questão da faixa de Gaza, Iraque, Kosovo, incidentes no Tibete relacionados com os Jogos Olímpicos e Ossétia do Sul.

d) Caracterização geral e composição da amostra

O presente ponto apresenta uma caracterização geral da amostra analisada:

FIG. 1 Composição da amostra analisada

Data	Dia da Semana	Mês	N.º de noticiários	N.º de peças noticiosas
05-Jan-08	Sábado	Janeiro	4	22
13-Jan-08	Domingo	Janeiro	4	22
21-Jan-08	Segunda	Janeiro	6	34
29-Jan-08	Terça	Janeiro	6	35
06-Fev-08	Quarta	Fevereiro	6	38
14-Fev-08	Quinta	Fevereiro	6	41
22-Fev-08	Sexta	Fevereiro	6	39
01-Mar-08	Sábado	Março	4	20
09-Mar-08	Domingo	Março	4	23
17-Mar-08	Segunda	Março	6	44
25-Mar-08	Terça	Março	6	44
02-Abr-08	Quarta	Abril	6	48
10-Abr-08	Quinta	Abril	6	39
18-Abr-08	Sexta	Abril	6	38
26-Abr-08	Sábado	Abril	4	24
04-Mai-08	Domingo	Maio	4	21
12-Mai-08	Segunda	Maio	6	44
20-Mai-08	Terça	Maio	6	45
28-Mai-08	Quarta	Maio	6	35
05-Jun-08	Quinta	Junho	6	43
13-Jun-08	Sexta	Junho	6	27
21-Jun-08	Sábado	Junho	4	23
29-Jun-08	Domingo	Junho	4	19
07-Jul-08	Segunda	Julho	6	39
15-Jul-08	Terça	Julho	6	38
23-Jul-08	Quarta	Julho	6	44
31-Jul-08	Quinta	Julho	6	45
08-Ago-08	Sexta	Agosto	6	32
16-Ago-08	Sábado	Agosto	4	20
24-Ago-08	Domingo	Agosto	4	18

01-Set-08	Segunda	Setembro	6	35
09-Set-08	Terça	Setembro	6	54
17-Set-08	Quarta	Setembro	6	44
25-Set-08	Quinta	Setembro	6	39
03-Out-08	Sexta	Outubro	6	59
11-Out-08	Sábado	Outubro	4	23
19-Out-08	Domingo	Outubro	4	23
27-Out-08	Segunda	Outubro	6	45
04-Nov-08	Terça	Novembro	6	40
12-Nov-08	Quarta	Novembro	6	50
20-Nov-08	Quinta	Novembro	6	41
28-Nov-08	Sexta	Novembro	6	39
06-Dez-08	Sábado	Dezembro	4	19
14-Dez-08	Domingo	Dezembro	4	23
22-Dez-08	Segunda	Dezembro	6	49
30-Dez-08	Terça	Dezembro	6	39
TOTAIS	46 dias	12 meses	248 noticiários	N = 1626

Nota: A diferença de seis para quatro blocos noticiosos ao sábado e domingo deve-se ao facto da Rádio Comercial não emitir blocos noticiosos ao fim-de-semana. Para cada operador foram analisados dois blocos diários: o das 8h00 e o das 18h00.

O período de análise da amostra de serviços de programas generalistas de radiodifusão vai de Janeiro a Dezembro de 2008. Foram monitorizados **248 blocos informativos** de três operadores, incluindo um de serviço público, num total de **1626 peças** distribuídas da seguinte forma:

- 92 emissões da RDP Antena 1 com um total de 703 peças.
- 92 emissões da Rádio Renascença com um total de 613 peças.
- 64 emissões da Rádio Comercial com um total de 310 peças.

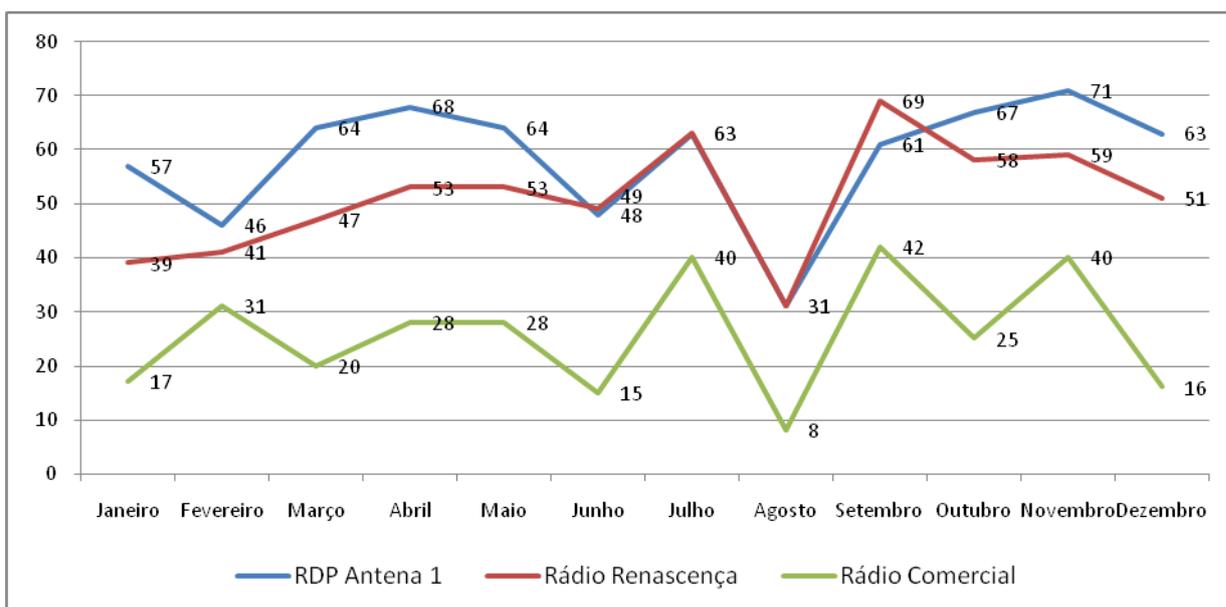
Em cada dia seleccionado foram analisados dois blocos informativos distintos, o das 8h00 e o das 18h00.

- Deve notar-se que a emissão dos blocos informativos considerados na análise não é constante, isto é, em determinados dias, não existiram edições das 8h00 e das 18h00. Quando isso se verificou, o critério seguido foi tomar como referência o bloco imediatamente posterior e, na ausência de qualquer bloco posterior, o imediatamente anterior. A utilização desse critério foi criada de modo a equilibrar a amostra analisada
- Em anexo, é apresentada uma tabela onde aparece a lista de dias da amostra e os blocos informativos das 8h00 e das 18h00, sendo assinalados todos os que não existiram e referidos aqueles que foram analisados em seu lugar. De acordo com os dados apresentados, é possível verificar que as ausências dos blocos informativos analisados variam de acordo com o operador. No caso da RDP Antena 1, as ausências dos blocos informativos acontecem sobretudo na emissão das 18h00. No

período em análise, apenas houve um dia em que este operador não emitiu o bloco informativo das 8h00.

- No caso da Rádio Renascença, também o bloco das 18h00 é igualmente aquele em que se verificam mais ausências. Nesses casos, a opção foi, na maioria dos casos, analisar o bloco das 19h00, ou seja, o imediatamente posterior, conforme estabelecido no critério definido. Apenas em quatro casos não foi possível seguir esse critério, tendo sido analisados os blocos informativos das 17h00 e das 13h00, ou seja, os imediatamente anteriores.
- A variação do número de emissões registado na Rádio Comercial, ao contrário dos outros dois operadores, é constante e deve-se ao facto de serem inexistentes blocos informativos das 8h00 e das 18h00 aos sábados e domingos, ou seja, durante os fins-de-semana. Nestes dias, também não foi possível analisar blocos informativos em alternativa, pois ao fim-de-semana este operador não apresenta qualquer bloco informativo na sua grelha de emissão. Como será explicado adiante, isso pode ser um factor explicativo do menor número de peças analisado em relação à RDP Antena 1 e à Rádio Renascença, que não apresentaram nenhum dia na sua grelha, no período em amostra, sem emissão de blocos informativos.

FIG. 2 Número de peças emitidas e analisadas, por mês e por operador



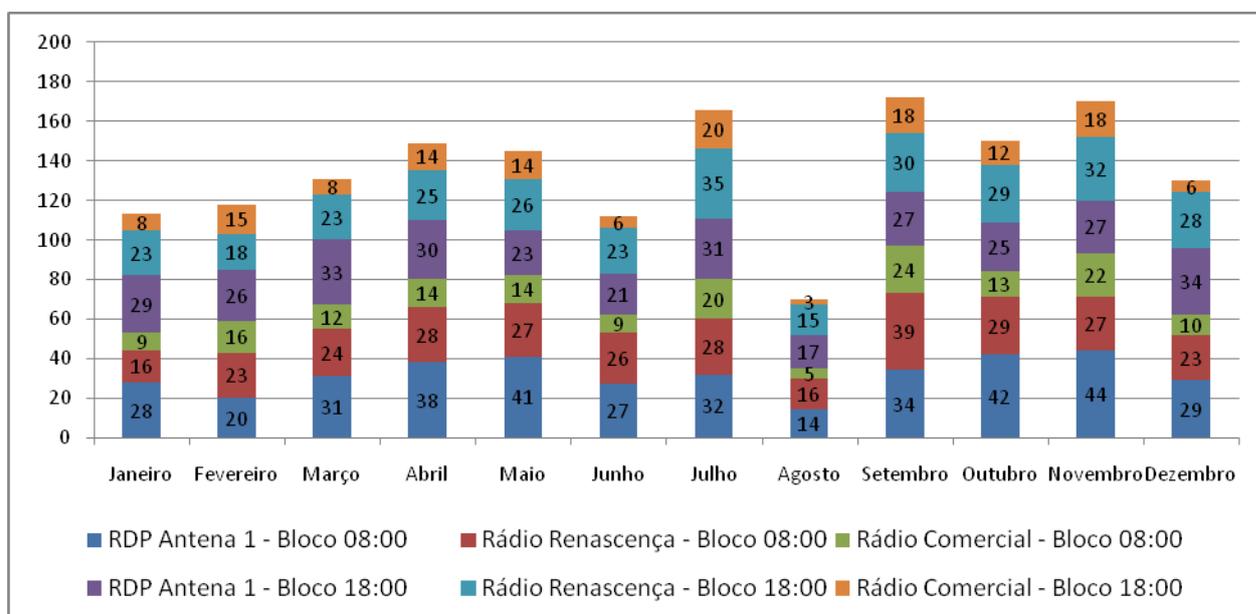
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em números absolutos.

- De acordo com a **distribuição dos conteúdos analisados por meses do ano** representada na figura 2, verifica-se que tendencialmente a RDP Antena 1 é o operador que por mês regista maior número de peças e a Rádio Comercial a que se caracteriza por blocos com menor número de peças.
- Contam-se como meses em que a Rádio Renascença se aproxima dos totais da RDP Antena 1, Junho, Julho, Agosto e Setembro. Nos últimos três meses do ano, esse operador chega mesmo a superar o número de peças do serviço de programas público. Por sua vez, a Rádio Comercial não chega a atingir o número de peças dos

restantes operadores em nenhum dos meses de 2008, verificando-se os valores mais elevados em Julho, Setembro e Novembro, meses em que a Rádio Renascença e a RDP Antena 1 também apresentam as suas maiores subidas relativamente ao mês imediatamente anterior. Outra característica comum aos serviços de programas é que os três apresentam o menor número de conteúdos em Agosto.

- Setembro foi o **mês com maior número de peças** analisadas (172) e Agosto o mês com menor número de peças (70).
- A RDP Antena 1 emitiu mais peças em Novembro (71), a Rádio Renascença em Setembro (69) e a Rádio Comercial também em Setembro (42). O facto de a Rádio Comercial ter emitido mais peças nesse mês, mas também em Julho e Novembro, justifica-se pela ausência de dias da amostra que coincidam com o fim-de-semana. Isso significa que este operador nesses meses apresenta todos os blocos informativos na sua grelha de emissão.

FIG. 3 Número de peças emitidas e analisadas, por mês, operador e bloco

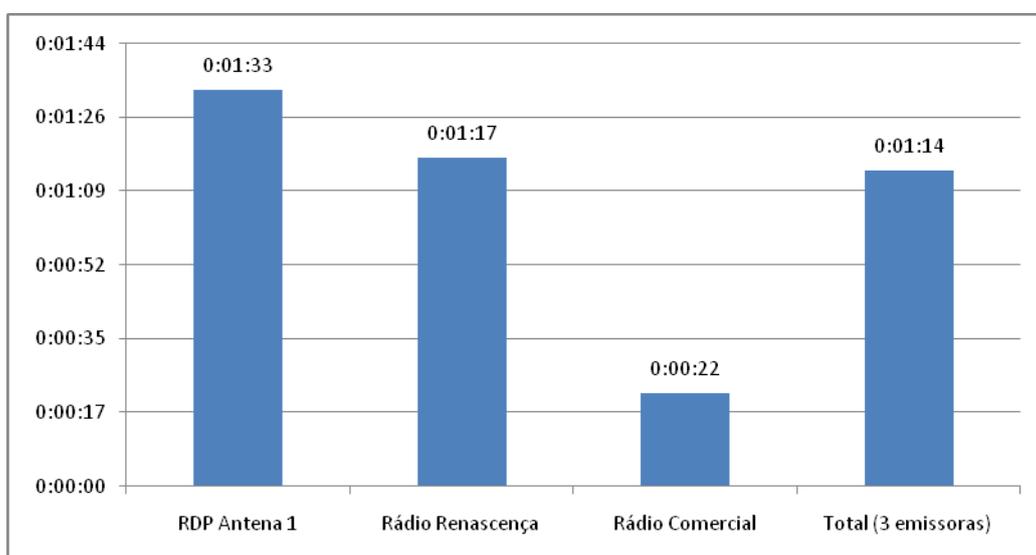


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em números absolutos.

- O **dia da amostra** em que foi emitido e analisado o maior número de peças (59) corresponde a uma sexta-feira, 3 de Outubro, o dia com menor número de peças (18) um domingo, 24 de Agosto. A RDP Antena 1 é o operador responsável pelo maior número de peças existentes no dia 3 de Outubro, uma vez que nesse dia emitiu 30 peças nos seus dois blocos informativos, quando a sua média diária são cerca de 15 peças. Nesse dia, os blocos informativos das 8h00 e 18h00 da RDP Antena 1 apresentam uma duração superior a 15 minutos e dedicam maior número de peças ao subtema *crise financeira*.
- O menor número de peças no dia 24 de Agosto justifica-se sobretudo pelo facto da RDP Antena 1 apresentar apenas oito peças e a Rádio Comercial, dado ser fim-de-semana, não apresentar blocos informativos.

- Como referido anteriormente, a RDP Antena 1 apresenta uma média diária de 15 peças no conjunto dos blocos informativos analisados, sendo que no total da amostra emitiu maior número de peças no bloco das 8h00 (380) do que no das 18h00 (323). A Rádio Renascença emitiu uma média diária de 13 peças nos mesmos períodos horários, com um número de conteúdos quase idêntico na emissão das 8h00 (306) e das 18h00 (307). No que diz respeito à Rádio Comercial, considerando apenas os dias da amostra em que este operador teve blocos informativos (todos, excepto os fins-de-semana), verifica-se que os blocos informativos das 8h00 e das 18h00 tiveram uma média diária de nove conteúdos, sendo que a maioria foi emitida no bloco da manhã, com 168 peças em relação às 142 peças emitidas no bloco da tarde.

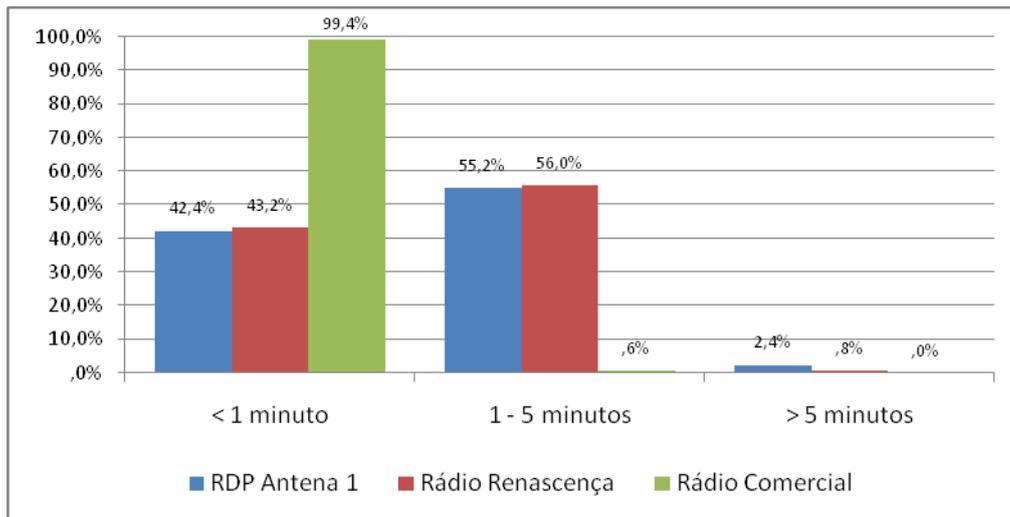
FIG. 4 Duração média das peças, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em horas: minutos: segundos .

- Como é possível observar na figura 4, a **duração média das peças** no total dos três serviços de programas é de 1 minuto e 14 segundos. Relativamente a esse total, verifica-se que apenas o operador de serviço público e a Rádio Renascença apresentam peças com duração média superior. A RDP Antena 1 regista uma duração média superior em 19 segundos e a Rádio Renascença em 3 segundos. No que diz respeito à Rádio Comercial, verifica-se que a duração média dos conteúdos desse operador se afasta da duração média de 1 minuto e 14 segundos. Na Rádio Comercial, as peças emitidas têm em média uma duração de 22 segundos.
- Em termos gerais, a duração média das peças é semelhante no bloco das 8h00 e no bloco das 18h00, ou seja, as peças transmitidas no período da manhã têm uma duração semelhante àquelas que são emitidas no bloco da tarde. Note-se, no entanto, que, na RDP Antena 1, as peças dos blocos informativos das 18h00 têm uma duração média superior (1 minuto e 42 segundos) em relação aos blocos emitidos no horário das 8h00 (1 minuto e 26 segundos).

FIG. 5 Duração das peças, por operador



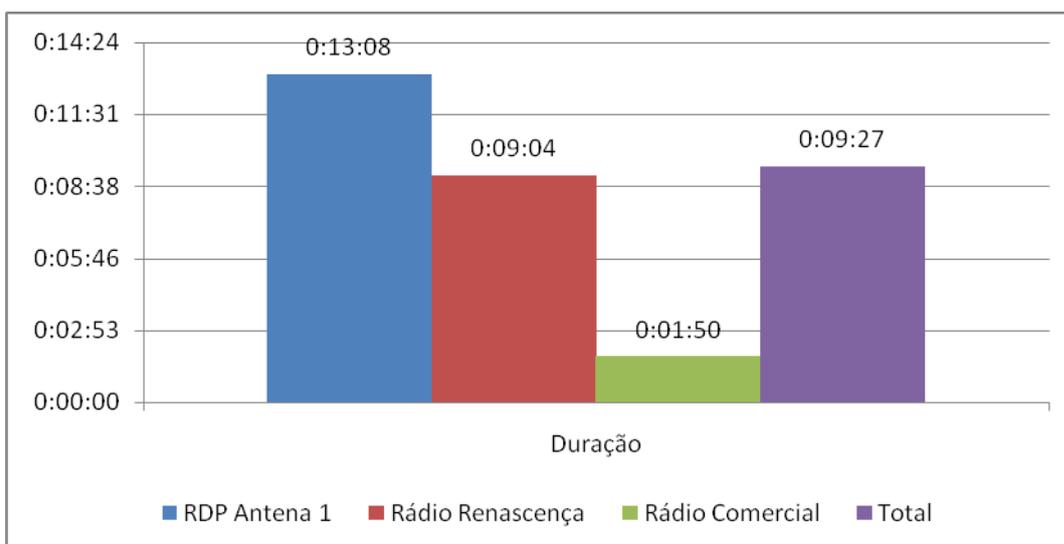
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- Sintetizando a caracterização das peças dos serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados, verifica-se que a maioria das peças do operador público e da Rádio Renascença apresenta uma duração de 1 a 5 minutos. No entanto, na RDP Antena 1, a maioria das peças dos blocos informativos das 8h00 tem duração inferior a 1 minuto.
- No que diz respeito aos conteúdos da Rádio Comercial, 99,4% tem duração inferior a 1 minuto, ou seja, são peças de curta duração. Esta é o único operador que, no período da amostra, não apresentou peças de longa duração (superiores a 5 minutos). A RDP Antena 1 é o operador que apresenta maior número de conteúdos com essa duração, o que pode estar directamente relacionado com o tempo médio de emissão dos blocos informativos em que essas peças são emitidas. As peças com duração superior a 5 minutos são as menos frequentes nos serviços de programas analisados, sendo que, como referido anteriormente, na Rádio Comercial são inexistentes.
- No operador público, as 17 peças com mais de 5 minutos são sobretudo sobre os temas *política nacional, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*. Nas peças de longa duração sobre *política nacional* encontram-se assuntos como a revisão do estatuto político-administrativo dos Açores em duas peças, uma emitida no momento em que foi vetado e outra quando foi promulgado. Nas restantes peças de longa duração da RDP Antena 1, apenas mais duas têm um assunto comum entre si, duas peças sobre a campanha para a presidência dos EUA.
- Na Rádio Renascença, as cinco peças emitidas com mais de 5 minutos são sobre os temas *política nacional, ordem interna e assuntos internacionais*, sendo que entre elas não há nenhum assunto em comum.
- Apenas uma peça de longa duração da RDP Antena 1 e uma peça de longa duração da Rádio Renascença têm um assunto em comum nos dias da amostra. Trata-se de duas peças que referem um incêndio que destruiu um prédio na avenida da

Liberdade, em Lisboa, em Julho de 2008.

- Como anteriormente referido, a Rádio Comercial não emitiu nenhuma peça com duração superior a 5 minutos no período da amostra, sendo que os conteúdos mais longos emitidos foram apenas dois em 310 e tiveram uma duração de cerca de 1 minuto cada. Essas peças são sobre o momento em que Luis Filipe Menezes deixa a liderança do PSD e sobre o aumento dos preços do petróleo.

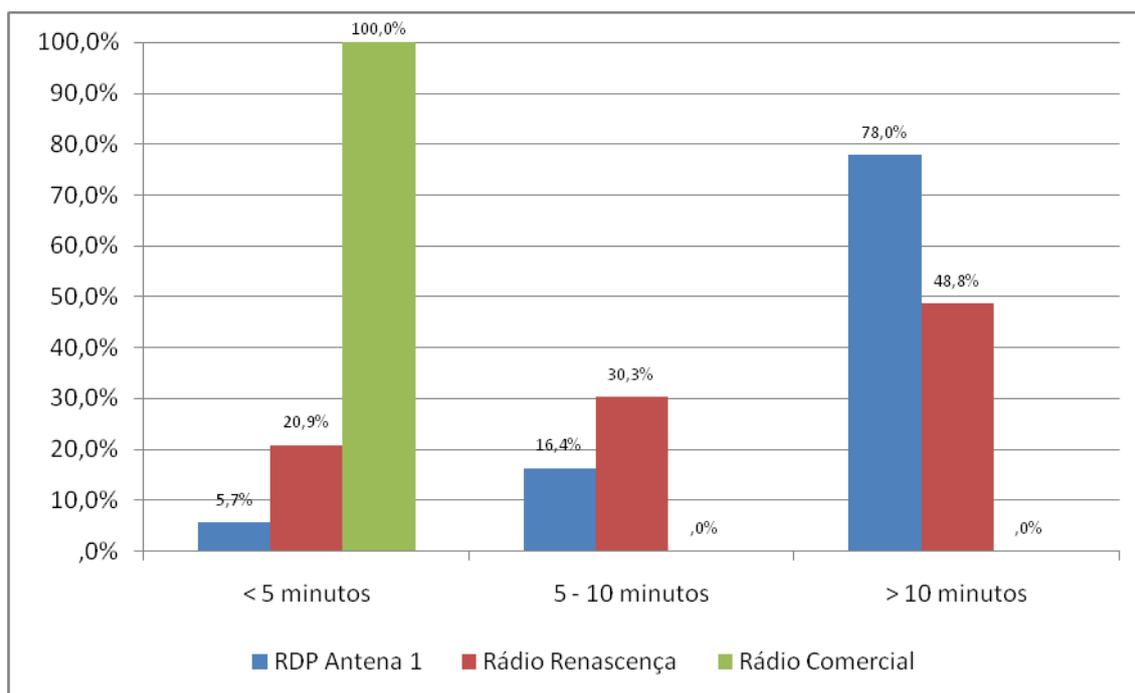
FIG. 6 Duração média dos blocos informativos analisados, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em horas:minutos:segundos.

- No que diz respeito à **duração média** dos blocos informativos analisados, verifica-se que apenas os blocos da RDP Antena 1 têm uma duração superior à duração média dos blocos dos três serviços de programas analisadas (9 minutos e 27 segundos), sendo que os da Rádio Renascença se aproximam dessa duração média, com 9 minutos e 4 segundos.
- A Rádio Comercial, em termos de duração média do bloco informativo, afasta-se dos restantes operadores, com 1 minuto e 50 segundos.
- Em termos de blocos informativos isoladamente, verifica-se que, na RDP Antena 1, em média, os das 8h00 (13 minutos e 39 segundos) são mais longos que os das 18h00 (12 minutos e 31 segundos). Nos serviços de programas privados, a diferença de duração média dos dois períodos horários é inferior, sendo que, na Rádio Renascença, os blocos informativos das 8h00 duram em média 8 minutos e 53 segundos e os das 18h00 duram 9 minutos e 14 segundos. Na Rádio Comercial, os blocos da manhã têm uma duração média de 1 minuto e 56 segundos e os da tarde de 1 minuto e 41 segundos.

FIG. 7 Duração do bloco informativo, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- Em termos gerais, analisando a **duração dos blocos informativos** por serviço de programas, verifica-se que 78% dos blocos informativos da RDP Antena 1 têm uma duração superior a 10 minutos e apenas 5,7% duram menos de 5 minutos, sendo que essa duração mais curta é mais comum nos blocos das 8h00.
- Os blocos do operador público que duram menos de 5 minutos têm como temas mais frequentes *desporto* (futebol e outras modalidades desportivas) e *política nacional*.
- Em relação à Rádio Renascença, verifica-se que também nesse operador a maioria dos blocos informativos (48,8%) tem duração superior a 10 minutos, embora essa característica não seja claramente dominante como acontece no operador público. Na Rádio Renascença, 30,3% dos blocos informativos têm duração entre 5 e 10 minutos e 20,9% duram menos de 5 minutos. Nos blocos informativos do operador com duração superior a 10 minutos, destacam-se, sobretudo, as peças sobre o tema *política nacional*, mas também as peças sobre *economia*, *finanças* e *negócios*, *assuntos internacionais* e *ordem interna*. Esses são também os temas mais frequentes nas peças dos blocos informativos com duração de 1 a 5 minutos e com menos de 5 minutos, embora nestes também as peças sobre *desporto* se destaquem.
- Deve notar-se que é nos blocos informativos do operador com duração superior a 10 minutos que se encontram a maior parte das peças da amostra sobre *crença e religião*, tema que, como se verá adiante, se encontra entre os conteúdos menos frequentes no operador.
- Em relação à Rádio Comercial, e de acordo com o que havia sido referido anteriormente, a totalidade dos blocos informativos analisados têm duração inferior a 5 minutos, sendo que o mais longo foi emitido no bloco das 8h00, no dia 9 de

Setembro, e teve uma duração de 2 minutos e 13 segundos. O mais curto foi transmitido no bloco das 18h00, no dia 13 de Junho, e teve a duração de 18 segundos, sendo constituído por uma única peça sobre a possibilidade de o Futebol Clube do Porto poder ir à Taça UEFA.

e) Temas principais

FIG. 8 *Temas principais, por operador*

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	26,9%	29,9%	20,6%	26,8%
Assuntos Internacionais	14,4%	11,3%	11,3%	12,6%
Economia, Finanças e Negócios	10,0%	11,3%	11,9%	10,8%
Ordem Interna	9,8%	12,2%	10,3%	10,8%
Desporto	11,2%	7,0%	16,8%	10,7%
Sistema Judicial	3,6%	4,2%	9,4%	4,9%
Relações Laborais	4,4%	3,6%	5,8%	4,4%
Assuntos Comunitários	3,7%	3,3%	2,6%	3,3%
Ambiente	5,3%	2,4%	0,3%	3,3%
Cultura	2,6%	1,1%	1,6%	1,8%
Cerimónias e Celebrações	1,7%	2,0%	1,6%	1,8%
Crença e Religião	0,1%	4,2%	-	1,7%
Sociedade	1,1%	2,3%	1,3%	1,6%
Educação	1,3%	1,8%	1,9%	1,6%
Ciência e Tecnologia	1,7%	1,1%	1,3%	1,4%
Saúde e Acção Social	1,7%	0,8%	1,3%	1,3%
Urbanismo	0,4%	0,7%	1,0%	0,6%
Grupos Minoritários	-	0,3%	0,6%	0,2%
Comunicação	0,1%	0,3%	-	0,2%
População	-	0,2%	0,3%	0,1%
Total	100% (703)	100% (613)	100% (310)	100% (1626)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- A **temática** mais frequente e comum às peças dos três operadores é a *política nacional*. A presença dominante do tema *política nacional* nas peças dos três serviços de programas acontece tanto nos conteúdos emitidos nos blocos das 8h00, como nos blocos das 18h00. No entanto, deve referir-se que, no bloco da tarde, o número de peças sobre este tema é superior quer no operador público, quer nos privados.
- No conjunto dos três serviços de programas analisados, as restantes peças referem sobretudo os temas *assuntos internacionais*, *economia, finanças e negócios*, *desporto* e *ordem interna*. Tomando em consideração a sua prioridade por serviço de programa:

- RDP Antena 1: *política nacional, assuntos internacionais, desporto e economia, finanças e negócios;*
 - Rádio Renascença: *política nacional, ordem interna, economia, finanças e negócios e assuntos internacionais;*
 - Rádio Comercial: *política nacional, desporto, economia, finanças e negócios e assuntos internacionais.*
- Em relação aos temas menos frequentes, verifica-se que alguns também são comuns aos três serviços de programas. As peças sobre *urbanismo, grupos minoritários, comunicação e população* não representam sequer 1% dos conteúdos da RDP Antena 1 e dos operadores privados. No operador público, também representam menos de 1% as peças sobre *crença e religião*, tema que na Rádio Renascença aparece em 4,2% dos conteúdos e que na Rádio Comercial não aparece como tema dominante em nenhum conteúdo.
 - Na Rádio Comercial, também as peças sobre o tema *ambiente* representam menos de 1%, sendo que na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença esse tema é dominante em 5,3% e 2,4% dos conteúdos.
 - Em termos gerais, também as peças com os temas *cultura, cerimónias e celebrações, sociedade, educação, ciência e tecnologia e saúde e acção social* têm uma representação residual nos três serviços de programas.
 - As figuras seguintes passam a detalhar os vários subtemas dos grupos temáticos enunciados, tomando-se como limite mínimo os casos com frequências acima dos 10%, ou seja, com um mínimo de aproximadamente 165 peças.
 - No contexto de uma análise longitudinal de outros meios de comunicação social, e fazendo o cumprimento do pluralismo cultural e religioso parte das obrigações do regulador, considerou-se relevante detalhar os subtemas das peças sobre *cultura e religião*. Por outro lado, dada a vulnerabilidade social dos grupos visados nas peças ligadas ao tema *grupos minoritários*, tomou-se também em particular a análise destes temas.
 - O tema *política nacional*, o mais representativo nas peças dos três serviços de programas, será aprofundado adiante. Nesse ponto, será feita uma análise mais detalhada não só dos subtemas das peças de *política nacional*, mas também serão referidos os actores políticos nacionais que protagonizam os conteúdos dos operadores analisados.

FIG. 9 Subtemas no domínio dos *assuntos internacionais*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Eleições Políticas Internacionais	3,7%	1,5%	2,9%	2,7%
Conflitos Armados	2,7%	1,8%	1,6%	2,2%
Atentados e Terrorismo	1,4%	2,1%	2,3%	1,8%
Relações Diplomáticas	0,7%	2,3%	1,0%	1,4%
Crise Internacional	1,6%	1,1%	0,3%	1,2%
Acções Governativas/Estado	1,4%	0,7%	1,3%	1,1%
Actividades de Organizações Internacionais	1,1%	1,0%	0,3%	0,9%
Segurança e Espionagem	0,9%	0,2%	0,3%	0,5%
Cooperação e Ajuda Diplomática	0,6%	0,3%	-	0,4%
Outros Assuntos Internacionais	0,3%	0,3%	1,3%	0,5%
Total	14,4% (101)	11,3% (69)	11,3% (35)	12,6% (205)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Assuntos Internacionais nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 205. Valores em percentagem.

- As peças sobre o tema *assuntos internacionais* são as segundas mais frequentes no total da amostra dos três serviços de programas, sendo que são mais representativas na RDP Antena 1 (14,4%) do que nos privados (nas quais representam 11,3% do total das peças com esse tema).
- A figura acima representada permite verificar mais pormenorizadamente os subtemas referidos nas 205 peças da amostra que têm o tema dominante *assuntos internacionais*. Na RDP Antena 1 e na Rádio Comercial a maior parte dessas peças refere assuntos ligados a *eleições políticas internacionais*, sobretudo as eleições para a presidência dos EUA, mas também, embora em menos peças, os actos eleitorais no Zimbabué, no Paquistão e em Angola.
- Os *conflitos armados* são um subtema também destacado, particularmente no operador público, em peças sobre a questão da faixa de Gaza, o Iraque, o Kosovo, os incidentes no Tibete no período dos Jogos Olímpicos e a Ossétia do Sul.
- Nos operadores privados, também é tema frequente nas peças de *assuntos internacionais* o subtema *atentados e terrorismo* e, na Rádio Renascença, o subtema *relações diplomáticas*.
- Em termos de blocos informativos, verifica-se que a representatividade das peças sobre *assuntos internacionais* não é igual nos blocos das 8h00 e das 18h00. No caso da RDP Antena 1, a maior parte das peças sobre *assuntos internacionais* do operador são emitidas no bloco das 8h00 (62,4%) e 37,6% no bloco das 18h00. Também nos serviços de programas privados, os conteúdos sobre esse tema aparecem mais vezes no bloco das 8h00, mas a diferença entre a presença de peças sobre *assuntos internacionais* não é tão acentuada como no operador público.
- Na Rádio Renascença, 53,6% das peças aparecem no bloco das 8h00 e 46,4% são emitidas no bloco da tarde. No caso da Rádio Comercial, 42,9% dos conteúdos sobre

assuntos internacionais são emitidos no bloco das 18h00 e 57,1% no bloco da manhã.

FIG. 10 Subtemas no domínio da *economia, finanças e negócios*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Indicadores Económicos	3,0%	3,6%	6,8%	3,9%
Crise Financeira	4,1%	1,6%	1,6%	2,7%
Empresas e Negócios	1,1%	1,8%	1,0%	1,4%
Actividades de Organizações Económicas	0,9%	1,1%	1,0%	1,0%
Mercado Bolsista	0,6%	1,5%	0,6%	0,9%
Consumo/Consumidores	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Turismo	-	0,7%	-	0,2%
Indústria	-	0,2%	-	0,1%
Outros Economia, Finanças e Negócios	-	0,5%	0,6%	0,3%
Total	10% (70)	11,3% (69)	11,9% (37)	10,8% (176)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Economia, Finanças e Negócios nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 176. Valores em percentagem.

- O terceiro tema mais frequente nas peças da amostra, a par de *ordem interna*, é *economia finanças e negócios*. No total da amostra, representa 10,8% dos temas presentes nas peças, sendo que, embora ligeiramente, é mais frequente nos serviços de programas privados. Na Rádio Comercial, as peças sobre esse tema referem sobretudo assuntos ligados a indicadores económicos. São conteúdos sobre a oscilação nos preços dos combustíveis, mas também sobre as alterações nas taxas de juro, os quais também aparecem nos blocos informativos da Rádio Renascença e do operador público.
- Na RDP Antena 1, também são frequentes as peças sobre economia que abordam assuntos relacionados com a crise financeira, nomeadamente, as que referem a intervenção de bancos internacionais e as reuniões de países da União Europeia na tentativa de a resolver.
- Deve referir-se que as peças que têm como subtemas *indicadores económicos*, mercado bolsista e crise financeira muitas vezes, embora coloquem o enfoque num deles, referem os restantes, uma vez que estão interligados. Embora sem se afastar da distribuição que o tema segue nos restantes serviços de programas, verifica-se que a Rádio Renascença é a que diversifica mais o enfoque dominante nas peças sobre *economia, finanças e negócios*. O tema da *economia, finanças e negócios* foi marcado pela apresentação de indicadores económicos, seguido pela temática da crise financeira.

FIG. 11 Subtemas no domínio da *ordem interna*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Acidentes e Catástrofes	3,6%	3,8%	3,9%	3,7%
Actividades Policiais	1,8%	2,6%	3,2%	2,4%
Crimes	1,4%	2,4%	1,0%	1,7%
Manifestações/Reivindicações	1,6%	1,5%	0,3%	1,3%
Incêndios	0,6%	1,3%	1,0%	0,9%
Actividades Bombeiros e Protecção Civil	-	0,3%	1,0%	0,3%
Prevenção	0,6%	-	-	0,2%
Outros Ordem Interna	0,3%	0,2%	-	0,2%
Total	9,8% (69)	12,2% (75)	10,3% (32)	10,8% (176)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Ordem Interna nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 176. Valores em percentagem.

- As peças sobre *ordem interna* são, a par das peças sobre *economia*, *finanças* e *negócios*, as terceiras mais presentes nas 1626 peças analisadas. Em termos isolados, esse tema é mais frequente nos conteúdos da Rádio Renascença, sendo que no operador público e na Rádio Comercial apresenta representatividade semelhante.
- No plano da *ordem interna*, os *acidentes e catástrofes* mereceram destaque semelhante nas peças dos três serviços de programas. Entre estes casos, são comuns aos três operadores os acontecimentos que referem trabalhadores portugueses que em Espanha sofreram um acidente de trabalho, os danos de chuvas intensas em vários pontos do País que trazem à discussão a necessidade de apoio governamental, o acidente de avião na Venezuela que vitima dois portugueses. O tema da segurança dos transportes aéreos assume-se também como relevante na agenda dos três programas generalistas de radiodifusão analisados.
- No contexto peças sobre *acidentes*, outros assuntos relacionados com crianças foram apontados, como um ataque de um cão de raça considerada perigosa e um atropelamento no Porto.
- Assiste-se assim à selecção de eventos em que o critério de proximidade, por envolver indivíduos de nacionalidade portuguesa, se assume como valor notícia.
- No entanto, em termos de número de peças, verifica-se que os conteúdos dos operadores sobre *acidentes e catástrofes* são maioritariamente sobre acontecimentos relativos a outros países. Nessas peças são referidos: um sismo na China e no Japão, furacão Gustav nos EUA e México, cheias em Moçambique, queda de avião no Quirguistão e na Suíça, naufrágio na Galiza. Alguns destes acontecimentos são referidos em mais do que uma peça de um mesmo operador, como é o caso dos sismos nos países asiáticos e os furacões nos EUA.
- As *actividades policiais*, segundo subtema mais frequente nas peças sobre *ordem interna*, são referidas sobretudo em conteúdos sobre acontecimentos no País, apesar de algumas remeterem para as actividades de forças de segurança de outros países. Como exemplo podem referir-se peças sobre as investigações do desaparecimento

da criança Mari Luz, a actuação da polícia indiana perante atentados em Bombaim e uma operação da polícia australiana no combate a uma rede de pedofilia.

- A prevalência de peças sobre as actividades de forças de segurança nacionais (GNR, PJ, PSP) em relação às peças sobre actividades de polícias estrangeiras é comum na RDP Antena 1 e nos operadores privados. Outro ponto comum aos três serviços de programas em relação a esse subtema é o facto de os três apresentarem nos seus alinhamentos peças sobre as mesmas actividades policiais, nomeadamente, diversas apreensões de substâncias ilícitas, a “Operação Estrada Segura” e a “Operação Carnaval”.
- Outros acontecimentos envolvendo questões de violência e segurança mereceram destaque informativo, entre as quais, as referentes a *crimes*, como assaltos a dependências bancárias em vários pontos do País (incluindo o assalto ao BES em Campolide que envolveu um sequestro), rapto de um lusodescendente na Venezuela, o caso “*carjacking* em Oeiras”, homem baleado numa esquadra da PSP e os confrontos da Quinta da Fonte em Loures.
- Um assunto com particular contestação cívica que mereceu cobertura foi os encerramentos de unidades de urgência de cuidados de saúde, como o ilustra o caso de Anadia. Como se verá no ponto sobre *política nacional*, este é um assunto que também aparece a propósito das *políticas para a saúde*.
- No que diz respeito aos blocos informativos, verifica-se que no operador público as peças sobre o tema *ordem interna* são mais frequentes na edição das 18h00 (63,8%) do que no período das 8h00 (36,2%). Nos serviços de programas generalistas de radiodifusão privados, isso também acontece na Rádio Renascença, sem que a diferença entre os blocos informativos do operador seja tão acentuada como na RDP Antena 1. Neste operador, 54,7% dos conteúdos de *ordem interna* estão presentes no bloco da tarde e os restantes 45,3% aparecem na edição da manhã.
- A Rádio Comercial é a única que emite mais peças sobre o tema *ordem interna* no bloco das 8h00 (53,1%), embora 46,9% dos seus conteúdos sobre a temática estejam incluídos no período da tarde.

FIG. 12 Subtemas no domínio *desporto*, por operador

	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Futebol	7,3%	4,2%	13,2%	7,3%
Outras Modalidades	2,4%	2,0%	0,6%	1,9%
Irregularidades	1,6%	0,8%	2,3%	1,4%
Actividades de Organizações e Federações Desportivas	-	-	0,3%	0,1%
Outros Desporto	-	-	0,3%	0,1%
Total	11,2% (79)	6,7% (43)	16,8% (52)	10,7% (174)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Desporto nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 174. Valores em percentagem.

- As peças sobre *desporto* foram, como anteriormente referido, as quartas mais frequentes na amostra dos três serviços de programas em 2008. No entanto,

recorde-se, esse tema está presente sobretudo nos conteúdos da Rádio Comercial, onde aparece como segundo tema mais frequente. Nos conteúdos sobre *desporto*, o *futebol* foi a modalidade mais presente, nomeadamente, as jornadas do campeonato nacional, a Taça UEFA e o Euro 2008.

- Em relação às peças dos serviços de programas sobre as restantes modalidades desportivas, pode verificar-se que os conteúdos sobre a participação dos atletas portugueses nos Jogos Olímpicos de Pequim e sobre as etapas da Volta a Portugal em Bicicleta foram os mais frequentes na amostra, sobretudo nos serviços da RDP Antena 1 e da Rádio Renascença. Nos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 deste operador, também foram difundidas peças sobre os jogos para-olímpicos.
- Na Rádio Comercial, os conteúdos sobre *desporto* aparecem sobretudo no bloco das 8h00 (75%). Já no operador público, o segundo onde o tema é mais frequente, 60,8% peças de desporto aparecem no bloco da manhã e 39,2% no bloco das 18h00. Essa tendência é seguida pela Rádio Renascença, que emite 67,4% dos seus conteúdos desportivos no bloco das 8h00 e os restantes 32,6% na edição da tarde.
- Entre as restantes categorias temáticas, o plano do sistema judicial não assumiu uma relevância particular, embora seja o tema mais referido seguidamente ao desporto, e que se considera pertinente uma leitura geral, dados os dispostos legais que atentam especialmente sobre a cobertura deste tipo de acontecimentos, nomeadamente, o segredo de justiça e protecção da identidade dos envolvidos.
- No plano da justiça, o “caso Joana” voltou a público em virtude da denúncia de Leonor Cipriano, mãe da criança, alegando ter sido torturada por agentes policiais para confessar a morte da filha. O caso de corrupção na PSP que levou à constituição de 23 arguidos mereceu destaque, sendo inclusivamente apresentado como o primeiro que coloca em julgamento inspectores judiciais. Este tema é relacionado com a questão da lei das armas.
- O julgamento de Mário Machado, líder do movimento de extrema-direita, mereceu também destaque. Outros casos de justiça foram, o “processo do Apito Dourado”, o “caso Esmeralda”, “Casa Pia”, o julgamento no Reino Unido de Vale e Azevedo, a “Operação Chicote” (suspeita de furto e transformação de viaturas para venda no mercado nacional), a “Operação Furacão” (buscas judiciais a quatro grandes instituições bancárias por suspeita de fraude fiscal e branqueamento de capitais), “caso McCann” (a propósito da partilha de informações entre as polícias britânica e portuguesa e da indemnização de um dos suspeitos, Robert Murat), e a sentença do “gangue do multibanco”.
- As crianças para além de referidas em contexto escolar, são também focadas no âmbito dos casos de justiça referidos, como o “caso Esmeralda” e “caso McCann”.
- Processos de justiça relacionados com a violência nas escolas, envolvendo professores, alunos e encarregados de educação, foram uma polémica que veio colocar em questão também as condições de ensino, focando as crianças em contexto escolar. No contexto do ensino superior, assumiu destaque o caso do encerramento da Universidade Moderna.

FIG. 13 Subtemas no domínio *cultura*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Artes e Eventos Culturais	2,6%	1,0%	1,3%	1,7%
Outros Cultura	-	0,2%	0,3%	0,1%
Total	2,6% (18)	1,1% (7)	1,6% (5)	1,8% (30)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Cultura nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 30. Valores em percentagem.

- As peças sobre o tema *cultura* representam apenas 1,8% da amostra, sendo exactamente em mesmo número que as peças sobre o tema cerimónias e celebrações. Essa presença residual dos assuntos de *cultura*, enquanto tema dominante, é uma característica comum aos três serviços de programas analisados. Ainda que a RDP Antena 1 tenha este tema mais representado nos conteúdos emitidos, deve referir-se que a presença dessa temática continua a ser diminuta.
- No operador de serviço público, a maior parte das peças sobre *cultura* são sobre estreias de filmes, festivais de música, cinema e teatro. Neste operador, também foram difundidas peças sobre o festival de chocolate de Óbidos e sobre as marchas de Lisboa, assuntos comuns às peças de *cultura* dos serviços de programas privados. Na Rádio Renascença e na Rádio Comercial, são emitidas ainda peças sobre a feira do Livro de Lisboa e sobre eventos musicais.
- Em termos de blocos informativos, dado o número residual de peças sobre o tema na amostra dos três serviços de programas, apenas é possível referir, em termos absolutos, que na RDP Antena 1, 14 das 18 peças sobre *cultura* são emitidos no bloco das 8h00 e as restantes quatro no bloco das 18h00. Na Rádio Renascença seis peças são emitidas na edição da tarde e apenas uma nas edições da manhã. A Rádio Comercial, onde apareceram cinco peças que têm como tema dominante *cultura*, emite duas dessas peças no bloco das 8h00 e três no da tarde.

FIG. 14 Subtemas no domínio *crença e religião*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Cristianismo Católico	0,1%	4,2%	-	1,7%
Total	0,1% (1)	4,2% (26)	-	1,7% (27)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Crença e Religião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 27. Valores em percentagem.

- Tal como o tema anteriormente referido, também *crença e religião* aparece num número diminuto de peças da amostra. Em 1626 conteúdos, apenas 27 remetem para assuntos predominantemente relacionados com *crença e religião*. Além disso, essas peças são pouco diversificadas em termos de subtemas, referindo-se exclusivamente ao *cristianismo católico* (1 na RDP Antena 1 e 26 na Rádio Renascença).
- No período da amostra, a maior parte das peças da Rádio Renascença sobre *crença e religião* têm como assunto dominante a agenda do Papa. Neste operador, são

emitidas peças sobre um encontro entre o Papa e os representantes da ONU, o Presidente dos EUA, George W. Bush, recebido pelo líder da Igreja católica, a participação de Bento XVI nas jornadas da juventude na Austrália, a visita do Papa a França, o planeamento das visitas a Israel, aos territórios palestinianos e à Jordânia e a possibilidade de o Papa visitar África em 2009. No Natal e na Páscoa, também são emitidas peças sobre a bênção da Quaresma e o encontro de Natal entre o Papa e a Cúria Romana.

- Além disso, também são emitidas várias peças ligadas às actividades do santuário de Fátima.
- A única peça emitida neste período na RDP Antena 1 com tema dominante *crença e religião* também remete para a agenda do Papa. É uma peça sobre casos de pedofilia na Igreja católica e o encontro do Papa com as vítimas em Boston, nos EUA.
- Deve referir-se que na amostra há 38 peças que referem crenças e religiões, mas nem sempre como tema dominante.

FIG. 15 Subtemas no domínio *grupos minoritários*, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Minorias Étnicas	-	0,3%	0,6%	0,2%
Total	-	0,3% (2)	0,6% (2)	0,2% (4)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Grupos Minoritários nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 4. Valores em percentagem.

- As peças que têm como dominantes assuntos ligados a *grupos minoritários* são apenas quatro num total de 1626 peças analisadas e aparecem apenas nos blocos informativos dos serviços de programas privados, duas na Rádio Comercial e duas na Rádio Renascença. Esses conteúdos são todos referentes a *minorias étnicas* e três delas têm um assunto comum entre si, ou seja, as duas peças da Rádio Renascença e uma da Rádio Comercial referem os acontecimentos entre grupos de moradores de diferentes etnias do Bairro da Quinta da Fonte (Loures), em Junho de 2008. Apenas uma peça aborda um assunto diferente, referindo uma acusação da organização SOS racismo à PSP pela forma como realizou uma rusga no Martim Moniz (Lisboa).
- Deve referir-se que na amostra existem outras peças, com outros temas, que fazem referência à presença de grupos sociais vulneráveis, como se explora seguidamente.

f) Peças com referência/presença a grupos minoritários/imigração, crença/religião, portadores de deficiência e crianças/jovens

- O presente ponto analisa nos três serviços de programas a representação (referência/presença) de quatro grupos: *minorias étnicas/imigração; crença/religiosidade; portadores de deficiência; crianças/jovens*.

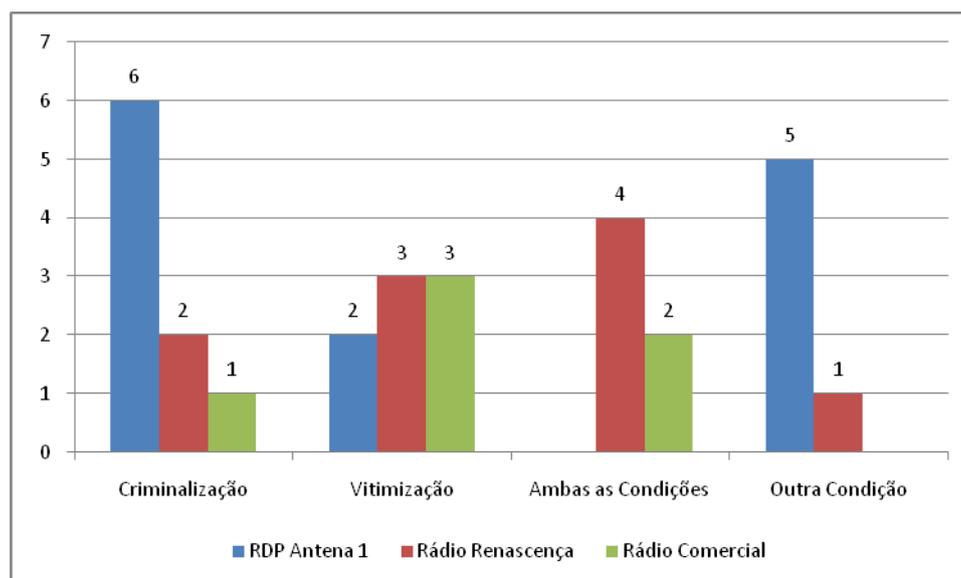
FIG. 16 Peças com referência/presença de grupos minoritários/imigração, por operador

Grupos	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Africanos	2	1	-	3
Paquistaneses	2	1	-	3
Brasileiros	-	1	1	2
ROM	-	1	1	2
Países de Leste	1	-	-	1
Várias Nacionalidades	6	5	4	15
Outras Nacionalidades	2	1	-	3
Total	13	10	6	29

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Grupos Minoritários/Imigração são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 29. Valores em números absolutos.

- Apenas 1,8% do total de peças da amostra dos três serviços de programas faz referência ou conta com a presença de **grupos minoritários ou imigrantes**.
- No que respeita às 29 peças em que *grupos minoritários ou imigrantes* são tratados, o comportamento dos três blocos informativos denota em geral a pouca relevância conferida a este tema e a estes actores, bem como o demonstra a análise geral temática.
- No conjunto dos três serviços de programas, a referência a *grupos minoritários/imigração* foi realizada predominantemente de forma generalizada e combinando vários grupos. Individualmente, destaca-se os *africanos* e os *paquistaneses*.

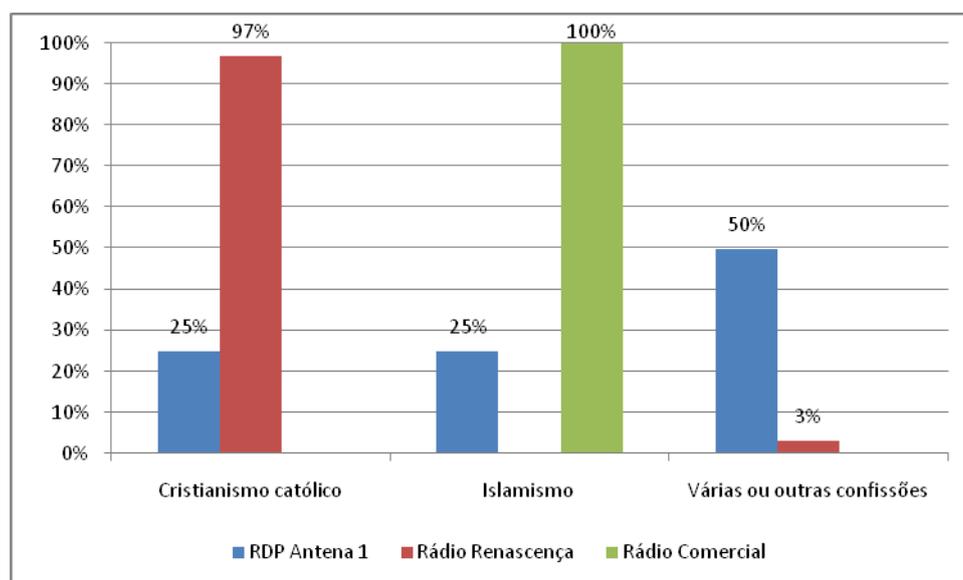
FIG. 17 Qualidade dos grupos minoritários/imigração, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Grupos Minoritários/Imigração são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 29. Valores em números absolutos.

- No que respeita à condição em que os *grupos minoritários/imigração* são retratados, a RDP Antena 1 refere situações de *criminalização*, bem como é o operador em que os *grupos minoritários/imigrantes* são mais referidos. Na Rádio Renascença, está mais presente a combinação de ambas as condições de *vitimização* e *criminalização* e, na Rádio Comercial, a condição de *vitimização*.

FIG. 18 Peças com referência/presença de crença e/ou religiosidade, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Crença e/ou Religiosidade são referidos nos três blocos informativos = 38, Antena 1 = 4, Renascença = 33 e Comercial = 1. Valores em percentagem.

- Verifica-se que 2,3% do total de peças na amostra dos três blocos informativos fazem referência a **crença e religiosidade**.
- Apesar do comportamento dos três blocos ser muito semelhante quanto à pouca relevância geral conferida a esta questão, a Rádio Renascença afirma-se como o operador em que mais peças fazem referência à *crença/religiosidade*, com 32 peças do total de 38, referentes ao *cristianismo católico*. A Rádio Comercial apresentou apenas uma peça e que se refere ao *islamismo*. A RDP Antena 1, apesar de registar um total de apenas quatro peças, focou uma maior diversidade de crenças/religiões.

FIG. 19 Peças com referência/presença de portadores de deficiência, por operador

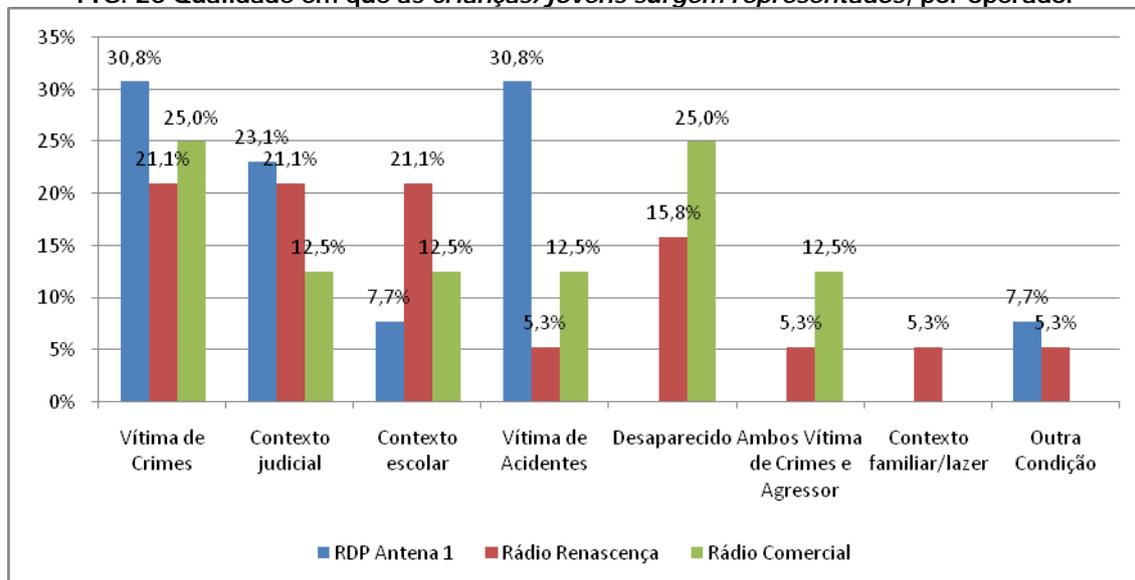
Valores Totais	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Portadores de deficiência	1	6	-	7

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Portadores de Deficiência são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 7. Valores em números absolutos.

- Constata-se que 0,4% do total de peças da amostra dos três serviços de programas fazem referência a **portadores de deficiência**.

- Num total de sete peças, a Rádio Renascença é a que maior número de registos apresenta (seis peças). A RDP Antena 1 difundiu uma peça e na Rádio Comercial nenhuma.

FIG. 20 Qualidade em que as *crianças/jovens surgem representados*, por operador



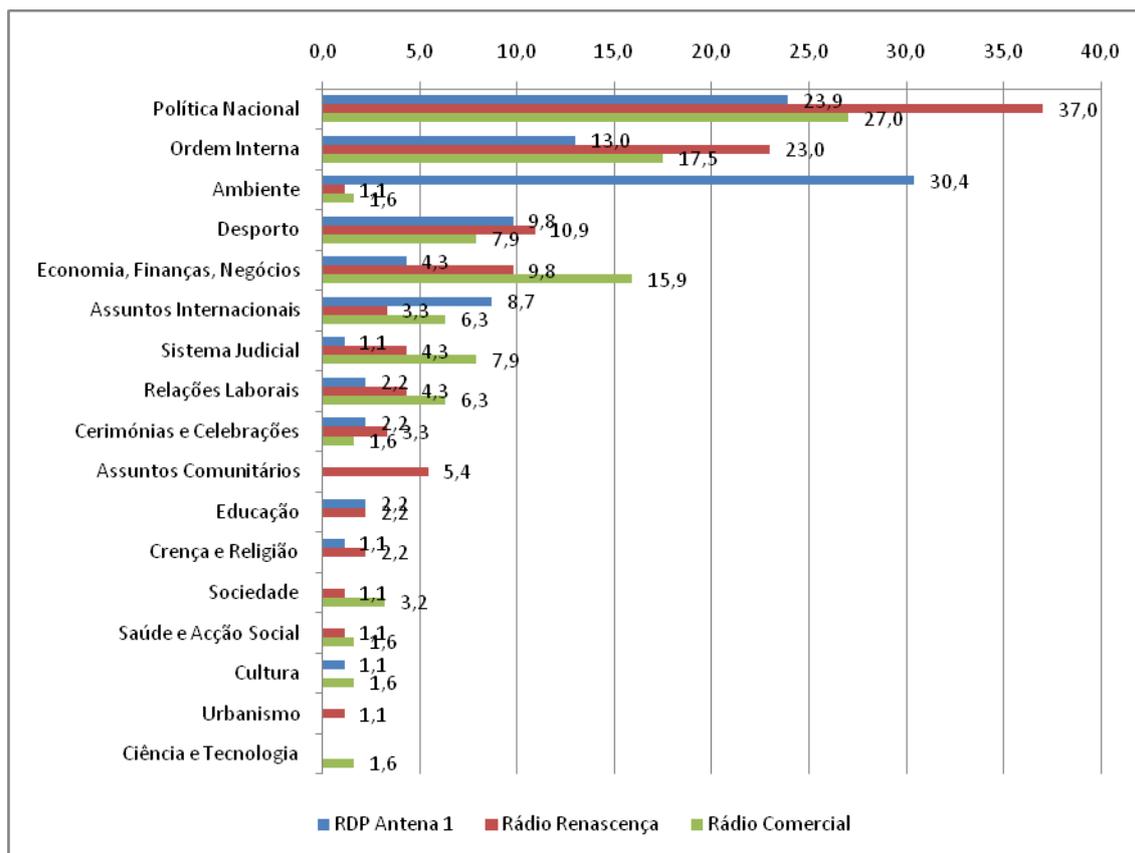
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Crianças/Jovens (menores de dezoito anos) são referidos nos três blocos informativos = 40, Antena 1 = 13, Renascença = 19 e Comercial = 8. Valores em percentagem.

- As *crianças/jovens* estão presentes ou são referidas em 2,4% do total de peças da amostra dos serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados.
- Considerando as 40 peças em que *crianças/jovens* estão presentes, observa-se que o estatuto predominante em que surgem retratados é predominantemente de *vitimização* no contexto de crimes nos três operadores. A Rádio Renascença é a que difundiu maior número de peças (19) sendo a que dá mais relevo às *crianças/jovens*, seguindo-se a RDP Antena 1 (13) e a Rádio Comercial (oito).
- Na RDP Antena 1, assumem igual representatividade as peças que mencionam situações de *vitimização* de *crianças/jovens* em contextos de *crimes e acidentes* (30,8%), seguido do *contexto judicial* (23,1%). A Rádio Renascença coloca em plano de igualdade as peças referentes à condição de *vítima de crimes*, *contexto judicial* e o *contexto escolar* (21,1%). A Rádio Comercial apresenta um igual peso entre a categoria *vítima de crimes* e *desaparecido* (25%).

g) Modalidades de tratamento da informação e destaques

- Este ponto reporta ao seguinte conjunto de indicadores: destaques (tema de abertura e utilização de promoção), posição da peça no alinhamento, registo jornalístico, estilo discursivo opinativo e contraditório.

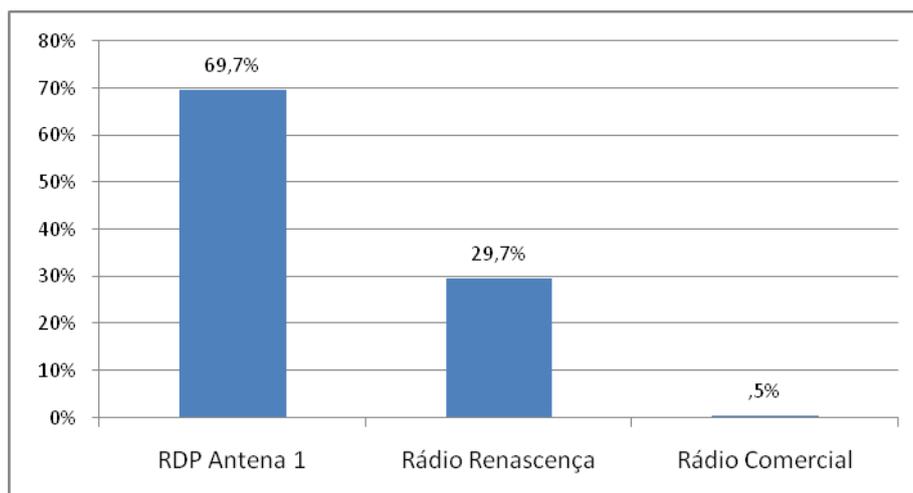
FIG. 21 *Temas de abertura dos blocos informativos, por operador*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças de abertura dos noticiários analisados nos blocos informativos da RDP Antena, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 247. Valores em percentagem. Os temas de abertura são indicadores de valorização e hierarquização dos assuntos noticiados. O indicador peça de Abertura está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de selecção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

- O **tema de abertura** mais comum na Rádio Renascença e Rádio Comercial é *política nacional*. Na RDP Antena 1, é *ambiente*, que, em relação à Rádio Renascença e Rádio Comercial, assume uma relevância pouco significativa, verificando-se uma discrepância particular de tratamento deste tema quanto ao seu alinhamento no noticiário.
- A Rádio Renascença é a que mais diversifica os *temas de abertura* (15).
- Política nacional, ordem interna, ambiente, desporto, economia, assuntos internacionais, sistema judicial, relações laborais, cerimónias e celebrações*, foram temas que figuraram na abertura dos noticiários dos três serviços de programas.

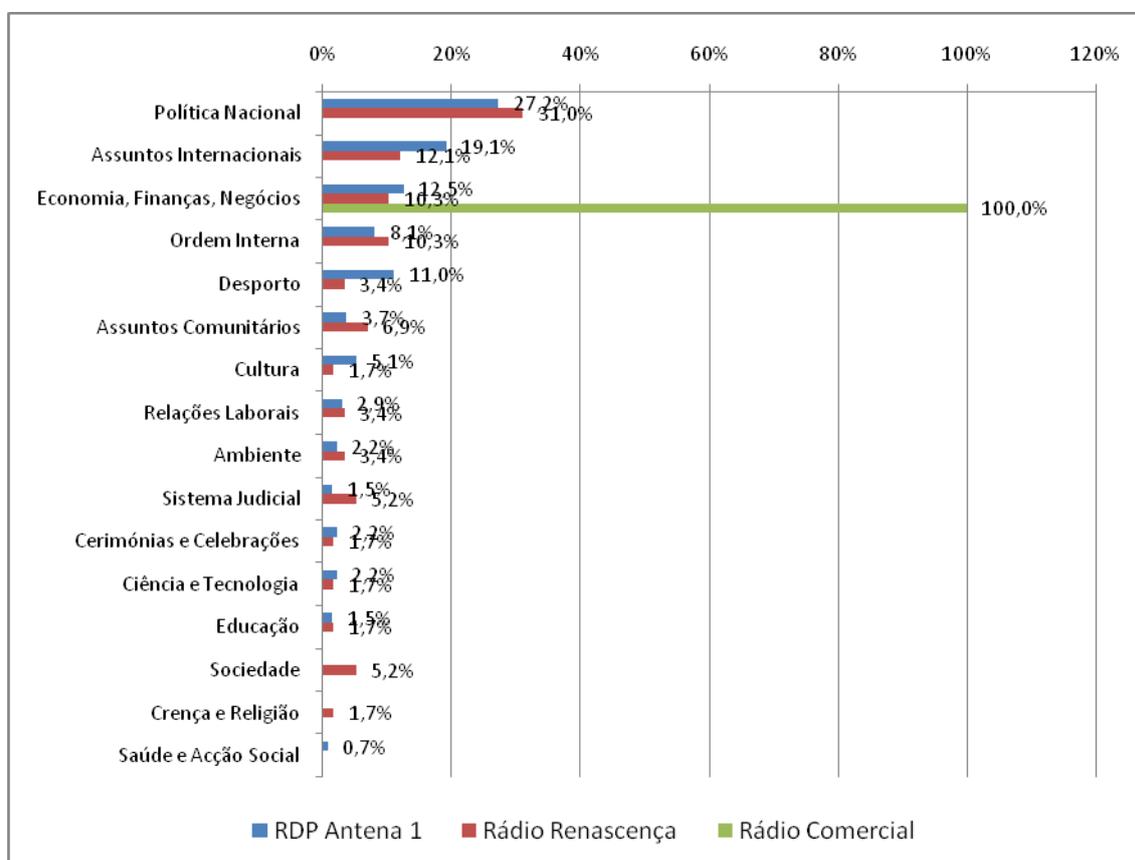
FIG. 22 Peças com *promoção (teaser)*, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Promoção nos blocos informativos da RDP Antena, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 195. Valores em percentagem.

- As peças com *promoção* no conjunto dos três operadores analisados representam 11,9% do total analisado. A maioria das peças não tem promoção.
- A distribuição das 195 peças que possuem *promoção* releva que é a RDP Antena 1 a que regista maior número de peças com *promoção* (136), seguindo-se a Rádio Renascença (58) e a Rádio Comercial (uma peça).

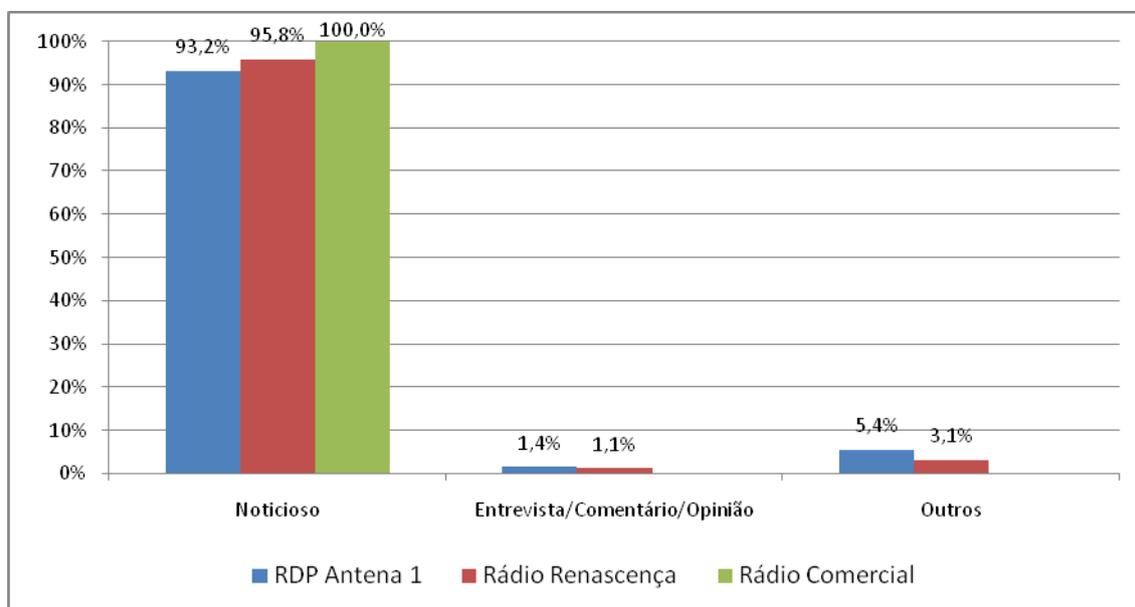
FIG. 23 Temas com *promoção (teaser)*, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Promoção nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 195. Valores em percentagem.

- Os dois temas com *promoção* mais representados na RDP Antena 1 e Rádio Renascença foram *política nacional* e *assuntos internacionais*. Como referido, estes são também dos temas com maior peso.
- Atentando aos subtemas mais frequentados no âmbito das referidas duas principais áreas temáticas, verifica-se que, no domínio da *política nacional*, se destaca na Rádio Renascença as *actividades da assembleia da república* (10,3%), e na RDP Antena 1, quer as *actividades da assembleia*, quer *eleições* (3,7%). No seu conjunto, a RDP Antena 1 foca uma maior diversidade de subtemas de *política nacional*. Para os *assuntos internacionais*, surge como o subtema mais presente na RDP Antena 1 as *eleições políticas internacionais* (8,1%), seguido de *conflitos armados* (3,7%). A Rádio Renascença coloca em igual nível de importância como temas com promoção no domínio dos *assuntos internacionais*, os *atentados e terrorismo* e as *eleições políticas internacionais* (3,4%).
- O caso único de *promoção* da Rádio Comercial recaiu sobre o tema *economia, finanças e negócios*.
- Apesar de não ser a que mais uso faz da *promoção*, a Rádio Renascença é a que mais diversifica os assuntos que promove (15).

FIG. 24 Registo jornalístico, por operador

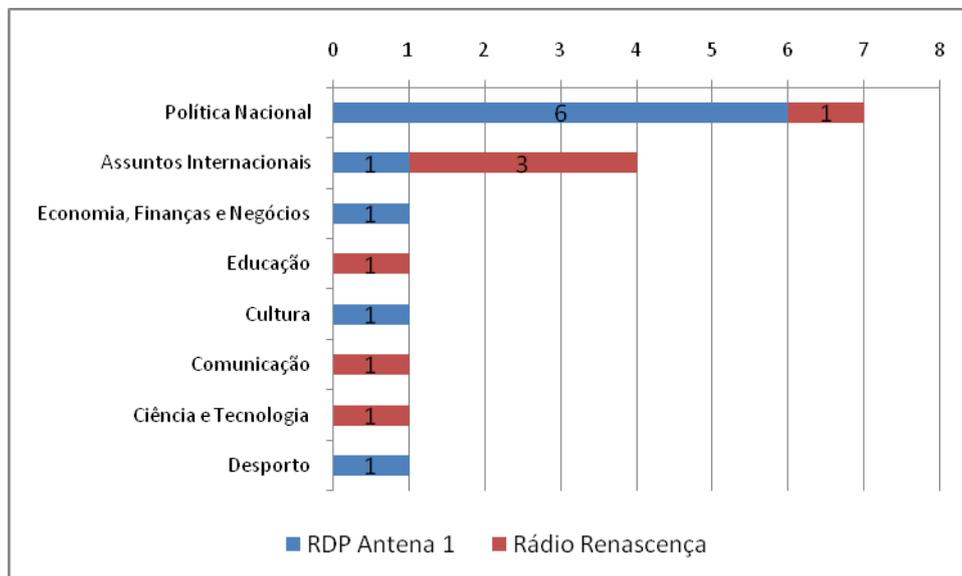


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. A categoria *outros* tende a agrupar formato noticioso com nota de comentário ou opinião. As peças de Meteorologia são classificadas como "Outros" correspondendo a um total de 34 peças (2% do total). Valores em percentagem.

- O *registo jornalístico* mais representativo nos três operadores é o noticioso. O registo noticioso classificado como *outros* refere-se predominantemente à fusão do registo noticioso seguido da intervenção de um comentador (registo híbrido), o que é mais

comum à RDP Antena 1. A Rádio Comercial recorreu exclusivamente ao registo noticioso.

FIG. 25 Temas objecto de *entrevista/comentário/opinião*, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Entrevista/Comentário/Opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 17. Valores em números absolutos. São codificados nesta categoria os indivíduos de qualquer âmbito profissional que comentam factos ou acontecimentos num bloco informativo.

- As peças objecto de ***entrevista/comentário/opinião*** representam 1,1% do total de peças analisado (17 em 1626 peças).
- Como referido, na Rádio Comercial não se identificou este tipo de registo. Na RDP Antena 1, das dez peças de *entrevista/comentário/opinião*, seis incidiram sobre temas de *política nacional*. O subtema mais destacado foi *eleições* (três dos seis registos).
- Na Rádio Renascença registou-se, para sete presenças de tipo *entrevista/comentário/opinião*, três peças acerca de *assuntos internacionais*.

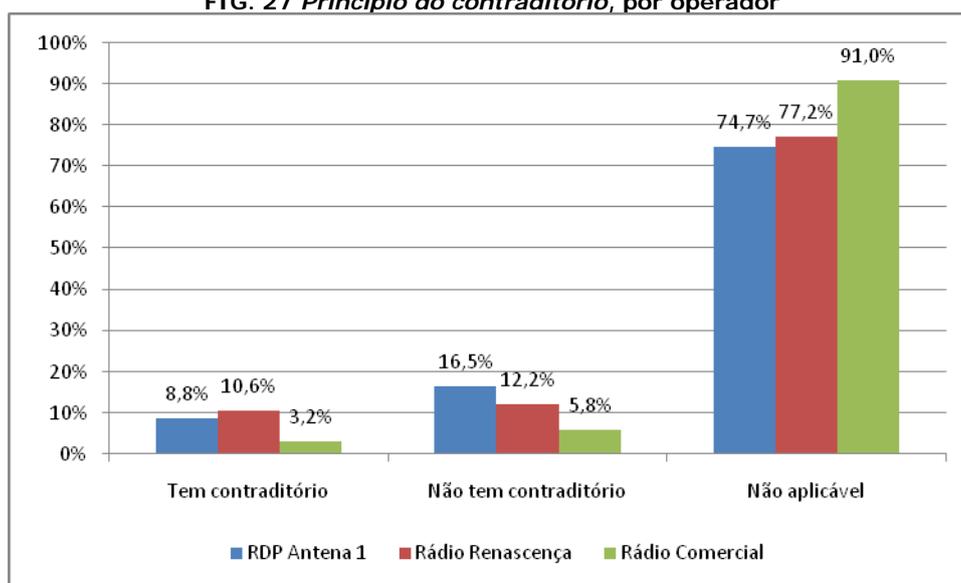
FIG. 26 Temas com presença do *estilo discursivo opinativo*, por operador

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Total (2 operadores)
Política Nacional	2	3	5
Economia, Finanças e Negócios	1	2	3
Assuntos Internacionais	1	1	2
Desporto	0	2	2
Relações laborais	1	0	1
Sociedade	0	1	1
Total	5	9	14

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com discurso opinativo nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 14. Valores em números absolutos.

- As peças com presença de **estilo discursivo opinativo** (14) representam 0,8% da amostra analisada.
- Este tipo de discurso não está presente na Rádio Comercial. A RDP Antena 1 conta com cinco peças e a Rádio Renascença, em supremacia, regista nove peças.
- Considerando a distribuição das 14 peças com presença do *estilo discursivo opinativo* por área temática, verifica-se que *política nacional* é o mais representativo na RDP Antena 1 e Rádio Renascença. Como referido, a Rádio Comercial não registou peças com presença de *estilo discursivo opinativo*.
- Os *assuntos internacionais e economia, finanças e negócios* são os segundos temas mais representados, tomando o conjunto da RDP Antena 1 e Rádio Renascença.
- O tema do *desporto* apenas revelou a presença de opinativo na Rádio Renascença (duas peças), bem como *sociedade* (uma peça), e as *relações laborais* na RDP Antena 1 (uma peça).

FIG. 27 Princípio do contraditório, por operador



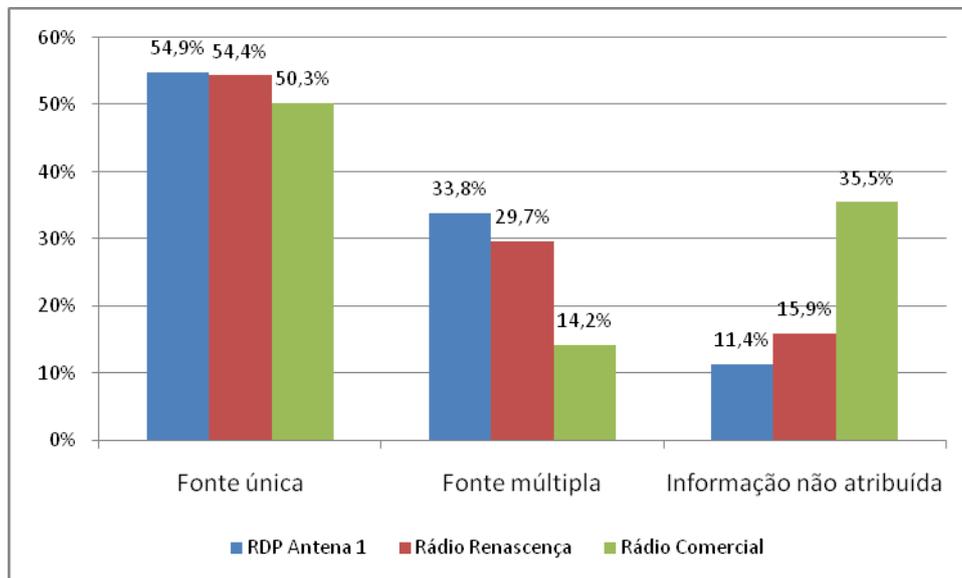
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça Tem Contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. Não Tem Contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria Não Aplicável aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Na maioria das peças, o **princípio do contraditório** inclui-se na categoria *não aplicável* (78,7%), predominando as peças que não suscitam acusações ou críticas negativas dirigidas a uma pessoa ou instituição. Considerando as peças que requerem a consulta dos interesses atendíveis, observa-se que estas, em maior número, não respeitam o princípio do contraditório (12,9%).

- A Rádio Renascença emite o maior número de peças em que esse princípio é respeitado (10,6%), ou seja, em que, face a uma crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição, são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis. A RDP Antena 1 é o operador em que maior número de peças não respeita este princípio (16,5%).
- Não obstante o predomínio geral da categoria *não identificável*, seguida da maior presença do *não tem contraditório* para os três serviços de programas, verifica-se, quanto aos temas que têm contraditório, que:
 - Os temas que contam com mais presenças do *contraditório* na RDP Antena 1 são o *urbanismo* (33,3%), a *educação* (22,2%), a *política nacional* (19,6%) e as *relações laborais* (19,4%).
 - Na Rádio Renascença, os temas *política nacional* (24,6%), *saúde e acção social* (20%), *relações laborais* e *educação* (ambos com 18,2%).
 - Na Rádio Comercial, *ciência e tecnologia* (25%) e *sistema judicial* (10,3%).
- Para os temas em que se verificam mais situações que requerem a consulta dos interesses atendíveis, mas em que tal não acontece, nem existe referência à tentativa de os ouvir (não tem contraditório), constata-se que:
 - A sua relevância é superior na RDP Antena 1 em temas de *educação* (55,6%), *relações laborais* (48,4%) e *política nacional* (31,2%).
 - Na Rádio Renascença para *relações laborais* (36,4%) e *política nacional* (22,4%).
 - Na Rádio Comercial, *ambiente* (100%), *saúde e acção social* (50%) e *relações laborais* (16,7%).
- Em geral, nos três serviços de programas, os temas que trazem à discussão interesses divergentes, independentemente de serem ou não ouvidas as partes atendíveis, são a *política nacional* (24,8% *tem contraditório* e 19,7% *não tem contraditório*), *relações laborais* (15,5% *tem contraditório* e 36,6% *não tem contraditório*), *educação* (15,4% *tem contraditório* e 26,9% *não tem contraditório*) e *saúde e acção social* (9,5% *tem contraditório* e 23,8% *não tem contraditório*).

h) Número e concordância das fontes de informação

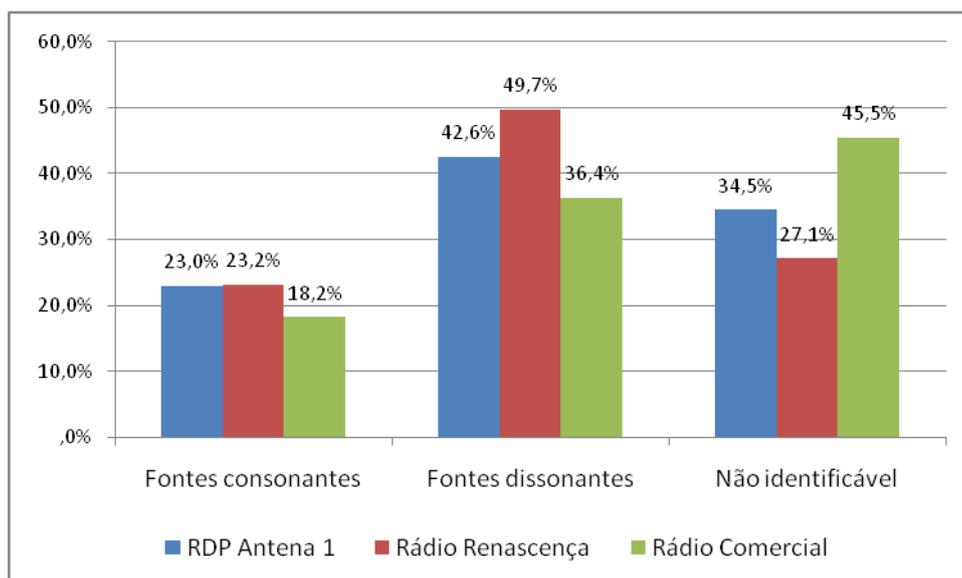
FIG. 28 Número de fontes, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Total de peças de Comentário/Opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial onde o indicador não se aplica = 11. Valores em percentagem.

- Quanto ao número de fontes, os noticiários dos três serviços de programas tendem a consultar uma *única fonte* no tratamento editorial das notícias (entre 55% e 50% dos casos). A RDP Antena 1 (33,8%) e a Rádio Renascença (29,7%) apresentam mais frequentemente *várias fontes* de informação. A Rádio Comercial regista mais peças com *informação não atribuída* (35,5%).

FIG. 29 Concordância das fontes múltiplas, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Indicador Concordância das fontes é aplicado apenas aos casos em que a fonte é múltipla = 460, RDP Antena 1 = 235, Rádio Renascença = 181, Rádio Comercial = 44. Valores em percentagem.

- Considerando a **concordância das fontes múltiplas** (28,3% da amostra), verifica-se que na RDP Antena 1 e Rádio Renascença predomina a *dissonância*, respectivamente 42,6% e 49,7%. Por seu lado, a Rádio Comercial em mais situações não identifica a *concordância* das fontes (45,5%). Os valores de *concordância* são próximos entre os três serviços de programas.

i) Actores principais

A análise de actores contempla a identificação do domínio de pertença dos protagonistas das peças, a qualidade em que surgem e a valência que lhes é atribuída.

FIG. 30 Áreas a que pertencem os *principais actores*, por operador

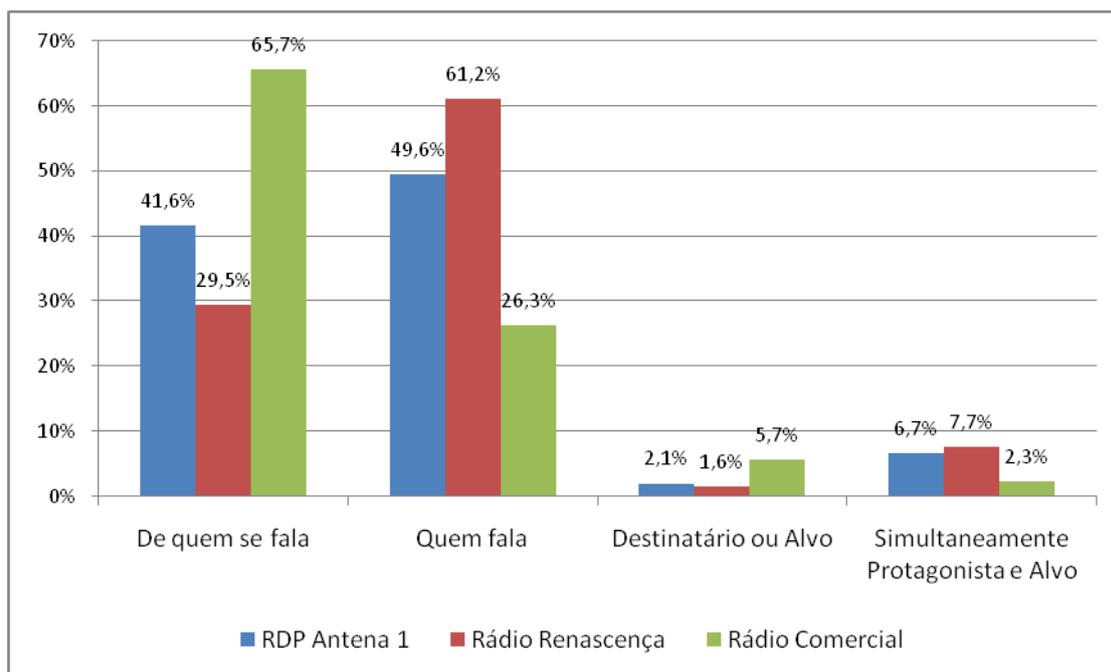
Principal Actor	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Política Nacional	26,7%	28,7%	21,0%	26,4%
Comunidade Internacional	12,8%	8,3%	7,4%	10,1%
Desporto	7,5%	6,5%	11,0%	7,8%
Ordem Interna	3,7%	6,2%	2,9%	4,5%
Relações Laborais	3,7%	4,4%	1,3%	3,5%
Economia, Finanças e Negócios	2,7%	4,6%	2,3%	3,3%
Sistema Judicial	3,1%	3,3%	4,5%	3,4%
Sociedade	2,1%	3,1%	2,3%	2,5%
Crença e Religião	0,3%	6,0%	-	2,4%
Cultura	2,7%	1,1%	1,3%	1,8%
Comunidade Europeia	2,8%	0,8%	0,6%	1,7%
Ciência e Tecnologia	1,8%	1,8%	0,6%	1,6%
Saúde e Acção Social	1,6%	1,5%	0,3%	1,3%
Educação	0,6%	1,6%	-	0,9%
Comunicação	1,1%	0,8%	-	0,8%
Vários Actores	1,7%	0,2%	-	0,8%
Defesa	0,6%	0,7%	-	0,5%
Ambiente	0,4%	0,5%	-	0,4%
População	-	0,3%	0,6%	0,2%
Urbanismo	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%
Grupos Minoritários	-	0,2%	-	0,1%
Actores não identificáveis	23,6%	19,2%	43,5%	25,8%
Total	100% (703)	100% (613)	100% (310)	100% (1626)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem. A categoria Protagonistas refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e cuja centralidade enquanto protagonista na peça noticiosa é visível. Responde às

questões “Quem fala?” ou “De quem se fala” com privilégio da primeira. Os Protagonistas são tratados a dois níveis: um nível macro (grandes grupos) e um nível micro (especificação dos protagonistas).

- Dos dados apurados, verifica-se que 25,8% das peças *não identificam protagonistas*.
- Tomando em consideração os três serviços de programas analisadas, verifica-se que 23,6% das peças da RDP Antena 1, 19,2% da Rádio Renascença e 43,5% da Rádio Comercial não identificam protagonistas.
- Em relação às peças em que se identificam *protagonistas* das notícias (74,2% de 1626 peças), verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos actores *políticos nacionais*, ligeiramente mais acentuado na Rádio Renascença (28,7%), seguido da RDP Antena 1 (26,7%) e Rádio Comercial (21,0%).
- A segunda categoria de actores mais representada na RDP Antena 1 e Rádio Renascença são os do domínio da *comunidade internacional*, respectivamente 12,8% e 8,3%. Na Rádio Comercial são os actores de *desporto* os que se destacam em segundo plano (11%), seguindo-se também os actores da *comunidade internacional* (7,4%).

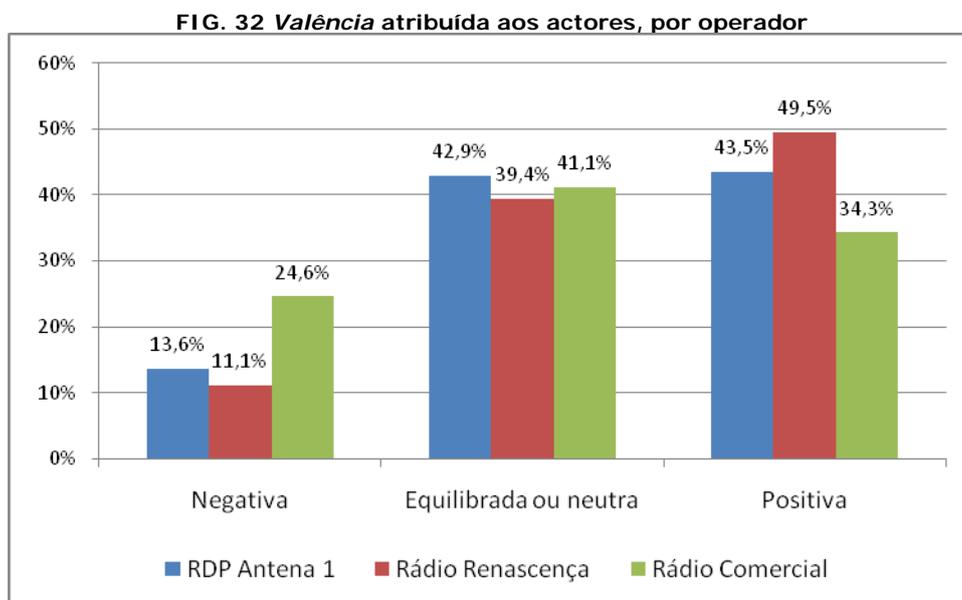
FIG. 31 *Qualidade dos actores, por operador*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem.

- Tomando em consideração a **qualidade** em que surgem os actores, verifica-se:
- A categoria *de quem se fala*, assumindo o actor um papel essencialmente de motivo da construção da peça, é a que mais se destaca na Rádio Comercial, bem como em comparação aos restantes dois operadores (65,7%).
- A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença destacam a categoria *quem fala*, sendo o segundo operador o que mais se realça no estatuto do actor enquanto protagonista activo que assume discurso directo (61,2%).

- A Rádio Comercial regista mais presenças de peças em que o actor surge associado a uma acusação ou crítica negativa (*destinatário ou alvo*), com 5,7%, e a Rádio Renascença em inferioridade com 1,6%.
- Para a qualidade de *simultaneamente protagonista e alvo*, a Rádio Renascença está em predomínio (7,7%), seguindo-se a RDP Antena 1 (6,7%) e a Rádio Comercial (2,3%).



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem.

- Para as Rádios RDP Antena 1 e Rádio Renascença predomina a atribuição de uma **valência positiva** aos actores, respectivamente 43,5% e 49,5%. A Rádio Comercial regista percentagens superiores para valência *equilibrada ou neutra*, 41,1%. Esta é a Rádio com mais presenças da valência *negativa* (24,6%).

j) Política nacional

O tema de *política nacional* é o mais representado nos três serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados, respectivamente 26,9% na RDP Antena 1 (189 peças), 29,9% na Rádio Renascença (183 peças) e 20,6% na Rádio Comercial (64 peças), perfazendo um total de 436 peças (26,8%) no universo analisado de um total de 1626 peças.

FIG. 33 Subtemas no domínio da *política nacional*, por operador

Principal Actor	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Actividades da Assembleia da República	3,1%	6,2%	4,5%	4,6%
Actividades de Partidos Políticos	5,1%	4,4%	2,3%	4,3%
Actividades da Presidência da República	2,3%	2,3%	3,2%	2,5%
Políticas Educação	1,8%	2,6%	2,3%	2,2%
Eleições	2,8%	2,3%	0,6%	2,2%
Políticas Económicas	0,9%	2,0%	1,3%	1,4%
Políticas Fiscais/Financeiras	1,6%	0,7%	1,0%	1,1%
Escândalo/Irregularidades	1,0%	0,8%	1,0%	0,9%
Políticas Laborais	1,1%	1,1%	-	0,9%
Actividades da Administração Pública	1,0%	1,0%	-	0,8%
Políticas Saúde	0,9%	0,7%	0,6%	0,7%
Políticas Defesa e Segurança	0,7%	0,8%	0,3%	0,7%
Actividades de Autarquias	0,6%	0,5%	0,3%	0,5%
Políticas Ciência e Tecnologia	0,3%	0,7%	0,6%	0,5%
Políticas Agricultura/Pescas	0,4%	0,3%	0,6%	0,4%
Participação Cívica	0,4%	0,5%	-	0,4%
Políticas Ordenamento do Território	0,4%	0,3%	-	0,3%
Políticas Administração Pública	-	0,3%	0,6%	0,2%
Actividades de Órgãos Regionais	0,4%	-	-	0,2%
Sondagens Políticas	0,1%	0,3%	-	0,2%
Políticas Justiça	0,3%	0,2%	-	0,2%
Ação Governativa Genérica	-	0,2%	0,6%	0,2%
Políticas Reabilitação Social	0,1%	0,2%	-	0,1%
Actividades/Declarações de Políticos Individuais	0,1%	0,2%	-	0,1%
Políticas Segurança Social	0,1%	0,2%	-	0,1%
Políticas Externas	-	0,3%	-	0,1%
Referendos	-	0,2%	-	0,1%
Actividades de Associações de Municípios	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Ambiente	0,1%	-	-	0,1%
Políticas Culturais	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Comunicação Social	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Família	-	-	0,3%	0,1%
Outros Política Nacional	1,0%	0,3%	0,3%	0,6%
Total	26,9% (189)	29,9% (183)	20,6% (64)	26,8% (436)

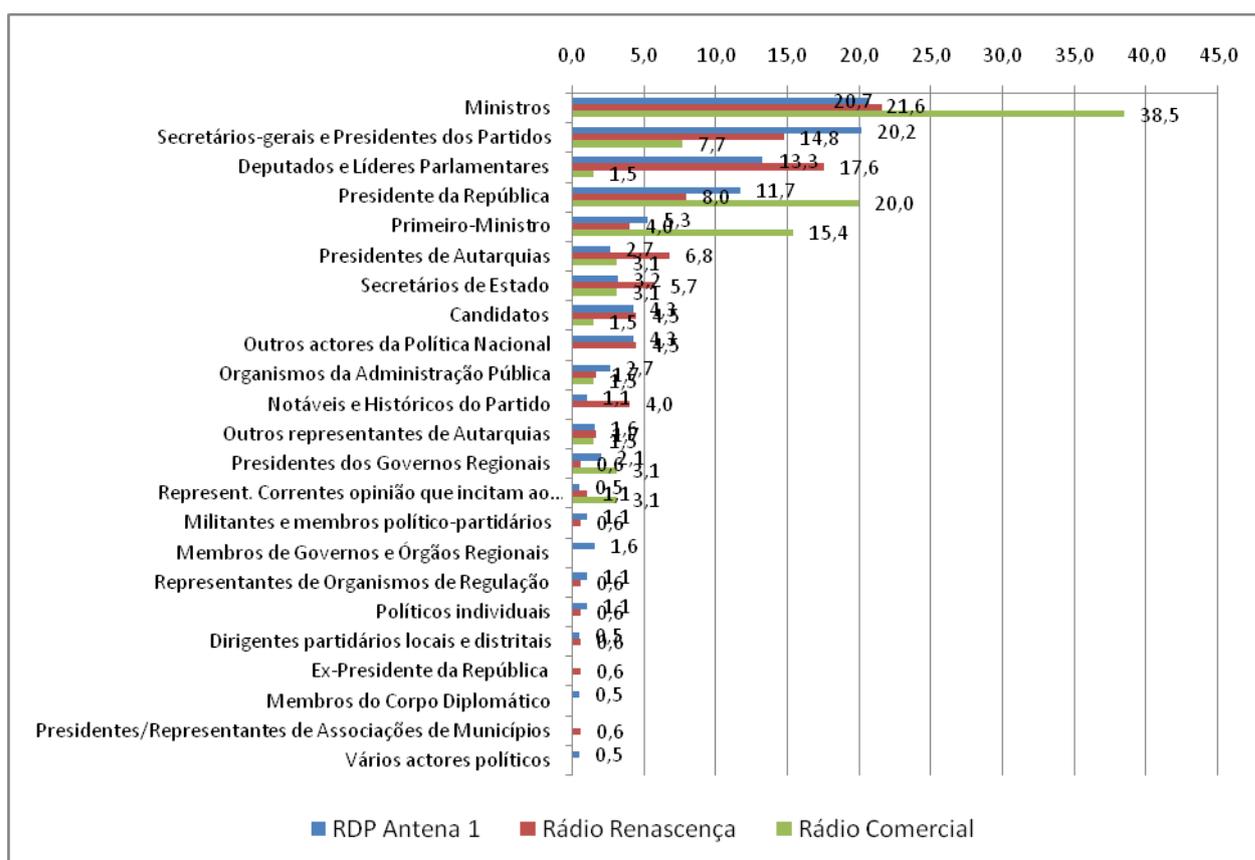
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Valores em percentagem.

- O subtema do domínio da *política nacional* mais presente na Rádio Renascença e Rádio Comercial é as *actividades da assembleia da república*, respectivamente, 6,2% e 4,5%. Na RDP Antena 1, o subtema mais frequentado é as *actividades de partidos*

políticos (5,1%), que na Rádio Renascença é o segundo (4,4%) e na Rádio Comercial o terceiro (2,3%).

- A polémica do caso BPN solicitando a presença do governador do Banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. Também a apresentação de queixa-crime de clientes contra a administração do BPP veio tornar a questão da fraude financeira um tema central, remetendo também para os casos de justiça. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às *actividades da assembleia da república*, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
- Entre as várias *actividades da presidência da república* assumiram-se como polémicas o veto presidencial do estatuto político-administrativo dos Açores, bem como a posição do Presidente em relação à nova lei do divórcio.
- O subtema das *políticas de educação* (2,2%) marcou-se, entre outros, pela contestação do modelo de avaliação dos professores. Este evento tanto surgiu colocado sob este enfoque, como associado ao domínio das *relações laborais*.
- O subtema *eleições* assumiu relevo, em particular à liderança do PSD.
- Ao nível das *actividades da administração pública*, as actividades de fiscalização da ASAE, nomeadamente, o encerramento do mercado do Bom Sucesso no Porto e de 28 parques infantis, tiveram a cobertura dos serviços de programas analisados. Os processos da ASAE vêm também salientar as dificuldades do sistema de justiça em dar resposta aos processos acumulados.
- Considerando os actores *políticos nacionais*, independentemente do tema principal da notícia (total de 429 peças):

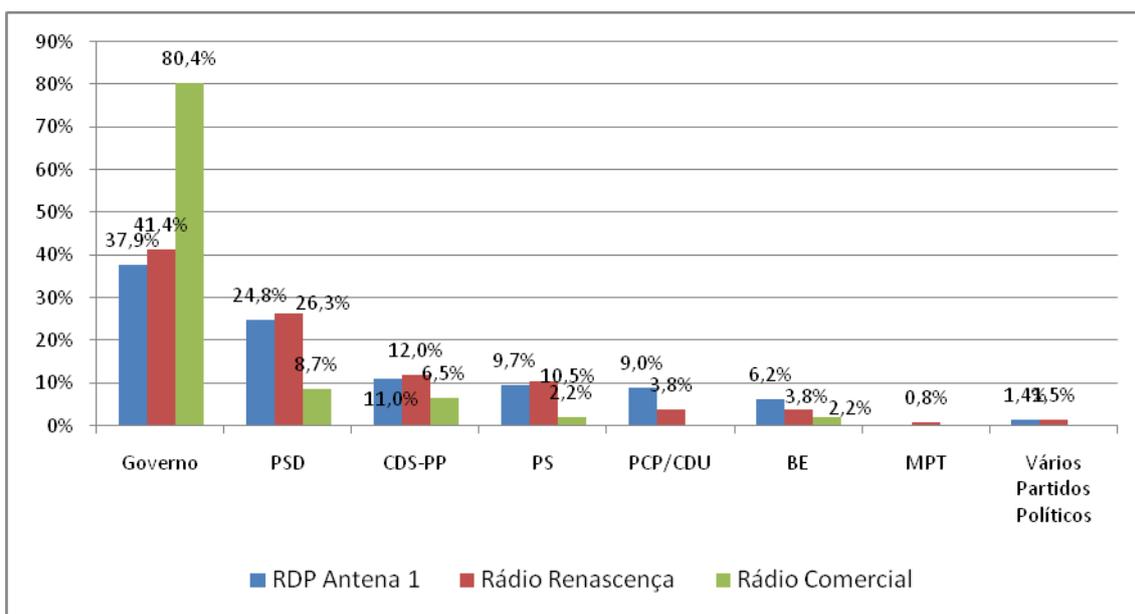
FIG. 34 *Protagonistas de política nacional, por operador*



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Protagonistas da área Política Nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 429. Valores em percentagem.

- Verifica-se que a categoria mais consultada é comum aos três serviços de programas, sendo membros do Governo (Ministros), e assim distribuída:
 - 38,5% na Rádio Comercial;
 - 21,6% na Rádio Renascença;
 - 20,7% na RDP Antena 1.
- A segunda categoria de protagonistas difere entre os três serviços de programas. Na RDP Antena 1 é *secretários-gerais e presidentes dos partidos* (20,2%). Na Rádio Renascença, os *deputados e líderes parlamentares* (17,6%) e na Rádio Comercial o *Presidente da República* (20%).
- Atentando sobre a **pertença político-partidária** dos actores de *política nacional* (total de 429 peças), verifica-se que a mesma se aplica a um total de 324 peças (19,9% do total da amostra):

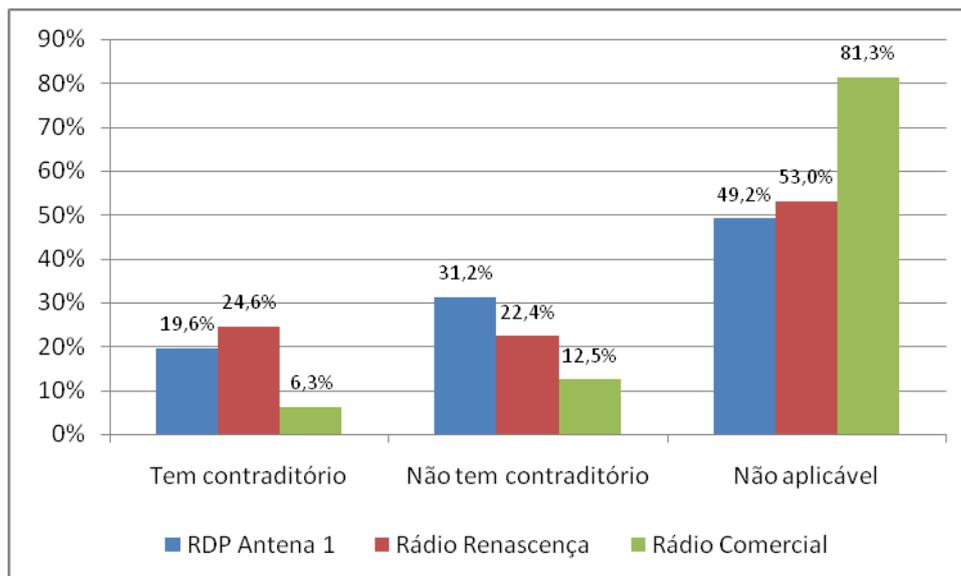
FIG. 35 Pertença político-partidária dos actores de política nacional, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com pertença político-partidária identificada dos protagonistas políticos nacionais = 324, RDP Antena 1 = 145, Rádio Renascença = 133, Rádio Comercial = 46. Valores em percentagem. A Pertença Político-Partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: Ex-Presidente da República; Primeiro-Ministro; Ex-Primeiros-Ministros, Ministros; Secretários de Estado; representantes de Organizações da UE; Líderes Partidários; Deputados; Candidatos, Militantes e Membros político-partidários.

- Entre os protagonistas que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os *membros do Governo* nos três serviços de programas, com maior representatividade na Rádio Comercial (80,4%), seguida pela Rádio Renascença (41,4%) e RDP Antena 1 (37,9%).
- Os protagonistas do *PSD* representam a segunda categoria mais frequentada nos três serviços de programas, com maior incidência na Rádio Renascença (26,3%), seguido de perto pela RDP Antena 1 (24,8%) e só depois pela Rádio Comercial (8,7%).
- Os protagonistas do *CDS-PP* representam a terceira categoria mais frequentada nos blocos informativos da Rádio Renascença (12%), seguido pela RDP Antena 1 (11%) e a Rádio Comercial (6,5%).
- O *PS* é a quarta formação político-partidária mais representada, particularmente na Rádio Renascença (10,5%), seguindo-se a RDP Antena 1 (9,7%) e a Rádio Comercial (2,2%).
- O *PCP/CDU* não se encontra referido pela Rádio Comercial, destacando-se a sua presença na RDP Antena 1 (9%), seguindo-se a Rádio Renascença (3,8%).
- O *BE* é referido, por ordem decrescente, na RDP Antena 1 (6,2%), na Rádio Renascença (3,8%) e na Rádio Comercial (2,2%).
- A Rádio Renascença foi a única a referir o *MPT*.

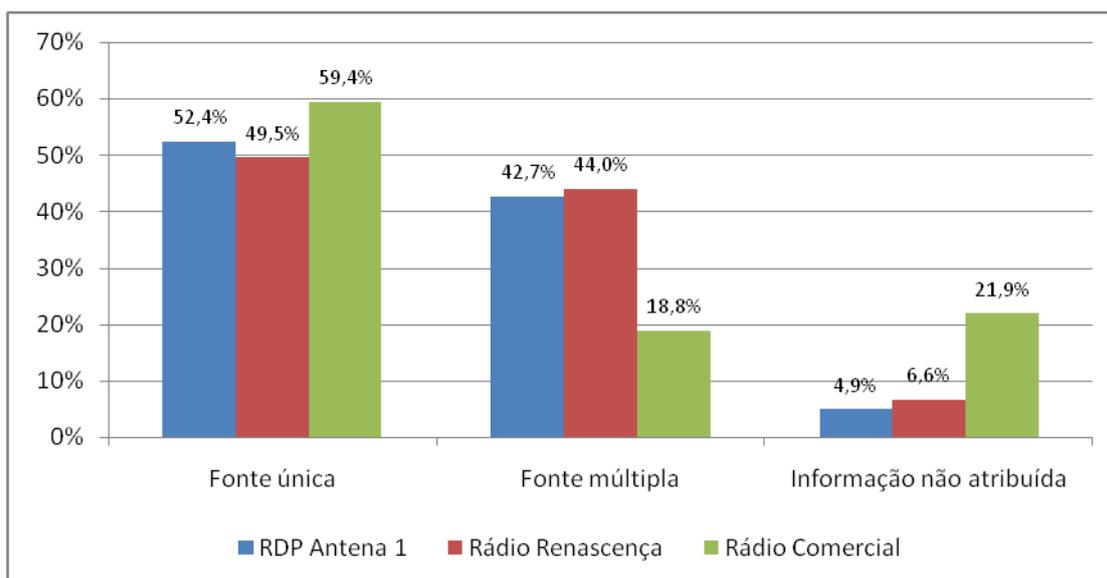
FIG. 36 Presença do *contraditório* em peças de *política nacional*, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Valores em percentagem. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça Tem Contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. Não Tem Contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria *Não Aplicável* aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Tomando como referência os resultados gerais obtidos ao nível da **presença de *contraditório***, verifica-se que, para o caso particular das peças sob a temática *política nacional*, a presença de situações com *não aplicável* decresce significativamente.
- Em contrapartida, as *presenças de contraditório*, quer sejam atendidos todos os interesses envolvidos, ou não, acrescem. Neste caso, a Rádio Renascença inverte a proporção entre as duas categorias, ou seja, em mais peças é respeitado o *contraditório* (24,6% contra 22,4%).
- A RDP Antena 1 regista a maior percentagem de peças com *não tem contraditório*, 31,2%.

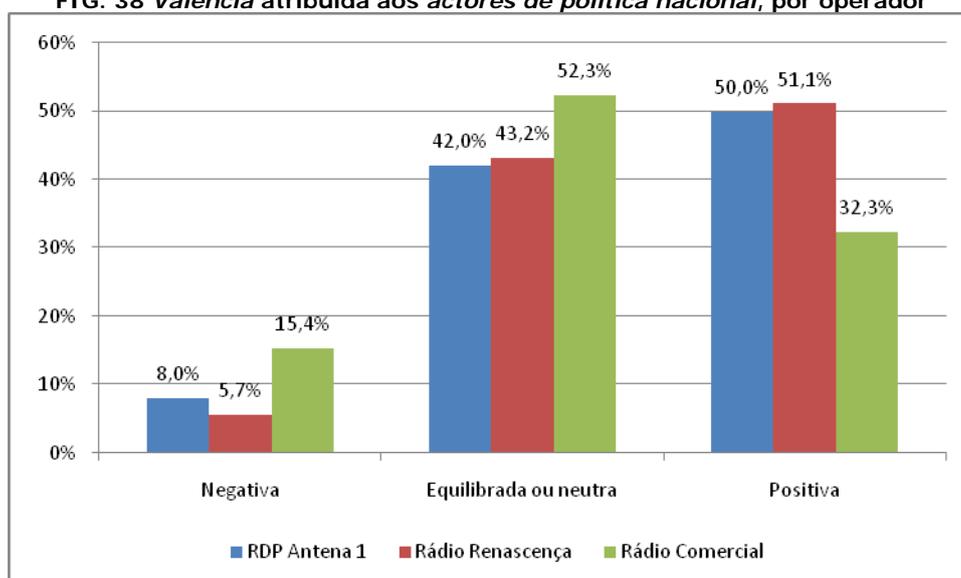
FIG. 37 Número de fontes em peças de política nacional, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Número de peças sobre política nacional com fontes identificadas nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 431. Valores em percentagem.

- A *fonte única* é mais significativa para os três serviços de programas.
- A Rádio Comercial é a que assume mais peso quanto à utilização de *fonte única* e *informação não atribuída* (59,4% e 21,9%). A Rádio Renascença é a que, entre os operadores analisados, regista mais peças que implicam o recurso a *fontes múltiplas*. Como referido anteriormente, este é também o serviço de programas com maior *presença de contraditório* nas peças de *política nacional*.
- Em relação aos resultados gerais, verifica-se haver um maior recurso a *fontes múltiplas* e menos a *informação não atribuída*.

FIG. 38 Valência atribuída aos actores de política nacional, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703;

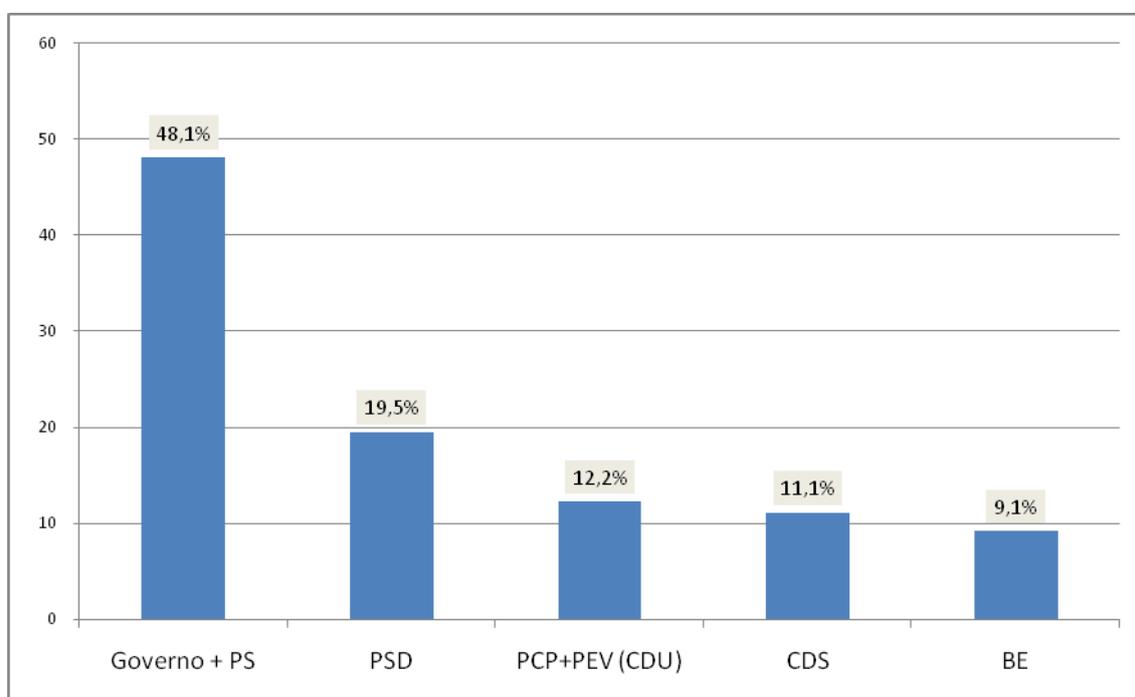
Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Protagonistas da área Política Nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 429. Valores em percentagem.

- A **valência** predominante em que surgem os actores retratados nas peças emitidas pelos três operadores é, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, *positiva*, respectivamente, 50% e 51,1%.
- A Rádio Comercial apresenta uma maior prevalência do *equilibrado ou neutro*. Este operador é também o que, relativamente aos dois outros serviços de programas, regista mais casos de valências *negativas*.
- Em relação aos resultados deste indicador para a totalidade das áreas temáticas abarcadas pelos operadores analisados, pode ser concluído que as presenças de valências *negativas* decrescem, o *equilibrado ou neutro* aumenta, e as valências *positivas* aumentam na RDP Antena 1 e Renascença, decrescendo ligeiramente no caso da Rádio Comercial.

k) Presenças Político-Partidárias no Operador Público - RDP Antena 1

A análise do pluralismo político-partidário refere-se à RDP Antena 1, ou seja, a um total de 703 peças.

FIG. 39 Presença do Governo e dos Partidos - RDP Antena 1/2008



Nota: Total de peças emitidas analisadas = 703. Número total de presenças das instituições político-partidárias = 262. Valores em percentagem. Variável de resposta múltipla. Contabilizam-se todas as peças em que cada uma das instituições político-partidárias surge representada na peça em discurso directo ou indirecto.

- O gráfico anterior reflecte o registo sistemático de todas as presenças ou referências à acção política desenvolvida pelo Governo ou partidos políticos e que foram alvo de cobertura noticiosa nos dois blocos informativos da Antena 1: o das 8h00 e o das 18h00. O *Governo e o PS* (em conjunto), enquanto partido da maioria parlamentar, são os mais representados, com 48,1%. Valores desagregados: Governo = 39,7%; PS = 8,4%.
- Considerando os diferentes partidos da *Oposição Parlamentar*: O PSD é o segundo mais representado com 19,5%. Seguindo-se a CDU (PCP = 10,7%; PEV = 1,5%) com 12,2%, o CDS com 11,1% e o BE com 9,1%.
- **Nos dias da amostra analisada, não foi identificada nenhuma peça com presença ou referência aos diferentes partidos da Oposição Extra-Parlamentar.** A representatividade de *outras formações* externas ao campo estritamente político-partidário (presentes em 18,5% do total de peças da RDP Antena 1) permite destacar a importância de agentes como associações cívicas, instituições da administração pública, incluindo de regulação, órgãos regionais, entre outros.

Síntese conclusiva

Em termos gerais:

1. A análise comparativa dos três serviços de programas – RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial – permite identificar um conjunto de tendências partilhadas para o ano de 2008. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos três operadores, patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que são objecto de cobertura nos dois blocos informativos analisados (8h00 e 18h00) para cada um dos serviços de programas.
2. A *duração média* das peças dos três serviços de programas é de 1 minuto e 14 segundos.
3. A *temática* mais frequente e comum aos três serviços de programas é a *política nacional*. Embora assumindo prioridades distintas, estão também entre os temas mais representados nos três serviços de programas, *assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*.
4. A *orientação para a problematização* dos eventos cobertos não é uma característica predominante dos blocos informativos dos três serviços de programas. De um modo geral, de curta duração, as peças incidem essencialmente em informação factual. O registo noticioso é o predominante, assumindo o *comentário/entrevista* um carácter pontual.
5. É possível denotar a cobertura continuada de alguns assuntos, nomeadamente, no contexto de processos judiciais, como é o “caso Joana” ou a “Operação Furacão”. Neste sentido, o caso BPN cruza vários enfoques desde o jurídico aos debates na Assembleia da República e *actividades dos partidos políticos*. A partir de eventos, como acidentes aéreos, o factor proximidade parece assumir um peso de selecção noticiosa, nomeadamente, quando entre os acidentados se encontram portugueses.

6. No que respeita a presença de *grupos minoritários*, o comportamento dos três blocos informativos denota, em geral, a pouca relevância conferida a este *tema* e a estes *actores*. O domínio das *presenças/referências* foi para formas generalizadas (“*várias nacionalidades*”).
7. A *referência a crianças/jovens* é, predominantemente, realizada num registo de vitimização, no contexto de crimes.
8. O uso da *promoção (teaser)* não é frequente e tende a incidir sobre os temas também mais representados. Deste modo, vem a figura do *teaser* despertar a atenção dos ouvintes para temas definidos como prioritários na agenda, e não para aqueles que assumam contornos de novidade.
9. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma *única fonte* no tratamento editorial das notícias. A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença apresentam mais frequentemente várias fontes de informação. Na Rádio Comercial, identifica-se um formato de peças predominantemente mais breves, sendo a que identifica as fontes noticiosas em menor número. Considerando os casos em que as fontes são *múltiplas* predomina, nos três operadores, a *dissonância* relativamente à *concordância*.
10. Como referido, a temática mais frequente e comum aos três serviços de programas é a *política nacional*, e entre os temas mais representados estão os *assuntos internacionais e economia, finanças e negócios*. São estes também os três temas que na RDP Antena 1 e Rádio Renascença suscitaram mais peças com *discurso opinativo* (ainda que pontuais). Este tipo de discurso assume uma escassa expressividade nos operadores referidos, não tendo sido identificado na Rádio Comercial.
11. Em casos de peças que requerem a consulta dos *interesses atendíveis*, observa-se que em maior número não é dado conta das posições de todos os envolvidos na mesma peça ou no mesmo bloco informativo.
12. Não obstante o peso de peças em que não há um *protagonista* identificado, os actores principais vêm posicionar-se na mesma linha de domínios temáticos. Destacam-se os *actores de política nacional* nos três serviços de programas, seguidos de *comunidade internacional* na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, e do *desporto* na Rádio Comercial.
13. Enquanto subtemas mais comuns da área da *política nacional*, estiveram as *actividades da assembleia da república* na Rádio Renascença e Rádio Comercial. Este subtema foi o segundo mais representado na RDP Antena 1, a seguir às *actividades dos partidos políticos*. O subtema *eleições* é relevado pela RDP Antena 1 e Rádio Renascença, mas menos pela Rádio Comercial.
14. No plano da *política nacional*, o tema *eleições* assumiu relevo, em particular as eleições à liderança do PSD. A polémica do caso BPN solicitando a presença do governador do Banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às *actividades da assembleia da república*, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
15. Entre as várias *actividades da presidência da república* assumiram-se como polémicas o veto presidencial ao estatuto político-administrativo da Região Autónoma dos Açores, bem como a posição do *Presidente da República* em relação à nova lei do divórcio.

16. A categoria de *protagonistas políticos* mais representados é comum aos três operadores e corresponde a *membros do Governo (Ministros)*. Esta categoria ilustra, de igual forma, a *pertença político-partidária dos actores*, sendo o *Governo* a mais destacada. Segue-se, para os três serviços de programas, o *PSD*, o *CDS-PP* e o *PS*.

Em particular:

1. A Rádio Comercial apresenta uma menor proporção de peças analisadas na amostra, já que são inexistentes blocos informativos aos fins-de-semana.
2. A Rádio Comercial apresenta uma *duração* significativamente inferior à média, ou seja, 22 segundos. A RDP Antena 1 é aquela que transmite blocos mais longos, possuindo uma *duração média* de peças de 1 minuto e 33 segundos.
3. Considerando o destaque *temático* que releva a *política nacional*, verifica-se, seguidamente, que o *desporto* como tema frequente aproxima a Rádio Comercial e a RDP Antena 1, sendo *ordem interna* um tema de maior referência na Rádio Renascença.
4. Não obstante o predomínio da *orientação para os acontecimentos*, a RDP Antena 1 conta com algumas peças num formato de tipo mais híbrido, ou seja, rematando os relatos factuais com comentários de especialistas residentes das respectivas rubricas.
5. As escassas referências a *imigrantes/grupos minoritários* não permitem objectivar diferenças qualitativas significativas entre os três serviços de programas. No âmbito dos poucos casos identificados, pode apenas ser deixada a nota a explorar de que é na RDP Antena 1 que estes grupos surgem com mais expressão associados a situações de *criminalização*.
6. Na sua globalidade, entre os quatro domínios socialmente mais vulneráveis (*religião/crença; portadores de deficiência; minorias étnicas/imigração; crianças/jovens*), e daí mercedores de uma abordagem focalizada, verifica-se que estes são mais referidos em peças da Rádio Renascença. A presença/referência a *crença/religiosidade* é um elemento, pelo seu destaque, distintivo da Rádio Renascença, nomeadamente no que respeita ao *cristianismo católico*. É este operador que mais referência faz a indivíduos *portadores de deficiência*, bem como a *crianças/jovens*. Por seu turno, a Rádio Comercial regista apenas uma peça em que refere *religião (islamismo)*, nenhuma que remeta para *portadores de deficiência*, e possui o menor número de peças com referência a *grupos minoritários/imigração*, bem como a *crianças/jovens*.
7. O *tema de política nacional* para além de ser o principal para os três serviços de programas, é também o *tema de abertura* mais comum na Rádio Renascença e Rádio Comercial. Todavia, a RDP Antena 1 assumiu relevo no *tema ambiente* ao nível das peças seleccionadas para a *abertura*, o que constitui um outro modo de promoção noticiosa. A Rádio Comercial promoveu apenas uma peça e foi sob o *tema de economia, finanças e negócios*. A Rádio Renascença é a que mais diversifica os *temas de abertura*, bem como os que promove através de *teaser*.
8. De um modo geral, a Rádio Comercial caracteriza-se pela inexistência de blocos de informação ao fim-de-semana, curta duração das peças, não atribuição das fontes de informação, parca utilização da promoção, inexistência de peças com comentário/entrevista/opinião, peso significativo de peças sem actores identificados.

9. A categoria de *protagonistas políticos* mais representados nos três serviços de programas é *membros do Governo (Ministros)*, divergindo a segunda: na RDP Antena 1 são os *secretários-gerais e presidentes dos partidos*; na Rádio Renascença, os *deputados e líderes parlamentares* e, na Rádio Comercial, o *Presidente da República*.
10. As quatro *pertenças político-partidárias* dos protagonistas com mais expressão nos três serviços de programas analisados são coincidentes. São estas, por ordem decrescente: *Governo, PSD, CDS-PP e PS*. Na RDP Antena 1, o *PCP/CDU* é a quinta *formação político-partidária* mais referida seguida do *BE*. Na Rádio Renascença, o *PCP/CDU* e o *BE* assumem igual representação, seguidos do *MPT*. Na Rádio Comercial, para além das quatro *pertenças político-partidárias* mencionadas, é referido apenas o *BE*.
11. Considerando o registo sistemático de todas as presenças ou referências à acção política desenvolvida pelo *Governo ou partidos políticos, enquanto instituições*, e que foram alvo de cobertura noticiosa nos dois blocos informativos da Antena 1: o das 8h00 e o das 18h00, observa-se:
12. O *Governo e o PS* (em conjunto), enquanto partido da maioria parlamentar, são os mais representados, com 48,1%. Valores desagregados: Governo = 39,7%; PS = 8,4%. Considerando os diferentes partidos da *Oposição Parlamentar*: O PSD é o segundo mais representado com 19,5%. Seguindo-se a CDU (PCP = 10,7%; PEV = 1,5%) com 12,2%, o CDS com 11,1% e o BE com 9,1%. Nos dias da amostra analisada, não foi identificada nenhuma peça com presença ou referência aos diferentes partidos da *Oposição Extra-Parlamentar*. O peso das várias formações político-partidárias diverge em relação à análise anterior, porque aquela identifica exclusivamente da *pertença político-partidária* do protagonista, ou seja, a personalidade que mais se destaca.
- 13.** A representatividade de *outras formações* externas ao campo estritamente político-partidário (presentes em 18,5% do total de peças da RDP Antena 1) permite destacar a importância de agentes como associações cívicas, instituições da administração pública, incluindo de regulação, órgãos regionais, entre outros.
14. A este nível, constata-se ainda que as várias *formações de natureza profissional, cívica*, entre outras, assumem um peso mais elevado que o *Governo*, o que denota a presença da cobertura de eventos polémicos, ou que provocaram contestação, como é o caso do encerramento de unidades de urgência médica, ou os conflitos na área da *educação* (avaliação dos professores), que marcaram o ano de 2008.

ANEXO I

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA OS PROGRAMAS INFORMATIVOS – RDP ANTENA 1, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL.

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A amostragem proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização de blocos informativos de três rádios, incluindo uma de serviço público.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5%.
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as Peças Noticiosas na RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial no ano de 2008.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de Peças Noticiosas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/7), logo o intervalo amostral será 7. O objectivo será analisar apenas um dia por semana. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 8.

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com sete elementos cada. Na realidade, cada grupo será uma semana.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7}

Grupo 2 → {8,9,10,11,12,13,14}

Grupo 3 → {15,16,17,18,19,20,21}

...

Grupo N → {[$(N - 1) * 7$]+1, [$(N - 1) * 7$]+2, ..., [$(N - 1) * 7$]+6, $N * 7$ }

3) Seleção aleatória e definição da amostra

Seleção aleatória de um número entre 1 e 7 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 5, o que corresponde a Sábado (05/01/2008).

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números:

{5, 13, 21, 29, 37, 45, 53, 61, 69, 77, 85, 93, 101, 109, 117, 125, 133, 141,}

O que corresponde a:

{Sábado (05-01-08); Domingo (13-01-08); ; Terça-Feira (30-12-08)}

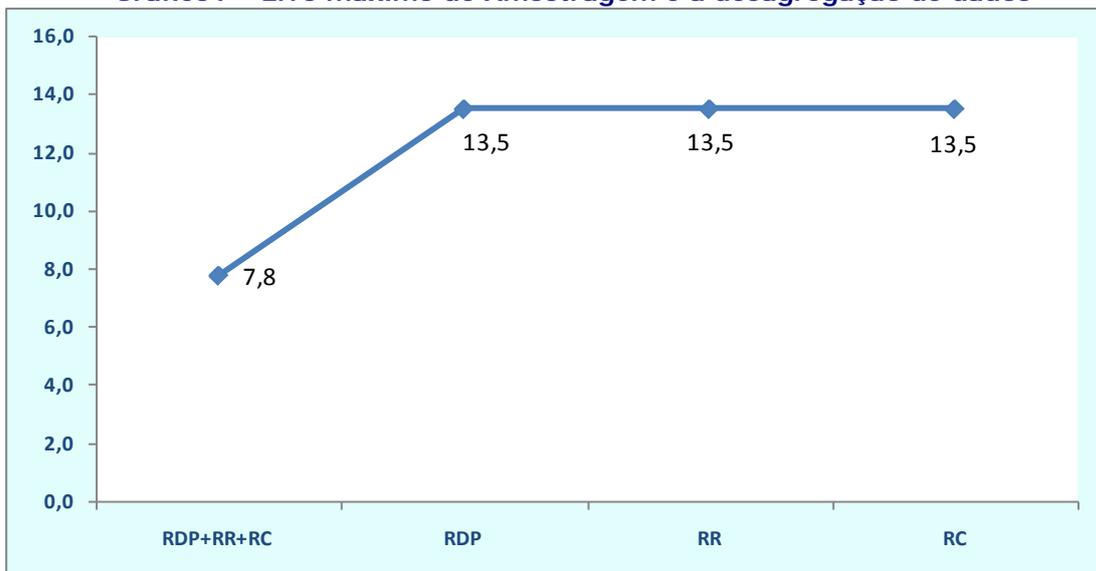
A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 1 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Serviços de Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RDP+RR+RC	366	46	1104	138	7,8071
RDP	366	46	366	46	13,5345
RR	366	46	366	46	13,5345
RC	366	46	366	46	13,5345

Gráfico1 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Descrição das variáveis analisadas na monitorização d Cobertura jornalística dos blocos das 8h00 e das 18h00 da RDP Antena 1, da Rádio Renascença e da Rádio Comercial em 2008

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 emitidos pelo operador de serviço público, RDP Antena 1, e pelos privados Rádio Renascença e Rádio Comercial. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma ou mais subcategorias de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização dos referidos blocos informativos está organizada de modo a corresponder a sete grandes dimensões de análise:

- g) Caracterização da amostra
- h) Análise Temática
- i) Tratamento e Modalidades de Mediatização
- j) Análise do Número e Concordância das Fontes de Informação
- k) Análise de Actores
- l) Incumprimento da Legislação
- m) Análise de formações político-partidárias (aplicado apenas ao operador de público – RDP Antena 1)

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de Caracterização Geral da Amostra

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como o bloco informativo em que se insere.

1. Código Identificador

Definição Conceptual: Esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (peça noticiosa). Embora a função principal desta variável não seja fazer cruzamentos de informação com outras variáveis, deve referir-se que ela é útil para fazer a verificação da base de dados, permitindo identificar os casos e diferenciá-los entre si.

2. Nome do Operador e do Bloco Informativo

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome do operador de rádio e do bloco informativo onde se insere a unidade de análise (peça noticiosa) em causa. Foi alvo de um processo de recodificação em que se procedeu à junção dos blocos das 8h00 e das 18h00 de cada operador analisado e à consequente atribuição do nome do serviço de programas correspondente a cada par de blocos informativos. A nova variável gerada a partir da recodificação contempla as categorias RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

Foi com base nessa nova variável recodificada que foi realizada a maior parte dos cruzamentos constantes do relatório (especialmente os que aparecem representados em figuras), ou seja, a maior parte dos resultados foram apresentados por operador e não por blocos informativos.

3. Data (aaaa /mm/dd)

Definição Conceptual: Esta variável identifica a data completa em que a unidade de análise em causa, ou seja, a peça, foi emitida. Nesta variável são contemplados apenas os dias seleccionados para a amostra em 2008, isto é, os restantes dias desse ano não são abrangidos.

4. Duração Exacta da Peça

Definição Conceptual: Esta variável identifica o tempo total de duração da unidade de análise em estudo (peça noticiosa).

5. Duração do Bloco Informativo

Definição Conceptual: Esta variável identifica o tempo total de duração do bloco informativo, ou seja, das várias peças noticiosas e eventuais promoções/*teaser* no mesmo espaço horário e de uma mesma edição.

6. Título da Peça

Definição Conceptual: Esta variável é meramente indicativa e identifica de forma sucinta o título da unidade de análise em causa, como forma de orientação do codificador perante a base de dados.

b) Indicadores da Temática

7. Tema dominante

Definição Conceptual: Assunto ou ideia preponderante que a peça aborda ou desenvolve.

c) Indicadores de Tratamento e Modalidades de Mediatização

8. Promoção (*Teaser*)

Definição Conceptual: Inserida normalmente na abertura do programa, a promoção (*teaser*) visa destacar uma ou várias peças do bloco informativo. Esta variável identifica a existência da promoção da unidade de análise (ou *teaser*) no alinhamento do bloco informativo correspondente.

9. Posição da Peça no Alinhamento

Definição Conceptual: Esta variável identifica a localização da unidade de análise no alinhamento do bloco informativo correspondente.

10. Registo Jornalístico

Definição Conceptual: Identificação do modelo de mediatização ou registo discursivo da peça.

11. Estilo Discursivo Opinativo do Jornalista

Definição Conceptual: Atitude comunicativa do locutor ou do jornalista que intervém na peça, pressupondo a manifestação de juízos subjectivos, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

12. Contraditório

Definição Conceptual: Verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto em causa, nos casos de crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição. Procura avaliar se o tema abordado na peça pressupõe a existência de

diferentes visões ou interpretações do acontecimento ou do fenómeno retratado, apenas quando se verifica a existência de uma crítica ou acusação direccionada para um determinado alvo.

A peça tem contraditório quando são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo. **A peça não tem contraditório** quando não são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis, ou feita referência à tentativa de o fazer, na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo.

d) Indicadores de Número e Concordância das Fontes de Informação

Fontes de informação são pessoas ou instituições que fornecem informação ao locutor ou ao jornalista para tratamento noticioso. As fontes transmitem a informação de modo directo (testemunho verbal) ou indirecto (através da referência por parte dos profissionais de comunicação).

13. Número de Fontes de Informação dentro da peça

Definição Conceptual: Esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número fontes de informação consultadas ou referidas da peça.

14. Concordância das várias fontes informativas

Definição conceptual: Esta variável identifica as diferentes posições – consonantes ou dissonantes – manifestadas pelas diversas fontes que intervêm numa determinada peça. As fontes são consideradas consonantes quando entre elas existe coro – concordância unânime e não conflituante – a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição. Ao contrário, as fontes são consideradas dissonantes quando entre elas não existe coro – apresenta desacordo, conflito – relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição. Quando as fontes consultadas na peça não apresentam uma concordância ou discordância clara a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como "*Não identificável*".

e) Indicadores de Análise de Actores

As notícias resultam parcialmente de acções de indivíduos ou de instituições que nelas intervêm ou que são alvo da atenção mediática. Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação. Cada actor desempenha um determinado papel, cuja definição resulta do tipo específico de interacção mediática.

15. Actor Principal (Protagonista)

Definição Conceptual: Esta variável visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificados de forma manifesta como protagonistas da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no surgimento e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça.

16. Valência/Tom da peça face ao Principal Actor

Método de Codificação: Codifica-se apenas caso o indicador *Actor Principal* tenha sido assinalado. Esta variável visa identificar objectivamente se a situação contextual apresentada na peça representa uma ocorrência positiva, negativa ou neutral para o interveniente em causa.

17. Pertença político-partidária do Principal Actor

Definição Conceptual: Codifica-se apenas caso o indicador *Actor Principal* tenha sido assinalado. Esta variável identifica o partido político do principal actor apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

18. Qualidade em que aparece o Principal Actor

Definição Conceptual: Codifica-se apenas caso o indicador *Actor Principal* tenha sido assinalado. Esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o principal actor aparece na peça.

f) Indicadores de Incumprimento da Legislação

19. Presença e/ou Referência a Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição Conceptual: Codifica-se o grupo de pertença presente ou referido apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo. As categorias de resposta baseiam-se

num estudo do ACIDI⁴⁸ que utiliza a percepção e a terminologia dos próprios profissionais de comunicação.

20. Qualidade em que Aparecem os Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição Conceptual: Avalia-se se a peça é construída essencialmente numa perspectiva de *vitimização* ou de *criminalização* dos grupos ou imigrantes identificados previamente.

21. Presença e/ou Referência a Crença/Religiosidade

Definição Conceptual: Codifica-se a crença, a religião, ou a ausência delas (ateísmo/agnosticismo) apenas quando na peça é feita uma referência explícita à mesma.

22. Presença e/ou Referência a Portadores de Deficiência

Definição Conceptual: Codifica-se apenas quando na peça é feita uma referência explícita a indivíduos ou a questões relacionadas com portadores de deficiência.

23. Presença/Referência a Crianças e Jovens e Condição em que Surgem

Definição Conceptual: Codifica-se apenas quando uma peça tiver presença activa e/ou fizer referência explícita a crianças e/ou jovens. O codificador só deve assinalar a presença de crianças ou jovens nas peças quando: 1) forem protagonistas (tiverem discurso activo); 2) forem explicitamente referidos. O objectivo é identificar tanto as situações em que estes aparecem bem como a condição em que surgem enquadrados.

g) Análise de formações político-partidárias (aplicado apenas ao Operador público – RDP Antena 1)

Com a avaliação do pluralismo político-partidário pretende-se verificar de forma rigorosa e sistemática se existe tratamento jornalístico equitativo e plural das entidades envolvidas (*Governo e partidos políticos*) nos espaços informativos do serviço público de radiodifusão, RDP Antena 1. As peças incluídas na avaliação abrangem as seguintes categorias de protagonistas: a) Governo e partido(s) seu(s) apoiantes; b) Oposição parlamentar. Na medida em que a exclusão de partidos não representados na Assembleia da República limitaria de forma significativa o pluralismo político-partidário, considera-se que a análise também deve considerar os partidos concorrentes às últimas eleições legislativas.

1. Identificação das Formações Políticas presentes na peça (*resposta múltipla*)

Definição Conceptual: Esta variável de resposta múltipla tem como finalidade identificar todos os casos, dentro de uma peça, em que surge um interveniente político-partidário, ou se faz referência ao mesmo.

2. Valência/Tom face às Formações Políticas presentes na peça (*resposta múltipla*)

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar objectivamente se a situação contextual apresentada na peça representa uma ocorrência positiva, negativa ou neutral para o interveniente político-partidário em causa.

3. Qualidade em que aparecem as Formações Políticas

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o interveniente político-partidário aparece na peça.

⁴⁸ Ferin Cunha, Isabel; Santos, Clara Almeida; Valdigem, Catarina; Filho, Willy S., (2006), *Media, Imigração e Minorias Étnicas II*, Observatório da Imigração, 19, Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME).

Casos de Redefinição da Amostra face às Peças Indisponíveis no Universo em Análise

Datas	RDP Antena 1		Rádio Renascença		Rádio Comercial	
	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00
5-Jan-08	-	-	-	19H	não existe	não existe
13-Jan-08	9H	-	-	17H	não existe	não existe
21-Jan-08	-	-	-	19H	-	9H
06-Fev-08	-	-	-	19H	-	9H
14-Fev-08	-	-	-	19H	-	9H
22-Fev-08	-	-	-	19H	-	-
01-Mar-08	-	-	-	19H	não existe	não existe
9-Mar-08	-	13H	-	17H	não existe	não existe
17-Mar-08	-	-	-	19H	-	-
25-Mar-08	-	-	-	19H	-	-
02-Abr-08	-	-	-	19H	-	-
10-Abr-08	-	19H	-	19H	-	-
18-Abr-08	-	-	-	19H	-	-
26-Abr-08	-	-	-	19H	não existe	não existe
04-Mai-08	-	13H	-	17H	não existe	não existe
12-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
20-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
28-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
05-Jun-08	-	-	-	19H	-	-
13-Jun-08	-	14H	-	13H	-	13H
21-Jun-08	-	-	-	19H	não existe	não existe
29-Jun-08	-	-	-	19H	não existe	não existe
16-Ago-08	-	-	-	-	não existe	não existe
24-Ago-08	-	-	-	-	não existe	não existe
11-Out-08	-	-	-	-	não existe	não existe
19-Out-08	-	-	-	-	não existe	não existe
28-Nov-08	-	19H	-	-	-	-
06-Dez-08	-	-	-	-	não existe	não existe
14-Dez-08	-	17H	-	-	não existe	não existe

Nota: Na ausência de algum dos blocos previstos na amostra, analisou-se o imediatamente posterior. O anterior foi incluído apenas em caso de não haver nenhum bloco posterior.

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO: GRELHAS DE PROGRAMAS

1. Nota Introdutória

1.1. Objectivos

Desde finais de Junho de 1999 que o contrato de concessão do serviço público de radiodifusão se mantém inalterado. Apesar das exigências de inovação e qualidade nos domínios programáticos e tecnológicos ali previstos, centrados numa programação agregadora e diversificada que contribua para a coesão nacional, através de promoção da criação das múltiplas expressões culturais que caracterizam o País, bem como o combate a todas as formas de exclusão se manterem actuais, a verdade é que as alterações tecnológicas, entretanto registadas, bem como o ajustamento dos respectivos conteúdos e grelhas de programação às novas plataformas de distribuição e a preocupação já demonstrada pelos organismos internacionais na reflexão sobre a missão do serviço público de radiodifusão na sociedade de informação, são motivos suficientes para uma nova abordagem ao referido contrato de concessão.

A Recomendação CM/Rec (2007)3, adoptada pelo Comité de Ministros do Conselho da Europa em 31 de Janeiro de 2007, sobre a missão do serviço público de média na sociedade de informação, introduz nos seus considerandos um conjunto de reflexões destinadas a sensibilizar os Estados membros para a necessidade de manterem vivo o carácter e a eficácia do serviço público de radiodifusão.

Na referida Recomendação, o Comité de Ministros faz notar que as gerações mais novas aproximam-se dos novos média para satisfação das suas necessidades de comunicação e informação, relegando para segundo plano os meios tradicionais. E acrescenta que a inclusão de novos média na missão de serviço público assume uma relevância particular. Daí sugerir aos Estados membros a inclusão, na sua regulação, de disposições específicas para a missão de serviço público que permitam aos média, oferecidos pelo serviço público, a exploração do potencial tecnológico.

É nesta perspectiva que o Conselho Regulador considera o novo serviço de programas de rádio do operador público - Rádio Lusitânia – distribuído por duas novas plataformas: net e cabo.

Tal como em 2007, neste Relatório, atenderam-se às obrigações expressas nas cláusulas 6^a, (sobre produção e emissão de programas) e 7^a (acções a desenvolver em matéria de programação) do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão.

1.2. Critérios e metodologia

No sentido de apurar a diversidade e evolução programática dos serviços de programas das Antenas 1, 2, 3 e ainda da RDP Internacional, e a sua evolução relativamente a 2007, foram cotejadas as grelhas de programas em vigor no final de 2007 e no final de 2008,

respectivamente. Seguindo o mesmo princípio do ano anterior, com base nas grelhas tipo e na informação fornecida pelo operador, procedeu-se ao apuramento percentual de programação informativa e não informativa.

O operador público organiza a programação em duas grandes áreas: informativa e não informativa. A programação informativa consta de noticiários; debates e programas especiais; relatos desportivos, debates de desporto e informação desportiva. A programação não informativa, por seu lado, encontra-se dividida em quatro áreas: divulgação musical, onde são inseridos todos os programas cujo conteúdo assenta, principalmente, na divulgação e alinhamento musicais; programas de palavra, que incluem todos os programas cujo enfoque não é a música e onde se inscrevem os programas sobre ciência ou cultura, qualquer que seja o formato; continuidade, onde se agrupam as ligações, as pequenas informações (tempo, trânsito, etc.), as autopromoções da estação e outras de carácter institucional, bem como rubricas que não tem espaço autónomo e fixo na estrutura da grelha de programação; e, finalmente, os programas institucionais, como os religiosos e do provedor.

As percentagens são calculadas com base numa semana de emissão (10.080 minutos) e projectadas para o ano (8 784 horas de emissão nos 366 dias de 2008) de cada um dos serviços de programas.

2. Programação do Serviço Público de Radiodifusão

2.1. Antena 1

Comparando as grelhas de programação em vigor em Dezembro de 2007 e 2008, verifica-se que a programação mantém, de segunda a sexta-feira, o conceito de programação horizontal – o mesmo programa à mesma hora ao longo da semana - a partir das 03h00 até às 02h00, sendo a faixa das 02h00 às 03h00 preenchida diariamente com repetições de alguns dos programas que completam a grelha ao longo do dia (Visão Global, Grandes Adeptos e Alma Lusa) e ainda com a edição dos programas Classe 70, este com presença também ao sábado à tarde, e Vozes da Lusofonia.

Refira-se que a grelha de programas aqui reproduzida não inclui os espaços informativos diários de hora a hora, os blocos de informação desportiva diária nem os pequenos formatos que, abordando as mais diversas temáticas, são distribuídos pelos painéis alargados de emissão, nomeadamente, pela Manhã A1, Tarde A1 e Noite A1.

Tal como a grelha de 2007, manteve-se a lógica da programação horizontal aos dias de semana, sendo os fins-de-semana dedicados a programas temáticos mais longos aos que compõem os pequenos formatos de música e palavra.

Grelha de Programas

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo							
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Jorge Afonso				NOVO Paixões Cruzadas A. Macedo e A. Cartaxo	Ondas Luisianas Luís Filipe Barros	00:00						
01:00	Lugar ao Sul Rafael Correia											01:00		
02:00	Visão global (REP) Ricardo Alexandre	Grandes Adeptos - Substitui "Novos Artistas da Bola" - Tiago Alves	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Classe 70 Luís Filipe Barros	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso	02:00						
03:00	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso									03:00				
04:00										04:00				
05:00								Cinemax Tiago Alves	1001 Escolhas Madalena Balça	05:00				
06:00	Bruno Pereira					Viva à Música (REP) A. Carvalhêda	Music al A1		06:00					
07:00	Manhã A1 António Macedo					Musical A1	Toda a gente é pessoa Sérgio Mira	07:00						
08:00													Eucaristia Dominical	08:00
09:00											Lugar ao Sul Rafael Correia	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00	
10:00					NOVO Entrevista Maria Flor Pedroso	1001 Escolhas Madalena Balça	O amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	10:00						
11:00	Antena aberta Eduarda Mao					Um café e uma torrada Álvaro Costa	Pedro Roló Duarte	11:00						
12:00	Manhã A1 - 2ª parte Augusto Fernandes					Musical A1	Visão Global Ricardo Alexandre	12:00						
13:00	Portugal em directo					Em Nome do Ouvinte NOVO - Click Catarina Lázaro / Univ. de Aveiro	Seleção Nacional Filomena Crespo	13:00						
14:00				Tarde A1 Filomena Crespo	Tarde A1 Filomena Crespo	Os dias do futuro Edgar Canelas	Viva à Música (REP) A. Carvalhêda	14:00						
15:00				Viva à Música A. Carvalhêda		Caixa de música Augusto Fernandes		15:00						
16:00	NOVO: Vidas Que Contam Ana Aranha									16:00				
17:00	Tarde A1 - 2ª parte Paulo Rocha				Em Nome do Ouvinte (Prog Provedor)	Classe 70 Luís Filipe Barros	Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra/ Musical A1	17:00						
18:00						Cinemax Tiago Alves			18:00					
19:00	Grandes Adeptos - Substitui "Novos Artistas da Bola" - Tiago Alves				NOVO - O Esplendor de Portugal - Rui Pêgo	Contraditório Ana Sá Lopes, Luís Delgado, Carlos Magno e João B.			19:00					
20:00	Noite A1 Rui Santos					Musical A1/ Desporto		20:00						
21:00														21:00
22:00														22:00
23:00	Musical A1	Alma nostra Carlos Magno e Carlos Amaral Dias	Escrita em dia F. José Viegas	Cinemax Tiago Alves			NOVO Vidas Que Contam Ana Aranha	A menina dança? José Duarte	23:00					

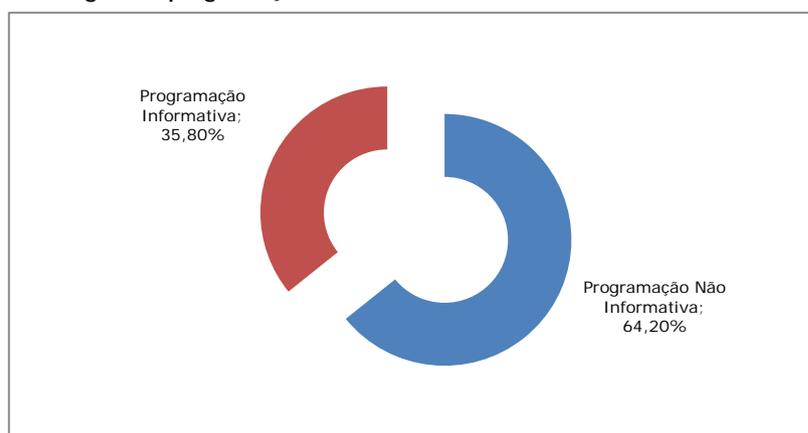
Em 2008, foram introduzidos quatro novos programas. A saber: Vidas que contam, com Ana Aranha; O Esplendor de Portugal, com Rui Pego; Paixões Cruzadas, com António Macedo e António Cartaxo Click da Universidade de Aveiro com Catarina Lázaro.

Em relação a 2007, estes novos programas, acrescentaram um espaço ao comentário da actualidade – Esplendor de Portugal - preenchido com temas de actualidade debatidos por um conjunto de residentes estrangeiros em Portugal. A divulgação científica continua a ter um espaço na grelha com o novo formato, Click. Dirigido ao confronto entre a música dita erudita a música popular está o programa Paixões Cruzadas e, finalmente, Vidas Que Contam dedicado à divulgação da vida e obra de grandes portugueses.

2.1.1. Diversidade de programação

Segundo dados fornecidos pelo operador a programação não informativa, em 2008, preencheu 64,2% do total da emissão (5 639 horas) e a programação informativa 35,8% (3 145 horas).

FIG. 1 Percentagem de programação informativa vs não informativa na totalidade da emissão



Fonte: RTP

Relativamente a 2007, a nova grelha de programação registou um reforço da programação informativa em 4,8%, passando de 31% para 35,8%.

Esse reforço da informação sintetiza-se nos programas e rubricas de informação referidos na seguinte figura:

FIG. 2 Percentagem das diferentes tipologias de Programas de Informação – 2008

Programas informativos	
Noticiários	17,85%
Debates e programas especiais de informação	6,74%
Relatos desportivos	5,36%
Debates de desporto e informação desportiva	5,85%

Fonte: RTP

Como se pode observar, 11,2% da programação informativa do operador público foi dedicada à informação desportiva com 5,36% de relatos (471 horas) e 5,85% (514 horas) com debates.

Agrupando a programação não informativa em quatro grandes áreas – alinhamento musical e divulgação musical, programas de palavra, continuidade e institucionais –, verifica-se que cerca de metade dos programas não informativos são dedicados à divulgação e alinhamento musical, programas cujo conteúdo base é a música.

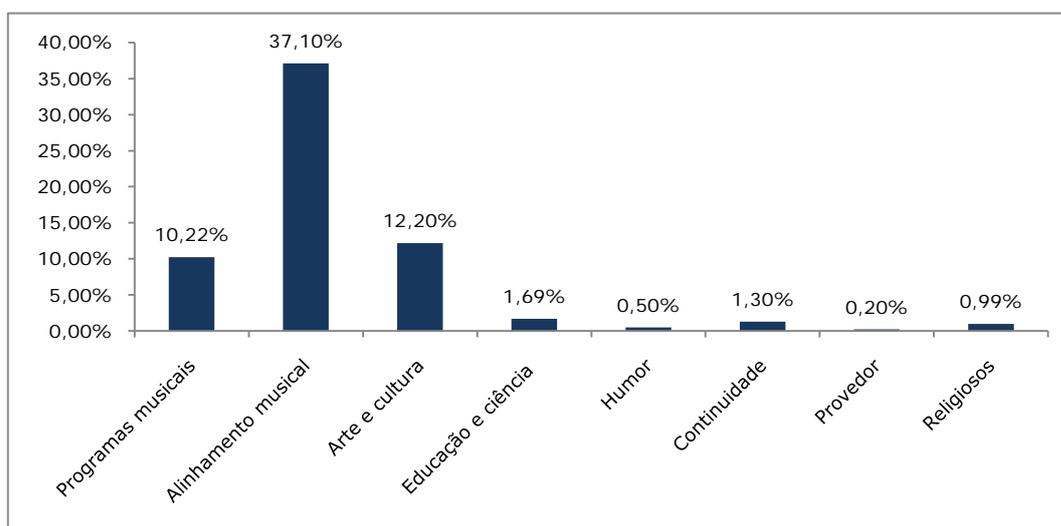
FIG. 3 Distribuição percentual dos programas não informativos

Programas não informativos	
Divulgação musical e alinhamento musical	47,30%
Programas de palavra	14,40%
Continuidade	1,30%
Institucionais	1,20%

Fonte: RTP

Contudo, um olhar mais preciso sobre os diferentes temas da programação não informativa do primeiro serviço de programas do operador público de radiodifusão sonora permite uma avaliação mais detalhada da diversidade de programação.

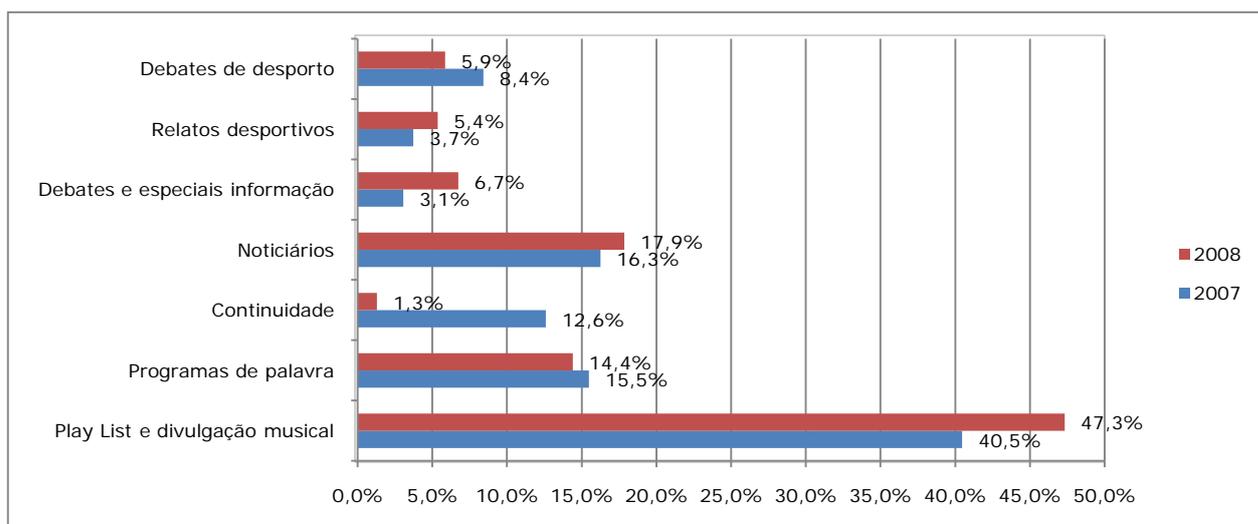
FIG. 4 Distribuição percentual dos programas não informativos



Fonte: RTP

Importa agora estabelecer a relação percentual entre as mesmas rubricas emitidas em 2007 e 2008, no sentido de se avaliar a evolução e impacto das alterações resultantes da implementação da nova grelha de programação.

FIG. 5 Comparação entre os valores alcançados em 2007 e 2008



Fonte: RTP e Relatório ERC 2007

Resulta dos dados que, em 2008, houve um aumento significativo, cerca de 7%, nos programas dedicados à divulgação musical. Também os debates de informação conheceram um aumento, ainda que ligeiro, de mais de 3%. Por outro lado, verificou-se uma redução nos debates desportivos (1,7%), bem como nos programas de palavra (1%).

2.1.2. Quotas de música em língua portuguesa

O artigo 44º-B da Lei da Rádio, aditado pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, refere que o primeiro serviço de programas do concessionário de serviço público está obrigado à emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.

Assim, no decurso do ano 2008, o apuramento das quotas decorrente da monitorização anual realizada pela ERC registou os seguintes dados:

- A) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão.

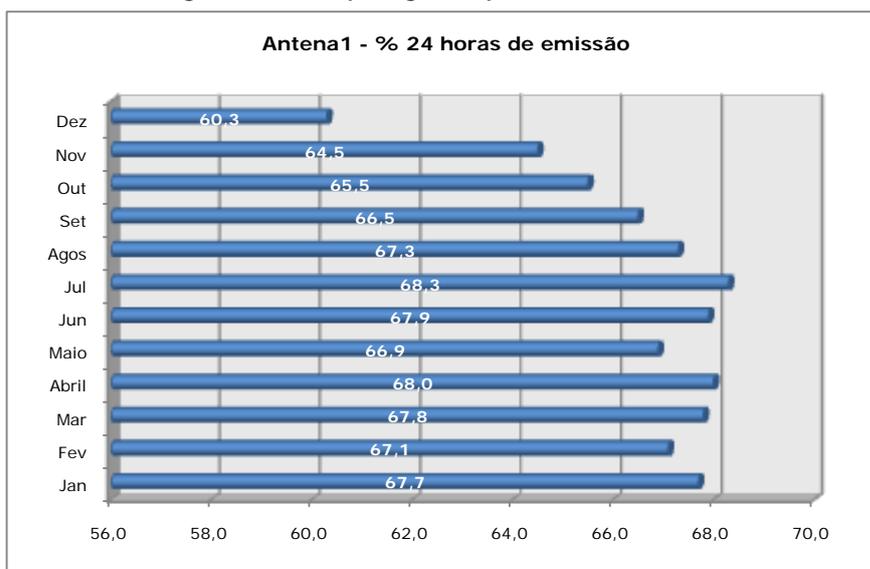
FIG. 6 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 nas 24 horas de emissão

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	67,7	67,1	67,8	68,0	66,9	67,9	67,6	68,3	67,3	66,5	65,5	64,5	60,3	65,4

Fonte: ERC

Independentemente do cumprimento da quota estabelecida, a verdade é que se verificou, no primeiro programa do operador público de rádio, uma redução de mais de 2% na emissão de música portuguesa entre os primeiro e segundo semestres.

FIG. 7 Percentagem de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão



Fonte: ERC

B) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa apurada no período entre as 7h e as 20h.

Neste período, verificou-se, ainda que muito ligeiro, um movimento inverso ao registado nas 24 horas de emissão, podendo concluir-se que houve preocupação de manter níveis de cumprimento acima do exigido por lei no horário em que se regista maior audiência.

FIG. 8 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 entre as 07horas e as 20horas

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	65,6	64,6	65,3	65	64,2	65	65	66,6	66,6	65,0	67,0	66,2	61,1	65,4

Fonte: ERC

C) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia

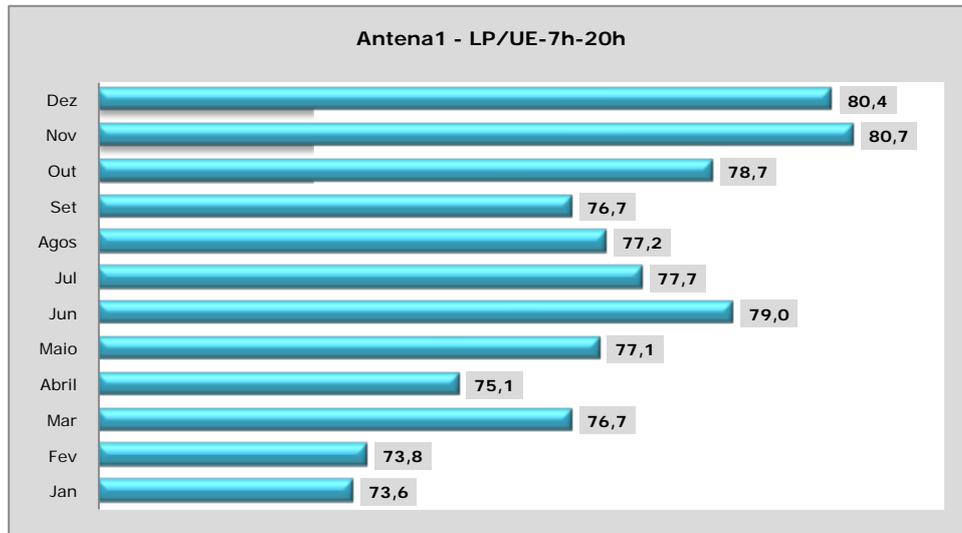
FIG. 9 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 de música composta por cidadãos da UE

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	73,6	73,8	76,7	75,1	77,1	79	75,9	77,7	77,2	76,7	78,7	80,7	80,4	78,6

Fonte: ERC

Neste domínio, houve, igualmente, um reforço, ainda que reduzido, no segundo semestre de música de intérpretes nacionais. Neste caso não se contabilizam os temas em língua portuguesa, interpretados por cidadãos oriundos de outros países não pertencentes à União Europeia.

FIG. 10 Temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da União Europeia no período entre as 7 horas e as 20horas



Fonte: ERC

Assim, no que respeita ao serviço de programas Antena 1, do operador RTP, verificou-se, ao longo do ano, a difusão de uma percentagem superior a 60% de música portuguesa, nas 24 horas de emissão.

Também no decorrer do ano e no que concerne ao período específico das 07h às 20h, esta obrigação foi cumprida, registando-se valores superiores face aos do total da emissão.

No que respeita à obrigatoriedade de difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, também se verificaram percentagens que ultrapassam largamente os 60% referidos na lei, situando-se entre os 70% e os 80%.

2.1.3. Síntese conclusiva

A programação do primeiro serviço de programas do operador de serviço público - Antena 1- manteve os níveis de diversidade verificados em 2007, registando um ligeiro aumento na área dos programas de informação não diária e na divulgação musical, bem como o cumprimento das quotas de música portuguesa, específicas para este serviço de programas.

2.2 Antena 2

Em 2008, a grelha de programas da Antena 2 conheceu uma alteração significativa, no modelo de programação, nomeadamente, nos períodos entre as 10 e as 13 horas e entre as 14 e as 20 horas. Nas manhãs, desapareceram os programas que preenchiam a faixa 12/13 horas, constituída por cinco programas diferentes, surgindo um novo espaço, Boulevard, cujo conteúdo musical vai da música barroca à moderna. No período da tarde, registou-se, igualmente, uma alteração à lógica de programação seguida até então, ao preferir-se um único programa de segunda a sexta feira das 14 às 17 horas - Vibrato que assenta num

alinhamento musical que vai da música antiga ao classicismo – outro entre as 17 e as 20 horas - Baile de Máscaras, programa musical pontuado com entrevistas de actualidade cultural e ainda a transmissão de um Concerto Aberto, preenchido com um espectáculo musical de curta duração.

Como se pode verificar pela grelha de emissão que aqui se reproduz e onde os novos títulos se encontram assinalados, foram ainda introduzidos seis novos programas com emissões semanais. A saber: Os nós e os laços - programa de música com entrevistas curtas, tentando relacionar a música com as restantes artes; Música em Si - programa acerca dos contrastes entre diversos estilos, épocas e regiões da música; Véu diáfano – espaço semanal sobre a evolução dos géneros musicais ao longo da história; Memória - programa em torno de concertos guardados em arquivo; e Aqui Jazz” - programa de jazz contemporâneo.

Grelha de Programas



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo						
00:00	Vias de facto Paulo Somsen	Raízes - Inês Almeida					Fuga da arte Ricardo Saló	00:00					
01:00	Música contemporânea Pedro Coslho							01:00					
02:00	Madrugada							02:00					
03:00								03:00					
04:00								04:00					
05:00								05:00					
06:00								06:00					
07:00	Império dos sentidos Paulo Alves Guerra					NOVO - Os nós e os laços Judite Lima		07:00					
08:00						Caleidoscópio 1		Caleidoscópio 2		09:00			
09:00						NOVO - Boulevard André Pinto					Preto no branco João Almeida	Um certo olhar Luís Caetano	10:00
10:00	Matrizes Rui Vieira Nery		NOVO - Música em Si César Viana		11:00								
11:00	Além tempo Luís Ramos		Coreto Jorge Costa Pinto		12:00								
12:00	NOVO - Vibrato Pedro Rafael Costa										Música aeterna João Chambers	Descobertas Maria Augusta Gonçalves	13:00
13:00						Questões de moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	NOVO - Véu diáfano Pedro Amaral	5ª Essência João Almeida	NOVO - Memória Reinaldo Francisco	Cosmorama - Ana Telles e Alexandre Branco	13:00
14:00						NOVO - Baile de máscaras Ana Daniela Soares					A força das coisas Luís Caetano	A prata da casa António Ferreira	16:00
15:00	Paginas de português José Mário Costa		Programa do provedor		17:00								
16:00	Jazz com brancas José Duarte					Mezza-voce André Cunha Leal		18:00					
17:00						Grande auditório Susana Valente e Mafalda Ferreira					Mezza-voce André Cunha Leal		19:00
18:00	Argonauta Jorge Camaride										Geografia dos sons Luís Tinoco		20:10
19:00						Argonauta Jorge Camaride					Argonauta Jorge Camaride		21:00
20:00	Argonauta Jorge Camaride										Argonauta Jorge Camaride		22:00
21:00						Argonauta Jorge Camaride					Argonauta Jorge Camaride		23:00
22:00	Questões de moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	NOVO - Véu diáfano Pedro Amaral	5ª Essência João Almeida						NOVO - Aqui Jazz José Navarro de Andrade	Um toque de jazz Manuel Jorge Veloso	23:00

Nota: Os espaços verdes assinalam alterações de horário a programas já existentes; os azuis assinalam novos programas.

2.2.1. Diversidade de programação

Pela figura abaixo reproduzida, verificamos que a proporção entre a programação informativa (96 horas) e a não informativa (8688 horas) caracteriza o segundo serviço de programas de rádio do operador público, como um serviço, fundamentalmente, orientado para a música.

FIG. 11 Relação percentual entre a programação informativa e não informativa

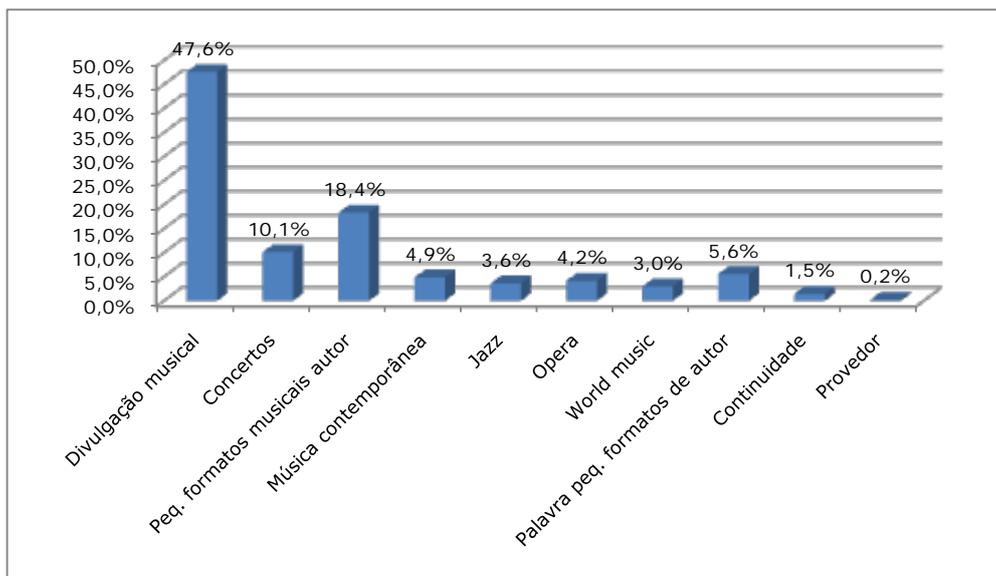


Fonte: RTP

Comparativamente a 2007, no total da emissão, verificou-se uma descida dos espaços informativos em cerca de 1% (de 2,03% para 1,09%), em 2008. Note-se que tais espaços de emissão na Antena 2 estão circunscritos a cinco noticiários com durações médias entre os 4 e os 7 minutos.

Por outro lado, no domínio da diversidade programática importa conhecer como se encontram percentualmente distribuídas as diversas tipologias de conteúdos, bem como a evolução registada entre 2007 e 2008. A figura que se segue, tendo como base os dados fornecidos pelo operador, permite verificar que a divulgação musical (47,62%) constitui a maior fatia da programação não informativa da Antena 2.

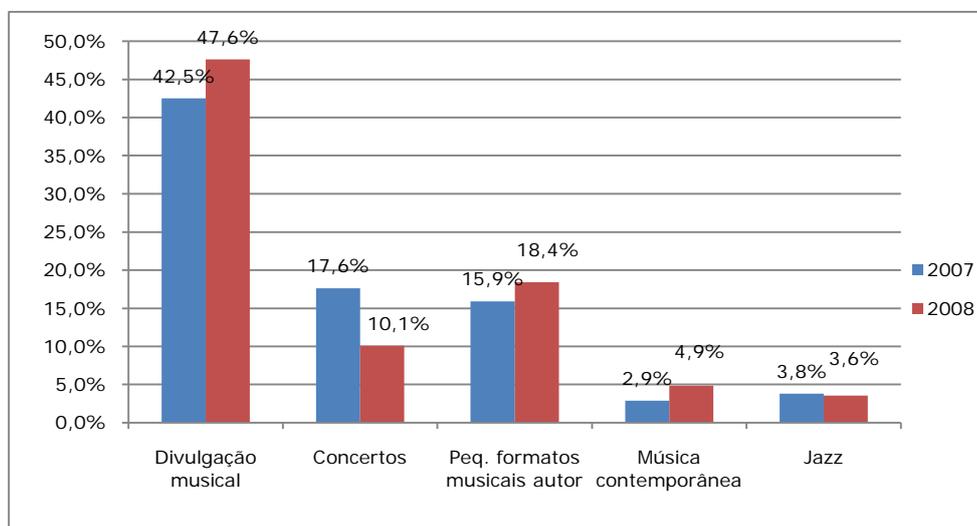
FIG. 12 Distribuição percentual dos géneros não informativos em 2008



Fonte: RTP

Tendo em conta os dados apurados no Relatório de 2008, é possível comparar os diferentes géneros de programação entre os anos de 2007 e 2008, nos cinco mais significativos. Esta comparabilidade permite constatar o resultado da alteração do modelo de programação registado em 2008.

FIG. 13 Dados comparativos da programação não informativa 2007-2008 – Antena 2



Fonte: RTP e Relatório ERC 2008

De notar que os programas de divulgação musical cresceram significativamente, bem como os pequenos formatos de autor e os programas dedicados à música contemporânea, tendo a transmissão de concertos descido mais de 7%. Por outro lado, em 2008, há que assinalar a inclusão da ópera como elemento individual de análise, desagregado da divulgação musical, com mais de 4% do tempo dedicado aos programas não informativos.

2.2.2. Síntese conclusiva

Em 2008 a Antena 2 reorientou a sua programação para grandes painéis de programação, numa lógica semelhante à praticada por outros serviços de programas. Assiste-se, assim, à introdução, nos grandes espaços de programação, de alinhamentos musicais e de pequenas rubricas sobre as mais diversas matérias relacionadas com a missão daquele serviço de programas.

Se, por um lado, a alteração introduzida à programação de segunda a sexta feira, confere mais estabilidade aos conteúdos e uma lógica mais actual ao modelo de programação, por outro, reduz a presença em antena de projectos individualizados que, apesar de fazerem parte do edifício da diversidade programática, a sua inserção semanal na emissão, num horário específico, tem mais dificuldades na fidelização do auditório. Contudo, a diversidade temática está garantida não só ao fim-de-semana, mas também diariamente, entre as 12 e as 13 horas e entre as 23 e as 24 horas, com faixas horárias dedicadas aos mais diversos temas.

Os dados apurados, reflectidos nas figuras anteriores, permitem concluir que, em 2008, se mantiveram os níveis de diversidade da programação verificados em 2007.

Este serviço de programas, devido à especificidade dos seus conteúdos musicais, não está sujeito ao cumprimento de quotas de música portuguesa.

2.3 Antena 3

O terceiro serviço de programas de radiodifusão do operador público é dirigido, especificamente, a um auditório mais jovem, e foi concebido para que “que tenha em conta a atitude crítica das novas gerações face à realidade envolvente e vá ao encontro das suas aspirações e interesses, reflectindo o seu estilo de vida e promovendo ideias ou projectos que estimulem a sua participação na sociedade”, tal como estipula a alínea a.3) da Cláusula 6 do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão.

À semelhança dos outros serviços de programas do operador público, também a Antena 3, procedeu a alterações à sua grelha de emissão em 2008. As alterações introduzidas em 2008 encontram-se assinaladas no mapa de programação aqui reproduzido.

Grelha de Programas

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo					
00:00	NOVO - Planeta 3 - Raquel Bulha	Indiegente Nuno Calado				Caixa de Ritmos Nuno Reis	Caixa de Ritmos Nuno Reis	00:00				
01:00	NOVO - Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Alta Tensão António Freitas				Sub-grave DJ Nuno Miguel	DJ Vibe	01:00				
02:00		Antena 3 Dance Club Rui Estevão				Batida! DJ Mpula	MQ3 Mix DJ Miguel Quintão	02:00				
03:00	Portugália Henrique Amaro				Rui Vargas	Hip Hop Mix Dynamic Duo	NOVO - Arrimia- Rui Estevão	03:00				
04:00	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Coyote Pedro Costa	M Mónica Mendes	Música Enrolada Rádio Fazuma		DJ Guga	DJ The Fox	04:00				
05:00								05:00				
06:00	Nuno & Nando - Alvim e Markl	Prova oral Fernando Alvim				Última Dança Nuno Reis	Última Dança Nuno Reis	06:00				
07:00	Manhãs da 3 José Mariño, Nuno Markl e Cláudia Semedo					Ambientasons DJ Nuno Miguel	NOVO - Ambientasons DJ Nuno Miguel	07:00				
08:00												08:00
09:00												09:00
10:00	NOVO - Luis Oliveira					Borda D'Água Raquel Bulha	Cinemax Tiago Alves	10:00				
11:00												11:00
12:00										Nuno & Nando Fernando Alvim e Nuno Markl	NOVO - Costa a Costa- Pedro Costa	12:00
13:00	NOVO - Ana Galvão						Antena 3 Apresenta	13:00				
14:00										Discos Perdidos Cláudia Semedo	Programa do Provedor	14:00
15:00										Terminal 3 R. Sérgio/G. Castro	NOVO - Matiné-Luis Oliveira	15:00
16:00	Mónica Mendes e Ricardo Sérgio							16:00				
17:00										Índice A3 30 Ana Galvão	Portugália Henrique Amaro	17:00
18:00												18:00
19:00	Prova oral Fernando Alvim				Conversa de Raparigas	Música Enrolada Família Fazuma	NOVO - M - Mónica Mendes	19:00				
20:00	Bons Rapazes Álvaro Costa e Miguel Quintão				Rui Vargas			20:00				
21:00	Portugália Henrique Amaro					Linha da Frente Augusto Seabra	Coyote- Pedro Costa	21:00				
22:00								22:00				
23:00	Indiegente - Nuno Calado				Caixa de Ritmos Nuno Reis	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Planeta 3 Raquel Bulha	23:00				

Dos novos programas, entre outros, destacam-se: Planeta 3, preenchido com música do mundo; Rimas e Batidas, que pretende ser uma viagem semanal pelo universo do *hip hop*, clássico e moderno, nacional e internacional; Indiegente uma incursão pelos temas alternativos; Costa a Costa, percorre a música norte-americana, do Atlântico ao Pacífico; e ainda Música sem Filme, dirigido aos cinéfilos e apreciadores de bandas sonoras.

2.3.1. Diversidade da programação

Dirigida a um público específico, a programação da Antena 3 pretende cobrir diversas áreas musicais, da chamada *world music* ao *hip hop*, passando pelos temas que constituem o designado *mainstream*, pontuando a emissão com uma animação irreverente, onde o humor

tem uma presença significativa. Os pequenos espaços de palavra são orientados para temas de interesse das gerações mais jovens.

A programação da Antena 3 é, fundamentalmente musical, com 97,92% da emissão, sendo a informação, à semelhança da Antena 2, residual (2,08%).

A diversidade da programação não informativa da Antena 3 encontra-se agrupada em quatro grandes áreas: divulgação musical; programas e pequenos formatos de palavra - autor; institucionais; e, finalmente os espaços de continuidade. A repartição percentual é a seguinte:

FIG. 14 Distribuição percentual da programação não informativa

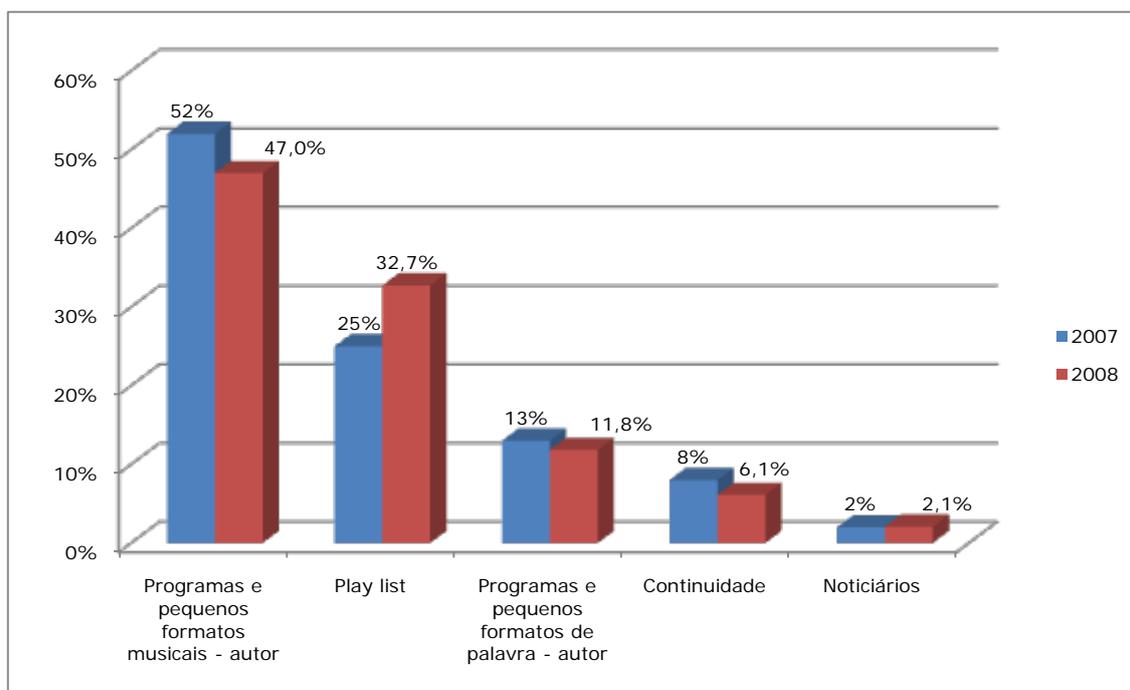
Programação não informativa	
Divulgação musical	79,76%
Programas e pequenos formatos de palavra	11,84%
Continuidade	6,12%
Institucionais	0,20%

Fonte: RTP

Dos 79,76% preenchidos pela divulgação musical, os programas e pequenos formatos musicais de autor ocupam 47,02% e o alinhamento musical 32,74%.

Importa, contudo, analisar a evolução registada na grelha nos anos de 2007 e 2008:

FIG. 15 Dados comparativos da programação não informativa 2007-2008 – Antena 3



Fonte: RTP

Verificou-se uma redução nos programas e pequenos formatos de música e palavra, 5% e 2%, respectivamente, bem como nos programas de continuidade, por contraposição ao

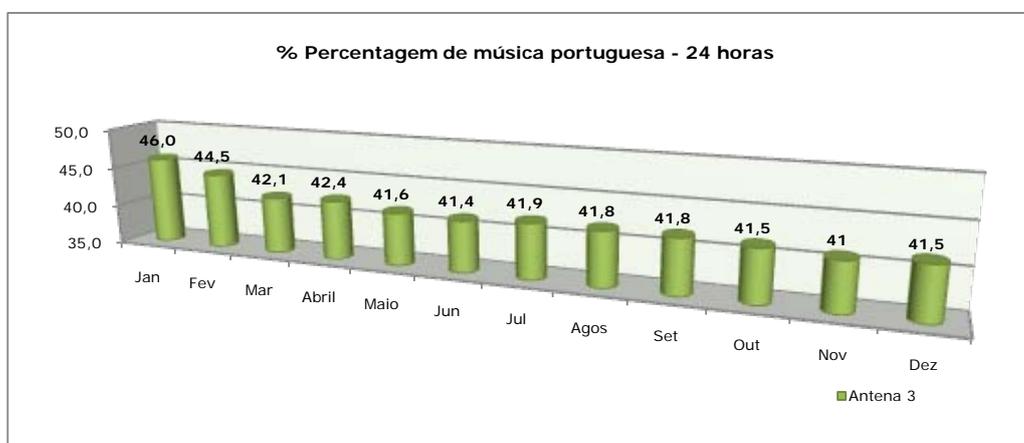
aumento significativo, 12%, de programas musicais de *play-list*. Os conteúdos informativos mantiveram-se nos níveis de 2007.

2.3.2 Quotas de música em língua portuguesa

A percentagem exigida para o terceiro serviço de programas – Antena 3 – é igual à dos restantes operadores, ou seja, de 25% de quota mínima de música portuguesa, devendo esta obedecer à sub quota de 60% preenchida por temas em língua portuguesa interpretadas por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

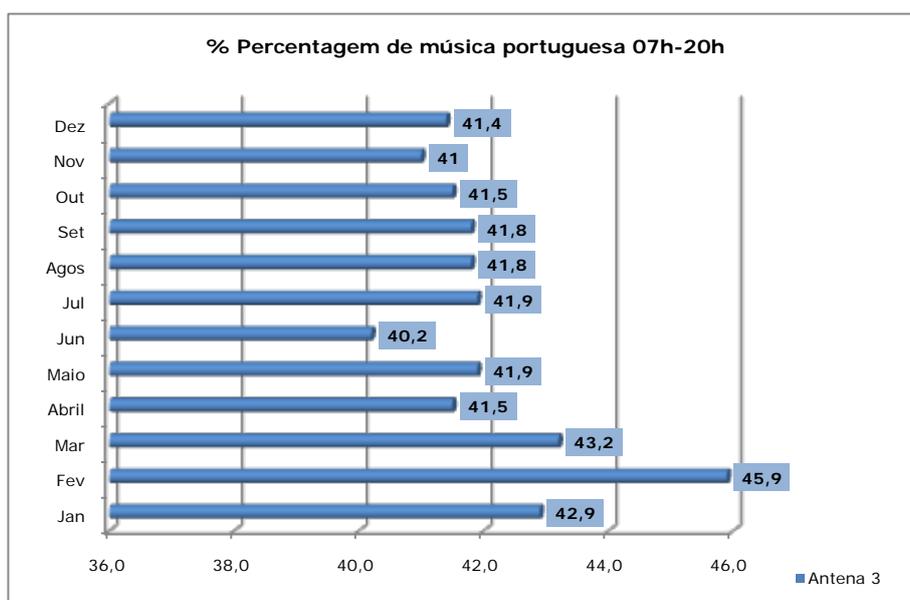
Foram assim registados os seguintes apuramentos para esta estação:

FIG. 16 Emissão de uma percentagem não inferior a 25% de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão



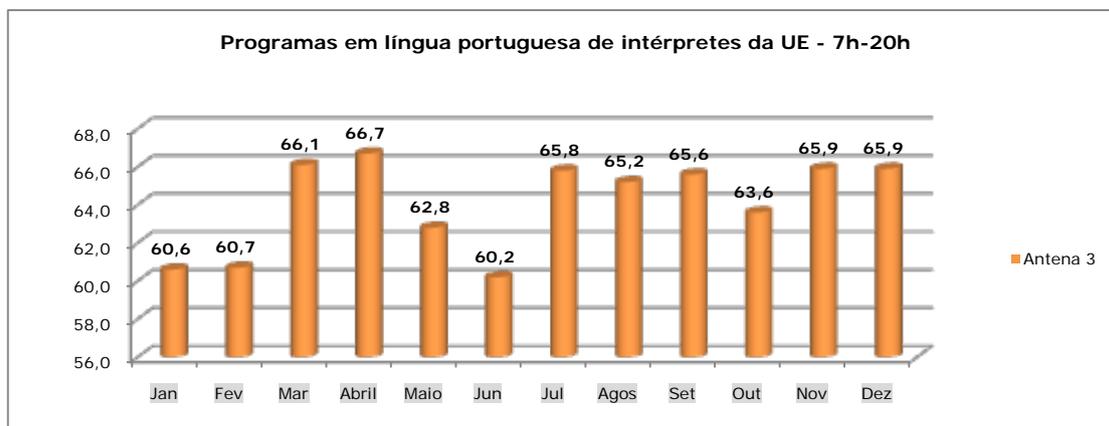
Fonte: ERC

FIG. 17 Emissão de uma percentagem não inferior a 25% de música portuguesa apurada no período entre as 7horas e as 20horas



Fonte: ERC

FIG. 18 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 período entre as 7horas e as 20horas



Fonte: ERC

2.3.3. Síntese conclusiva

Em 2008, a Antena 3 reforçou os programas de música, assentes nas *play-list* fixadas, e reduziu a intervenção em Antena de programas de autoria, cujo contributo, em qualquer programação reforça a diversidade dos conteúdos. Tal como em 2008, a contribuição da informação foi residual – 2% do total da emissão -, questionando-se se a inclusão de mais informação, formalmente ajustada ao público-alvo, não concorreria para a valorização e formação dos jovens, objectivo expresso na alínea b) do n.º 1 do art.º 47º da Lei da Rádio.

Conforme se pode observar, a Antena 3 difundiu uma média acima de 40% de temas portugueses, tanto nas 24 horas de emissão como no período compreendido entre as 7 e as 20horas.

Também as difusões musicais em língua portuguesa foram superiores a 60%, verificando-se um aumento e estabilização de valores, na ordem dos 65 valores percentuais, a partir do 2º semestre de 2008.

IMPrensa

Verificação do cumprimento do Artigo 15º da Lei de Imprensa: Ficha Técnica das publicações⁴⁹

Requisitos do Artigo 15º

a) Nota introdutória

Este capítulo apresenta o resultado da verificação do cumprimento dos princípios constantes do artigo 15º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro), a partir da análise dos jornais diários e semanários e das revistas semanais generalistas, ao longo de 2008.

De acordo com o estipulado naquele artigo:

“1 - As publicações periódicas devem conter, na primeira página de cada edição, o título, a data, o período de tempo a que respeitam, o nome do director e o preço por unidade ou a menção da sua gratuidade.

2 - As publicações periódicas devem conter ainda, em página predominantemente preenchida com materiais informativos, o número de registo do título, o nome, a firma ou denominação social do proprietário, o número de registo de pessoa colectiva, os nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares e dos detentores com mais de 10% do capital da empresa, o domicílio ou a sede do editor, impressor e da redacção, bem como a tiragem⁵⁰.

3 - As publicações não periódicas devem conter a menção do autor, do editor, do número de exemplares da respectiva edição, do domicílio ou sede do impressor, bem como da data de impressão.

4 - Nas publicações periódicas que assumam a forma de revista não é obrigatória a menção do nome do director na primeira página.”

⁴⁹ Cfr. Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro.

⁵⁰ Tiragem - Total de exemplares impressos de uma edição, com excepção dos defeituosos e ou incompletos. (*in* sítio institucional da APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação) < <http://www.apct.pt/generalctextoA.aspx?clocalid=7&indice=1.7> > (Maio de 2009).

b) Definição da amostra

A monitorização do cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa incidiu sobre os jornais diários, os semanários e sobre as revistas generalistas, e abrangeu os meses de Janeiro a Dezembro de 2008. Foi seleccionada uma amostra de 125 edições de jornais diários, 52 edições de semanários e 78⁵¹ edições de revistas semanais generalistas. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

A análise incidiu apenas sobre o conteúdo manifesto da unidade de análise (neste caso, a publicação). Os indicadores foram definidos com o objectivo de verificar o cumprimento daquelas normas aplicáveis à imprensa.

O erro amostral para cada publicação e a definição dos indicadores encontram-se no Anexo II do Volume III.

Esta amostra inaugura a análise das obrigações definidas pelo artigo 15º da Lei de Imprensa.

c) Caracterização geral e composição da amostra

FIG.1 Composição da amostra dos jornais diários

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
2-Jan-08	Quarta	Janeiro	Todos os diários
17-Jan-08	Quinta	Janeiro	Todos os diários
1-Fev-08	Sexta	Fevereiro	Todos os diários
16-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Todos os diários
2-Mar-08	Domingo	Março	Todos os diários
17-Mar-08	Segunda	Março	Todos os diários
1-Abr-08	Terça	Abril	Todos os diários
16-Abr-08	Quarta	Abril	Todos os diários
1-Mai-08	Quinta	Maio	Todos os diários
16-Mai-08	Sexta	Maio	Todos os diários
31-Mai-08	Sábado	Maio	Todos os diários
15-Jun-08	Domingo	Junho	Todos os diários
30-Jun-08	Segunda	Junho	Todos os diários
15-Jul-08	Terça	Julho	Todos os diários
30-Jul-08	Quarta	Julho	Todos os diários
14-Ago-08	Quinta	Agosto	Todos os diários
29-Ago-08	Sexta	Agosto	Todos os diários
13-Set-08	Sábado	Setembro	Todos os diários
28-Set-08	Domingo	Setembro	Todos os diários
13-Out-08	Segunda	Outubro	Todos os diários
28-Out-08	Terça	Outubro	Todos os diários

⁵¹ A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

12-Nov-08	Quarta	Novembro	Todos os diários
27-Nov-08	Quinta	Novembro	Todos os diários
12-Dez-08	Sexta	Dezembro	Todos os diários
27-Dez-08	Sábado	Dezembro	Todos os diários

Jornais diários analisados: 24horas, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público.

FIG.2 Composição da amostra dos *jornais semanários*

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
5-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
19-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
2-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
16-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
1-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
15-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
29-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
12-Abr-08	Sábado	Abril	Expresso e Sol
26-Abr-08	Sábado	Abril	Expresso e Sol
10-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
24-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
7-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
21-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
5-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
19-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
2-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
16-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
30-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
13-Set-08	Sábado	Setembro	Expresso e Sol
27-Set-08	Sábado	Setembro	Expresso e Sol
11-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
25-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
8-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
22-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
6-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol
20-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol

Jornais semanários analisados: Expresso e Sol Todos os Sábados (doravante, Sol)

FIG.3 Composição da amostra das revistas semanais

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
3-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
17-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
31-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
14-Fev-08	Quinta	Fevereiro	Sábado e Visão
28-Fev-08	Quinta	Fevereiro	Sábado e Visão
13-Mar-08	Quinta	Março	Sábado e Visão
27-Mar-08	Quinta	Março	Sábado e Visão
10-Abr-08	Quinta	Abril	Sábado e Visão
24-Abr-08	Quinta	Abril	Sábado e Visão
8-Mai-08	Quinta	Maio	Sábado e Visão
22-Mai-08	Quinta	Maio	Sábado e Visão
5-Jun-08	Quinta	Junho	Sábado e Visão
19-Jun-08	Quinta	Junho	Sábado e Visão
3-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
17-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
31-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
14-Ago-08	Quinta	Agosto	Sábado e Visão
28-Ago-08	Quinta	Agosto	Sábado e Visão
11-Set-08	Quinta	Setembro	Sábado e Visão
25-Set-08	Quinta	Setembro	Sábado e Visão
9-Out-08	Quinta	Outubro	Sábado e Visão
23-Out-08	Quinta	Outubro	Sábado e Visão
6-Nov-08	Quinta	Novembro	Sábado e Visão
20-Nov-08	Quinta	Novembro	Sábado e Visão
4-Dez-08	Quinta	Dezembro	Sábado e Visão
18-Dez-08	Quinta	Dezembro	Sábado e Visão

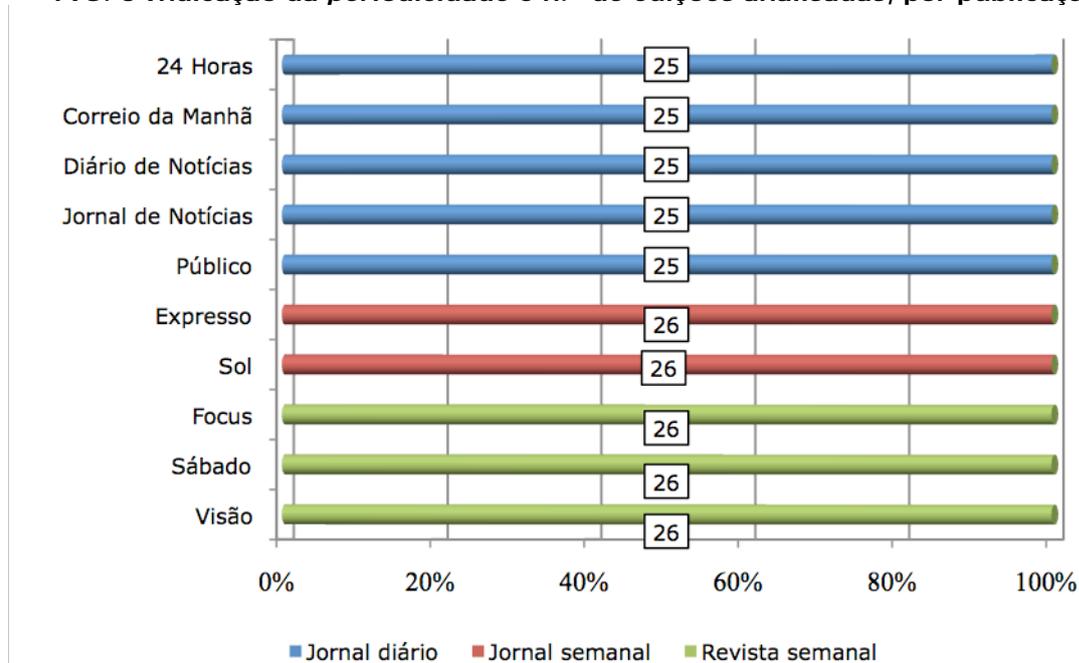
FIG.4 Composição da amostra das revistas semanais

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
2-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
16-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
30-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
13-Fev-08	Quarta	Fevereiro	Focus
27-Fev-08	Quarta	Fevereiro	Focus
12-Mar-08	Quarta	Março	Focus
26-Mar-08	Quarta	Março	Focus
9-Abr-08	Quarta	Abril	Focus
23-Abr-08	Quarta	Abril	Focus
7-Mai-08	Quarta	Maio	Focus
21-Mai-08	Quarta	Maio	Focus
4-Jun-08	Quarta	Junho	Focus
18-Jun-08	Quarta	Junho	Focus
2-Jul-08	Quarta	Julho	Focus
16-Jul-08	Quarta	Julho	Focus
30-Jul-08	Quarta	Julho	Focus

13-Ago-08	Quarta	Agosto	Focus
27-Ago-08	Quarta	Agosto	Focus
10-Set-08	Quarta	Setembro	Focus
24-Set-08	Quarta	Setembro	Focus
8-Out-08	Quarta	Outubro	Focus
22-Out-08	Quarta	Outubro	Focus
5-Nov-08	Quarta	Novembro	Focus
19-Nov-08	Quarta	Novembro	Focus
3-Dez-08	Quarta	Dezembro	Focus
17-Dez-08	Quarta	Dezembro	Focus
31-Dez-08 ⁵²	Quarta	Dezembro	Focus

Revistas semanais analisadas: Focus, Sábado e Visão

FIG. 5 Indicação da *periodicidade* e *n.º de edições analisadas*, por publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições de jornais diários analisadas = 125; Total de edições de jornais semanários analisadas = 52; Total de edições de revistas semanais analisadas = 78. Valores em números absolutos.

- As figuras anteriores descrevem a composição do *corpus* (número de edições) para o período e em relação a cada uma das publicações definidas para monitorização.
- Em 2008, foram analisadas 255 edições; distribuídas por 125 edições de jornais diários generalistas, 52 edições de jornais semanários generalistas e 78 edições de revistas semanais generalistas.

⁵² A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

d) Monitorização do cumprimento dos requisitos

FIG. 6 Indicação do *título da publicação* na primeira página/capa

Nome da publicação	24 horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A totalidade das edições analisadas indicou o *título da publicação* na sua primeira página ou na capa, respectivamente os jornais e as revistas.

FIG. 7 Existência de *data/periódico de tempo a que respeitam* na primeira página/capa

Nome da Publicação	24 horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- Igualmente, todas as edições analisadas indicaram a *data/periódico de tempo a que respeitam* na sua primeira página ou na capa.

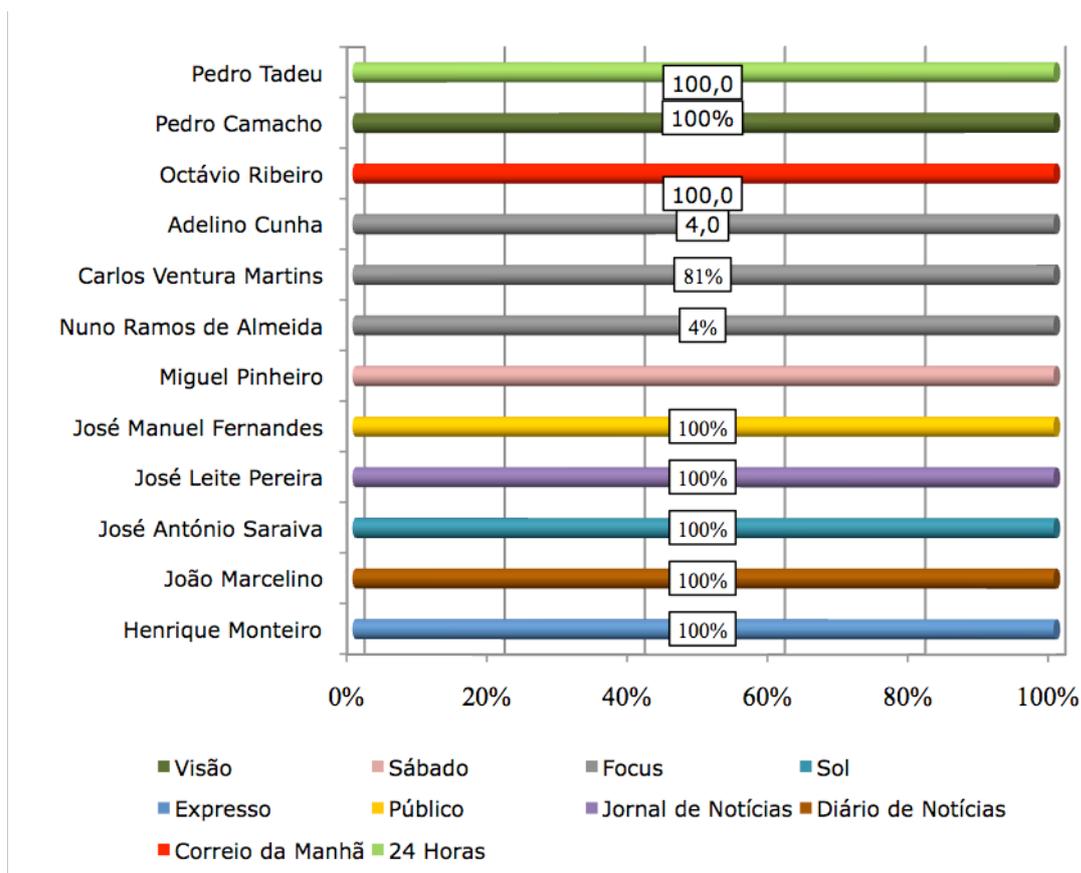
Fig. 8 Indicação do *nome do director* da publicação na primeira página/capa

Nome da Publicação	24 horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	–	–	–	69%
Sim (em outras páginas)	–	–	–	–	–	–	–	100%	100%	100%	31%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O *nome* dos directores dos jornais, diários e semanários, foi indicado na primeira página de todas as edições analisadas.
- As revistas semanais de *periodicidade* semanal analisadas optaram por indicar o *nome do director* em outras páginas que não a capa.

FIG. 9 Identificação (*nome*) do director da publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A identificação do *nome* dos directores das edições analisadas foi também cumprida pela totalidade das publicações. Os vários nomes associados à revista Focus justificam-se pelas mudanças de responsável editorial no período analisado.

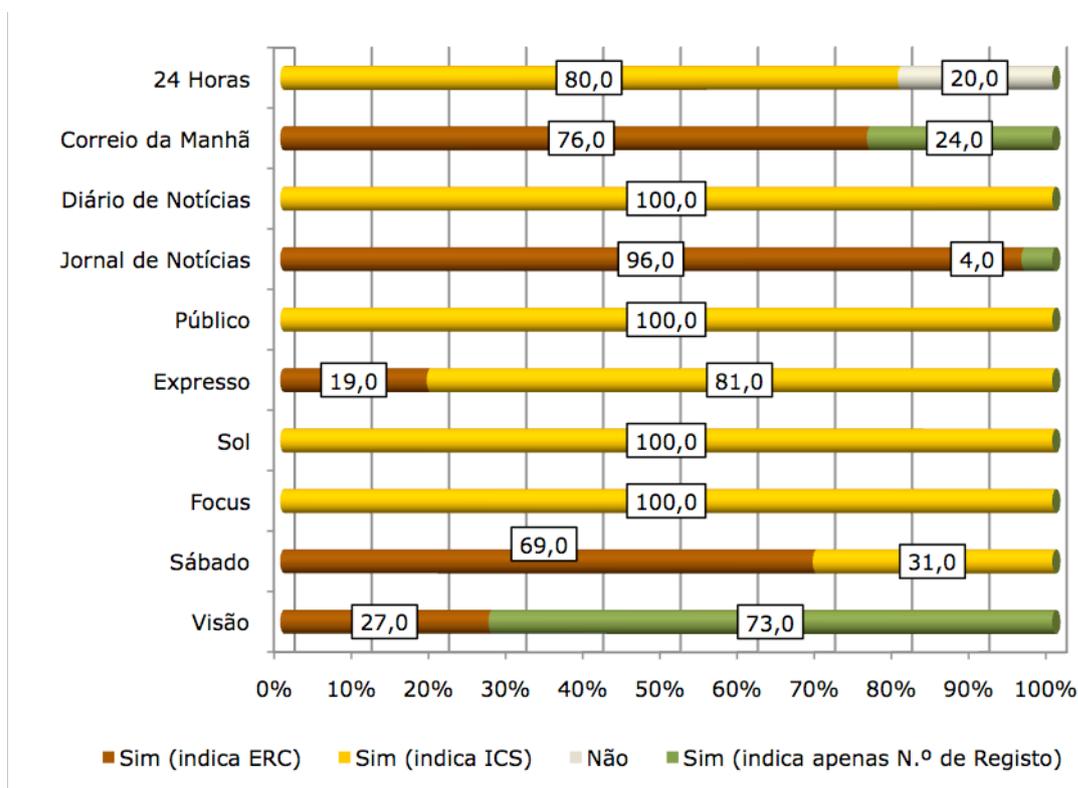
FIG. 10 Indicação do preço da publicação por unidade na primeira página/capa

Nome da Publicação	24horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O preço da publicação por unidade foi publicado na primeira página/capa de todas as edições dos jornais e revistas analisados.

FIG. 11 Indicação do número de registo da publicação



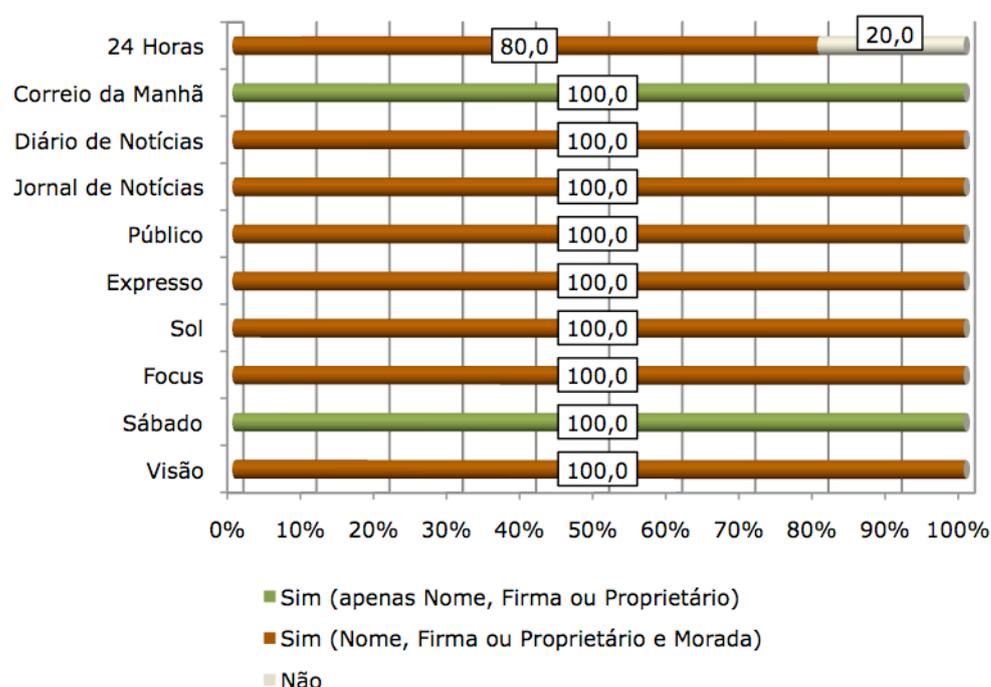
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo do título (no ICS ou ERC) em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- O número de registo da publicação foi indicado pela quase totalidade dos jornais e revistas analisados.

- O 24horas foi a exceção a essa regularidade. Em 20% das edições analisadas não apresentou o *número de registo* e, em 80%, este diário indicou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social (ICS).
- Nas edições dos outros diários analisados, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias indicaram *apenas o número de registo*, sem referência ao nome do organismo público em que os títulos estão inscritos e o *número de registo* na Entidade Reguladora para a Comunicação Social, respectivamente, repartidos por 24% e 76% das edições analisadas no Correio da Manhã e por 4% e 96% no Jornal de Notícias.
- Os jornais Diário de Notícias e o Público, o semanário Sol e a revista Focus indicaram o *número de registo* no Instituto da Comunicação Social (ICS).
- O Expresso apresentou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social em 81% das suas edições analisadas, e, em 19% delas, na Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- A Sábado indicou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social em 31% das suas edições analisadas e, em 69% delas, na Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- A Visão indicou *apenas o número de registo da publicação*, em 73% das publicações analisadas e o *número de registo da publicação* na Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em 27% das edições analisadas.

FIG. 12 Indicação do *nome da firma ou denominação social do proprietário e morada*



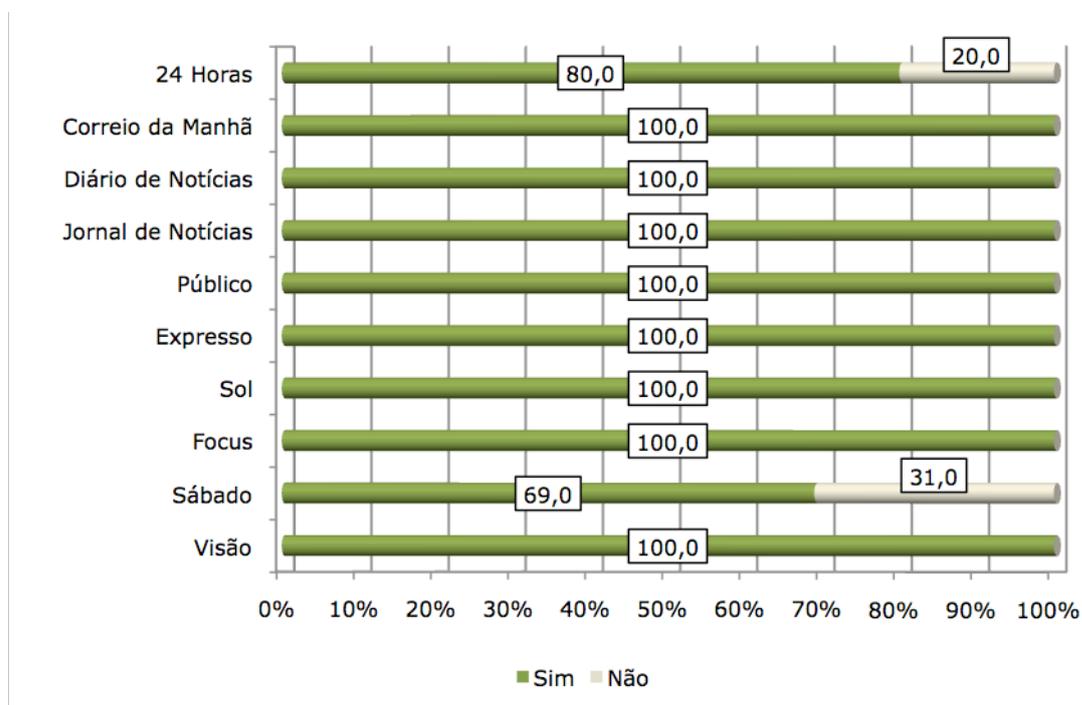
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de

edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do nome, da firma ou da denominação social do proprietário da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no n.º 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

- O nome da firma ou denominação social do proprietário e morada foram indicados pela quase totalidade das publicações analisadas.
- O diário Correio da Manhã e a revista semanal Sábado indicaram apenas o nome da firma ou denominação social do proprietário.
- O diário 24horas publicou todos estes dados em 80% das edições analisadas, e não os referiu em 20% dos casos.

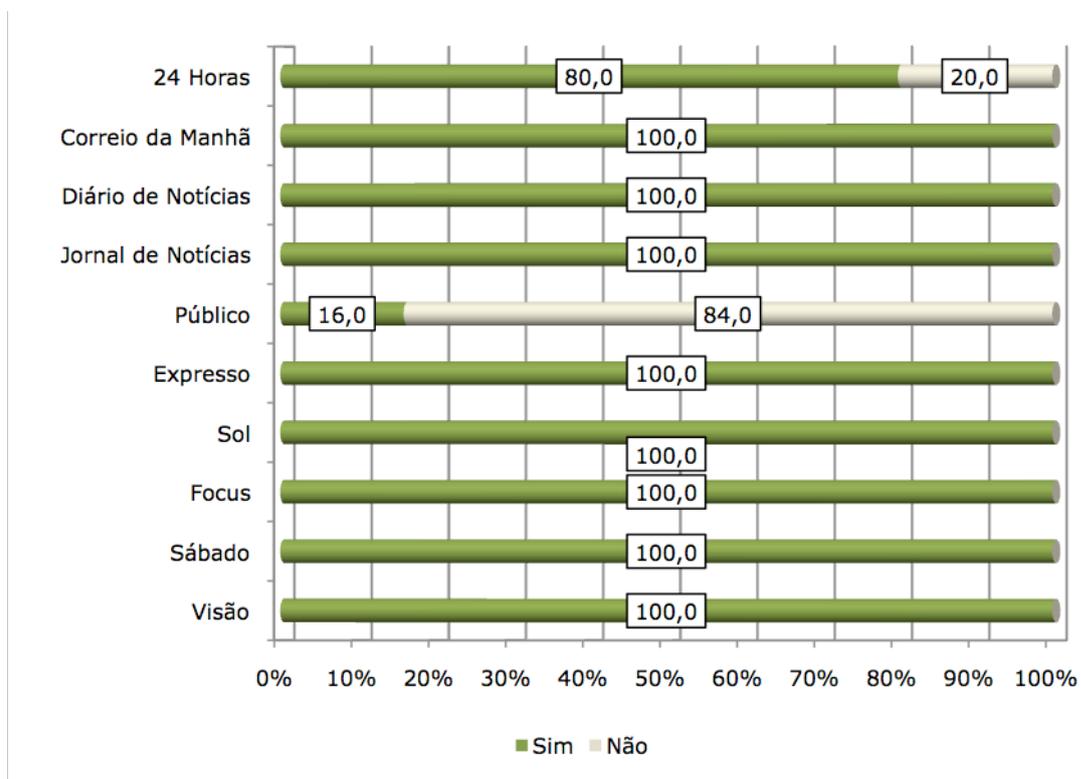
FIG. 13 Indicação do número de registo de pessoa colectiva da publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O número de registo de pessoa colectiva da publicação foi indicado pela quase totalidade das publicações analisadas.
- A excepção foram o diário 24horas e a revista semanal Sábado, cuja ausência deste elemento foi verificada em 20% e 31% das edições analisadas, respectivamente.

FIG. 14 Indicação do nome dos membros do conselho de administração ou de cargos similares

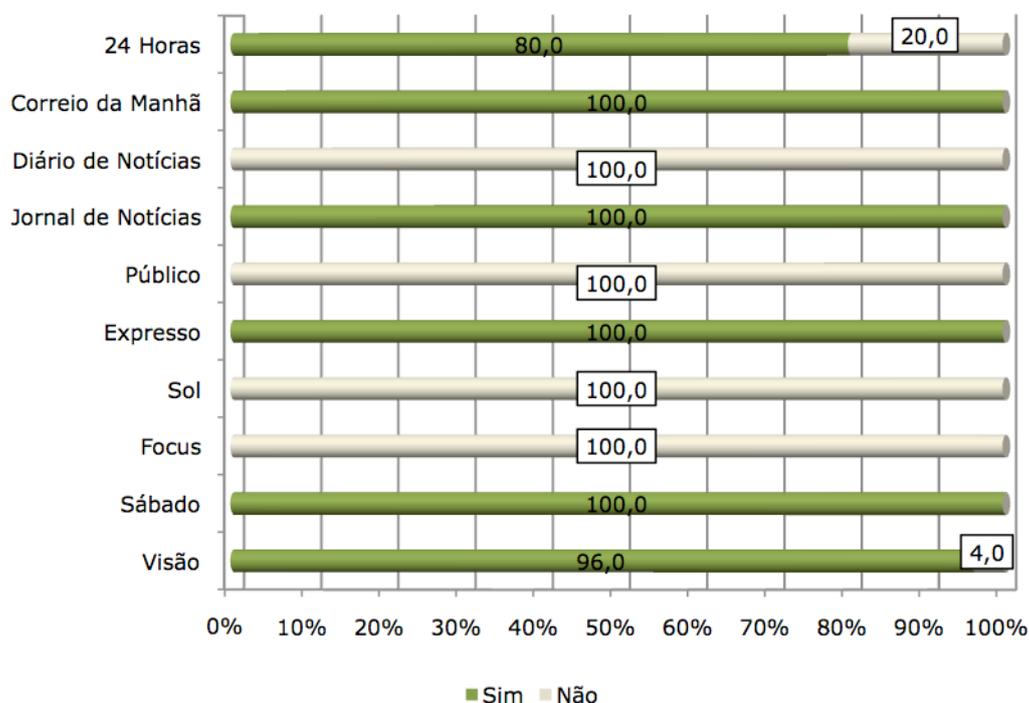


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A indicação do *nome dos membros do conselho de administração ou de cargos similares* foi cumprida por quase todas as edições incluídas na amostra.
- O diário 24horas apresentou estas informações em 80% das edições analisadas e o Público fê-lo em apenas 16% dos seus números incluídos na amostra.

FIG. 15 Existência de *indicação dos detentores de mais de 10% do capital da empresa*



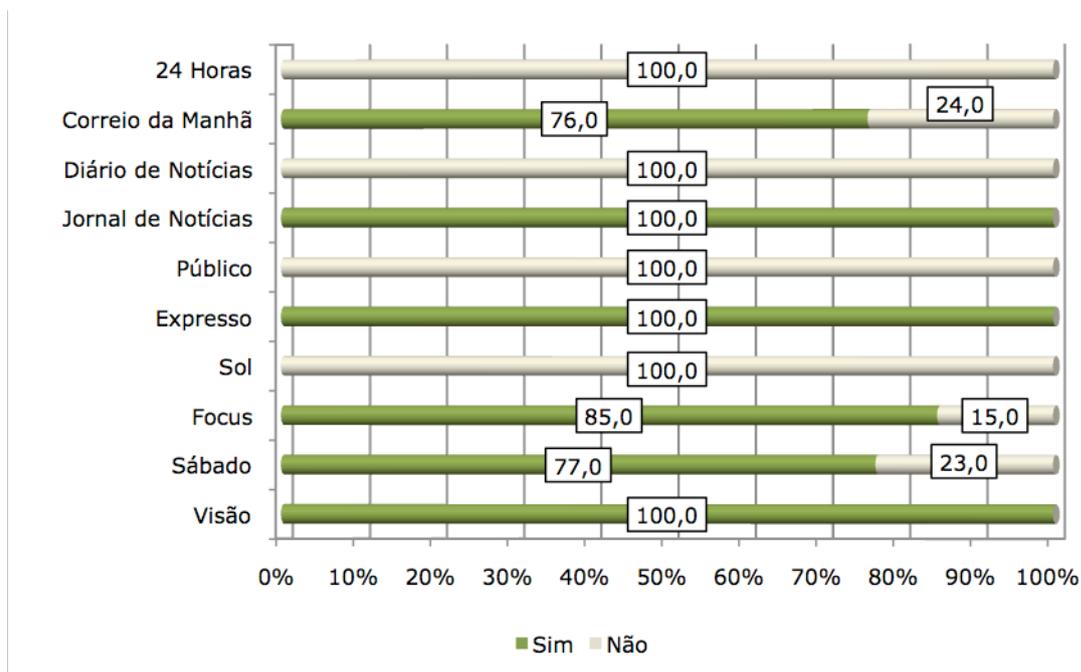
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos detentores de mais de 10% do capital da empresa em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no n.º 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

* Esta variável não se aplica à revista Focus em virtude de o proprietário ser pessoa singular (art.º 6.º da LI).

- A indicação dos *detentores de mais de 10% do capital da empresa* distribuiu-se nas edições analisadas pela totalidade das edições dos Correio da Manhã, do Jornal de Notícias, do Expresso e da revista Visão e esteve ausente de todas as edições analisadas do Diário de Notícias, do Público, do semanário Sol e da revista Focus.
- O diário 24horas e a revista semanal Visão indicaram os *detentores de mais de 10% do capital da empresa*, respectivamente, em 80% e 96% das edições analisadas.

FIG. 16 Existência de indicação do domicílio ou sede da empresa editora

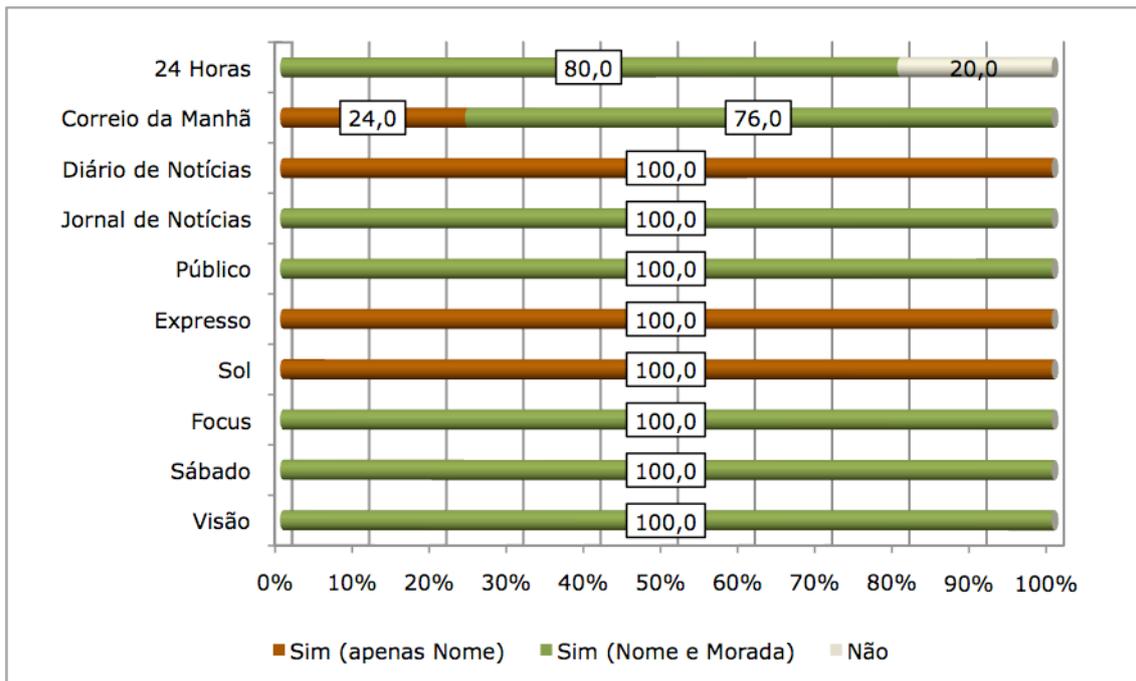


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do domicílio ou sede do editor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A existência de indicação do domicílio ou sede da empresa editora foi verificada em todas as edições analisadas do Jornal de Notícias, do Expresso e da Visão.
- A análise das edições dos jornais 24horas, Diário de Notícias, Público e Sol demonstra que foram sempre publicadas sem indicação do domicílio ou sede da empresa editora.
- O diário Correio da Manhã e as revistas semanais Focus e Sábado indicaram o domicílio ou sede da empresa editora, respectivamente, em 76%, 85% e 77% das edições analisadas.

FIG. 17 Indicação da *sede ou domicílio do impressor*

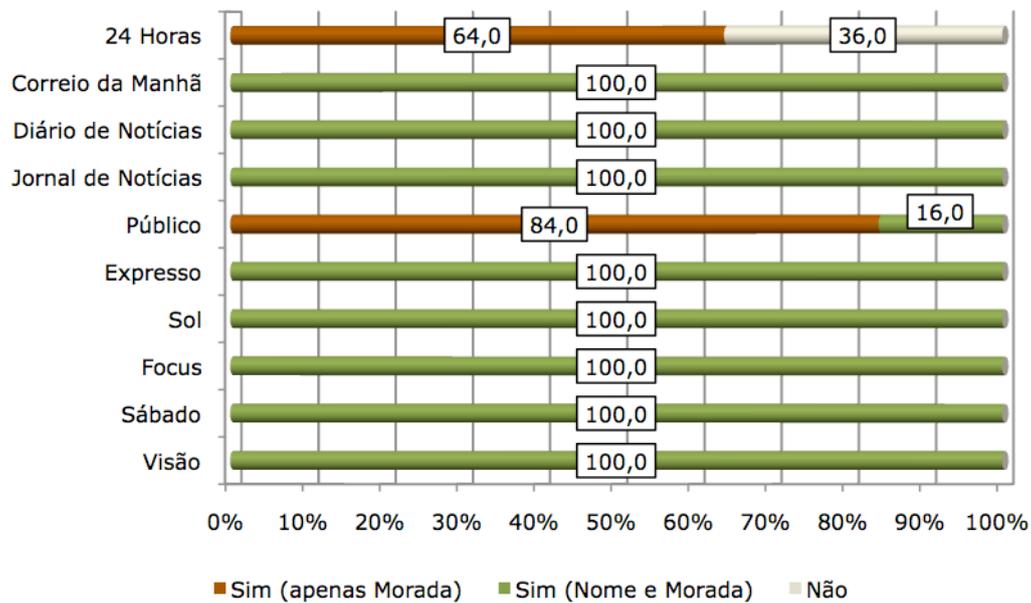


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio do impressor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A indicação da *sede ou domicílio do impressor* (com publicação do nome e morada) das publicações foi cumprida pela totalidade das edições analisadas do Jornal de Notícias e do Público e pelas revistas semanais Focus, Sábado e Visão. Em 20% das edições analisadas do 24horas não houve indicação do nome *da sede ou domicílio do impressor*.
- Só com referência ao nome *da sede ou domicílio do impressor* onde foram impressas, apresentaram-se as edições analisadas do Diário de Notícias e dos semanários Expresso e Sol.
- Em 24% das edições analisadas do Correio da Manhã, foi publicado *apenas o nome da sede ou domicílio do impressor*, face a 76% das edições onde foi publicado o nome e a morada *da sede ou domicílio do impressor*.

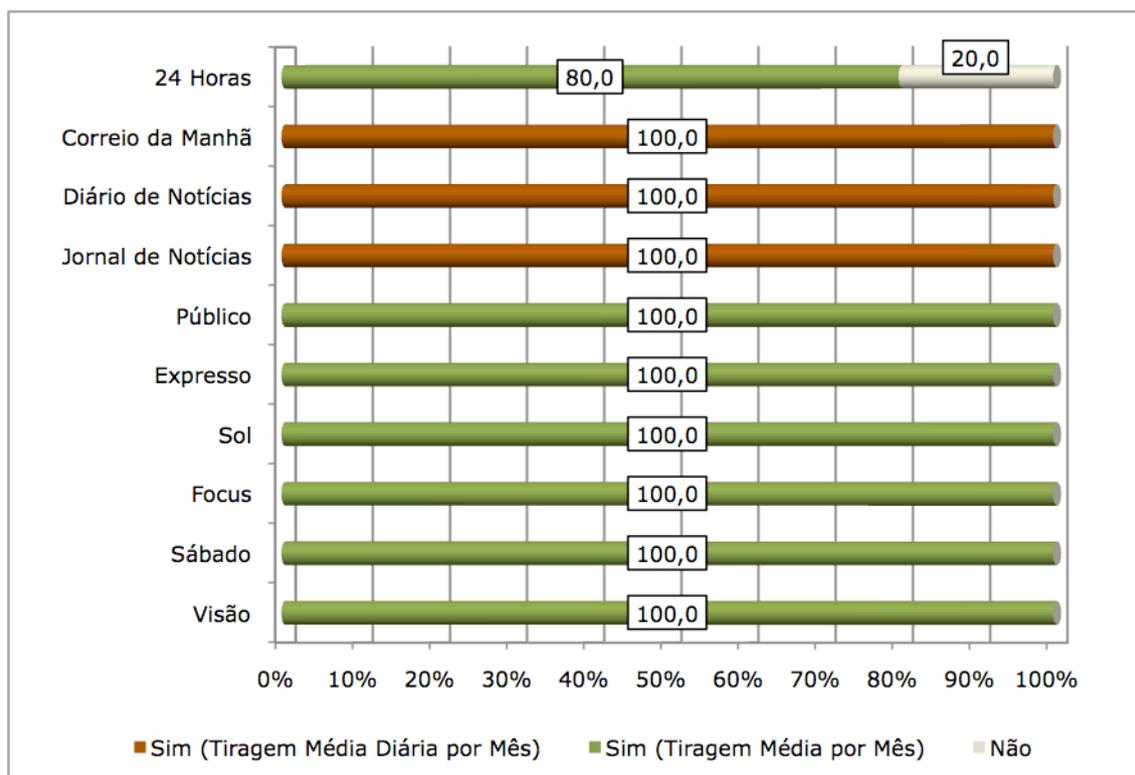
FIG. 18 Indicação da *sede ou domicílio da redacção da publicação*



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A indicação da *sede ou domicílio da redacção da publicação*, com *nome e morada* foi verificada pela totalidade das edições analisadas dos diários Correio da Manhã, do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias, bem como pelos semanários Expresso e Sol e pelas revistas Focus, Sábado e Visão.
- No 24horas e no Público, foi indicada *apenas a morada*, por 64% e 84% das edições analisadas, respectivamente.
- Em 36% das edições do 24horas analisadas, não existe qualquer indicação da *sede ou domicílio da redacção da publicação*.

FIG. 19 Indicação da *tiragem da publicação*



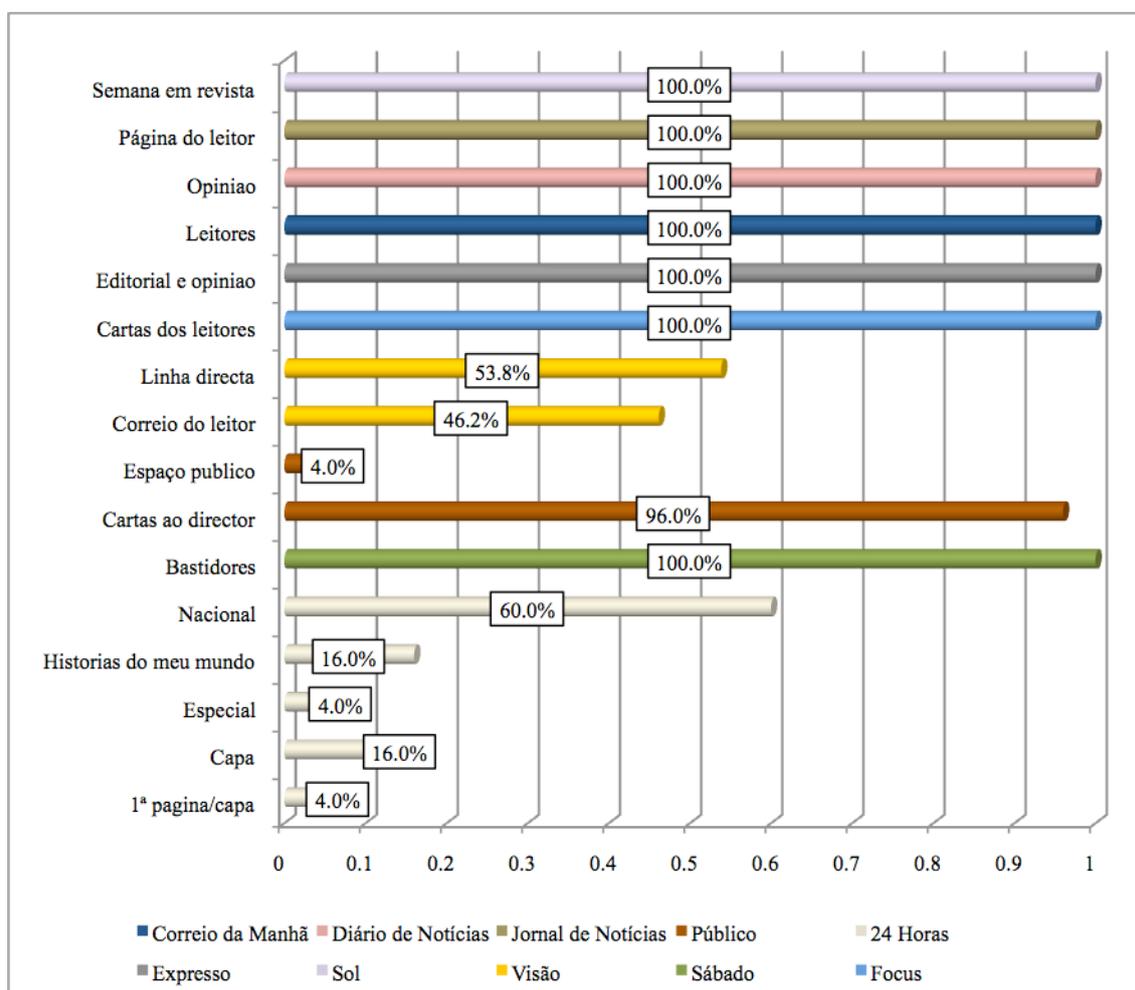
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

A tiragem designa o “total de exemplares impressos de uma edição, com exceção dos defeituosos e ou incompletos”, de acordo com o Regulamento da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação. A tiragem média por mês distingue-se da diária por mês por referência à periodicidade das publicações.

- A *tiragem média por mês da publicação* foi indicada pelo diário Público, pelos semanários Expresso e Sol e pelas revistas Focus, Sábado e Visão.
- Em 80% das edições analisadas, o diário 24horas apresentou a sua *tiragem média por mês*, não a tendo publicado em 20% das edições analisadas.
- Os diários Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias apresentaram a sua *tiragem média diária por mês* em todas as edições analisadas.

e) Variáveis de caracterização da Ficha Técnica

FIG. 20 Secção em que surgem as indicações da Ficha Técnica



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

A Lei de Imprensa não indica a secção de localização da ficha técnica. Contudo, para efeitos de uma mais completa caracterização das publicações foi identificada a secção de localização da ficha técnica.

- A repartição das fichas técnicas por secção onde foram publicadas mostra grande peso das páginas dedicadas aos leitores (nas suas diferentes denominações), abrangendo nas edições analisadas os diários Correio da Manhã, Jornal de Notícias e as revistas Focus e Visão.
- Verifica-se ainda uma grande incidência nas páginas de opinião, como são os casos da revista Sábado (*Bastidores*), do Diário de Notícias (*Opinião*) e do Expresso (*Editorial e opinião*).
- As edições analisadas do diário Público apresentaram a sua Ficha Técnica na secção *Cartas ao Director* (96%) ou na *Espaço público* (4%).

- O diário 24horas publicou a sua ficha técnica, nas edições analisadas, na *secção Nacional* (60%), mas também nas páginas de *Histórias do meu mundo* (16%), *capa* (16%), *Especial* (4%) e na *1ª página/capa* (4%).
- O semanário Sol publicou a sua Ficha Técnica na *secção Semana em revista*.

O n.º 2 do artigo 15º refere que as indicações da Ficha Técnica devem ser inseridas em “página predominantemente preenchida com materiais informativos”. Contudo, os dados mostram que a Ficha Técnica nas publicações analisadas surge predominantemente em páginas de *Opinião* (incluindo nelas as cartas dos leitores), cuja tipologia não corresponde, em rigor, ao conceito de “materiais informativos”.

Síntese conclusiva

1. A ERC desenvolveu, em 2008, uma análise ao cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro) a partir de uma amostra de publicações periódicas de informação geral de âmbito nacional, que incluiu os diários 24horas, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público, os semanários Expresso e Sol e as revistas semanais Visão, Sábado e Focus.
2. A amostra incluiu 125 edições de jornais diários, 52 edições de semanários e 78 edições de revistas semanais generalistas.
3. A análise mostra o cumprimento, pela globalidade das publicações analisadas dos requisitos do artigo 15º da LI. Contudo, revela também incumprimentos, em alguns casos sistemáticos, de algumas das obrigações legais previstas, no mesmo artigo, por parte de algumas das publicações analisadas, adiante identificadas.
4. A globalidade das publicações cumpre, como referido, os requisitos que relativos à *indicação do título, da data ou período a que respeitam*, na primeira página ou na capa. Também o *preço da publicação por unidade* foi publicado nas primeiras páginas/capas de todas as publicações analisadas.
5. A *indicação do nome do director* na primeira página foi cumprida por todos os **jornais**. No seguimento da disposição legal que não obriga a sua publicação na *capa* das **revistas**, estas publicações indicaram o nome dos seus directores em *outras páginas*.
6. O **número de registo da publicação** foi indicado pela quase totalidade das edições analisadas. Só o diário **24horas não o apresentou em 20% dos casos**. Porém, parte das publicações indicam inscrição no Instituto da Comunicação Social e **não na Entidade Reguladora para a Comunicação Social**.

7. O **nome da firma ou denominação social do proprietário e morada** foram publicados por quase todas as edições analisadas. A excepção é a indicação *apenas do nome* pela Sábado e a **ausência total destes elementos em 20% das edições analisadas do 24horas**.
8. Igualmente, a **indicação do número de pessoa colectiva da publicação** foi indicada por quase todas as edições analisadas. Exclui-se o **diário 24horas**, que em **20% daquelas não apresentou** o *número de pessoa colectiva* e da revista Sábado que, em 31% das edições analisadas, não o referiu.
9. A **indicação do nome dos membros do conselho de administração ou cargos similares** foi cumprida por quase todas as publicações, **excepto por 20% das edições analisadas do diário 24horas e por 84% das do Público**.
10. Também a **indicação dos detentores de mais de 10% do capital da empresa** foi apresentada por quase todas as publicações, **excepto por 20% das edições do 24horas** analisadas e por **4% das da revista Visão**, assim como na **totalidade das edições do Diário de Notícias, do Público, do Sol e da Focus**.
11. A **indicação do domicílio ou sede da empresa editora** foi apresentada pela quase totalidade das publicações, **excepto por 24% das edições do diário Correio da Manhã** analisadas, por **15% da revista Focus** e por **23% da Sábado**, assim como na **totalidade das edições do 24horas, do Diário de Notícias, do Público e do Sol**.
12. A **indicação do domicílio ou sede da empresa editora** não foi cumprida por **20% das edições** analisadas do 24horas. O Jornal de Notícias, o Público e as revistas semanais Focus, Sábado e Visão publicaram o nome e a morada da gráfica, em todas as edições analisadas. A **referência incompleta** (*apenas ao nome da gráfica* onde foram impressos) foi feita por **24% das edições analisadas do Correio da Manhã** e pela **totalidade das edições do Diário de Notícias, e dos semanários Expresso e Sol**.
13. A **indicação da sede ou domicílio do impressor** (*com publicação do nome e morada*) das publicações foi cumprida pela totalidade das edições analisadas do Jornal de Notícias e do Público e pelas revistas semanais Focus, Sábado e Visão. Em **20% das edições analisadas do 24horas, 24% do Correio da Manhã e todas as edições analisadas do Diário de Notícias e dos semanários Expresso e Sol** a referência é incompleta.
14. Situação semelhante foi a verificada no caso da **indicação da sede ou domicílio da redacção da publicação**. No **24horas, em 36% das edições analisadas, aquela**

indicação não foi publicada e, em 64%, foi apenas a morada. O mesmo aconteceu em **84% das edições do Público.**

15. A indicação da **tiragem da publicação** foi cumprida pela quase totalidade das edições analisadas, excepto pelo **24horas**, que, em **20%, delas não fez referência** a esse elemento. O Correio da Manhã, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias referiram a sua *tiragem média diária por mês* em todas as edições analisadas. As restantes publicações apresentaram a *tiragem média por mês*.

16. A maioria das publicações analisadas incluiu as *indicações da Ficha Técnica* em secções dedicadas aos leitores ou a opinião, o que em rigor não corresponde ao conceito de página “predominantemente preenchida com materiais informativos”, como refere o n.º 2 do artigo 15º da lei de Imprensa. As excepções são o 24horas e o Sol, que apresentam a *Ficha Técnica* em outras páginas.

Anexo II

1. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A ANÁLISE DOS JORNAIS DIÁRIOS NACIONAIS

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exhaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de cinco jornais diários nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todos os jornais diários (Correio da Manhã, Jornal de Notícias, 24horas, Público e Diário de Notícias) publicados no ano de 2008.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exhaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

4) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/14), logo o intervalo amostral será 14. O objectivo será analisar apenas um dia por quinzena. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 15, sendo a proporção da amostra na população igual a (1/15).

5) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 15 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 15 dias.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7,...,15}

Grupo 2 → {16,17,18,19,20,...,30}

Grupo 3 → {31,32,33,34,35,...,45}

...

Grupo N → {[$(N-1) * 15$]+1, [$(N-1) * 15$]+2, ..., [$(N-1) * 15$]+14, $N * 15$ }

6) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 14 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 2, o que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁵³.

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

⁵³ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira.

{2, 17, 32, 47, 62, 77, 92, 107, 122, 137, 152, 167, 182, 197, 212, 227, 242, 257, 272, 287, 302, 317, 332, 347, 362}

O que corresponde a:

{4ªfeira (02-01-08); 5ªfeira (17-01-08); 6ªfeira (01-02-08); Sábado (16-02-08); Domingo (02-03-08); 2ªfeira (17-03-08); 3ªfeira (01-04-08); 4ªfeira (16-04-08); 5ªfeira (01-05-08); 6ªfeira (16-05-08); Sábado (31-05-08); Domingo (15-06-08); 2ªfeira (30-06-08); 3ªfeira (15-07-08); 4ªfeira (30-07-08); 5ªfeira (14-08-08); 6ªfeira (29-08-08); Sábado (13-09-08); Domingo (28-09-08); 2ªfeira (13-10-08); 3ªfeira (28-10-08); 4ªfeira (12-11-08); 5ªfeira (27-11-08); 6ªfeira (12-12-08); Sábado (27-12-08)}

FIG. 1 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008

Diários					
Dias Seleccionados	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias
Janeiro					
02-Jan-08	1	2	3	4	5
17-Jan-08	6	7	8	9	10
Fevereiro					
01-Fev-08	11	12	13	14	15
16-Fev-08	16	17	18	19	20
Março					
02-Mar-08	21	22	23	24	25
17-Mar-08	26	27	28	29	30
Abril					
01-Abr-08	31	32	33	34	35
16-Abr-08	36	37	38	39	40
Mai					
01-Mai-08	41	42	43	44	45
16-Mai-08	46	47	48	49	50
31-Mai-08	51	52	53	54	55
Junho					
15-Jun-08	56	57	58	59	60
30-Jun-08	61	62	63	64	65
Julho					
15-Jul-08	66	67	68	69	70
30-Jul-08	71	72	73	74	75
Agosto					
14-Ago-08	76	77	78	79	80
29-Ago-08	81	82	83	84	85
Setembro					
13-Set-08	86	87	88	89	90
28-Set-08	91	92	93	94	95
Outubro					
13-Out-08	96	97	98	99	100
28-Out-08	101	102	103	104	105
Novembro					
12-Nov-08	106	107	108	109	110
27-Nov-08	111	112	113	114	115
Dezembro					
12-Dez-08	116	117	118	119	120
27-Dez-08	121	122	123	124	125

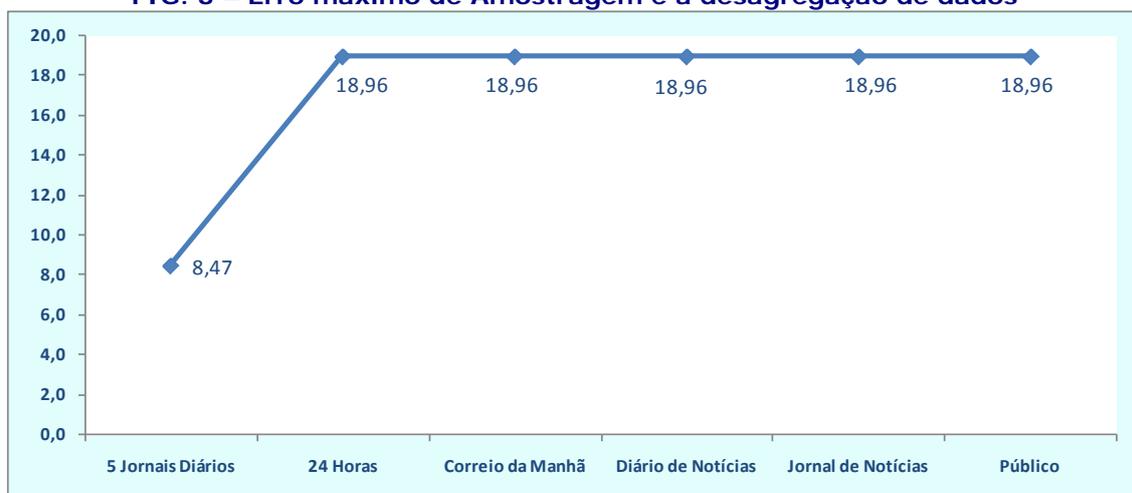
A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada na figura seguinte:

Fig. 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
5 Jornais Diários	366	25	1830	125	8,4704
24 Horas	366	25	366	25	18,9607
Correio da Manhã	366	25	366	25	18,9607
Diário de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Jornal de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Público	366	25	366	25	18,9607

FIG. 3 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

2. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA REVISTA FOCUS

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exhaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de uma revista semanal nacional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todas as edições da Revista Focus entre o momento de tempo zero e o momento t.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exhaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

7) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

8) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

Grupo 1 → {1, 2}

Grupo 2 → {3, 4}

Grupo 3 → {5, 6}

...

$$\text{Grupo } N \rightarrow \{[(N-1)*2]+1, N*2\}$$

9) Seleccção aleatória e definição da amostra

Seleccção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleccção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁵⁴.

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51, 53}

O que corresponde às sextas-feiras seguintes:

{(02-01-08); (16-01-08); (30-01-08); (13-02-08); (27-02-08); (12-03-08); (26-03-08); (09-04-08); (23-04-08); (07-05-08); (21-05-08); (04-06-08); (18-06-08); (02-07-08); (16-07-08); (30-07-08); (13-08-08); (27-08-08); (10-09-08); (24-09-08); (08-10-08); (22-10-08); (05-11-08); (19-11-08); (03-12-08); (17-12-08); (31-12-08)}

⁵⁴ O início da amostra é a primeira quarta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à quarta-feira dia 02 de Janeiro de 2008.

FIG. 4 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008⁵⁵

Dias Seleccionados	Focus
Janeiro	
02-Jan-08	1
16-Jan-08	2
30-Jan-08	3
Fevereiro	
13-Fev-08	4
27-Fev-08	5
Março	
12-Mar-08	6
26-Mar-08	7
Abril	
09-Abr-08	8
23-Abr-08	9
Mai	
07-Mai-08	10
21-Mai-08	11
Junho	
04-Jun-08	12
18-Jun-08	13
Julho	
02-Jul-08	14
16-Jul-08	15
30-Jul-08	16
Agosto	
13-Ago-08	17
27-Ago-08	18
Setembro	
10-Set-08	19
24-Set-08	20
Outubro	
08-Out-08	21
22-Out-08	22
Novembro	
05-Nov-08	23
19-Nov-08	24
Dezembro	
03-Dez-08	25
17-Dez-08	26
31-Dez-08	27

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada na figura seguinte:

⁵⁵ A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

FIG. 5 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Focus	366	26	52	26	13,7227

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

3. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA VISÃO E SÁBADO

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exhaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de duas revistas semanais nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todas as edições das Revistas Visão e Sábado entre o momento de tempo zero e o momento t.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

10) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

11) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

Grupo 1 → {1, 2}

Grupo 2 → {3, 4}

Grupo 3 → {5, 6}

...

Grupo N → $\{[(N - 1) * 2] + 1, N * 2\}$

12) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde ao primeira quinta-feira da quinzena⁵⁶.

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51}

O que corresponde aos sábados seguintes:

{(03-01-08); (17-01-08); (31-01-08); (14-02-08); (28-02-08); (13-03-08); (27-03-08); (10-04-08); (24-04-08); (08-05-08); (22-05-08); (05-06-08); (19-06-08); (03-07-08); (17-07-08); (31-07-08); (14-08-08); (28-08-08); (11-09-08); (25-09-08); (09-10-08); (23-10-08); (06-11-08); (20-11-08); (04-12-08); (18-12-08)}

⁵⁶ O início da amostra é a primeira quinta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à quinta-feira dia 03 de Janeiro de 2008.

FIG. 6 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008

Dias Seleccionados	Visão	Sábado
Janeiro		
03-Jan-08	1	2
17-Jan-08	3	4
31-Jan-08	5	6
Fevereiro		
14-Fev-08	7	8
28-Fev-08	9	10
Março		
13-Mar-08	11	12
27-Mar-08	13	14
Abril		
10-Abr-08	15	16
24-Abr-08	17	18
Mai		
08-Mai-08	19	20
22-Mai-08	21	22
Junho		
05-Jun-08	23	24
19-Jun-08	25	26
Julho		
03-Jul-08	27	28
17-Jul-08	29	30
31-Jul-08	31	32
Agosto		
14-Ago-08	33	34
28-Ago-08	35	36
Setembro		
11-Set-08	37	38
25-Set-08	39	40
Outubro		
09-Out-08	41	42
23-Out-08	43	44
Novembro		
06-Nov-08	45	46
20-Nov-08	47	48
Dezembro		
04-Dez-08	49	50
18-Dez-08	51	52

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

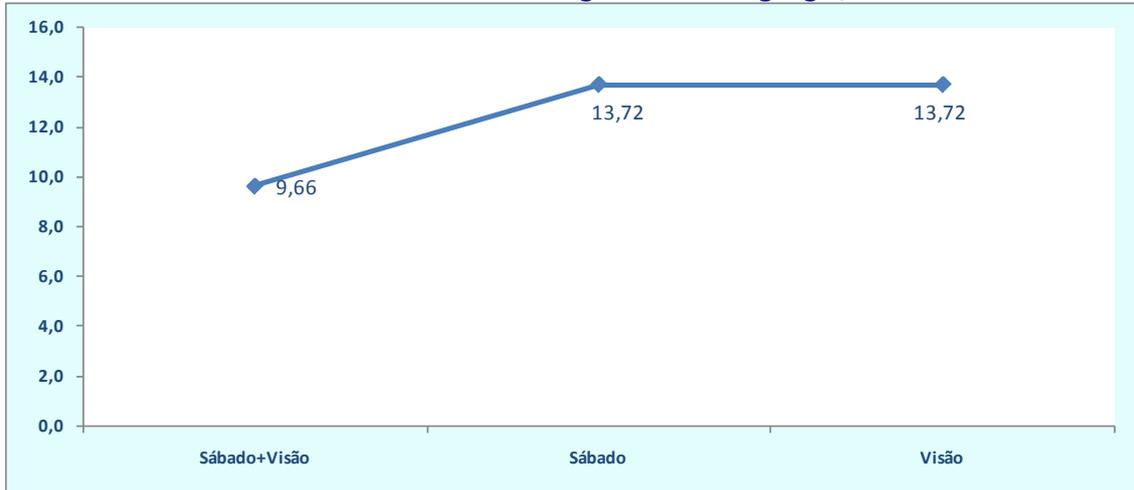
O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

FIG. 7 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Sábado+Visão	366	26	104	52	9,6562
Sábado	366	26	52	26	13,7227
Visão	366	26	52	26	13,7227

FIG.8 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Descrição das variáveis analisadas

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização do cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa (jornais diários e semanários e revistas semanais generalistas). Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização do referido artigo está organizada de modo a corresponder a cinco grandes dimensões de análise:

- n) Caracterização geral.
- o) Dados de publicação obrigatória na primeira página/capa dos jornais/revistas.
- p) Dados de publicação obrigatória na Ficha Técnica no interior dos jornais/revistas.

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de caracterização geral

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como a publicação em que se insere.

32. Código Identificador

Definição Conceptual: Esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (publicação).

33. Nome da Publicação

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome da publicação a analisar.

34. Data (aaaammdd)

Definição Conceptual: Esta variável identifica a data completa correspondente à edição da publicação que se está a analisar.

35. Periodicidade e Tipo de Publicação

Definição Conceptual: Esta variável identifica a periodicidade e o género da publicação que se está a analisar.

g) Dados de publicação obrigatória na primeira página/capa dos jornais/revistas

36. Indicação de Título da Publicação (nº 1, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz indicação do título da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do Art.º 15º da Lei de Imprensa.

37. Menção da Data da Publicação (nº 1, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da data da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

38. Indicação do Intervalo de Tempo a que respeita a Publicação (nº 1, art.º15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do intervalo de tempo a que a mesma respeita na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º15º da Lei de Imprensa.

39. Indicação do Nome do Director da Publicação (nº 1, art.º15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise refere o nome do director da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

40. Descrição do Nome do Director da Publicação (variável aberta)

Definição Conceptual: Esta variável descreve o nome do director da publicação apresentado na 1ª página/capa.

41. Indicação do Preço por Unidade da Publicação (nº1, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise refere o preço da mesma por unidade na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

42. Indicação da Gratuitidade da Publicação (nº 1, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise menciona a gratuitidade da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

h) Dados de publicação obrigatória na Ficha Técnica publicada no interior dos jornais/revistas

43. Indicação do Número de Registo do Título da Publicação (nº 2, art.º 15º Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo do título (no ICS ou ERC) em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

44. Indicação do Nome, Firma ou Proprietário da Publicação (nº 2, Art.º 15.º Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do nome, da firma ou da denominação social do proprietário da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

45. Indicação do Número de Registo de Pessoa Colectiva da Publicação (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo de pessoa colectiva (NIPC) da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

46. Indicação dos Nomes dos Membros do Conselho de Administração ou de Cargos Similares da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

47. Indicação dos Detentores de mais de 10% do Capital da Empresa (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos detentores de mais de 10% do capital da empresa em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

48. Indicação do Domicílio ou Sede do Editor da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do domicílio ou sede do editor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

49. Indicação da sede ou domicílio do Impressor da Publicação (nº 2, Art.º 15.º Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio do impressor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

50. Indicação da sede ou domicílio da Redacção da Publicação (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio da redacção da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

51. Indicação da Tiragem da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de exemplares de tiragem da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

52. Secção onde constam as Indicações Técnicas da Publicação (variável aberta)

Definição Conceptual: Indicação exacta da secção de cada jornal/revista em que se encontram as indicações técnicas da publicação.

IMPrensa DE CAPITAIS MAIORITARIAMENTE PÚBLICOS

1. Introdução Geral

a) Quadro jurídico aplicável à análise das publicações periódicas de capitais maioritariamente públicos

A Constituição da República Portuguesa proclama, no artigo 37º, que “[t]odos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento” e, no artigo 38º, que “é garantida a liberdade de imprensa” e que esta liberdade implica, nomeadamente, “a liberdade de expressão e criação dos jornalistas e colaboradores”.

A liberdade de imprensa aparece reforçada, a nível infraconstitucional, nos artigos 1º, 2º e 22º da Lei de Imprensa e no artigo 7º do Estatuto do Jornalista (EJ). Esta liberdade não é, todavia, absoluta. Os seus limites encontram-se circunscritos por outros valores, também eles constitucionalmente consagrados.

Com efeito, segundo o art.º 3º da Lei de Imprensa, constituem limites à liberdade de imprensa, “os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objectividade da informação, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática”.

Em sentido idêntico, o art.º 14º, n.º 1, do EJ, preconiza como deveres fundamentais dos jornalistas, entre outros, o dever de “informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião” (al. a)); de “respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem” (al. d)); de “procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem” (al. e)); e de “identificar, como regra, as suas fontes de informação e atribuir as opiniões recolhidas aos respectivos autores” (al. f)).

O n.º 2 do citado estabelece ainda outros deveres dos jornalistas, dos quais se destacam, nesta sede, “abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência” (al. c)); “abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física” (al. d)); e “não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual” (al. e)).

Cumpra ainda destacar, no que se refere aos periódicos com capitais maioritariamente públicos, que se encontram abrangidos pelo art.º 38º, n.º 6, da Constituição da República Portuguesa, que estabelece que “a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.”

Atento o quadro normativo aqui referido, e que baliza, necessariamente, a actuação da imprensa escrita, o Conselho Regulador elaborou e apresenta um relatório de monitorização dos órgãos de imprensa. Dado o disposto no citado art.º 38º, n.º 6, da lei fundamental, que contempla a obrigação reforçada de os meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, o Conselho Regulador prestou ainda especial atenção ao Jornal da Madeira e ao Diário do Alentejo.

Cabe notar, uma vez mais, que o presente escrutínio não corresponde a uma acção voluntarista do Conselho Regulador, representando antes o cumprimento de um mandato confiado a esta entidade administrativa independente.

Desde logo, por força da lei fundamental, compete à ERC assegurar, nos meios de comunicação social, “o direito à informação e a liberdade de imprensa”; “o respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais”; “o respeito pelas normas reguladoras das actividades de comunicação social”; e “a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.”

Em concretização do preceito constitucional, os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, nesta sede, o art.º 24º, n.º 3, al. a), que estabelece que lhe compete, no exercício de funções de regulação e supervisão, “[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais”, assim como o art.º 24º, n.º 2, al. d), que determina que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ERC, “[e]laborar anualmente um relatório sobre a situação das actividades de comunicação social e sobre a sua actividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública.”

O Conselho Regulador está ciente de que o presente Relatório não esgota o acompanhamento das actividades da imprensa, no sentido utilizado no art.º 24º, n.º 2, al. d), dos estatutos da ERC, nem, aliás, isso seria possível através de uma análise de conteúdo como a que consta deste Relatório. Assim sendo, a análise apresentada incide, em especial, sobre rigor e isenção da informação, aí se incluindo a diversificação e identificação das fontes, bem como a conformidade da informação publicada com os objectivos definidos nos estatutos editoriais das publicações consideradas.

b) Aspectos metodológicos da análise de imprensa

A monitorização da imprensa assenta em bases de dados que incluem indicadores orientados para os objectivos de regulação enunciados nos Estatutos da ERC. A técnica utilizada é a Análise de Conteúdo, a qual permite a descrição objectiva e sistemática do conteúdo manifesto da comunicação, bem como realizar inferências válidas dos dados analisados para o seu contexto. Através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS, torna-se possível identificar *temáticas*, *actores*, formas de mediatização, entre outros elementos presentes nos artigos de imprensa.

Torna-se, também, possível efectuar análises comparativas entre jornais e identificar tendências na informação publicada. O objectivo é a adopção de procedimentos padronizados de recolha de informação de forma sistemática e racionalmente controlada.

O presente capítulo do Relatório refere-se exclusivamente à análise de imprensa e resulta da monitorização e análise dos conteúdos informativos das seguintes publicações: Jornal da Madeira e Diário do Alentejo, por amostra do período de 01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.

Foi analisado um total de 583 artigos, correspondentes a 51 edições dos jornais acima referidos.

Publicação	Periodicidade	N.º de edições analisadas	N.º de artigos analisados
Jornal da Madeira	Diário	25	227
Diário do Alentejo	Semanário	26	356
Total (N)		51	583

Esta análise corresponde à terceira fase da análise de conteúdo das mesmas publicações periódicas iniciada em 2006.

O processo de amostragem foi aplicado aos jornais diários e semanários, seguindo um esquema de análise de um dia por semana, com uma semana de interrupção entre eles.

Atendendo à importância de que se reveste a primeira página, são analisados todos os artigos aí localizados, não apenas o publicado nesse espaço – “manchete”, título, “chamada”, “abertura” ou ilustração –, mas também o seu desenvolvimento na secção correspondente no interior do jornal, qualquer que tenha sido o local onde ele surja e qualquer que seja o tema. São também analisados os artigos de opinião e o Editorial, independentemente da página/secção em que aparecem publicados.

Excluídos da análise, ainda que mencionados na primeira página, ficam a publicidade, a autopromoção, os classificados, os *cartoons*, a meteorologia, o obituário, a referência a ofertas ou brindes e outros textos não jornalísticos.

Para além dos artigos com presença na primeira página, é incluída no *corpus* a caracterização temática do editorial, onde quer que se localize dentro do jornal, e dos artigos de opinião.

A opção pela análise da *primeira página* e pela *caracterização temática do editorial* e dos artigos de opinião – por definição, os espaços “nobres” do jornal – prende-se com o facto de serem, essencialmente, esses os elementos que melhor lhe definem o perfil e, por conseguinte, aqueles cuja análise permite verificar melhor a adequação desse perfil ao estatuto *editorial* e ao quadro normativo aplicável à imprensa. Os indicadores usados na análise têm como função verificar o cumprimento dessas normas.

A unidade de análise é o artigo ou peça jornalística constituída pelo texto da primeira página e pelo seu desenvolvimento no interior do jornal, nos casos em que não se esgota na primeira página.

Os critérios definidos são transversais à análise de todas as publicações constantes deste Relatório, o que permite a comparabilidade dos dados entre diários e entre semanários.

A análise incide apenas sobre o conteúdo manifesto da unidade de análise (artigo), o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente no conteúdo da peça jornalística analisada.

A descrição da amostra e a definição dos indicadores da análise da imprensa encontram-se expostas no Anexo III.

c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

Diário do Alentejo

- Para uma leitura e apreensão mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida pelo semanário de capitais maioritariamente públicos Diário do Alentejo, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos das respectivas coberturas informativas que integraram a agenda política e social no período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.
- Em 2008, o Diário do Alentejo cobriu acontecimentos de diversas áreas, mas incidiu especialmente nos do domínio político e da cultura, sobretudo nas actividades das autarquias regionais e em eventos culturais da região.
- Ao longo de todo ano, em diferentes momentos e por razões diversas, acontecimentos envolvendo as autarquias de Beja, Mértola, Moura, Odemira, Almodôvar, Castro Verde, Vidigueira, Ferreira do Alentejo, Serpa, Aljustrel, Alcácer do Sal, Santiago do Cacém foram alvo de cobertura por parte do semanário de capitais maioritariamente públicos e deram origem a chamadas e referência nas suas primeiras páginas.
- Foram entrevistados presidentes de vários municípios, nomeadamente o Presidente da Câmara de Mértola em Janeiro, em Fevereiro os autarcas de Odemira e de Castro Verde, o de Serpa em Julho, e foram cobertas assinaturas de protocolos, acordos e reuniões entre municípios do Alentejo e outras entidades, nomeadamente privadas. Além desses eventos, o Diário do Alentejo também deu espaço nas suas páginas a inaugurações, apresentações de projectos e feiras organizadas por algumas autarquias. Só em Agosto, por exemplo, foram cobertas pelo semanário a inauguração do parque industrial em Santiago do Cacém, a inauguração do pólo da Biblioteca de Castro Verde e a inauguração de uma praceta em Beja.

- Além dos eventos políticos ligados à actividade das autarquias, também foram cobertas nas primeiras páginas do Diário do Alentejo as actividades dos partidos políticos, em especial do PCP, PSD e PS, bem como políticas do Governo Nacional e as suas consequências para a região do Alentejo. A esse propósito, refira-se a cobertura das políticas para a educação relacionadas com a avaliação de desempenho dos professores, em especial no mês de Novembro, e das políticas para a saúde ligadas ao encerramento das urgências e à insuficiência de médicos em vários hospitais da região, em especial no distrito de Beja.
- Também foram abordados pelo semanário de capitais maioritariamente públicos assuntos relacionados com políticas culturais e políticas de ordenamento do território do Governo ligadas ao Alentejo. As primeiras foram referidas na cobertura do encerramento de vários monumentos por falta de recursos humanos e, as políticas de ordenamento do território, foram chamadas às primeiras páginas do semanário a propósito da decisão da construção do novo aeroporto de Lisboa em Alcochete, ligada à construção de um aeroporto em Beja. Outros assuntos, como o Congresso Alentejo XXI e a revisão da lei eleitoral para as autarquias, também foram cobertos no período em análise.
- Mas, como anteriormente referido, nem só os acontecimentos políticos foram alvo de cobertura pelo Diário do Alentejo. Também eventos ligados à cultura foram referidos nas primeiras páginas, nomeadamente festivais de música (festival musical em Serpa, festival sudoeste na Zambujeira do Mar, festival Músicas do Mundo em Sines, festival de música em Castro Verde), a inauguração de monumentos (monumento de homenagem à mulher alentejana) e exposições de pintura e ilustração, lançamentos de livros e homenagens a algumas personalidades.
- Alguns eventos culturais foram abordados no Diário do Alentejo dando enfoque a cerimónias e celebrações, como é o caso da atribuição de prémios a uma publicação da Bedoteca de Beja e ao vencedor do prémio ibérico de escultura “Cidade de Serpa”. As comemorações do 25 de Abril, bem como outras efemérides, como por exemplo o centenário do centro republicano de instrução e recreio aljustrelense e o 35º aniversário do golpe de estado de 1973 no Chile, foram outros momentos de celebração noticiados pelo semanário no período analisado.
- Além dos eventos culturais, o Diário do Alentejo realizou a cobertura de outras feiras e congressos relacionados com os sectores da agricultura, pecuária e pesca, nomeadamente a feira de Barrancos, a Ovibeja, a feira das actividades culturais e económicas do Concelho de Odemira e o I Congresso Ibérico do Porco Alentejano.
- Na área laboral, foram noticiadas várias greves, protestos e manifestações, tendo-se destacado, no período em análise no semanário, a greve dos trabalhadores da ETAR de Sines, em Março, e as manifestações de professores a nível nacional, em Abril e em Dezembro.
- O desporto, sobretudo o futebol, também foi um assunto referido ao longo de todo o ano no Diário do Alentejo. Na primeira página foram noticiados acontecimentos relacionados com o campeonato nacional de III divisão e com o campeonato distrital da Associação de Futebol de Beja.

Jornal da Madeira

- Para uma leitura e apreensão mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida pelo diário de capitais maioritariamente públicos Jornal da Madeira, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos das respectivas coberturas informativas que integraram a agenda política e social no período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.

- A cobertura informativa do Jornal da Madeira, em 2008, foi marcada sobretudo por acontecimentos políticos do País e da região autónoma. De Janeiro a Dezembro foram os assuntos ligados à política nacional e regional, nomeadamente a actividade dos órgãos regionais da Madeira (Governo Regional e Assembleia Regional) e das autarquias do arquipélago, os mais frequentes nas primeiras páginas do diário de capitais públicos.
- De um modo genérico, observou-se que alguns dos assuntos políticos que mereceram cobertura no Jornal da Madeira no período analisado foram as relações entre o Governo da República e o Governo Regional da Madeira, a discussão em torno do estatuto do representante da república nas regiões autónomas e o aprofundamento da autonomia dessas regiões, as eleições para a presidência do PSD, bem como outras actividades do partido (quer a nível nacional, quer a nível regional).
- Além destes assuntos, devem referir-se também a revisão do estatuto político administrativo dos Açores, a apresentação dos novos tarifários da TAP para as viagens entre a Madeira e o continente e o fim do monopólio da transportadora aérea nesses voos (com a introdução de companhias low cost), as políticas fiscais e de educação da região e a apresentação de projectos para a Madeira quer por parte do Governo Regional, quer de algumas autarquias do arquipélago.
- Os meses com maior incidência da cobertura do Jornal da Madeira em acontecimentos políticos foram Fevereiro, Maio, Julho e Novembro. Em Fevereiro discutiu-se o estatuto do representante da república para as regiões autónomas e a autonomia das regiões autónomas, as relações do Governo da Região da Madeira com o Governo Nacional (com a existência de uma reunião entre o órgão regional e o ministro da presidência), em Maio o Jornal da Madeira cobriu as eleições para a presidência do PSD e chamou à primeira página as novas regras e tarifários da TAP para os transportes entre a Região Autónoma da Madeira e o continente.
- Em Julho prolongou-se a cobertura sobre os transportes entre o arquipélago e Portugal continental, neste mês a propósito da apresentação dos tarifários de companhia low-cost entre Lisboa e o Funchal e foram alvo de discussão as políticas fiscais/financeiras do Governo regional, nomeadamente relacionadas com o atraso na publicação de uma portaria para regulamentação da aplicação do IVA nas regiões autónomas. Novembro pode descrever-se como o mês em que a cobertura do Jornal da Madeira ficou marcada pela apresentação de projectos do Governo Regional (projecto para a nova gare marítima internacional do porto do Funchal; programa de apoio às pequenas e médias empresas; estratégia regional para a segurança e saúde no trabalho) e a discussão do orçamento para a região autónoma da Madeira.
- Além dos acontecimentos ligados à política nacional e regional, também os relacionados com a criminalidade e actividade económica no arquipélago (sobretudo os investimentos no turismo) foram alvo de cobertura pelo diário de capitais maioritariamente públicos ao longo de 2008.
- O futebol, nomeadamente a participação dos clubes da Região Autónoma da Madeira no campeonato da primeira liga e a eleição de Cristiano Ronaldo como melhor jogador do mundo, e alguns acontecimentos relacionados com a igreja católica, também foram assuntos frequentemente acompanhados nas primeiras páginas do Jornal da Madeira ao longo desse ano. Refira-se ainda que o jogador de futebol madeirense Cristiano Ronaldo foi alvo de cobertura pelo Jornal da Madeira não só a propósito das suas vitórias no futebol, mas também por acções de solidariedade e investimentos económicos na região.

2. Diário do Alentejo

a) Nota prévia

O Diário do Alentejo é um semanário regional com capitais exclusivamente públicos, encontrando-se, nessa medida, abrangido pelo artigo 38º, n.º 6 da Constituição da República Portuguesa que contempla a obrigação dos meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião.

Esse facto justifica, pois, que o Conselho Regulador preste uma atenção particular a este órgão da imprensa regional.

O Diário do Alentejo foi fundado em 1932 e é propriedade da Associação de Municípios do Baixo Alentejo e Alentejo Litoral (são associadas as câmaras municipais de Alcácer do Sal, Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Barrancos, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Grândola, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Santiago do Cacém, Serpa, Sines e Vidigueira).

No quadro do seu estatuto editorial, o Diário do Alentejo afirma-se como um jornal semanário regionalista “independente”, de “informação geral, que pretende através do texto e da imagem dar cobertura aos acontecimentos mais relevantes da região”. Defendendo “posições de neutralidade”, o jornal garante proporcionar “espaço ao pluralismo político e de ideias, aos valores da democracia e da liberdade” e à “expressão de opiniões”, e recusa “quaisquer influências ideológicas ou dos poderes político, económico e religioso”. Compromete-se, no plano editorial e jornalístico, a actuar segundo critérios legais, éticos e deontológicos.

b) Definição da amostra

A análise do Diário do Alentejo abrange os meses de Janeiro a Dezembro de 2008, tendo sido analisados 356 artigos referentes a 26 edições.

A análise não recai sobre todas as matérias publicadas nessas edições, tendo sido avaliados apenas os artigos localizados na primeira página e o seu desenvolvimento no interior do jornal, bem como todos os **editoriais e artigos de opinião integrantes da secção de opinião**. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

A amostra seleccionada baseia-se em indicadores cuja função é verificar o cumprimento das normas aplicáveis à imprensa e à actividade jornalística.

A definição dos indicadores encontra-se no Anexo III.

Esta amostra constitui a segunda fase da análise de conteúdo, prosseguida em continuidade, e respeitando – na maioria dos pontos – os mesmos procedimentos do ano 2007. A intenção é estabelecer comparabilidade anual entre os dados de modo a empreender, futuramente, análises diacrónicas.

c) Caracterização geral e composição da amostra

Jornais Semanários: Amostra

Diário do Alentejo (semanário regional)

FIG. 1 Composição da amostra

Data	Dias da Semana	Mês	N.º de edições	N.º total de artigos
04-Jan-08	Sexta-feira	Janeiro	1	11
18-Jan-08	Sexta-feira	Janeiro	1	11
1-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	12
15-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	12
29-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	15
14-Mar-08	Sexta-feira	Março	1	13
28-Mar-08	Sexta-feira	Março	1	12
11-Abr-08	Sexta-feira	Abril	1	14
25-Abr-08	Sexta-feira	Abril	1	13
9-Mai-08	Sexta-feira	Mai	1	14
23-Mai-08	Sexta-feira	Mai	1	14
6-Jun-08	Sexta-feira	Junho	1	13
20-Jun-08	Sexta-feira	Junho	1	16

4-Jul-08	Sexta-feira	Julho	1	13
18-Jul-08	Sexta-feira	Julho	1	17
1-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	16
15-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	13
29-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	15
12-Set-08	Sexta-feira	Setembro	1	13
26-Set-08	Sexta-feira	Setembro	1	13
10-Out-08	Sexta-feira	Outubro	1	14
24-Out-08	Sexta-feira	Outubro	1	15
7-Nov-08	Sexta-feira	Novembro	1	16
21-Nov-08	Sexta-feira	Novembro	1	14
5-Dez-08	Sexta-feira	Dezembro	1	14
19-Dez-08	Sexta-feira	Dezembro	1	13
Total (N)	26	12 Meses	26	N = 356

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em números absolutos.

A figura anterior descreve a composição do universo estudado bem como o número de artigos analisados em cada uma das edições.

- Durante o período definido para análise foram contempladas 26 edições, perfazendo um total de 356 artigos.
- O mês de Agosto foi o que registou o maior número de artigos (44).
- Foi no dia 18 de Julho que se registou o maior número de artigos por edição (17).

d) Temas principais

FIG. 2 Temas principais

Temas	Diário do Alentejo
Política Nacional/regional	44,7%
Cultura	12,1%
Desporto	8,7%
Economia, Finanças e Negócios	6,2%
Ordem Interna	5,6%
Relações Laborais	5,3%
Saúde e Acção Social	3,7%
Cerimónias e Celebrações	3,1%
Educação	1,7%
Assuntos Internacionais (Política)	1,7%
Comunicação	1,4%
Urbanismo	1,1%
Ciência e Tecnologia	1,1%
Assuntos Comunitários (Política)	1,1%
Ambiente	0,8%
População	0,6%
Defesa	0,6%
Crença e religião	0,6%
Sociedade	-
Total	100% (356)

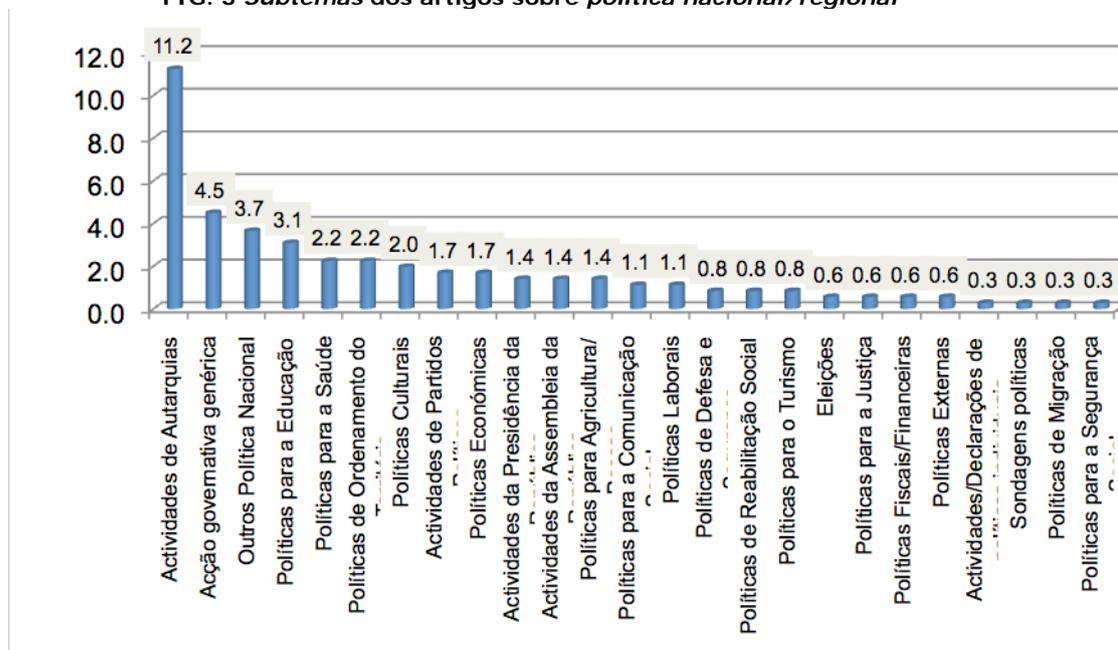
Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Relativamente aos *temas* dos artigos do Diário do Alentejo:
 - *Política nacional/regional* é o *tema* mais frequente, incidindo em 44,7% dos artigos analisados.
 - Segue-se *cultura* (com 12,1% de ocorrências) e o terceiro *tema* com mais artigos na

amostra do Diário do Alentejo é *desporto* (8,7%).

- Os *temas* menos tratados no Diário do Alentejo, a partir desta amostra dos artigos com alguma referência na primeira página são *população, defesa, e crença e religião* (cada um com 0,6% de incidência no total da amostra). Nesta amostra de 2008, não foram identificados artigos sobre temáticas de *Sociedade* na primeira página do Diário do Alentejo.

FIG. 3 Subtemas dos artigos sobre política nacional/regional

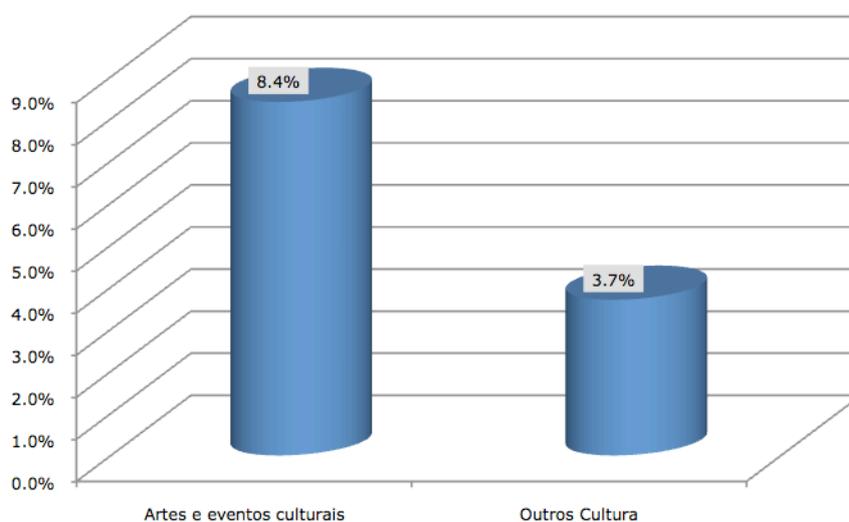


Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos sobre política nacional/regional = 159. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Em 44,7% dos artigos analisados do Diário do Alentejo, o *tema* principal é *política nacional/regional*.

- Dentro deste grande *tema*, *actividades de autarquias* é o assunto mais frequente (aparecendo em 11,2% do total de artigos desta categoria).
- Em muito menor percentagem, aparecem as *ações governativas genéricas* (incidindo em 4,5% dos artigos de *política nacional/regional*), *outros política nacional* (em 3,7%) e *políticas para a educação* (em 3,1%).

FIG. 4 Subtemas dos artigos sobre cultura

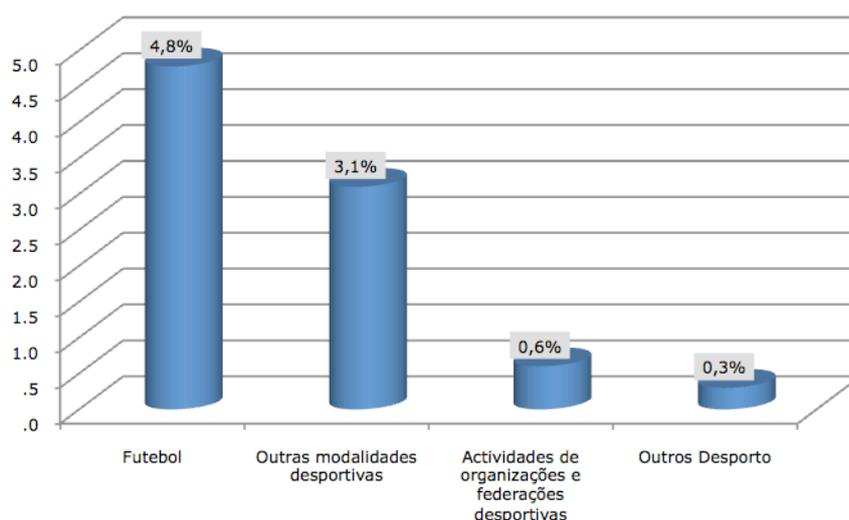


Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos sobre cultura = 43. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Cultura é o segundo *tema* mais frequente nos artigos do Diário do Alentejo, com 43 artigos com referência na primeira página (12,1% do total da amostra).

- Neste grande *tema*, *artes e eventos culturais* é o assunto mais frequente (incidindo em 8,4% da amostra).
- *Outros [temas da] cultura* representaram 3,7% do total de artigos com referência de primeira página nesta amostra do Diário de Alentejo de 2008.

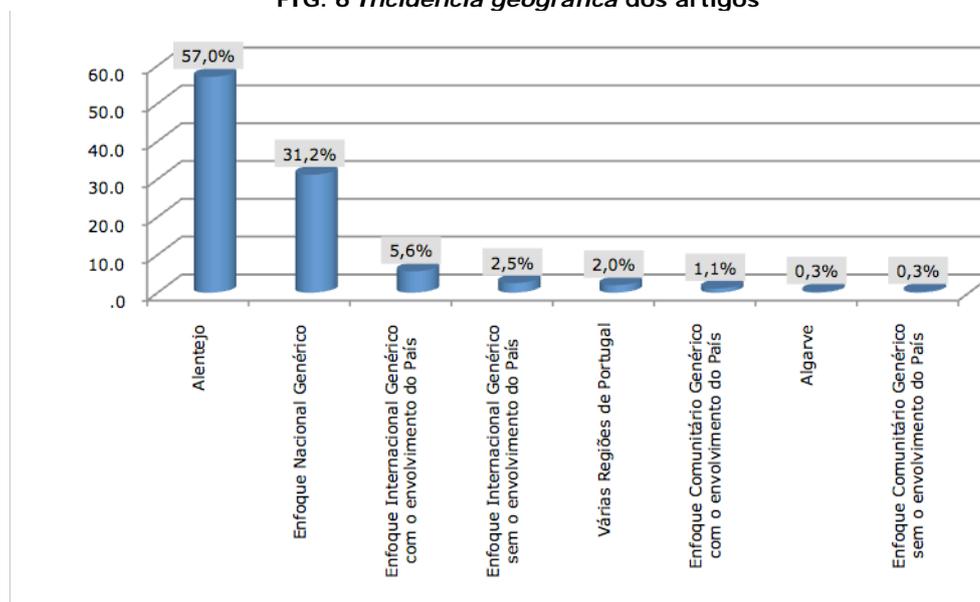
FIG. 5 Subtemas dos artigos sobre desporto



Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos sobre desporto = 31. Outras *modalidades desportivas* inclui os artigos sobre os Jogos Olímpicos. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- O Diário do Alentejo publicou 31 artigos sobre *desporto* com referências na primeira página, o que, nesta amostra de 2008, corresponde a 8,7% do total da amostra.
- Estes artigos têm como subtemas, sobretudo *futebol* (4,8%), *outras modalidades desportivas* (3,1%), *actividades de organizações e federações desportivas* (0,6%) e *outros [temas do] desporto* (0,3%).

FIG. 6 Incidência geográfica dos artigos

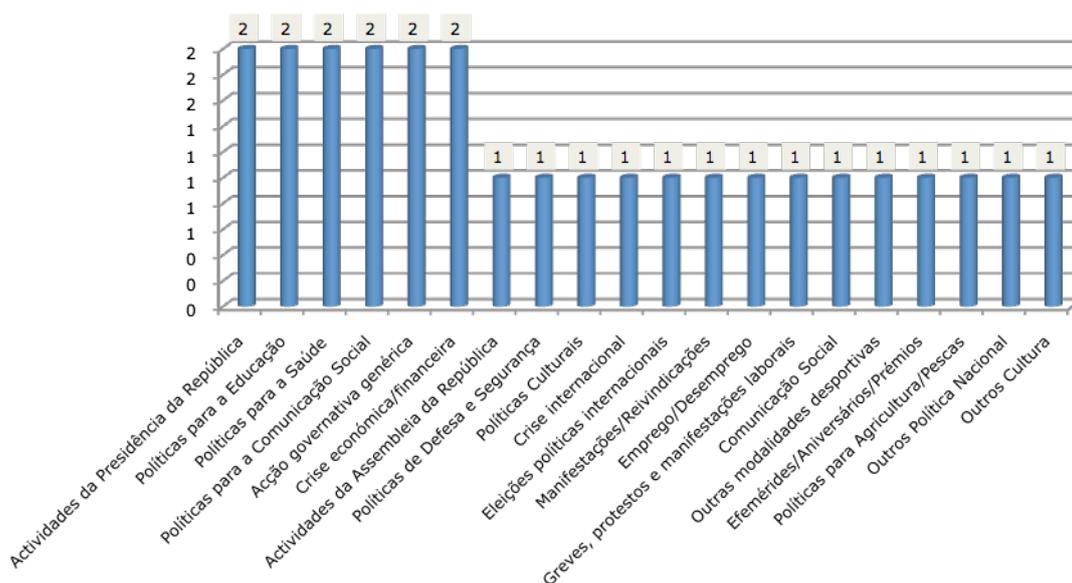


Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando a *incidência geográfica* dos artigos do Diário do Alentejo:

- O *Alentejo* é a região mais representada no total dos conteúdos, com 57% do total. Neste indicador *geográfico*, o *tema* mais frequente dos artigos é *política nacional/regional*, que incide em 86 (42,4%) dos 203 artigos focados nessa *região*. Nestes conteúdos, existem 161 *actores* identificáveis, sendo que em 89 (55,3% do total) os *actores* também pertencem à área da *política nacional/regional*. Relativamente ao indicador *valência/tom* face a estes *actores*, em 65 artigos (73%), a tonalidade revela-se *mais positiva do que negativa*.
- O conjunto das *várias regiões de Portugal* incide em 2% dos artigos da amostra de 2008. Nos artigos publicados na primeira página do Diário do Alentejo, não foi registado nenhum artigo com incidência na *região da Grande Lisboa*, nem no *Centro* ou nas *Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira*.
- As regiões *Algarve* e aquelas com *enfoque comunitário genérico sem o envolvimento do país* são as menos presentes nesta amostra, com um artigo, em cada *região*.

FIG. 7 Subtemas dos Editoriais



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de editoriais publicados = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se apenas aos editoriais.

Na amostra do Diário do Alentejo, existem 26 editoriais, um em cada edição analisada. Nestes:

- Grande parte dos temas abordados nos editoriais centra-se na temática *política nacional/regional* (em 15 dos casos analisados), distribuindo-se os restantes por temas como *assuntos internacionais, economia, finanças e negócios e relações laborais* (respectivamente em dois editoriais cada) e *ordem interna, cultura, comunicação, desporto e cerimónias e celebrações*.
- No caso dos editoriais em que a temática principal abordada se centra na *política nacional/regional*, destaca-se os subtemas *actividades da presidência da república, políticas para a educação, políticas para a saúde, políticas para a comunicação social e acção governativa genérica*.
- Em 16 dos 26 editoriais os *actores* são identificados, sendo, na maioria, da área da *política nacional/regional* (em 10 editoriais), nomeadamente actores do Governo Nacional (*ministros e primeiro-ministro*), todos com uma valência/tom negativa(o).

FIG. 8 Subtemas dos Artigos de Opinião

Subtemas	Diário do Alentejo
Acção governativa genérica	9,1
Outros Política Nacional	7,6
Políticas para a Educação	3,8
Políticas Económicas	3,8
Políticas de Ordenamento do Território	3,0
Políticas Laborais	3,0
Actividades da Assembleia da República	2,3
Actividades de Partidos Políticos	2,3
Actividades de Autarquias	2,3
Políticas para a Saúde	2,3
Actividades da Presidência da República	1,5
Políticas Fiscais/Financeiras	1,5
Políticas Externas	1,5
Políticas para a Comunicação Social	1,5
Políticas para Agricultura/Pescas	1,5
Eleições	0,8
Políticas para a Justiça	0,8
Políticas para a Segurança Social	0,8
Políticas de Defesa e Segurança	0,8
Políticas Culturais	0,8
Políticas de Reabilitação Social	0,8
Total Política Nacional/regional	51,5% (68)
Greves, protestos e manifestações laborais	5,3
Emprego/Desemprego	3,0
Acções sindicais	0,8
Total Relações Laborais	9,1% (12)
Futebol	3,0
Outras modalidades desportivas	1,5
Actividades de organizações e federações desportivas	0,8
Jogos Olímpicos	0,8
Total Desporto	6,1% (8)
Artes e eventos culturais	3,0
Outros Cultura	2,3
Total Cultura	5,3% (7)
Manifestações/Reivindicações	2,3
Crimes	0,8
Actividades policiais	0,8
Actividades de Bombeiros e Protecção Civil	0,8
Total Ordem interna	4,5% (6)

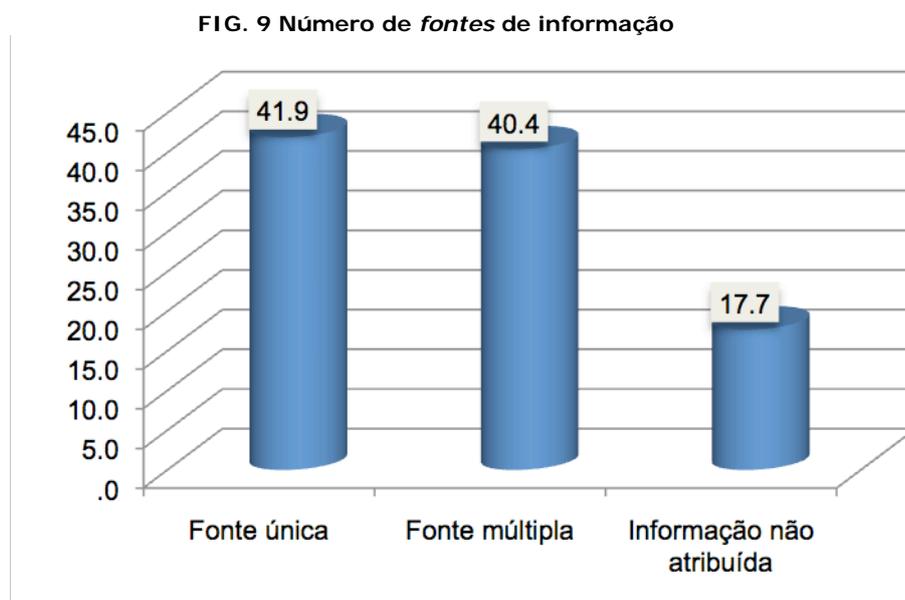
Funcionamento do sistema de saúde	3,0
Segurança e Assistência Social	0,8
Total Saúde e Acção Social	3,8% (5)
Efemérides/Aniversários/Prémios	3,8
Total Cerimónias e Celebrações	3,8% (5)
Eleições políticas internacionais	1,5
Acções governativas/Estado	0,8
Atentados e terrorismo	0,8
Total Assuntos Internacionais	3,0% (4)
Políticas comunitárias	3,0
Total Assuntos Comunitários	3,0% (4)
Indicadores económicos	1,5
Agricultura e pescas	0,8
Crise económica/financeira	0,8
Total Economia, Finanças e Negócios	3,0% (4)
Ensino Superior	0,8
Outros Educação	0,8
Total Educação	1,5% (2)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,5
Total Ambiente	1,5% (2)
Transportes e infra-estruturas	1,5
Total Urbanismo	1,5% (2)
Comunicação Social	1,5
Total Comunicação	1,5% (2)
Cristianismo católico	0,8
Total Crença e Religião	0,8% (1)
Total	100 % (132)

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos de opinião publicados= 132. Valores em percentagem. Os dados referem-se apenas aos artigos de opinião.

Do total de artigos analisados na amostra do Diário do Alentejo 132 são artigos de opinião (37,1%). Analisando as temáticas abordadas por estes artigos constata-se que:

- Mais de metade dos artigos considerados debruçam-se sobre assuntos de *política nacional/regional* (51,5%). Os seguintes temas mais abordados, embora em muito menor número, são *relações laborais* (9,1%) e *desporto* (6,1%). As restantes temáticas apresentam valores residuais inferiores a 5%.
- No âmbito da *política nacional/regional*, as categorias relacionadas com *actividades governativas genéricas* e *outros política nacional/regional* são as mais frequentadas (9,1% e 7,6%, respectivamente). Seguem-se *políticas para a educação*, *políticas económicas*, *políticas de ordenamento do território* e *políticas laborais*. As restantes categorias apresentam valores residuais por volta dos 2%.

e) Fontes de informação principais



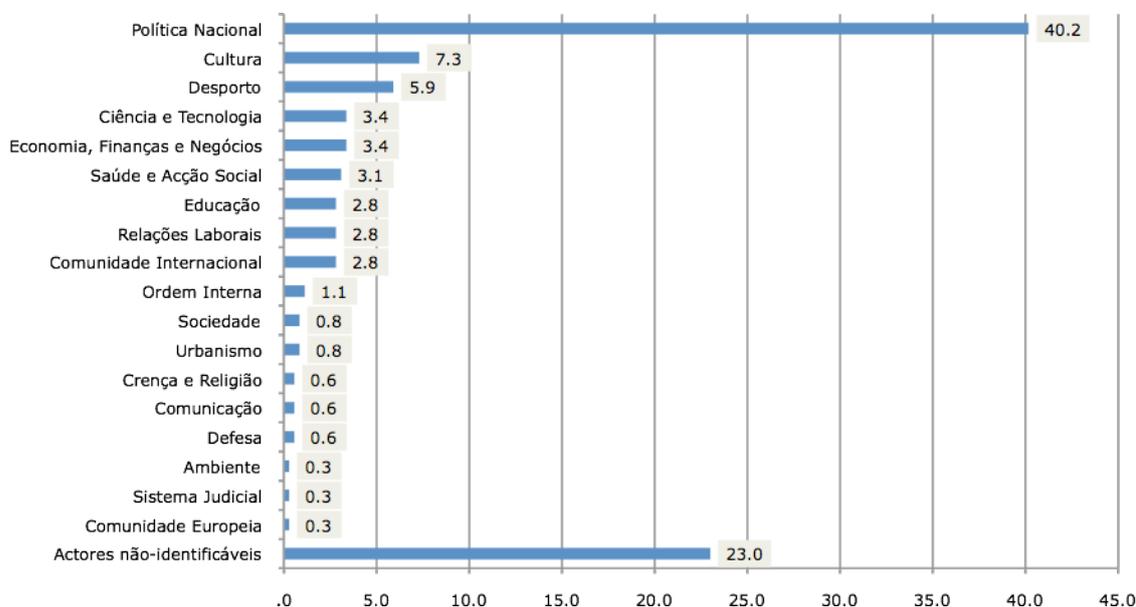
Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com fontes de informação identificadas = 163. Total de artigos com informação não atribuída = 35. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados no Diário do Alentejo, 163 (45,8% do total) têm fontes de informação identificadas, sendo que:

- A maioria dos conteúdos possui *fonte única* (41,9% do total de casos).
- Apenas em 40,4% dos artigos da amostra é consultada mais do que uma *fonte* de informação (*fonte múltipla*).
- Em 17,7%, os artigos não têm fontes; ou seja, a *informação* [é] *não atribuída*.
- Importa ressaltar que o *tema* mais frequente na amostra do Diário do Alentejo – *política nacional/regional* – apresenta mais vezes *fonte* de informação *única* (47) do que *fontes múltiplas* (25).

f) Principais actores

FIG. 10 Áreas a que pertencem os principais actores

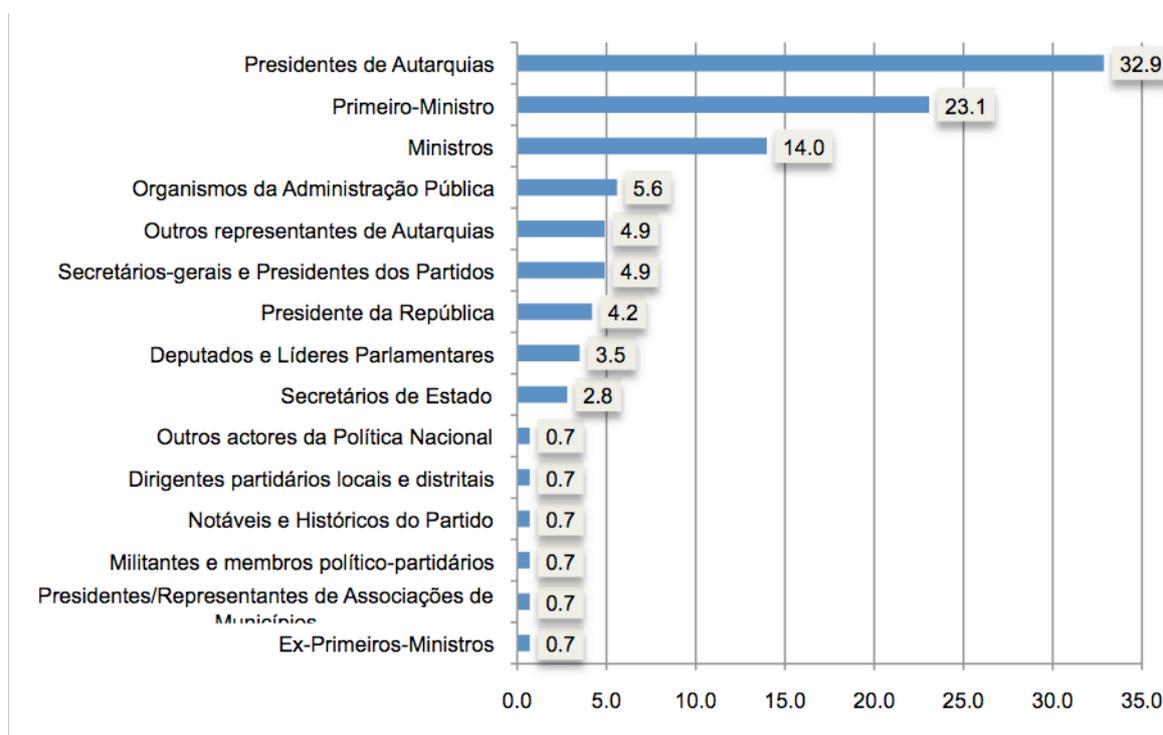


Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores identificados = 274. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 274 (77%) têm *actores* identificados, sendo que:

- 40,2% dos protagonistas representados na amostra pertencem à área da *política nacional/regional*.
- Com uma diferença assinalável na distribuição dos artigos com *actores* identificados, surgem os da área da *cultura* (em 7,3% do total da amostra); seguidos pelos ligados às temáticas do *desporto* (5,9% da amostra).
- Em 2008, os *actores* com referência no Diário do Alentejo e com frequência intermédia são, respectivamente, da área da *ciência e tecnologia* e da *economia, finanças e negócios* (cada uma com 3,4%); da *saúde e acção social* (3,1%) e da *educação, relações laborais e comunidade internacional* (cada uma com 2,8% das peças da amostra).
- Os *actores* menos presentes na amostra pertencem às áreas temáticas: *ordem interna* (1,1%); *sociedade (cidadãos)* e *urbanismo* (0,8% cada); *defesa, comunicação e crença e religião* (cada com 0,6%), *ambiente, sistema judicial e comunidade europeia* (0,3% cada).
- Em 23% dos artigos, não foram identificados *actores*.

FIG. 11 Principais actores da área da política nacional/regional



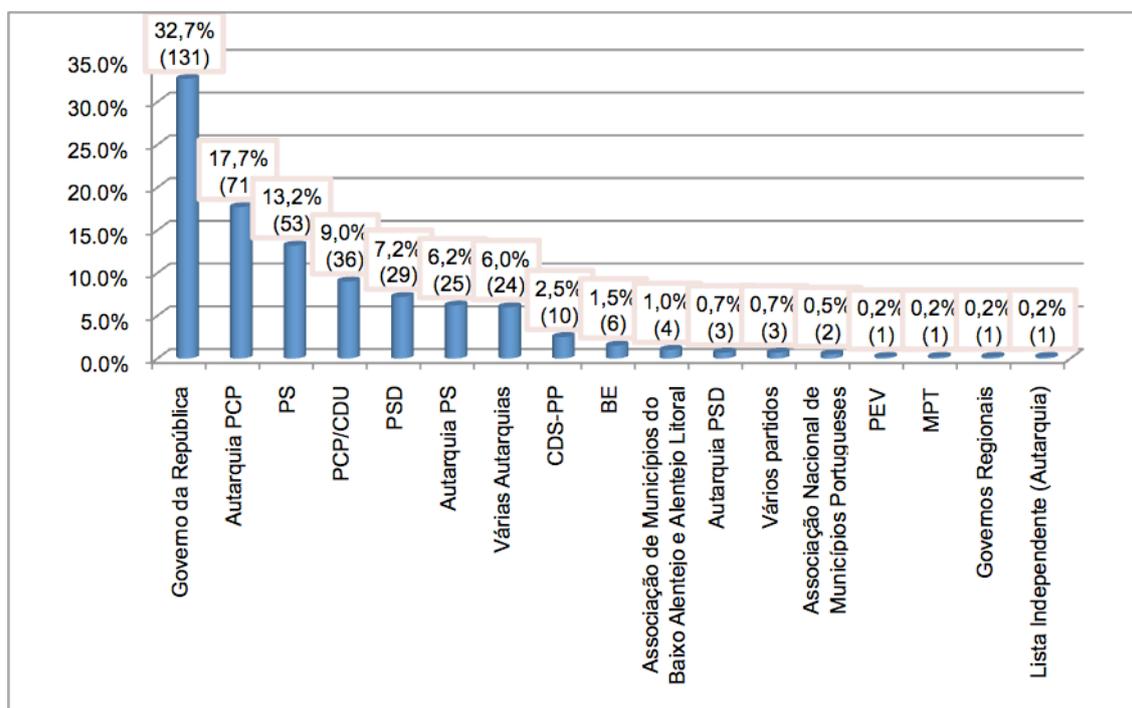
Actores das Autarquias		Actores do Governo		Outros Actores Políticos		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n
38,5	55	39,9	57	21,7	31	100	143

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da política nacional/regional = 143. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 143 (40,2%) possuem actores da área política nacional/regional. Destes:

- A subcategoria *Presidentes de autarquias* correspondeu aos actores mais representados (em 32,9% dos casos totais da categoria *Política Nacional/regional*).
- O primeiro-ministro, os ministros do Governo e os secretários de Estado protagonizam 23,1%, 14% e 2,8%, respectivamente, do total de artigos com actores da política nacional/regional. Ou seja, agregados representam 39,9% dos artigos desta categoria.
- Comparativamente, menos presentes estiveram os representantes de *organismos da Administração Pública* (5,6%), os *secretários-gerais* e os *presidentes dos partidos*, a par de *outros representantes das autarquias* (cada um com 4,9% do total da amostra).
- Na valência/tom face aos actores da área da política nacional/regional, 52 dos 143 artigos têm valência/tom negativa (36,4%), 77 (53,8%), positiva e 14 (9,8%), neutra.

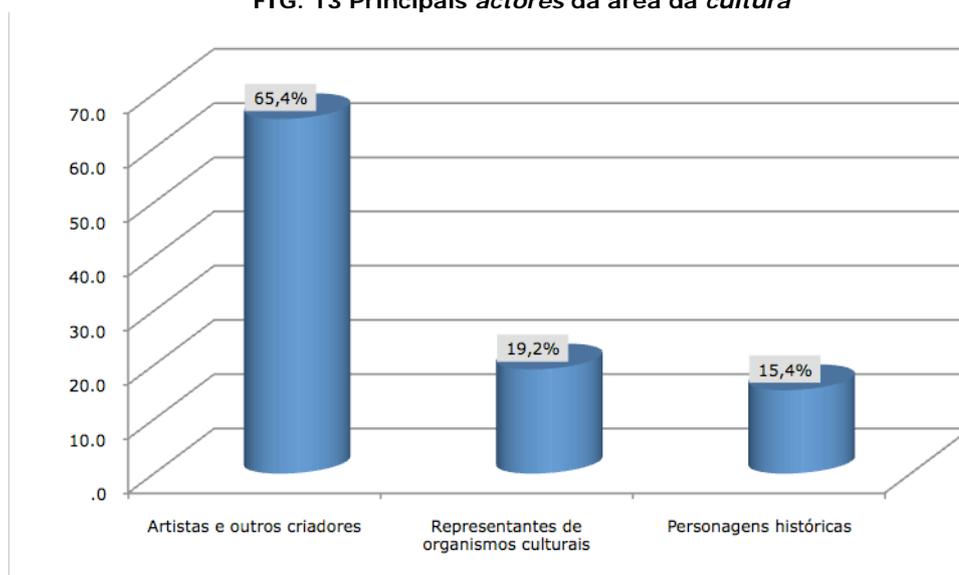
FIG. 12 Formações do campo político-partidário



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da política nacional/regional = 143. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião. Variável de resposta múltipla, num mesmo artigo regista-se a presença ou referência a vários partidos ou formações político-partidárias.

- Recorda-se que a amostra utilizada possui dimensão reduzida sendo o erro *máximo* de 13,7%.
- Por outro lado, como exposto no início do capítulo, é analisada apenas a 1ª página de cada edição e os artigos nela citados e não toda a edição, abrangendo um total de 356 artigos.
- Assim, os dados sobre a representação político-partidária devem ser lidos como tendências.
- Os dados mostram que a presença do Governo e o PS, em conjunto, representam 45,9%, seguindo-se as autarquias do PCP, o PCP/CDU e o PEV que, em conjunto, contam com 26,9%, o PSD e as autarquias do PSD com 7,9%, o CDS/PP com 2,5% e o BE com 1,5%. Com valores reduzidos encontram-se outros autarcas e autarquias e associações de municípios. Estes dados correspondem à representação político-partidária das autarquias da região em que a coligação CDU (PCP/PEV) é maioritária.

FIG. 13 Principais actores da área da cultura



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da cultura = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Embora com presença diminuta, com 26 artigos (7,3% da amostra) no conjunto dos artigos analisados, os *actores* da *cultura* constituem o segundo grupo de *actores* mais frequente no Diário do Alentejo. Nesta área:

- Destaca-se, principalmente, a subcategoria *artistas e outros criadores* (65,4%).
- *Representantes de organismos culturais* representam 19,2% dos *actores* da área da *cultura*.
- Já as *personagens históricas* incidem em 15,4% dos artigos com *actores* identificados.
- Relativamente ao indicador *valência/tom* face ao total de *actores* deste grande *tema*, 25 (96,2%) dos 26 artigos têm *valência/tom positivo* e um tem *valência/tom negativo*.

FIG. 14 Principais actores da área das relações laborais

Categorias actores Relações Laborais	Diário do Alentejo
Representantes Centrais, Federações e Ass. Sindicais	10
Total	10

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área das relações laborais = 10. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- O Diário do Alentejo representa nos seus artigos dez *actores* da área das *relações laborais*. Especificamente, são *representantes de centrais, federações e associações sindicais*.
- Considerando o indicador *valência/tom* face ao total de *actores* deste grande *tema*, os dez artigos considerados apresentam *valência/tom positivo*.

g) Rigor no tratamento da informação

FIG. 15 Valência/tom do discurso face ao principal actor

Áreas dos actores	Diário do Alentejo			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Presidentes de autarquias	2,1%	6,4%	91,5%	100% (47)
Primeiro-Ministro	84,8%	9,1%	6,1%	100% (33)
Ministros	85%	-	15%	100% (20)
Organismos da Administração Pública	-	25%	75%	100% (8)
Secretários-gerais e presidentes dos partidos	14,3%	28,6%	57,1%	100% (7)
Outros representantes de Autarquias	14,3%	14,3%	71,4%	100% (7)
Presidente da República	16,7%	33,3%	50%	100% (6)
Deputados e líderes parlamentares	40%	-	60%	100% (5)
Secretários de Estado	-	25%	75%	100% (4)
Ex-Primeiros-Ministros	100%	-	-	100% (1)
Presidentes/Representantes de Associações de Municípios	-	-	100%	100% (1)
Militantes e membros político-partidários	-	-	100%	100% (1)
Outros actores da Política Nacional	-	-	100%	100% (1)
Notáveis e Históricos do Partido	-	-	100%	100% (1)
Dirigentes partidários locais e distritais	-	-	100%	100% (1)
Total Política Nacional/regional	36,4% (52)	9,8% (14)	53,8% (77)	100% (143)
Representantes de organismos culturais	-	-	100%	100% (5)
Artistas e outros criadores	-	-	100%	100% (17)
Personagens históricas	25%	-	75%	100% (4)
Total Cultura	3,8% (1)	-	96,2% (25)	100% (26)
Dirigentes desportivos	-	40%	60%	100% (5)
Atletas e técnicos desportivos	6,3%	-	93,8%	100% (16)
Total Desporto	4,8% (1)	9,5% (2)	85,7% (18)	100% (21)
Especialistas, técnicos e cientistas	8,3% (1)	-	91,7% (11)	100% (12)
Total Ciência e Tecnologia	8,3% (1)	-	91,7% (11)	100% (12)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	-	-	100%	100% (10)
Total Relações Laborais	-	-	100% (10)	100% (10)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	-	14,3%	85,7%	100% (7)
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	-	100%	-	100% (1)
Representantes da Ordem dos Médicos	-	-	100%	100% (2)
Outros funcionários do Sistema de Saúde e Acção Social	-	-	100%	100% (1)
Total Saúde e Acção Social	-	18,2% (2)	81,8% (9)	100% (11)
Representantes de organismos de educação	-	-	100%	100% (6)
Professores e técnicos de educação	-	-	100%	100% (2)
Estudantes, associações estudantis e encarregados de educação	-	50%	50%	100% (2)
Total Educação	-	10% (1)	90% (9)	100% (10)
Governador do Banco de Portugal	100%	-	-	100% (2)
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	20%	-	80%	100% (5)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	-	50%	50%	100% (4)
Outros actores da Economia, Finanças e Negócios	-	100%	-	100% (1)

Total Economia, Finanças e Negócios	25% (3)	25% (3)	50% (6)	100% (12)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	44,4%	11,1%	44,4%	100% (9)
Outros actores da Comunidade Internacional	-	-	100%	100% (1)
Subtotal Comunidade Internacional (Política)	40% (4)	10% (1)	50% (5)	100% (10)
Representantes dos Bombeiros e Protecção Civil	-	-	100%	100% (3)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	-	100%	-	100% (1)
Total Ordem Interna	-	25% (1)	75% (3)	100% (4)
Cidadãos comuns crianças	-	-	100%	100% (1)
Cidadãos comuns adultos	-	-	100%	100% (1)
Representantes de entidades sem fins lucrativos	-	-	100%	100% (1)
Subtotal Sociedade (Cidadãos)	-	-	100% (3)	100% (3)
Oficiais Gerais	-	-	100%	100% (1)
Outros elementos das Forças Armadas	-	-	100%	100% (1)
Total Defesa	-	-	100% (2)	100% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	-	-	100%	100% (1)
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	-	-	100%	100% (1)
Total Comunicação	-	-	100% (2)	100% (2)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	-	33,3%	66,7%	100% (3)
Total Urbanismo	-	33,3% (1)	66,7% (2)	100% (3)
Representantes da Ordem dos Advogados	-	-	100%	100% (1)
Total Sistema Judicial	-	-	100% (1)	100% (1)
Representantes de Organizações da UE	100%	-	-	100% (1)
Total Comunidade Europeia (UE) Política	100% (1)	-	-	100% (1)
Representantes de Associações ambientalistas/Conservação da natureza	-	-	100%	100% (1)
Total Ambiente	-	-	100% (1)	100% (1)
Crentes	-	-	50%	100% (1)
Líderes religiosos	-	50%	-	100% (1)
Total Crença e Religião	-	50% (1)	50% (1)	100% (2)
Total	22,7% (63)	9,7% (26)	67,5% (185)	100% (274)

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores principais identificados = 274. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 274 (77%) têm *actores* identificados. Relativamente ao indicador *valência/tom* face ao *actor* principal dos conteúdos:

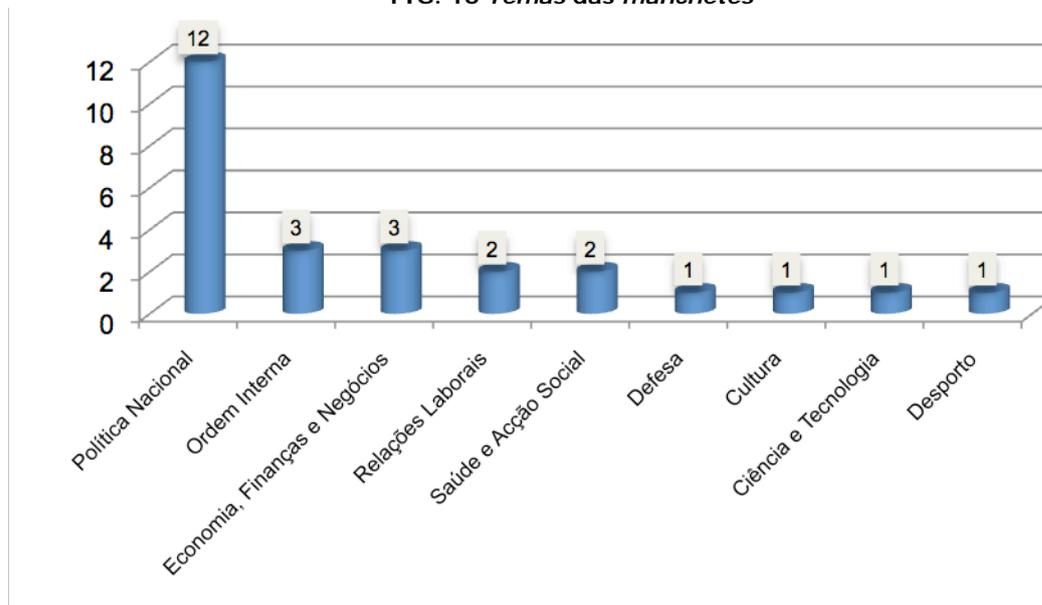
- Os artigos com *valência/tom positivos* são maioritários no Diário do Alentejo (67,5%). Seguem-se os artigos com *valência/tom negativos* (22,7%) e *neutro* (9,7%), estes em minoria.
- Do conjunto de *protagonistas*, os mais presentes – aqueles que pertencem à área da *política nacional/regional* - foram sobretudo associados à *valência/tom positivos* (53,8%). Com esta *valência/tom* destacam-se os *presidentes de autarquias*, os *secretários de Estado* e *outros representantes de autarquias*. O conjunto de *actores da política nacional/regional* corresponde ainda a 36,4% de artigos de *valência/tom negativa* e a 9,8% de *neutra* dentro desta subcategoria. Os *protagonistas da política nacional/regional* mais associados a uma *valência/tom negativa* são os *membros do Governo (ministros e primeiro-ministro)*.
- Também orientados por referências de *valência/tom* predominantemente *positivos* figuram nesta amostra do Diário do Alentejo de 2008, os *protagonistas das áreas da*

cultura (96,2%) e do desporto (85,7%).

- A *valência/tom neutro* foi utilizado de forma residual na amostra do Diário do Alentejo, não se tendo destacado em nenhuma categoria de protagonistas.

h) Contextualização da informação

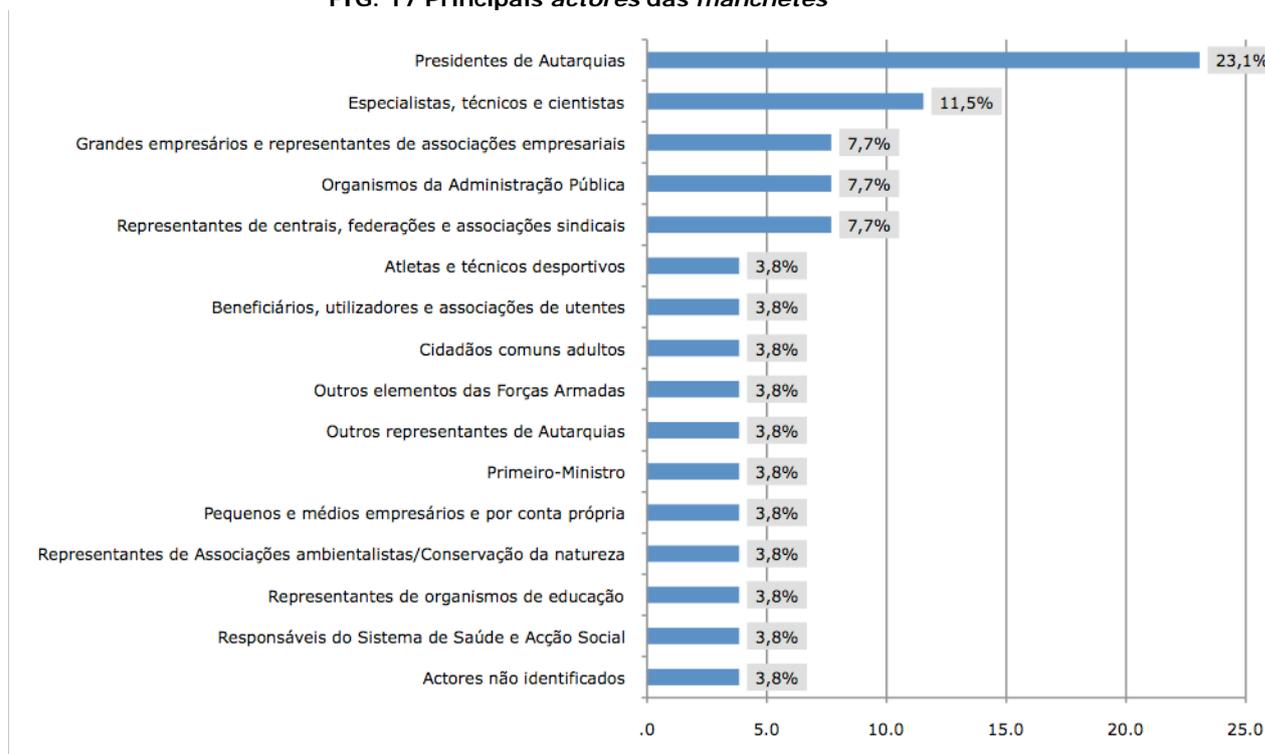
FIG. 16 *Temas das manchetes*



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de *manchetes* publicadas = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Das 26 *manchetes* identificadas no Diário do Alentejo na amostra de 2008, as subcategorias mais frequentadas correspondem às várias temáticas ligadas à *política nacional/regional*, em particular as *actividades das autarquias* e as políticas governamentais em vários domínios - *educação, defesa e segurança, cultura, ordenamento e território, agricultura e pescas e turismo*.
- As manchetes do Diário do Alentejo reflectem também sobre temáticas relacionadas com a *ordem interna* e *economia, finanças e negócios* presentes em três artigos cada.
- Entre os *temas* aos quais menos foi atribuída *manchete* figuram, com dois artigos cada, os associados às *relações laborais* e *saúde e acção social* e - com um artigo cada - os *temas da defesa, da cultura, da ciência e tecnologia e do desporto*.

FIG. 17 Principais actores das manchetes



Actores das autarquias		Actores do Governo		Outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
26,9	7	3,8	1	65,4	17	3,8	1	100	26

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de manchetes publicadas = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando as 26 manchetes que compõem a amostra analisada do Diário do Alentejo:

- *Presidentes de autarquias* são os actores mais frequentes, pelo que aparecem em 23,1% do total das manchetes.
- *Especialistas, técnicos e cientistas* preenchem a categoria seguinte, com 11,5% das manchetes da amostra. Num nível de frequência intermédia nas manchetes surgem, com 7,7% do total de manchetes desta amostra, os *grandes empresários e representantes de associações de empresariais*, os *representantes de organismos da Administração Pública*, e os *representantes de centrais, federações e associações sindicais*.
- Num nível de menor frequência nas manchetes surgem vários actores das áreas temáticas: do *desporto*, da *saúde e acção social*, *cidadãos comuns adultos*, *elementos das Forças Armadas*, das *autarquias*, da *economia, finanças e negócios*, de *associações ambientalistas* e da *educação*.
- O *primeiro-ministro* inclui-se neste grupo com menor presença, surgindo em 3,8% do total das manchetes da amostra.
- Também em 3,8% das manchetes, os actores não são identificáveis.

FIG. 18 Subtemas dos artigos com imagens

Subtemas	Diário do Alentejo
Actividades de autarquias	13,8%
Políticas para a educação	1,8%
Políticas para a saúde	1,8%
Políticas culturais	1,8%
Políticas de ordenamento do território	1,8%
Actividades de partidos políticos	0,9%
Políticas económicas	0,9%
Políticas externas	0,9%
Políticas laborais	0,9%
Políticas para agricultura/pescas	0,9%
Acção governativa genérica	0,9%
Actividades da Presidência da República	0,4%
Actividades da Assembleia da República	0,4%
Actividades/declarações de políticos individuais	0,4%
Sondagens políticas	0,4%
Políticas de migração	0,4%
Políticas para a segurança social	0,4%
Políticas de defesa e segurança	0,4%
Políticas de reabilitação social	0,4%
Políticas para o turismo	0,4%
Outros Política Nacional	1,8%
Total Política Nacional/regional	32% (72)
Artes e eventos culturais	10,7%
Outros Cultura	4,9%
Total Cultura	15,6% (35)
Futebol	6,2%
Outras modalidades desportivas	3,6%
Jogos olímpicos	0,9%
Actividades de organizações e federações desportivas	0,4%
Outros Desporto	0,4%
Total Desporto	11,6% (26)
Manifestações/reivindicações (não laborais)	2,7%
Actividades de bombeiros e protecção civil	1,3%
Crimes	0,9%
Incêndios	0,9%
Acidentes e catástrofes	0,4%
Actividades policiais	0,4%
Total Ordem Interna	6,7% (15)
Agricultura e pescas	3,1%
Empresas e negócios	1,3%
Indicadores económicos	0,9%
Turismo	0,4%
Outros Economia, Finanças e Negócios	0,9%
Total Economia, Finanças e Negócios	6,7% (15)
Greves, protestos e manifestações laborais	3,1%
Emprego/Desemprego	1,3%
Acções sindicais	1,3%
Total Relações Laborais	5,8% (13)
Funcionamento do sistema de saúde	3,1%
Segurança e Assistência Social	1,8%
Outros Saúde e Acção Social	0,4%
Total Saúde e Acção Social	5,3% (12)
Efemérides/Aniversários/Prémios	2,2%
Outras Cerimónias e Celebrações	0,9%
Total Cerimónias e Celebrações	3,1% (7)
Ensino Superior	1,3%
Outros Educação	0,9%
Total Educação	2,2% (5)
Eleições políticas internacionais	0,9%
Acções governativas/Estado	0,4%
Atentados e terrorismo	0,4%
Total Assuntos Internacionais (Política)	1,8% (4)
Políticas comunitárias	1,8%
Total Assuntos Comunitários (Política)	1,8% (4)
Investigação científica	0,4%
Inovação e desenvolvimentos tecnológicos	0,4%
Outros Ciência e Tecnologia	0,9%

Total Ciência e Tecnologia	1,8% (4)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,3%
Total Ambiente	1,3% (3)
Comunicação Social	0,9%
Tecnologias da Informação e da Comunicação	0,4%
Total Comunicação	1,3% (3)
Cristianismo católico	0,9%
Total Crença e Religião	0,9% (2)
Actividades das Forças Armadas	0,9%
Total Defesa	0,9% (2)
Imigração	0,9%
Total População	0,9% (2)
Transportes e infra-estruturas	0,4%
Total Urbanismo	0,4% (1)
Total	100 (225)

Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos com imagens = 225. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 225 (63,2% do total) possuem *imagens*. Nestes:

- Os *temas* mais frequentes são *política nacional/regional* (incidindo em 32% dos artigos desta categoria *temática*) e *cultura* (em 15,6%).
- Os assuntos que mereceram mais artigos *com imagens* são *actividades de autarquias* (em 13,8% dos casos) e *artes e eventos culturais* (em 10,7%).

FIG. 19 Actores dos artigos com imagens

Actores	%
Presidentes de Autarquias	14,7%
Ministros	4,0%
Primeiro-Ministro	3,1%
Organismos da Administração Pública	2,7%
Outros representantes de Autarquias	2,7%
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	1,3%
Deputados e Líderes Parlamentares	1,3%
Presidente da República	0,9%
Ex-Primeiros-Ministros	0,4%
Secretários de Estado	0,4%
Militantes e membros político-partidários	0,4%
Total Política Nacional/regional	32% (72)
Artistas e outros criadores	6,2%
Representantes de organismos culturais	2,2%
Personagens históricas	1,8%
Total Cultura	10,2% (23)
Atletas e técnicos desportivos	6,7%
Dirigentes desportivos	1,3%
Total Desporto	8,0% (18)
Pequenos e médios, e empresários por conta própria	1,8%
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	1,3%
Governador do Banco de Portugal	0,4%
Outros actores da Economia, Finanças e Negócios	0,4%
Total Economia, Finanças e Negócios	4,0% (9)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	2,2%
Representantes da Ordem dos Médicos	0,9%
Outros funcionários do Sistema de Saúde e Acção Social	0,4%
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	0,4%
Total Saúde e Acção Social	4,0% (9)
Especialistas, técnicos e cientistas	4,0%
Total Ciência e Tecnologia	4,0% (9)
Representantes de organismos de educação	2,2%
Professores e técnicos de educação	0,9%
Total Educação	3,5% (7)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	2,7%
Outros actores da Comunidade Internacional	0,4%
Total Comunidade Internacional (Política)	3,1% (7)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	3,1%
Total Relações Laborais	3,1% (7)

Representantes dos Bombeiros e Protecção Civil	1,3%
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	0,4%
Total Ordem Interna	1,8% (4)
Representantes de Organizações da UE	0,4%
Total Comunidade Europeia	0,4% (1)
Oficiais Gerais	0,4%
Outros elementos das Forças Armadas	0,4%
Total Defesa	0,9% (2)
Representantes de associações ambientalistas/conservação da natureza	0,4%
Total Ambiente	0,4% (1)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	0,4%
Total Urbanismo	0,4% (1)
Líderes religiosos	0,4%
Crentes	0,4%
Total Crença e Religião	0,9% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	0,4%
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	0,4%
Total Comunicação	0,9% (2)
Cidadãos comuns crianças	0,4%
Cidadãos comuns adultos	0,4%
Total Sociedade	0,9% (2)
Actores não identificáveis	21,8% (49)
Total	100% (225)

Actores das autarquias		Actores do Governo		Outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
17,3%	39	7,6%	17	53,3%	71	21,8%	49	100%	225

Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos com imagens = 225. Total de artigos com imagens e actores principais identificados = 176. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos que compõem a amostra do Diário do Alentejo, 225 (63,2%) apresentam *imagens*, sendo que:

- Os *actores* mais representados nos artigos com *imagens* pertencem a três áreas; da *política nacional/regional* (em 32% do total de artigos com *imagens*), da *cultura* (em 10,2%) e do *desporto* (8%).
- Os artigos com *imagens* com *actores* da *política nacional/regional* têm, maioritariamente, *valência/tom positivo* (em 76,4% destes artigos) e enquadram-se, principalmente, no *Alentejo* (em 79,2% dos artigos com *imagens* com *actores* da *política nacional/regional*).
- Os *actores* mais presentes nos artigos sobre a região *Alentejo* são os *presidentes de autarquias* (27,2%) e *artistas e outros criadores* (8,8%).
- Do total de artigos com *imagens*, 21,8% têm *actores não identificáveis*. São, concretamente, 49 artigos, sobretudo das *temáticas desporto* (nove artigos, ou seja, 18,4% do total), *política nacional/regional* (sete artigos, ou seja, 14,3%) e *economia, finanças e negócios e cultura* (cada uma com seis artigos correspondentes a 12,2% do total, por *tema*).

FIG. 20 Espaço que o artigo ocupa na página, por temas

Temas	Diário do ALENTEJO			Total
	Ocupa uma ou mais páginas	Artigo dominante na página	Artigo secundário na página	
Política Nacional/regional	35,4%	53,3%	36,1%	44,9%
Cultura	35,4%	8,2%	8,2%	11,9%
Economia, Finanças e Negócios	8,3%	6,0%	5,7%	5,7%
Desporto	10,4%	7,6%	9,8%	8,8%
Saúde e Acção Social	–	4,9%	3,3%	3,7%
Cerimónias e Celebrações	2,1%	2,2%	4,9%	3,1%
Relações Laborais	2,1%	4,9%	7,4%	5,4%
Educação	–	1,6%	2,5%	1,7%
Ambiente	–	0,5%	1,6%	0,8%
Urbanismo	–	0,5%	1,6%	0,8%
População	–	1,1%	–	0,6%
Sociedade	–	–	–	–
Defesa	–	0,5%	0,8%	0,6%
Ordem Interna	2,1%	4,9%	8,2%	5,6%
Comunicação	–	1,1%	2,5%	1,4%
Ciência e Tecnologia	2,1%	1,6%	–	1,1%
Total	100% (48)	100% (184)	100% (122)	100% (354)

Total de artigos publicados e analisados no Diário do ALENTEJO = 356. Total de artigos cujo desenvolvimento se esgota na primeira página = 2. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando a dimensão e paginação dos artigos enquanto indicadores de valorização *editorial* dos assuntos abordados, observa-se que:

- A maior parte dos artigos que compõem a amostra do Diário do ALENTEJO são *dominantes na página* (184). Seguem-se os artigos *secundários na página* (122) e os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* (48).
- Do conjunto dos artigos *dominantes na página*, destaca-se a *temática política nacional/regional* (incidindo em 53,3% do total de casos deste indicador).
- Nos artigos *secundários na página*, os temas mais presentes são também *política nacional/regional* (em 36,1% dos casos deste indicador), *desporto* (9,8%), *cultura* e *ordem interna* (cada um em 8,2%) e *relações laborais* (7,4%).
- Os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* são, sobretudo, sobre *política nacional/regional* e *cultura* (em 35,4% dos casos deste indicador) e *desporto* (em 10,4%).

i) Presença/referência a crianças e jovens

FIG. 21 Condição em que aparecem as crianças/jovens

Condição em que aparecem as crianças/jovens	n	%
Contexto escolar	5	45,5%
Contexto familiar/lazer	3	27,3%
Vítima de acidentes	2	18,2%
Vítima de crimes	1	9,1%
Total	11	100%

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 11. Valores em números absolutos e percentagens. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Do total de artigos analisados no Diário do Alentejo, registam-se apenas 11 artigos (3,1% da amostra) com *presença/referência a crianças/jovens*.
- Destes conteúdos, a maioria mencionam as *crianças/jovens em contexto escolar* (5) ou em *contexto familiar/lazer* (3). Nos restantes artigos as *crianças/jovens* surgem na *condição de vítimas de acidentes* ou de *crimes*.

FIG. 22 Temas dos artigos com presença/referência a crianças/jovens

Temas	n	%
Políticas para a Educação	3	27,3%
Actividades de Autarquias	1	9,1%
Actividades policiais	1	9,1%
Funcionamento do sistema de saúde	1	9,1%
Tecnologias da Informação e da Comunicação	1	9,1%
Outros Cultura	1	9,1%
Outros Desporto	1	9,1%
Outras modalidades desportivas	1	9,1%
Outros saúde e acção social	1	9,1%
Total	11	100%

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 11. Valores em números absolutos e percentagens. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Relativamente aos *temas* dos artigos do Diário do Alentejo com *presença/referência a crianças/jovens*:

- Três das peças analisadas reflectem sobre *políticas de educação*.
- Os temas das restantes peças distribuem-se por *actividades de autarquias* e *actividades policiais*, *funcionamento do sistema de saúde e acção social* e *outros saúde*, *outras modalidades desportivas* e *outros desporto*, e *tecnologias de informação e da comunicação* e *outros cultura*, com um artigo cada.

Síntese Conclusiva

- Em 2008, o Diário do Alentejo cobriu acontecimentos de diversas áreas, mas incidiu especialmente nos do domínio político e da cultura, sobretudo nas actividades das autarquias regionais e em eventos culturais da região.
- A análise dos artigos com presença na *primeira página* do Diário do Alentejo, assim como a análise dos editoriais e dos artigos de opinião, identificam este semanário como um semanário regional, centrado nas *temáticas* (*actividades de autarquias, artes e eventos culturais e futebol*), *actores* (*presidentes de autarquias, primeiro-ministro, ministros, artistas e outros criadores e atletas e técnicos desportivos*) e *incidência geográfica* (região Alentejo) correspondendo aos objectivos definidos no seu estatuto editorial.
- Por outro lado, as obrigações de pluralismo e diversidade que sobre ele impendem devido à sua natureza de semanário de capitais maioritariamente públicos, encontram-se em parte cumpridas através da variedade de *temáticas* regionais e de *actores* (nos âmbitos regional e nacional) que protagonizam os seus artigos de *primeira página, artigos de opinião e editoriais*; embora se denote concentração em temas e actores ligados às autarquias da região dirigidas pela CDU – PCP/PEV.
- O Alentejo é a região com maior *incidência geográfica dos artigos* com referência na *primeira página* deste semanário, correspondendo a mais de metade e sendo as *actividades de autarquias* a *temática* mais frequente nesses artigos. Segue-se, na subtemática *política nacional/regional: políticas de ordenamento do território e políticas culturais*.
- Nas *manchetes* do Diário do Alentejo, existe uma grande variedade de *temáticas* predominando várias *políticas* do Governo, seguidas por *actividades de autarquias*, e subtemas incluídos na *ordem interna* e na *economia, finanças e negócios*. Os *presidentes de autarquias* são os *actores* mais frequentes nas *manchetes*.
- Os artigos de opinião do Diário do Alentejo, incluindo os *editoriais*, abordam uma grande variedade de *temáticas* destacando-se na amostra de 2008, os relacionados com a *acção governativa genérica, outros temas da política nacional/regional, greves, protestos e manifestações laborais* e com *políticas para a educação*.
- Os *actores* mais presentes nos artigos referidos do Diário do Alentejo são também *presidentes de autarquias*, seguindo-se, ainda que em menor proporção, o *primeiro-ministro* e os *ministros*.
- As *temáticas principais* e *actores* relacionados com *relações laborais* possuem presença residual nas primeiras páginas do Diário do Alentejo. Os que existem (5,3% no que respeita às *temáticas* e 2,8% do total da amostra, quanto aos *actores*) incidem sobre *acções sindicais; greves, protestos e manifestações laborais e emprego/desemprego*, tendo como *protagonistas*, o *primeiro-ministro, representantes de centrais sindicais, federações e associações sindicais, ministros, presidentes e outros representantes de autarquias*, com ligeira superioridade da *incidência geográfica nacional* face ao Alentejo.
- A maioria dos artigos de primeira página do Diário do Alentejo tem *fontes* identificadas. A consulta de *fonte única* foi a preferida, mas com valores muito idênticos aos da *fonte múltipla* nesta amostra de 2008. Numa percentagem de cerca de dezassete por cento, encontram-se os artigos com *informação não atribuída*. Tanto nos artigos de *fonte única* como naqueles onde é consultada mais do que uma fonte, a *temática* predominante são as *actividades das autarquias do Alentejo*.
- Os dados mostram que a presença do Governo e o PS, em conjunto, representam 45,9%, seguindo-se as autarquias do PCP, o PCP/CDU e o PEV que, em conjunto, contam com 26,9%, o PSD e as autarquias do PSD com 7,9%, o CDS/PP com 2,5% e o BE com 1,5%. Com valores reduzidos encontram-se outros autarcas e autarquias e

associações de municípios. Estes dados correspondem à representação político-partidária das autarquias da região em que a coligação CDU (PCP/PEV) é maioritária.

- Na maioria dos artigos analisados, os *actores identificáveis* dos artigos do Diário do Alentejo são representados com *valência/tom positivo*, seguidos, com larga diferença, pelos artigos com *valência/tom negativos*. Os *protagonistas* mais frequentemente associados à *valência/tom positivos* estão identificados com as áreas da *cultura* e do *desporto*. A *valência/tom negativa* aparece associada sobretudo a membros do Governo nacional (*ministros e primeiro-ministro*) e a *valência/tom neutra* não se destaca em nenhuma categoria de protagonistas.

3. Jornal da Madeira

a) Nota prévia

O Jornal da Madeira é um órgão de comunicação social com capitais maioritariamente públicos, encontrando-se, nessa medida, abrangido pelo artigo 38º, n.º 6 da Constituição da República Portuguesa, que contempla a obrigação dos meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião. Esse facto justifica, pois, que o Conselho Regulador preste uma atenção particular a este órgão da imprensa regional.

O Jornal da Madeira é um diário regional que no seu estatuto editorial se afirma como “de perspectiva cristã aberta a um sã pluralismo ideológico”, visando a “promoção sociocultural através (...) de uma informação em ordem a desenvolver o sentido crítico da opinião pública, especialmente na defesa dos interesses da população da Madeira”.

De entre os valores defendidos pelo Jornal da Madeira, o estatuto editorial cita os “que radicam na dignidade da Pessoa Humana”.

b) Definição da amostra

A análise abrange os meses de Janeiro e Dezembro de 2008, tendo sido analisados 227 artigos referentes a 25 edições.

A análise não recai sobre todas as matérias publicadas nessas edições, tendo sido avaliados apenas **os artigos localizados na primeira página e o seu desenvolvimento no interior do jornal**, bem como todos **os editoriais e artigos de opinião integrantes da secção de opinião**. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

A amostra seleccionada baseia-se em indicadores cuja função é verificar o cumprimento das normas aplicáveis à imprensa e à actividade jornalística.

A definição dos indicadores encontra-se exposta no Anexo III.

c) Caracterização geral e composição da amostra

FIG. 23 Composição da amostra

Data	Dias da semana	Mês	N.º de edições	N.º total de artigos
2008/1/02	Quarta	Janeiro	1	8
2008/1/17	Quinta	Janeiro	1	10
2008/2/01	Sexta	Fevereiro	1	7

2008/2/16	Sábado	Fevereiro	1	12
2008/3/02	Domingo	Março	1	8
2008/3/17	Segunda	Março	1	5
2008/4/01	Terça	Abril	1	8
2008/4/16	Quarta	Abril	1	10
2008/5/01	Quinta	Maio	1	7
2008/5/16	Sexta	Maio	1	10
2008/5/31	Sábado	Maio	1	9
2008/6/15	Domingo	Junho	1	9
2008/6/30	Segunda	Junho	1	11
2008/7/15	Terça	Julho	1	8
2008/7/30	Quarta	Julho	1	11
2008/8/14	Quinta	Agosto	1	8
2008/8/29	Sexta	Agosto	1	7
2008/9/13	Sábado	Setembro	1	12
2008/9/28	Domingo	Setembro	1	9
2008/10/13	Segunda	Outubro	1	10
2008/10/28	Terça	Outubro	1	10
2008/11/12	Quarta	Novembro	1	13
2008/11/27	Quinta	Novembro	1	8
2008/12/12	Sexta	Dezembro	1	9
2008/12/27	Sábado	Dezembro	1	8
Total		12 meses	25	N=227

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em números absolutos.

A figura anterior descreve a composição da amostra estudada, bem como o número de artigos analisados em cada um dos dias seleccionados na amostra.

- Durante o período definido para análise foram contempladas 25 edições, perfazendo um total de 227 artigos.
- O mês de Maio foi o que registou maior número de artigos (26).
- O dia com maior número de artigos por edição foi de 12 de Novembro (13).

d) Temas principais

FIG. 24 Temas principais

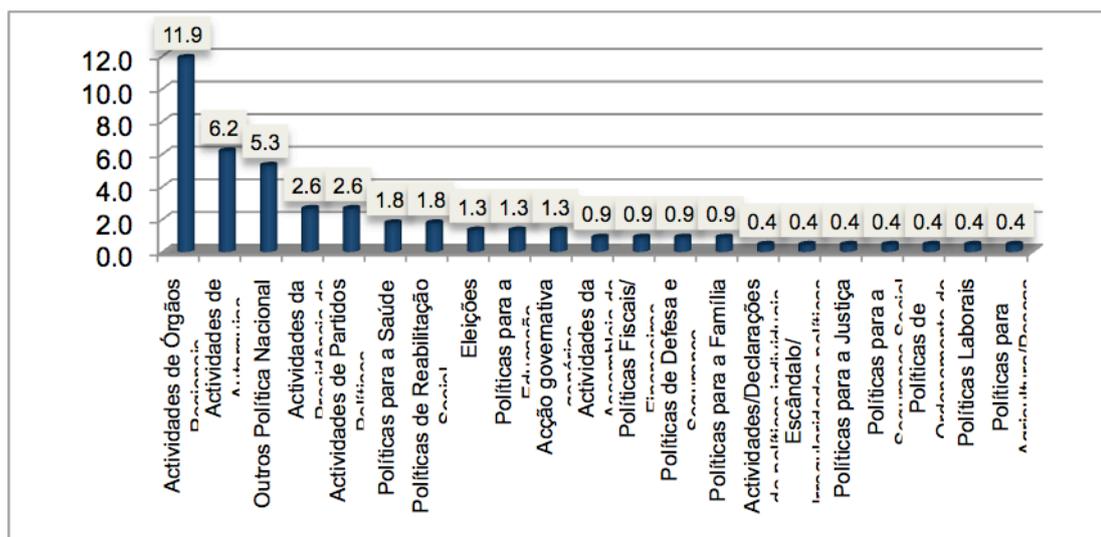
Temas	Jornal da Madeira
Política Nacional/regional	42,7
Ordem Interna	10,1
Economia, Finanças e Negócios	9,7
Desporto	6,2
Crença e Religião	4,4
Saúde e Acção Social	4,0
Cultura	3,5
Cerimónias e Celebrações	3,5
Urbanismo	3,1

Sociedade	2,6
Assuntos Internacionais	1,8
Assuntos Comunitários	1,3
Sistema Judicial	1,3
Ambiente	1,3
Comunicação	1,3
Relações Laborais	0,9
Educação	0,9
Ciência e Tecnologia	0,9
Defesa	0,4
Total	100,0

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, o *tema* mais frequente é a *política nacional/regional*, que está presente em 97 artigos (42,7% do total da amostra).
- *Ordem interna* é o segundo *tema* mais presente nos artigos do Jornal da Madeira, incidindo em 10,1% do total da amostra.
- *Economia, finanças e negócios* surge em terceiro lugar em 9,7% dos casos.
- O tema *desporto* surge em 6,2% das peças analisadas.
- De notar que os temas relacionados com *assuntos internacionais* e *comunitários* são residuais, bem como *sistema judicial*, *ambiente*, *comunicação*, *relações laborais*, *educação*, *ciência e tecnologia* e *defesa*.
- *População* e *grupos minoritários* estão ausentes da primeira página das edições do Jornal da Madeira abrangidas pela amostra, assim como dos editoriais e artigos de opinião.

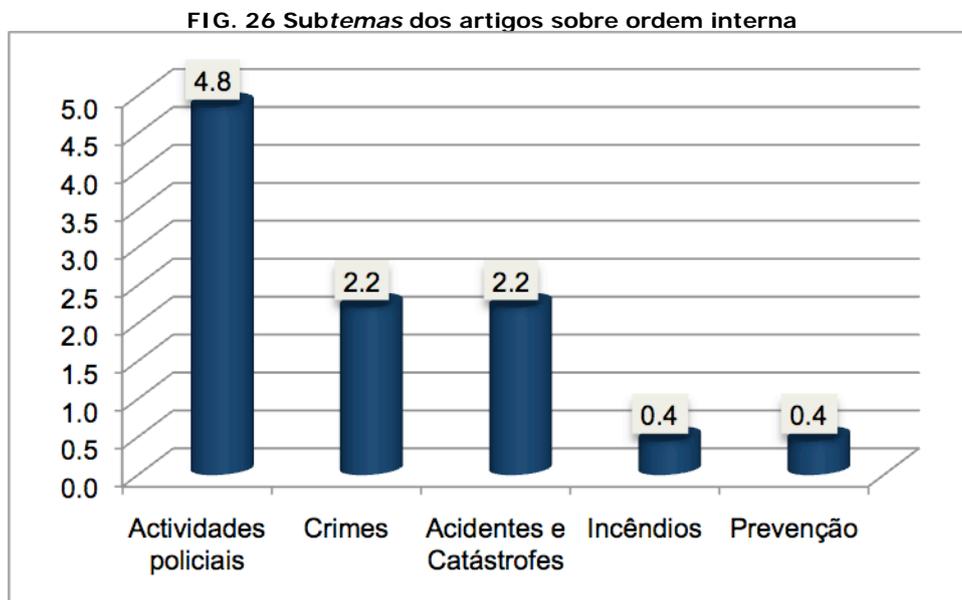
FIG. 25 Subtemas dos artigos sobre política nacional/regional



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos sobre política nacional/regional = 97. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Conforme se verifica na figura anterior, com 97 casos, a *política nacional/regional* representa 42,7% do total de artigos analisados. Destes:

- 11,9% referem-se a *actividades de órgãos regionais*.
- Segue-se o subtema *actividades de autarquias* com 6,2% e *outros política nacional* com 5,3%.

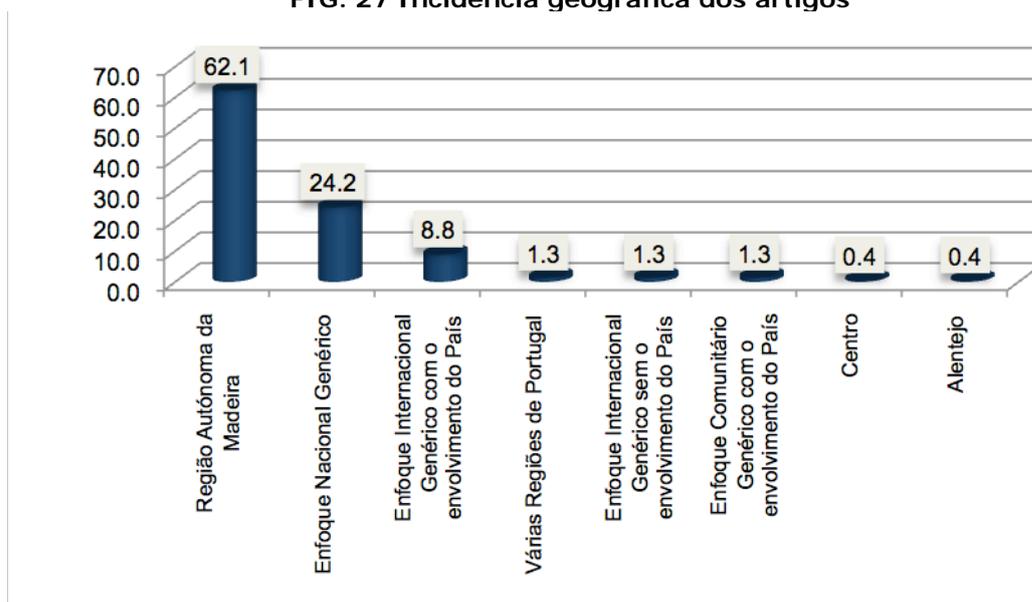


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos sobre ordem interna = 23. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

O tema *ordem interna*, com 23 casos, representa 10,1% do total de artigos analisados. Destes:

- 4,8% tratam de assuntos relacionados com a *actividades policiais*, como, por exemplo, operações da PSP, GNR e PJ em vários domínios, tais como operações de trânsito ou apreensão de pescado e estupefacientes.
- Seguem-se, por saliência, *crimes* e *acidentes e catástrofes* (incidindo simultaneamente em 2,2% dos casos desta categoria *temática*).
- Os subtemas *incêndios* e *prevenção* são os menos frequentes na amostra ambos representando 0,4%.

FIG. 27 Incidência geográfica dos artigos



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Em termos de *incidência geográfica* dos artigos, a *Região Autónoma da Madeira* é a mais focada, concretamente, em 62,1% do total de conteúdos.
- As peças com *enfoque nacional genérico* estão presentes em 24,2% das peças analisadas, seguida das peças com *enfoque internacional genérico com o envolvimento do país* (8,8%). Os demais indicadores geográficos frequentados apresentam um peso residual.

FIG. 28 Subtemas dos artigos de opinião

Tema	Jornal da Madeira
Outros Política Nacional	13,7
Actividades de Partidos Políticos	6,8
Actividades da Presidência da República	5,5
Actividades de Órgãos Regionais	5,5
Políticas de Reabilitação Social	4,1
Acção governativa genérica	4,1
Políticas para a Família	2,7
Actividades da Assembleia da República	1,4
Actividades/Declarações de políticos individuais	1,4
Eleições	1,4
Escândalo/Irregularidades políticas	1,4
Políticas para a Educação	1,4
Políticas para a Segurança Social	1,4
Políticas de Defesa e Segurança	1,4
Políticas de Ordenamento do Território	1,4

Políticas para Agricultura/Pescas	1,4
Total Política Nacional/regional	54,8% (40)
Indicadores económicos	4,1
Crise económica/financeira	4,1
Turismo	2,7
Mercado bolsista	1,4
Total Economia, Finanças e Negócios	12,3% (9)
Cristianismo católico	6,8
Total Crença e Religião	6,8% (5)
Acções governativas/Estado	1,4
Crise internacional	1,4
Outros Assuntos Internacionais	1,4
Total Assuntos Internacionais	4,1% (3)
Comunicação Social	2,7
Tecnologias da Informação e da Comunicação	1,4
Total Comunicação	4,1% (3)
Outros Sociedade	2,7
Casos de interesse humano	1,4
Total Sociedade	4,1% (3)
Actividades das instituições da UE	1,4
Políticas comunitárias	1,4
Total Assuntos Comunitários	2,7% (2)
Greves, protestos e manifestações laborais	1,4
Outros Relações Laborais	1,4
Total Relações Laborais	2,7% (2)
Transportes e infra-estruturas	2,7
Total Urbanismo	2,7% (2)
Outros Saúde e Acção Social	1,4
Total Saúde e Acção Social	1,4% (1)
Artes e eventos culturais	1,4
Total Cultura	1,4% (1)
Outros Ciência e Tecnologia	1,4
Total Ciência e Tecnologia	1,4% (1)
Efemérides/Aniversários/Prémios	1,4
Total Cerimónias e Celebrações	1,4% (1)
Total	100% (73)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos de opinião=73. Valores em percentagem. Os dados referem-se aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

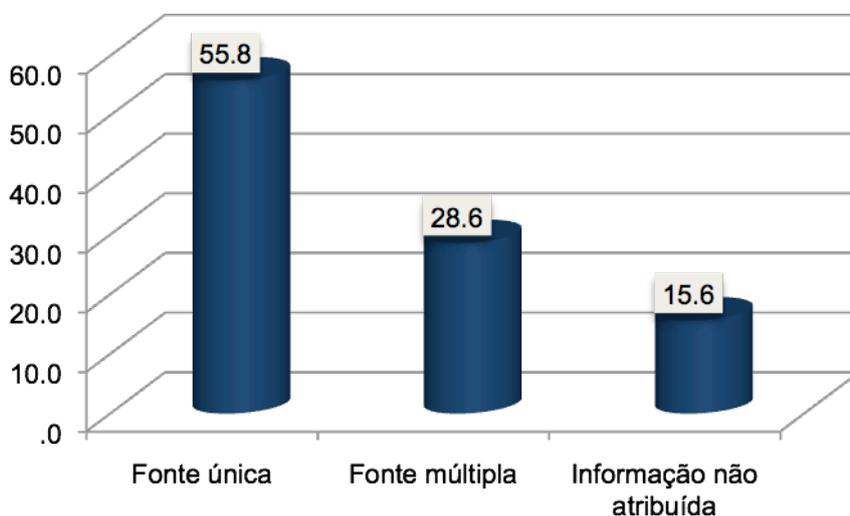
Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 73 são artigos de opinião (32,2%).

- A maioria dos artigos de opinião incide sobre a temática *política nacional/regional* (54,8% dos casos), em particular outros temas sobre *política nacional/regional* para além dos considerados, bem como *actividades dos partidos políticos*, *actividades da presidência da república* e *actividades de órgãos regionais*.

- *Economia, finanças e negócios* é o segundo tema abordado na lista em 12,4% dos artigos de opinião analisados, seguida de *crença e religião* (6,8%).

e) Fontes de informação principais

FIG. 29 Número de fontes de informação



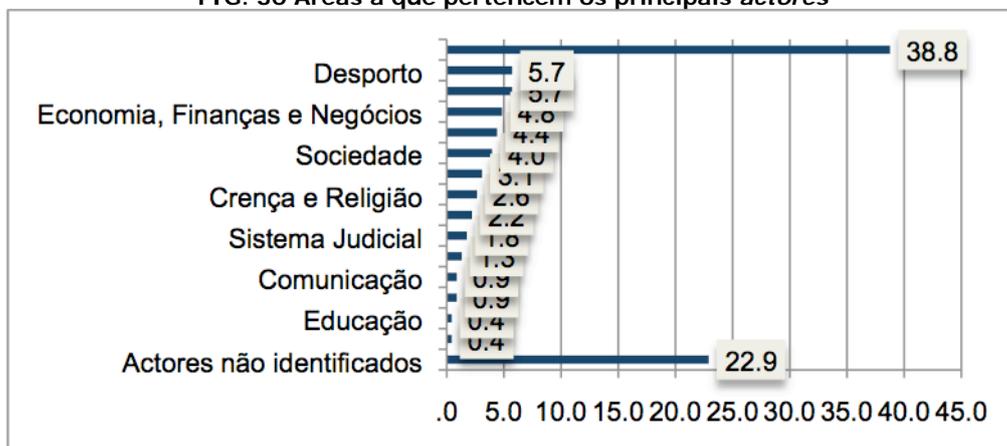
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com fontes de informação identificadas = 130. Total de artigos com informação não atribuída = 24. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 130 (57,3% do total) apresentam fontes de informação identificadas. Destes:

- 86 artigos (55,8%) referem uma *única fonte* de informação.
- 44 artigos (28,6%) contêm *fontes múltiplas*.
- 24 artigos (15,6%) não têm fontes de informação identificadas.

f) Principais actores

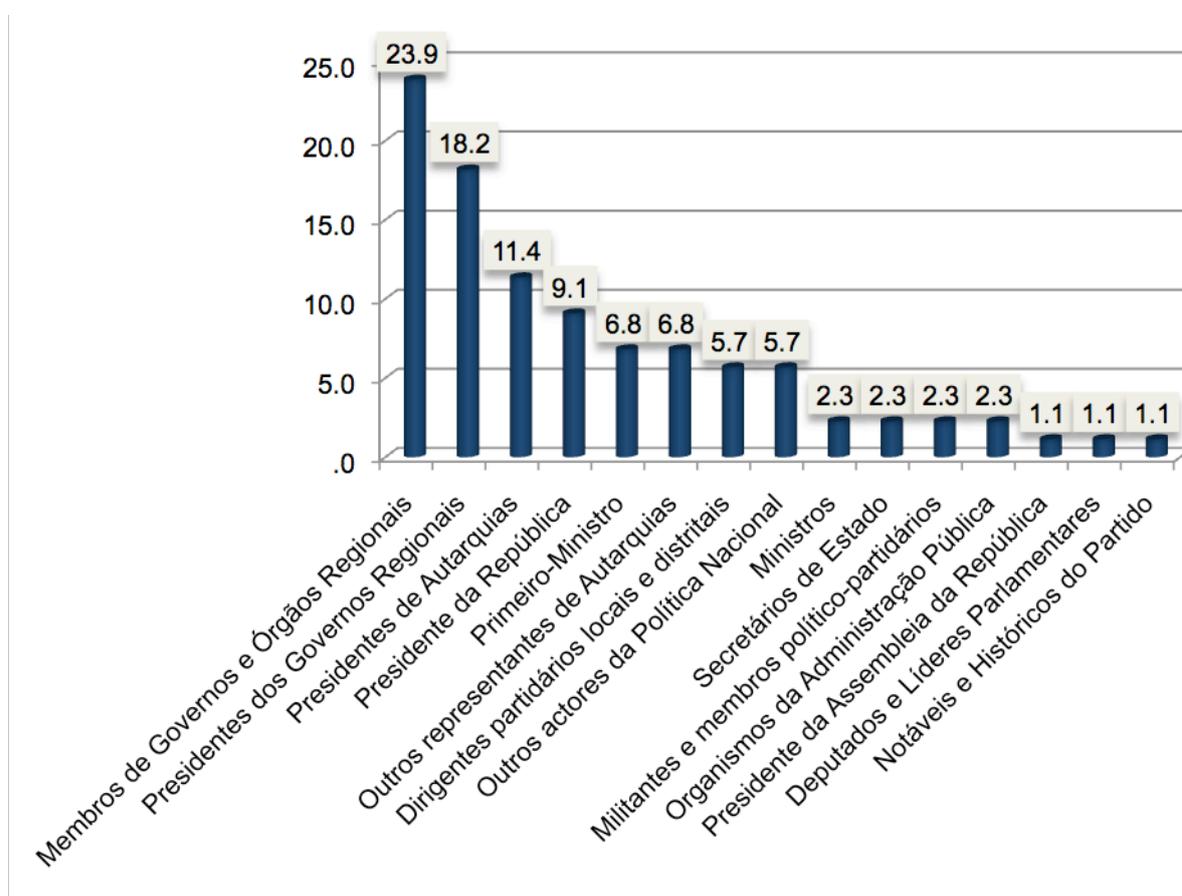
FIG. 30 Áreas a que pertencem os principais actores



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Actores identificados = 175. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 227 artigos considerados na amostra, é possível identificar actores em 175 artigos, ou seja, em 77,1 % da amostra. Entre estes predominam os *actores* associados à área da *política nacional/regional*, que representam 38,8%.
- Embora de forma menos evidente surgem os actores da área do *desporto* e *ordem interna*, cada em 5,7% das peças.
- Os actores das áreas de *economia*, *finanças e negócios*, *saúde e acção social e sociedade*, estão presentes em cerca de 4% das peças.
- Os restantes protagonistas têm valores residuais.

FIG. 31 Principais actores da área da política nacional/regional



Governo Regional		Governo Nacional		Vários outros actores políticos		Total	
%	n	%	n	%	N	%	n
42	37	11,4	10	46,6	41	100,0	88

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da política nacional/regional = 88. Valores em percentagem e em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

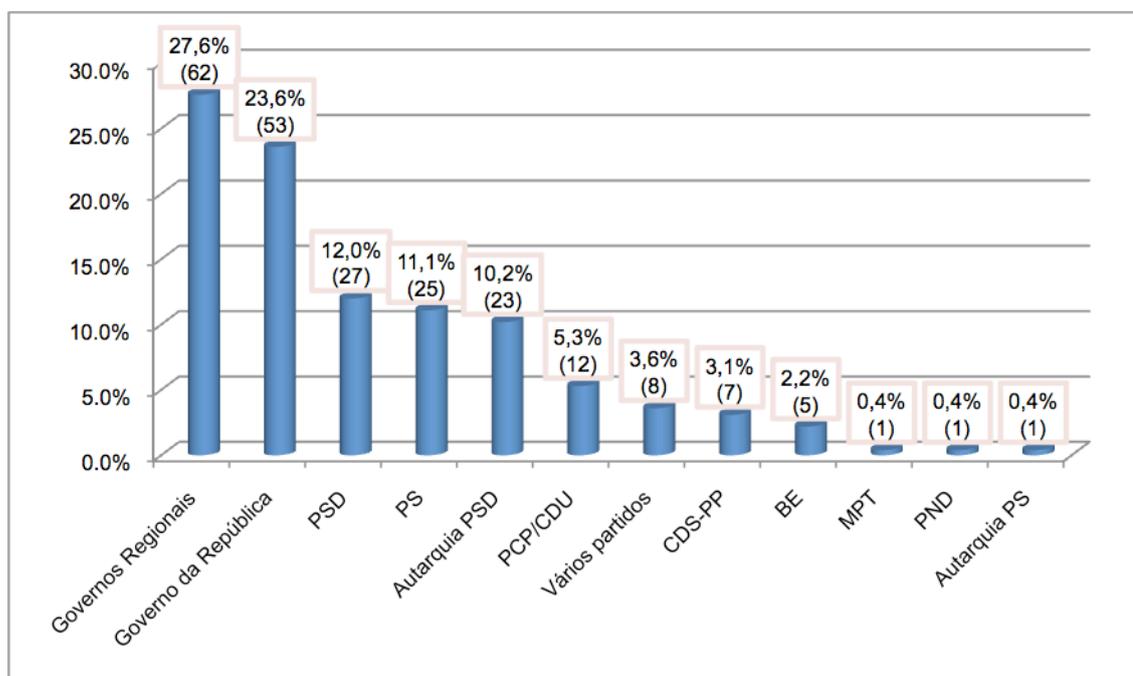
Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 88 (38,8% do total) possuem *actores* da área da *política nacional/regional*. Destes:

- Agregadas, as categorias *membros de governos e órgãos regionais* e *presidentes dos*

governos regionais, representam 42% dos actores associados à área *política nacional/regional*, sendo a primeira categoria a que tem maior representatividade entre estes actores.

- Nos artigos analisados, destaca-se também a presença dos *presidentes de autarquias* entre os protagonistas mais referenciados por este órgão de imprensa (11,4%), bem como *outros representantes de autarquias* (6,8%).
- Destaque, ainda, para a presença do *presidente da república* (9,1%) associado, em particular, à visita de Cavaco Silva à Região Autónoma da Madeira e à discussão sobre o estatuto político administrativo da Região Autónoma dos Açores.
- O Governo Nacional surge enquanto protagonista dos artigos analisados em 11,4% dos casos desta categoria (10 peças em 88).

FIG. 32 Formações do campo político-partidário

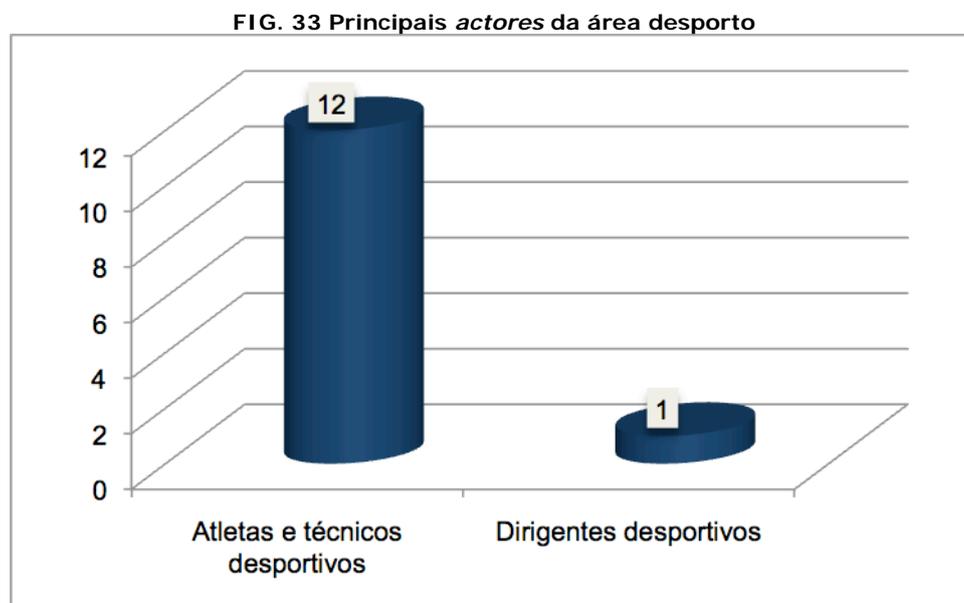


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da política nacional/regional = 88. Valores em percentagem e em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião. Variável de resposta múltipla, num mesmo artigo regista-se a presença ou referência a vários partidos ou formações político-partidárias.

- Recordar-se que a amostra utilizada possui dimensão reduzida sendo o erro *máximo* de 18,9%.
- Por outro lado, como exposto no início do capítulo, é analisada apenas a 1ª página de cada edição e os artigos nela citados e não toda a edição, abrangendo um total de 356 artigos.
- Assim, os dados sobre a representação político-partidária devem ser lidos como tendências.
- Os dados mostram que a presença do Governo Regional da Madeira representa 27,6%, seguindo-se o Governo Nacional com 23,6%. O PSD e autarquias PSD registam, em conjunto, 22,2%, o PS e autarquias PS 11,5%, o PCP/CDU com 5,3% e o CDS/PP com 3,1% e o BE com 2,2%. Outros partidos possuem presença residual. Não obstante a relatividade destes dados, pelas razões expostas, estes correspondem à representação

das forças político-partidárias da Região Autónoma da Madeira, em que o PSD é o partido maioritário.

- De notar, porém, que a maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta *valência/tom positivo* no que diz respeito ao actor principal. Os *membros do governo regional e dos órgãos regionais*, incluindo o *Presidente do Governo Regional*, e *autarcas* têm apenas referências *positivas*. Por seu turno, o *primeiro-ministro* é representado em todos os artigos em que é actor com *valência/tom negativo*.

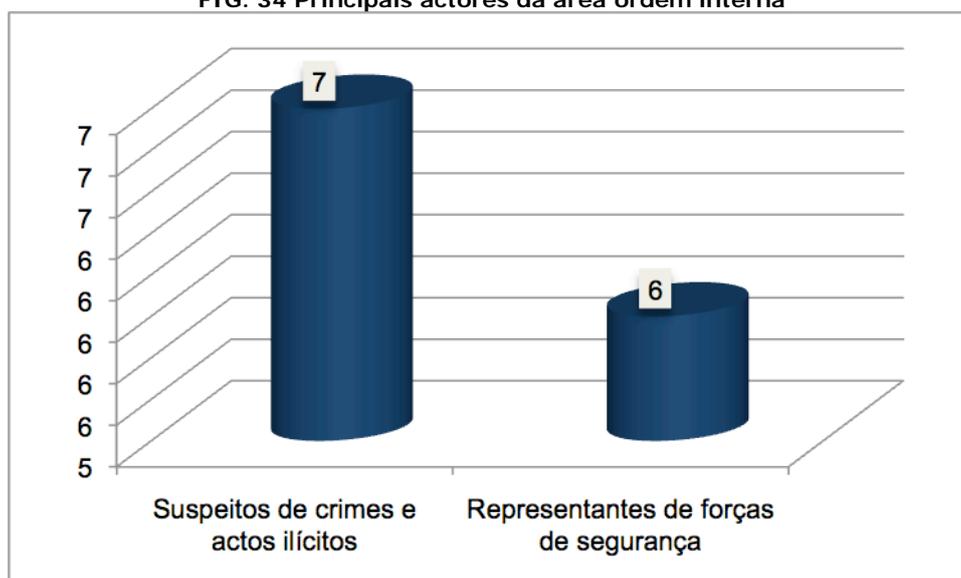


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área do desporto = 13. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 13 (5,7% do total) possuem *actores* da área do *desporto*. Sendo que:

- A maior parte dos actores representados são atletas e técnicos desportivos (que incidem em 12 casos desta categoria).
- Com um peso residual na amostra aparecem os dirigentes desportivos representados apenas em um artigo.

FIG. 34 Principais actores da área ordem interna



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da Ordem Interna = 13. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Ainda do total de artigos considerados na amostra do Jornal da Madeira, de salientar que 13 (5,7% do total) possuem actores da área da *ordem interna*, a par com os da área do desporto supra mencionados. Sendo que:

- Parte dos actores representados são suspeitos de crimes e actos ilícitos (que incidem em 7 casos desta categoria).
- Os restantes actores desta categoria são representantes de forças de segurança (6).

g) Rigor no tratamento da informação

FIG. 35 Valência/tom do discurso face ao principal actor

Áreas de Actores	Valência/tom face aos actores principais			
	Jornal da Madeira			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Membros de Governos e Órgãos Regionais	-	-	100,0%	100% (21)
Presidentes dos Governos Regionais	-	-	100,0%	100% (16)
Presidentes de Autarquias	-	-	100,0%	100% (10)
Presidente da República	-	25,0%	75,0%	100% (8)
Primeiro-Ministro	100,0%	-	-	100% (6)
Outros representantes de Autarquias	-	16,7%	83,3%	100% (6)
Dirigentes partidários locais e distritais	20,0%	-	80,0%	100% (5)
Outros actores da Política Nacional	-	-	100,0%	100% (5)
Ministros	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Secretários de Estado	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Militantes e membros político-partidários	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Organismos da Administração Pública	-	-	100,0%	100% (2)
Presidente da Assembleia da República	-	-	100,0%	100% (1)

Deputados e Líderes Parlamentares	-	-	100,0%	100% (1)
Notáveis e Históricos do Partido	-	-	100,0%	100% (1)
Total Política Nacional/regional	11,4% (10)	6,8% (6)	81,8 % (72)	100 % (88)
Atletas e técnicos desportivos	-	-	100,0%	100% (12)
Dirigentes desportivos	-	-	100,0%	100% (1)
Total Desporto	-	-	100,0%(13)	100,0%(13)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	100,0%	-	-	100% (7)
Representantes de forças de segurança	-	33,3%	66,7%	100% (6)
Total Ordem Interna	53,8% (7)	15,4%(2)	30,8% (4)	100,0 % (13)
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	20,0%	-	80,0%	100% (5)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	-	-	100,0%	100% (5)
Governador do Banco de Portugal	100,0%	-	-	100% (1)
Total Economia, Finanças e Negócios	18,2% (2)	-	81,8% (9)	100,0%(11)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	-	20,0%	80,0%	100% (5)
Médicos e técnicos especializados da área	-	-	100,0%	100% (4)
Representantes da ordem dos Médicos	-	-	100,0%	100% (1)
Total Saúde e Acção Social	-	10,0%(1)	90,0%(9)	100,0%(10)
Cidadãos comuns adultos	16,7%	83,3%	-	100% (6)
Cidadãos comuns crianças	-	100,0%	-	100% (1)
Cidadãos comuns idosos	-	-	100,0%	100% (1)
Outros actores da Sociedade	100,0%	-	-	100% (1)
Total Sociedade	22,2% (2)	66,7%(6)	11,1% (1)	100,0% (9)
Artistas e outros criadores	-	-	100,0%	100% (5)
Figuras públicas e "celebridades"	-	-	100,0%	100% (1)
Total Cultura	-	-	100% (6)	100% (6)
Líderes religiosos	-	-	100,0%	100% (6)
Personagens históricos	100,0%	-	-	100% (1)
Total Crença e Religião	14,3% (1)	-	85,7% (6)	100% (7)
Especialistas, técnicos e cientistas	-	40,0%	60,0%	100% (5)
Total Ciência e Tecnologia	-	40,0%(2)	60,0% (3)	100,0% (5)
Envolvidos em processos judiciais	100,0%	-	-	100% (1)
Detidos/Reclusos	100,0%	-	-	100% (1)
Representantes da Ordem dos Advogados	-	-	100,0%	100% (1)
Outros actores do Sistema Judicial	-	-	100,0%	100% (1)
Total Sistema Judicial	50,0%(2)	-	50,0%(2)	100,0% (4)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	50,0%	-	50,0%	100% (2)
Outros actores de Urbanismo	-	-	100,0%	100% (1)
Total Urbanismo	33,3% (1)	-	66,7% (2)	100,0% (3)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	100,0%	-	-	100% (1)
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	-	-	100,0%	100% (1)
Total Comunicação	50,0%(1)	-	50,0%(1)	100,0% (2)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	-	50,0%	50,0%	100% (2)
Total Comunidade Internacional	-	50,0%(1)	50,0%(1)	100,0% (2)
Professores e técnicos de educação	-	-	100,0%	100% (1)

Total Educação	-	-	100,0% (1)	100,0% (1)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	-	-	100,0%	100% (1)
Total Relações Laborais	-	-	100% (1)	100% (1)
Total	14,9% (26)	10,3% (18)	74,9% (131)	100,0% (175)

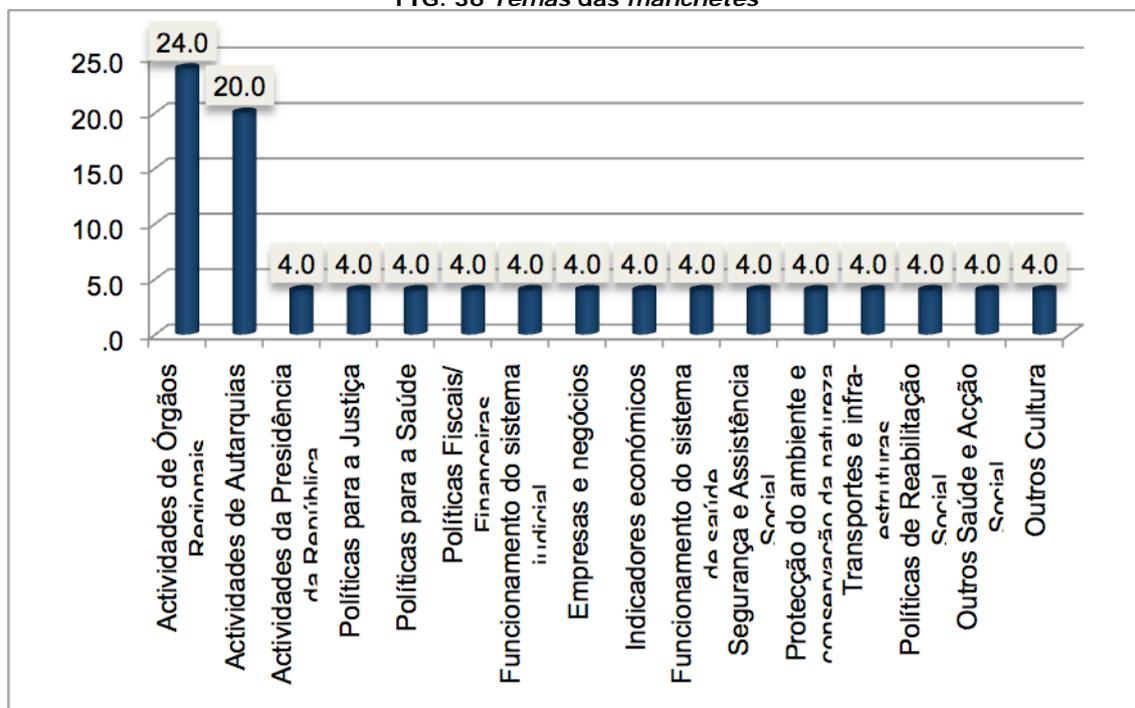
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores identificados = 175. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando o indicador *valência/tom* face ao principal *actor* identificado nos artigos, observa-se que:

- A maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta *valência/tom positivo* (74,9%), seguindo-se *valência/tom negativo* (14,9%) e *valência/tom negativo equilibrado ou neutro* (10,3%).
- Na categoria de *actores da política nacional/regional, membros de Governos e órgãos regionais, presidentes dos Governos regionais, presidentes de autarquias e representantes de autarquias* (portanto, *actores* do poder local e regional) têm um peso significativo de referências *positivas*, o mesmo acontecendo com a categoria, *economia, finanças e negócios*.
- Os actores da área do *desporto, cultura, educação e relações laborais* têm referências apenas *positivas*.
- A categoria de actores da área *sociedade* é a única cuja *valência/tom* é maioritariamente *neutra ou equilibrada*.
- A única categoria de actores com *valência* tendencialmente negativa é a da área da *ordem interna*.

n) Contextualização da informação

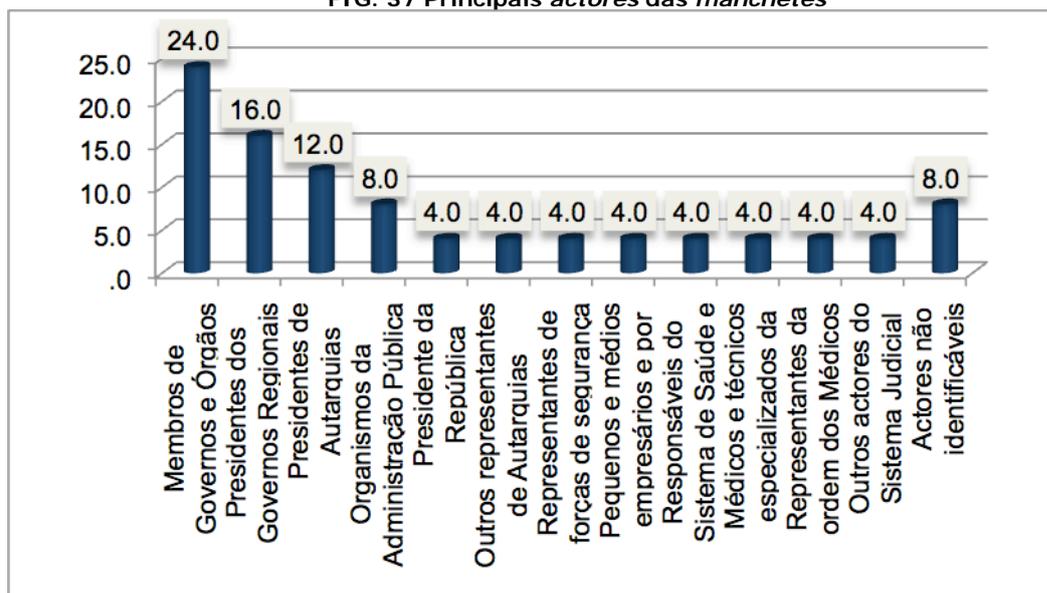
FIG. 36 *Temas das manchetes*



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de manchetes publicadas no Jornal da Madeira = 25. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nas 25 *manchetes* analisadas do Jornal da Madeira existe uma grande variedade de *temas*, identificando-se 16 distintos, sendo *actividades de órgãos regionais* e *actividades de autarquias* os dois temas alvo de maior número de manchetes neste jornal, respectivamente em 6 e 5 casos.

FIG. 37 *Principais actores das manchetes*



Governo Regional		Governo Nacional		Vários outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
40	10	-	-	52	13	8	2	100	25

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de manchetes publicadas no Jornal da Madeira = 25. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nas 25 *manchetes* do Jornal da Madeira, mantém-se a variedade de *actores*, registando-se 12 *actores* de diferentes áreas.
- Com destaque aparecem os *membros de governos e órgãos regionais e presidentes de Governos regionais e estudantes/associações estudantis*, representados em 6 e 4 artigos respectivamente.
- *Presidentes de autarquias e organismos da administração pública* também estão presentes entre os actores dos artigos da amostra com manchete.
- De notar a ausência de actores do governo nacional nos artigos com manchete.

FIG. 38 Temas dos artigos com imagens

Tema	Jornal da Madeira
Actividades de Órgãos Regionais	14,3
Actividades de Autarquias	7,1
Actividades da Presidência da República	2,7
Outros Política Nacional	2,7
Actividades de Partidos Políticos	2,2
Políticas para a Saúde	2,2
Eleições	1,6
Actividades da Assembleia da República	1,1
Políticas para a Educação	1,1
Políticas Fiscais/Financeiras	1,1
Políticas para a Justiça	0,5
Políticas de Defesa e Segurança	0,5
Políticas de Ordenamento do Território	0,5
Políticas para a Família	0,5
Políticas Laborais	0,5
Políticas de Reabilitação Social	0,5
Acção governativa genérica	0,5
Total Política Nacional/regional	40,1% (73)
Actividades policiais	5,5
Crimes	2,2
Acidentes e Catástrofes	2,7
Incêndios	0,5
Prevenção	0,5
Total Ordem Interna	11,5% (21)
Turismo	3,3
Empresas e negócios	2,7
Indicadores económicos	2,2

Crise económica/financeira	1,1
Agricultura e pescas	0,5
Mercado bolsista	0,5
Total Economia, Finanças e Negócios	10,4 (19)
Futebol	4,9
Outras modalidades desportivas	1,6
Jogos Olímpicos	1,1
Total Desporto	7,7% (14)
Funcionamento do sistema de saúde	1,6
Outros Saúde e Acção Social	1,6
Segurança e Assistência Social	1,1
Total Saúde e Acção Social	4,4% (8)
Efemérides/Aniversários/Prémios	3,3
Outras Cerimónias e Celebrações	1,1
Total Cerimónias e Celebrações	4,4% (8)
Artes e eventos culturais	2,7
Eventos de moda e beleza	0,5
Outros Cultura	0,5
Total Cultura	3,8% (7)
Cristianismo católico	3,3
Total Crença e Religião	3,3% (6)
Transportes e infra-estruturas	1,6
Habitação	0,5
Outros Urbanismo	0,5
Total Urbanismo	2,7 % (5)
Casos de interesse humano	1,1
Outros Sociedade	1,1
Assuntos sobre crianças	0,5
Total Sociedade	2,7% (5)
Funcionamento do sistema judicial	1,1
Casos de justiça	0,5
Total Sistema Judicial	1,6 % (3)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,6
Total Ambiente	1,6 % (3)
Acções governativas/Estado	0,5
Eleições políticas internacionais	0,5
Total Assuntos Internacionais	1,1% (2)
Actividades das instituições da UE	0,5
Políticas comunitárias	0,5
Total Assuntos Comunitários	1,1% (2)
Funcionamento do sistema educativo	1,1
Total Educação	1,1% (2)
Actividades das Forças Armadas	0,5

Total Defesa	0,5 % (1)
Greves, protestos e manifestações laborais	0,5
Total Relações Laborais	0,5 % (1)
Comunicação Social	0,5
Total Comunicação	0,5 % (1)
Investigação científica	0,5
Total Ciência e Tecnologia	0,5% (1)
Total	100,0% (182)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com imagens = 182. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

No Jornal da Madeira, os artigos que incluem *imagens* representam 80,2% do total da amostra analisada.

- Os *temas* mais abordados nestes artigos são *política nacional/regional* (em 40,1%), *ordem interna* (em 11,5%), *economia, finanças e negócios* (em 10,4%) e *desporto* (em 7,7% dos casos).
- Especificamente, os *subtemas* mais frequentes no âmbito da *política nacional/regional* nos artigos com *imagens* são *actividades de órgãos regionais* (em 14,3% dos casos) e *actividades de autarquias* (em 7,1%). Na *ordem interna*, destacam-se os artigos sobre *actividades policiais* (5,5%). Os artigos sobre *economia, finanças e negócios* têm *imagens*, em particular, nos subtemas que abordam o *turismo* (3,3%). No caso do *desporto*, as *imagens* acompanham os conteúdos dedicados ao *futebol* (4,9%).

FIG. 39 Actores dos artigos com imagens

Actor	Jornal da Madeira
Membros de Governos e Órgãos Regionais	11,5
Presidentes dos Governos Regionais	8,2
Presidentes de Autarquias	4,9
Presidente da República	3,8
Outros representantes de Autarquias	3,3
Outros actores da Política Nacional	2,7
Primeiro-Ministro	1,6
Dirigentes partidários locais e distritais	1,6
Secretários de Estado	1,1
Organismos da Administração Pública	1,1
Presidente da Assembleia da República	0,5
Ministros	0,5
Deputados e Líderes Parlamentares	0,5
Militantes e membros político-partidários	0,5
Total Política Nacional/regional	42,3% (77)
Atletas e técnicos desportivos	6,6
Dirigentes desportivos	0,5
Total Desporto	7,1% (13)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	3,8
Representantes de forças de segurança	2,7

Total Ordem Interna	6,6% (12)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	2,7
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	2,2
Governador do Banco de Portugal	0,5
Total Economia, Finanças e Negócios	5,5% (10)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	2,7
Médicos e técnicos especializados da área	2,2
Representantes da ordem dos Médicos	0,5
Total Saúde e Acção Social	5,5% (10)
Cidadãos comuns adultos	2,7
Cidadãos comuns crianças	0,5
Cidadãos comuns idosos	0,5
Outros actores da Sociedade	0,5
Total Sociedade	4,4% (8)
Líderes religiosos	2,7
Total Crença e Religião	2,7% (5)
Artistas e outros criadores	1,6
Figuras públicas e "celebridades"	0,5
Total Cultura	2,2% (4)
Envolvidos em processos judiciais	0,5
Detidos/Reclusos	0,5
Outros actores do Sistema Judicial	0,5
Total Sistema Judicial	1,6% (3)
Especialistas, técnicos e cientistas	1,6
Total Ciência e Tecnologia	1,6% (3)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	0,5
Outros actores de Urbanismo	0,5
Total Urbanismo	1,1% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	0,5
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	0,5
Total Comunicação	1,1% (2)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	0,5
Total Comunidade Internacional	0,5% (1)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	0,5
Total Relações Laborais	0,5% (1)
Professores e técnicos de educação	0,5
Total Educação	0,5% (1)
Actores Não Identificados	16,5% (30)
Total	100,0% (182)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com imagens = 182. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Os *actores* mais frequentes em artigos com *imagens* pertencem maioritariamente à área da *política nacional/regional* (em 42,3% do total com este indicador), seguida do *desporto* (em 7,1%) e da *ordem interna* (em 6,6%).
- Especificamente, da área da *política nacional/regional* destaca-se a presença nestes artigos de *membros de Governos e órgãos regionais* (com 11,5% de incidência sobre o total de casos), de *presidentes de Governos regionais* (com 8,2%) e de *presidentes das autarquias* (com 4,9%).
- Em 16,5% dos artigos com *imagens*, os *actores não são identificáveis*.

FIG. 40 Espaço que o artigo ocupa na página, por temas

Temas	Jornal da Madeira			
	Ocupa uma ou mais páginas	Artigo dominante na página	Artigo secundário na página	Total
Política Nacional/regional	45,8%	44,2%	34,2%	42,9%
Ordem Interna	-	13,2%	15,8%	10,2%
Economia, Finanças e Negócios	11,9%	10,1%	5,3%	9,7%
Desporto	11,9%	4,7%	-	5,8%
Crença e Religião	3,4%	3,1%	10,5%	4,4%
Saúde e Acção Social	5,1%	4,7%	-	4,0%
Cultura	3,4%	3,9%	2,6%	3,5%
Cerimónias e Celebrações	3,4%	4,7%	-	3,5%
Urbanismo	3,4%	2,3%	5,3%	3,1%
Sociedade	1,7%	2,3%	5,3%	2,7%
Assuntos Internacionais	3,4%	0,8%	2,6%	1,8%
Assuntos Comunitários	1,7%	1,6%	-	1,3%
Sistema Judicial	1,7%	0,8%	2,6%	1,3%
Ambiente	-	1,6%	2,6%	1,3%
Comunicação	1,7%	-	5,3%	1,3%
Relações Laborais	1,7%	-	2,6%	0,9%
Educação	-	0,8%	2,6%	0,9%
Ciência e Tecnologia	-	0,8%	2,6%	0,9%
Defesa	-	0,8%	-	0,4%
Total	100% (59)	100% (129)	100% (38)	100% (226)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira que se esgotam na primeira página = 1. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

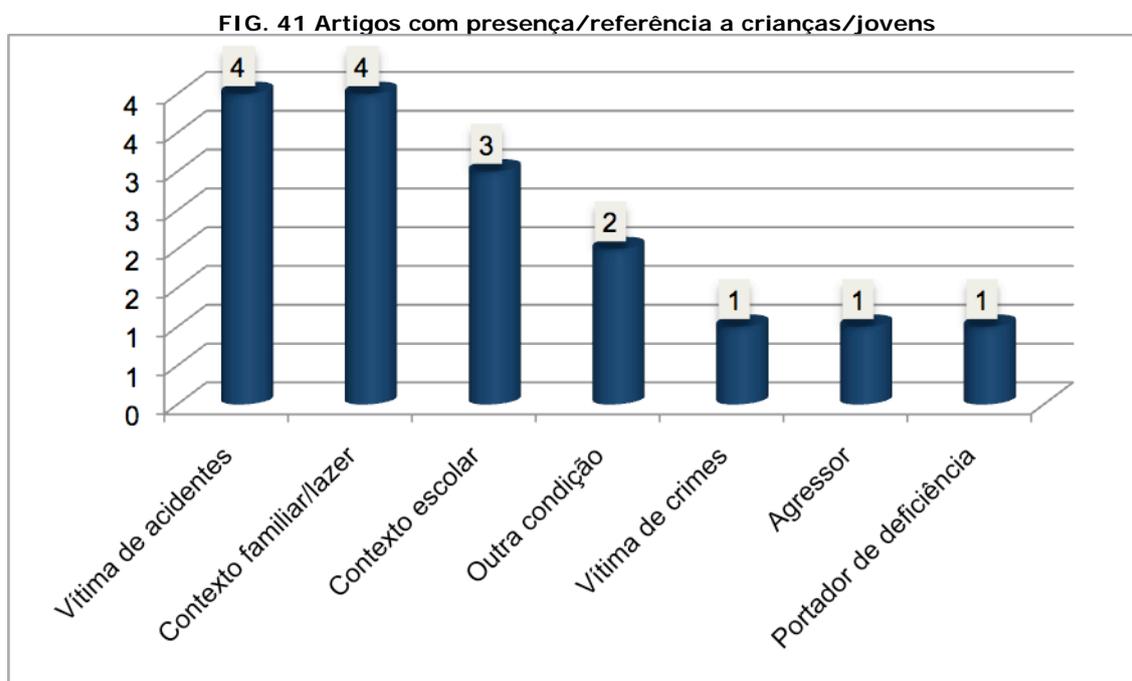
Considerando o *espaço ocupado pelos artigos na página* analisada como um dos indicadores de valorização *editorial* dos assuntos abordados, observa-se:

- No Jornal da Madeira, a maior parte dos artigos que integram a amostra são *artigos dominantes na página* (129). Seguem-se os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* (59) e os *artigos secundários na página* (38).
- No conjunto dos artigos *dominantes na página*, encontramos como *temas* mais frequentes *política nacional/regional* (em 44,2% dos casos deste indicador), seguidos por *ordem interna* (em 13,2%) e *economia, finanças e negócios* (em 10,1%).
- Os *artigos que ocupam uma ou mais páginas* referem-se, também, sobretudo, a *política nacional/regional* (em 45,8% do total de ocorrências deste indicador), *economia, finanças e*

negócios e desporto (cada em 11,9% dos casos).

- Os artigos secundários na página referem, por ordem decrescente, os temas política nacional/regional (34,2%), ordem interna (15,8%) e crença e religião (10,5%).

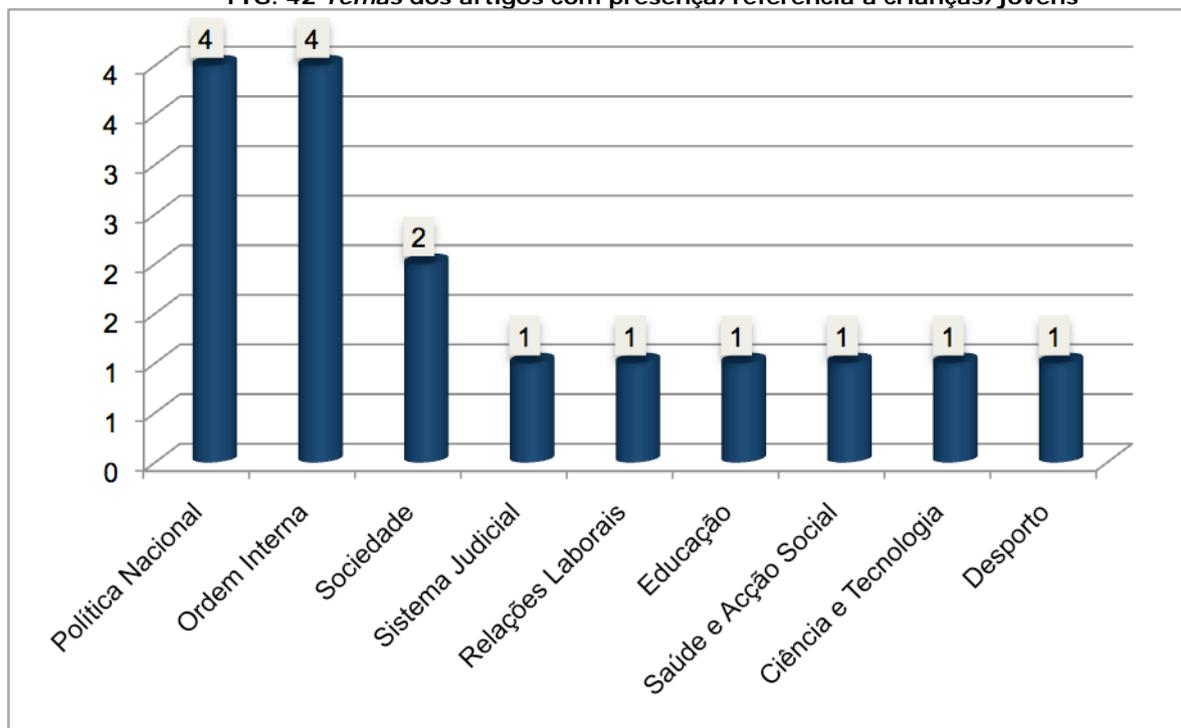
i) Presença/referência a crianças e jovens



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 16. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Na amostra analisada do Jornal da Madeira, existem 16 artigos (7% do total de artigos analisados) com *presença/referência a crianças/jovens*.
- As crianças/jovens surgem nos artigos enquanto *vítimas de acidentes* ou em *contexto familiar* (em 4 artigos cada), em *contexto escolar* (em 3 dos conteúdos analisadas), mas também como *vítimas de crimes*, *agressoras* ou *portadoras de deficiência* (em 1 artigo cada). Em dois artigos surgem em *outra condição*, nomeadamente, em duas peças sobre actividades da presidência da república (a visita do Presidente da República à Região Autónoma da Madeira e um estudo sobre a participação política dos jovens patrocinado pela Presidência da República).

FIG. 42 Temas dos artigos com presença/referência a crianças/jovens



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 16. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 16 artigos do Jornal da Madeira com *presença/referência a crianças*, são, sobretudo, abordados temas relacionados com *política nacional/regional, ordem interna e sociedade*. As crianças e jovens surgem também associadas a temáticas relacionadas com o *sistema judicial, relações laborais, educação, saúde e acção social, ciência e tecnologia e desporto*.

Síntese Conclusiva

Em termos gerais:

- A cobertura informativa do Jornal da Madeira, em 2008, foi marcada sobretudo por acontecimentos políticos do País e da região autónoma. De Janeiro a Dezembro foram os assuntos ligados à política nacional e regional, nomeadamente a actividade dos órgãos regionais da Madeira (Governo Regional e Assembleia Regional) e das autarquias do arquipélago, os mais frequentes nas primeiras páginas do diário de capitais públicos.
- A análise de conteúdo da primeira página assim como dos artigos de opinião do Jornal da Madeira identifica-o como um jornal regional, centrado nos *temas, protagonistas e fontes* da Região Autónoma da Madeira, quer se trate de matérias da política, da ordem interna ou da economia, finanças e negócios.
- Por outro lado, nos artigos cujos actores pertencem à área de *política nacional/regional* predomina a presença de *membros dos órgãos políticos regionais* – Governo Regional, Assembleia Legislativa e outros e órgãos regionais -, bem como do presidente da Região Autónoma da Madeira.
- Tratando-se de um jornal de capitais maioritariamente públicos, encontra-se

vinculado a acolher nas suas páginas uma maior diversidade de *temas, fontes e actores*, o que se verifica apenas em parte na amostra analisada, devido à grande concentração em temas e actores ligados aos órgãos regionais da madeira.

Em termos específicos:

- No Jornal da Madeira, o *tema* mais frequente na primeira página assim como nos artigos de opinião é a *política nacional/regional*, em particular, *actividades de órgãos regionais e actividades de autarquias*, tendo como *actores*, sobretudo, *membros de governos e órgãos regionais e presidentes dos governos regionais*, que são a primeira categoria de protagonistas mais presentes nos artigos deste jornal.
- Segue-se, como segundo *tema* mais frequente neste jornal, *ordem interna*, incidindo em *temas* associados a *actividades policiais, crimes e acidentes e catástrofes*.
- Como terceiro *tema* mais presente no jornal, encontra-se *economia, finanças e negócios*, em particular, *turismo, indicadores económicos e empresas e negócios*, entre outros subtemas residuais.
- Mais de metade dos artigos do Jornal da Madeira possui *fonte única*.
- A Região Autónoma da Madeira é a região com a maior *incidência geográfica dos artigos* analisados estando presente em mais de metade dos artigos. Nestes artigos são temáticas principais: *política nacional/regional, ordem interna e economia, finanças e negócios*. É residual a presença de outras regiões do País e de artigos com incidência geográfica *internacional e/ou comunitária*.
- Os dados mostram que a presença do Governo Regional da Madeira representa 27,6%, seguindo-se o Governo Nacional com 23,6%. O PSD e autarquias PSD registam, em conjunto, 22,2%, o PS e autarquias PS 11,5%, o PCP/CDU com 5,3% e o CDS/PP com 3,1% e o BE com 2,2%. Outros partidos possuem presença residual. Não obstante a relatividade destes dados, pelas razões expostas, estes correspondem à representação das forças político-partidárias da Região Autónoma da Madeira, em que o PSD é o partido maioritário.
- De notar, porém, que a maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta *valência/tom positivo* no que diz respeito ao actor principal. Os *membros do governo regional e dos órgãos regionais*, incluindo o *Presidente do Governo Regional, e autarcas* têm apenas referências *positivas*. Por seu turno, o *primeiro-ministro* é representado em todos os artigos em que é actor com *valência/tom negativo*.
- Os *temas e actores das manchetes* do Jornal da Madeira são, na maioria da área da *política nacional/regional*, sendo residual a presença de outras categorias, como *saúde e acção social, economia, finanças e negócios, ordem interna, sistema judicial, ambiente, urbanismo e cultura*. Os temas e actores da *política nacional/regional* são representados, especificamente, pelos órgãos regionais, em particular pelo Governo e autarquias.
- Os *actores e temas* dos artigos com imagens estão relacionados, na sua maioria, com a área da *política nacional/regional*. No caso dos *actores*, destaque, também, para as áreas do *desporto e ordem interna*. Na primeira, destaca-se a presença de *membros do Governo Regional e dos órgãos regionais*, seguida do *presidente do governo regional*. Na segunda, *atletas e técnicos desportivos e dirigentes desportivos* e, na terceira, *suspeitos de crimes e actos ilícitos e representantes de forças de segurança*.

ANEXO III

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A ANÁLISE DO JORNAL DA MADEIRA 2008

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de um jornal diário regional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as edições do Jornal da Madeira entre o momento de tempo zero e o momento t.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

13) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/14), logo o intervalo amostral será 14. O objectivo será analisar apenas um dia por quinzena. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 15, sendo a proporção da amostra na população igual a (1/15).

14) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com 15 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 15 dias.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7,...,15}

Grupo 2 → {16,17,18,19,20,...,30}

Grupo 3 → {31,32,33,34,35,...,45}

...

Grupo N → {[$(N-1) * 15$]+1, [$(N-1) * 15$]+2,..., [$(N-1) * 15$]+14, $N * 15$ }

15) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 14 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 2, o que corresponde à primeira 4ª feira da quinzena⁵⁷.

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao

⁵⁷ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira.

intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{2, 17, 32, 47, 62, 77, 92, 107, 122, 137, 152, 167, 182, 197, 212, 227, 242, 257, 272, 287, 302, 317, 332, 347, 362}

O que corresponde a:

{4^afeira (02-01-08); 5^afeira (17-01-08); 6^afeira (01-02-08); Sábado (16-02-08); Domingo (02-03-08); 2^a feira (17-03-08); 3^a feira (01-04-08); 4^afeira (16-04-08); 5^afeira (01-05-08); 6^afeira (16-05-08); Sábado (31-05-08); Domingo (15-06-08); 2^a feira (30-06-08); 3^a feira (15-07-08); 4^afeira (30-07-08); 5^afeira (14-08-08); 6^afeira (29-08-08); Sábado (13-09-08); Domingo (28-09-08); 2^a feira (13-10-08); 3^a feira (28-10-08); 4^afeira (12-11-08); 5^afeira (27-11-08); 6^afeira (12-12-08); Sábado (27-12-08)}

Quadro 1 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008

Dias Seleccionados	Jornal da Madeira
Janeiro	
02-Jan-08	1
17-Jan-08	2
Fevereiro	
01-Fev-08	3
16-Fev-08	4
Março	
02-Mar-08	5
17-Mar-08	6
Abril	
01-Abr-08	7
16-Abr-08	8
Mai	
01-Mai-08	9
16-Mai-08	10
31-Mai-08	11
Junho	
15-Jun-08	12
30-Jun-08	13
Julho	
15-Jul-08	14
30-Jul-08	15
Agosto	
14-Ago-08	16
29-Ago-08	17
Setembro	
13-Set-08	18
28-Set-08	19
Outubro	
13-Out-08	20
28-Out-08	21
Novembro	
12-Nov-08	22
27-Nov-08	23
Dezembro	
12-Dez-08	24
27-Dez-08	25

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Designação	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Jornal da Madeira	366	25	366	25	18,9607

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Imprensa de Capitais maioritariamente Públicos – 2008

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DO DIÁRIO DO ALENTEJO

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de um semanário regional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as edições do Diário do Alentejo entre o momento de tempo zero e o momento t.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

16) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

17) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

Grupo 1 → {1, 2}

Grupo 2 → {3, 4}

Grupo 3 → {5, 6}

...

Grupo N → $\{[(N-1)*2]+1, N*2\}$

18) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde à primeira sexta-feira da quinzena⁵⁸.

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51}

O que corresponde às sextas-feiras seguintes:

{(04-01-08); (18-01-08); (01-02-08); (15-02-08); (29-02-08); (14-03-08); (28-03-08); (11-04-08); (25-04-08); (09-05-08); (23-05-08); (06-06-08); (20-06-08); (04-07-08); (18-07-08); (01-08-08); (15-08-08); (29-08-08); (12-09-08); (26-09-08); (10-10-08); (24-10-08); (07-11-08); (21-11-08); (05-12-08); (19-12-08)}

Quadro 1 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008

⁵⁸ O início da amostra é a primeira sexta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à sexta-feira dia 04 de Janeiro de 2008.

Dias Seleccionados	Diário do Alentejo
Janeiro	
04-Jan-08	1
18-Jan-08	2
Fevereiro	
01-Fev-08	3
15-Fev-08	4
29-Fev-08	5
Março	
14-Mar-08	6
28-Mar-08	7
Abril	
11-Abr-08	8
25-Abr-08	9
Maio	
09-Mai-08	10
23-Mai-08	11
Junho	
06-Jun-08	12
20-Jun-08	13
Julho	
04-Jul-08	14
18-Jul-08	15
Agosto	
01-Ago-08	16
15-Ago-08	17
29-Ago-08	18
Setembro	
12-Set-08	19
26-Set-08	20
Outubro	
10-Out-08	21
24-Out-08	22
Novembro	
07-Nov-08	23
21-Nov-08	24
Dezembro	
05-Dez-08	25
19-Dez-08	26

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Designação	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Diário do Alentejo	366	26	52	26	13,7227

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2 = \text{Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança } (1 - \alpha)$

$p \times q = \text{Variância da Bernoulli}$ $N = \text{Dimensão da População}$

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Listagem de indicadores aplicados à análise da imprensa de capitais públicos

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização da imprensa diária e semanal. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

As bases de dados criadas para a monitorização da imprensa estão organizadas de modo a corresponder a cinco grandes dimensões de análise:

- Caracterização Geral
- Tratamento e Modalidades de Mediatização
- Análise *Temática*
- Análise das *Fontes* de Informação
- Análise de *Actores*

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de caracterização geral

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como a publicação em que se insere.

1. Código identificador

2. Nome da publicação

Definição conceptual: esta variável identifica o nome da publicação a que corresponde a unidade de análise (artigo) em causa.

3. Data (aa /mm/dd)

Definição conceptual: esta variável identifica a data completa correspondente à edição onde está inserida a unidade de análise.

4. Referência do Artigo na 1ª Página

Definição Conceptual: Os artigos destacados na primeira página são, por norma, os mais valorizados editorialmente na respectiva edição. A manchete corresponde ao artigo que merece valorização máxima numa dada edição. Outras chamadas de 1.ª página podem ser compostas apenas pelo título ou pela combinação de título, fotografia e/ou texto. A sucessão de opções de destaques de primeira página tende a reflectir a identidade do meio/publicação.

5. Título do artigo (notícia/assunto)

Definição conceptual: reprodução dos termos exactos do título da peça.

b) Tratamento e modalidades de mediatização

6. Espaço ocupado pelo Artigo na Página analisada

Definição Conceptual: Indicação objectiva da dimensão do artigo – se ocupa uma ou mais páginas; se o artigo é dominante na página, quando ocupa uma mancha espacial superior à de qualquer outro artigo contíguo; se se trata de um artigo que ocupa menor espaço em comparação com o artigo dominante.

7. Valorização Gráfica do Artigo

Definição conceptual: Identifica e caracteriza os elementos icónicos do artigo na primeira página e no interior do jornal. Os artigos podem ser complementados com imagens como fotografias, ilustrações, infografias (gráficos e esquemas), caricaturas, etc.

8. Registo Jornalístico

Definição Conceptual: Identificação do modelo ou registo discursivo utilizado pelo autor na construção do artigo. Os registos jornalísticos considerados - informativo, opinativo e outros – estão associados a géneros jornalísticos, que a seguir se descrevem.

9. Estilo Discursivo Opinativo do Jornalista

Definição Conceptual: Esta variável aplica-se exclusivamente aos artigos classificados na variável anterior como “Registo Informativo”. Identifica qualquer manifestação de opinião, por parte do jornalista.

10. Contraditório

Definição Conceptual: Verifica se o artigo com registo informativo reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto em causa, nos casos de crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição. Procura avaliar se o tema abordado no artigo pressupõe a existência de diferentes visões ou interpretações do acontecimento ou do fenómeno retratado, aplicando-se APENAS nos artigos em que se verifica a existência de uma crítica ou acusação direccionada para um determinado alvo.

c) Análise do Contexto

11. Âmbito geográfico

Definição conceptual: Especificação da Região de Portugal ou do mundo sobre a qual incide o enfoque do artigo.

12. Temática principal (tipologia temática)

Definição conceptual: por *temática* entende-se a identificação do âmbito temático do acontecimento que se torna notícia. A *temática* principal relaciona-se com o assunto ou ideia preponderante que o artigo aborda ou desenvolve.

d) Análise de Fontes de Informação

Fontes de informação são pessoas ou instituições que fornecem informação ao jornalista para tratamento noticioso. As fontes transmitem a informação de modo directo (testemunho verbal) ou indirecto (através da referência por parte dos profissionais de comunicação).

13. Número de fontes de informação dentro do artigo

Definição conceptual: esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número *fontes* de informação ouvidas no artigo. Pretende-se identificar quantas *fontes* são consultadas no artigo.

14. Concordância das várias fontes de informação

Definição conceptual: Esta variável identifica as diferentes posições – consonantes ou dissonantes – explicitamente manifestas pelas diversas fontes consultadas no artigo. As fontes são consideradas consonantes quando entre elas existe uma concordância evidente a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição. Ao contrário, as fontes são consideradas dissonantes quando entre elas existe um claro desacordo relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição. Quando as fontes consultadas na peça não apresentam uma concordância ou discordância clara e evidente a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como 3) “Não aplicável”.

e) Análise de Actores

Os artigos podem resultar de acções de indivíduos ou de instituições que nelas intervêm ou que são alvo da atenção mediática. Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação. Cada actor desempenha um determinado papel, cuja definição resulta do tipo específico de interacção mediática.

O **protagonista** é o actor mais visível no artigo jornalístico, aquele que merece mais atenção através de menções à sua pessoa ou de citações suas no título e no lead. Responde às questões: “Quem fala?” ou “De quem se fala?”.

15. Actor Principal (protagonista)

Definição conceptual: refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e cuja centralidade enquanto protagonista do artigo jornalístico é visível. Responde às questões: “quem fala?” e “de quem se fala?”

16. Valência/tom da peça face ao principal actor (quando aplicável)

Definição conceptual: verifica-se se, no contexto em que surge, o protagonista é essencialmente associado a situações de sucesso, resolução de problemas, apresentação de propostas ou ideias etc., ou, pelo contrário, a situações de insucesso, quebra de compromissos, envolvimento em situações polémicas, alvo de crítica, etc.

17. Pertença político-partidária do principal actor (quando aplicável)

Definição conceptual: codifica-se o partido político do principal actor (só se aplica aos actores nacionais) apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

18. Qualidade em que aparece o Principal Actor

Definição conceptual: Refere-se ao principal actor previamente identificado na variável 14. Pretende-se identificar a qualidade DOMINANTE na qual o principal actor (protagonista) aparece no artigo.

19. Colunista/Comentador (variável aberta)

Definição Conceptual: Refere-se a indivíduos de qualquer âmbito profissional (incluindo o jornalismo) que comentam factos ou acontecimentos, num artigo de opinião; com ou sem localização fixa e periodicidade regular.

f) Sociografia dos Artigos

Os indicadores que se seguem dependem da sua referência explícita dentro do próprio artigo, ou seja, quando a etnia, pertença cultural, religião, comportamento sexual, ou grupo etário forem referidos ou estiverem presentes no artigo.

20. Presença e/ou referência a Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição conceptual: codifica-se o grupo de pertença presente ou referido apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo. As categorias de resposta baseiam-se num estudo do ACIME que utiliza a percepção e a terminologia dos próprios profissionais de comunicação⁵⁹.

21. Qualidade em que Aparecem os Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição Conceptual: Avalia-se se o artigo é construído essencialmente numa perspectiva de vitimização ou de criminalização dos grupos ou imigrantes identificados previamente.

22. Presença e/ou referência a Crianças e Jovens e condição em que surgem

Definição conceptual: Codifica-se **APENAS** quando um artigo tiver presença activa e/ou fizer referência explícita a crianças e/ou jovens. O codificador SÓ deve assinalar a presença de crianças ou jovens nos artigos quando: 1) forem protagonistas (tiverem discurso activo); 2) forem explicitamente referidos.

O objectivo é identificar tanto as situações em que estes aparecem, bem como a condição em que surgem enquadrados.

⁵⁹ Ferin Cunha, Isabel; Santos, Clara Almeida; Valdigem, Catarina; Filho, Willy S., (2006), *Media, Imigração e Minorias Étnicas II*, Observatório da Imigração, 19, Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME).

SONDAGENS

1. Nota Introdutória

O ano de 2008 foi um ano inter-eleitoral, evidenciando-se uma quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos. Durante o ano que findou realizou-se apenas um acto eleitoral – a Eleição Legislativa Regional dos Açores, em 19 de Outubro – com reduzida repercussão ao nível dos estudos de opinião realizados (apenas duas investigações divulgadas).

Comparando com o ano de 2007, foram depositados menos 22 estudos em 2008, num total de 102, estando 95 deles no âmbito do disposto no artigo 1º da Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. Para além da redução do número de depósitos de sondagens, constatou-se também uma redução no número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora (menos quatro).

A percentagem de sondagens divulgadas foi menor do que em 2007. Não obstante, o número de peças noticiosas recuperadas, em 2008, foi ligeiramente superior ao do ano anterior.

A redução global da actividade do sector ao nível da produção de estudos não significou, no entanto, uma redução do ritmo de acções desenvolvidas pela Unidade de Sondagens da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

A incorporação de um novo técnico nesta Unidade, com experiência académica reconhecida ao nível do desenvolvimento de projectos de estudos de índole social e política, possibilitou um aprofundamento da vertente do trabalho regulador da ERC nesta área, incrementando-se a acção de acompanhamento das divulgações recuperadas.

A par do desenvolvimento do software disponível para o registo e análise da conformidade legal das sondagens depositadas e dos estudos divulgados, nas suas vertentes metodológicas e na forma de abordagem das peças noticiosas publicadas, os técnicos da Unidade de Sondagens da ERC concretizaram a melhoria da sistematização do conjunto de procedimentos a ela adstritos, a qual possibilitou o aprofundamento das acções desencadeadas, consubstanciando-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (CREG).

Não obstante, a intervenção da ERC, no domínio das suas competências relativamente às sondagens, manteve a postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, procurando, na medida do possível, empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

As acções e consultas desencadeadas no desenho e implementação de um modelo de Ficha Técnica de depósito de sondagens, mais ajustado às exigências de rigor e transparência e, ao mesmo tempo, mais ajustado às necessidades das empresas credenciadas, é uma prova dessa postura, assim como o foram as reuniões com alguns órgãos de comunicação social, para apreciar as dificuldades impostas pela Lei actual em matéria de elementos de divulgação obrigatórios, bem como a ponderação de um conjunto de soluções que, garantindo as exigências legais, reforçam o rigor e transparência que são devidas ao público consumidor.

Em paralelo, numa intervenção que é reveladora da preocupação com o trabalho desenvolvido pelas empresas credenciadas, bem como pela intervenção dos órgãos de comunicação social ao nível da divulgação dos estudos, a ERC encetou um estudo interno do normativo legal vigente (Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho), numa abordagem que procura estudar modelos alternativos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, mantendo o espírito de rigor e transparência que lhes são exigíveis.

Este estudo, e para além da Lei actual, está alicerçado no conjunto de informação recolhida em 2007, na sequência da apreciação e análise dos códigos de conduta e de ética instituídos por associações profissionais do sector, nacionais e internacionais, bem como em legislação congénere aplicada noutros países.

A apresentação e análise de resultados que ora se enceta procurará estabelecer uma linha comparativa entre 2007 e 2008, em consonância com a normalização da abordagem levada a cabo no relatório do ano transacto, e relativo a 2007. Melhoramentos introduzidos em 2008 nos sistemas de notação e análise, como sejam as novas listas de verificação da conformidade legal dos depósitos de sondagens e respectivas divulgações, merecerão um tratamento isolado, por ausência de dados comparativos referentes ao ano anterior.

À semelhança do expediente utilizado em anos anteriores, a divulgação das sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pela Markdata, com base no protocolo existente com a ERC, e, sobretudo, por pesquisa directa nos órgãos de informação clientes das empresas, nas suas versões impressa e da internet.

Duas das 18 empresas acreditadas junto da ERC, à data de 31 de Dezembro de 2007, viram confirmada pelo Conselho Regulador a caducidade da sua credenciação para a realização de sondagens de opinião – a Regipom e a Apeme.

Uma terceira, a Data Crítica, viu caducar naturalmente a sua credenciação, por ausência de contacto e de manifestação de intenção na sua renovação.

Entretanto, a Entidade Reguladora apreciou, durante o ano de 2008, cinco pedidos de credenciação – Motivação, G.Triplo, Netsonda, Consulmark2 e Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo –, sendo um deles um pedido de (re)credenciação com alteração da denominação da entidade (Consulmark2).

Relativamente ao pedido de credenciação do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT), apreciado em Outubro de 2008, foi o mesmo indeferido após apreciação jurídica fundamentada, com a justificação de que o objecto estatutário do IPDT não compreende nas suas atribuições a realização de inquéritos e sondagens de opinião.

À data de 31 de Dezembro de 2008, as empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composta por 18 entidades:

FIG. 1 Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2008

Aximage , Comunicação e Imagem, Lda
Consulmark2 , Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda
Domp , Desenvolvimento Organizacional Marketing, SA
Eurequipa , Opinião, Marketing e Consultadoria, Lda
Euroexpansão , Análises de Mercado e Sondagens, SA
Eurosondagem , Estudos de Opinião, SA
Euroteste , Marketing e Opinião SA
G.Triplo , Estudos e Sondagens de Opinião, Lda
Gemeo , Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, Lda
Marktest , Marketing, Organização, Formação, Lda
Motivação , Estudos Psico-Sociológicos, Lda
Netsonda , Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda
Norma-Açores , Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, SA
Novadir , Estudos de Mercado e Consultadoria de Marketing, Lda
Pitagórica , Investigação e Estudos de Mercado, SA
Universidade Católica Portuguesa , CESOP

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos das empresas credenciadas (2008).

Das três empresas que perderam a sua credenciação entre 2008 e 2009, Regipom e Apeme, viram a sua caducidade confirmada através de deliberações do Conselho Regulador, após terem sido oficiadas relativamente à ausência de qualquer depósito de sondagens divulgadas nos dois anos anteriores à data de caducidade, conforme determinado pelo n.º 4 do artigo 3º da Lei n.º 10/2000.

Nenhuma delas promoveu qualquer pedido formal de renovação junto desta Entidade Reguladora.

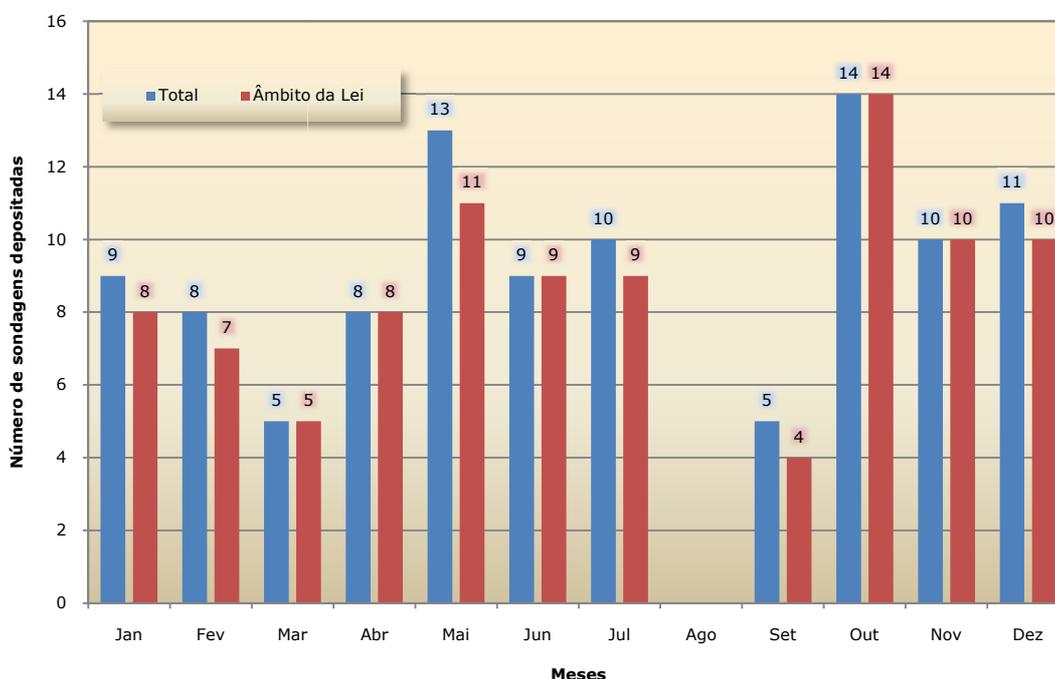
2. Actividade da Unidade de Sondagens em 2008

Características dos Depósitos de Sondagens

1.1. Número de depósitos⁶⁰

Observaram-se 102 depósitos de sondagens durante o ano civil de 2008, estando 95 delas no âmbito do disposto no artigo 1º da Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. A distribuição mensal das sondagens depositadas foi a seguinte:

FIG.2 Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano de 2008*

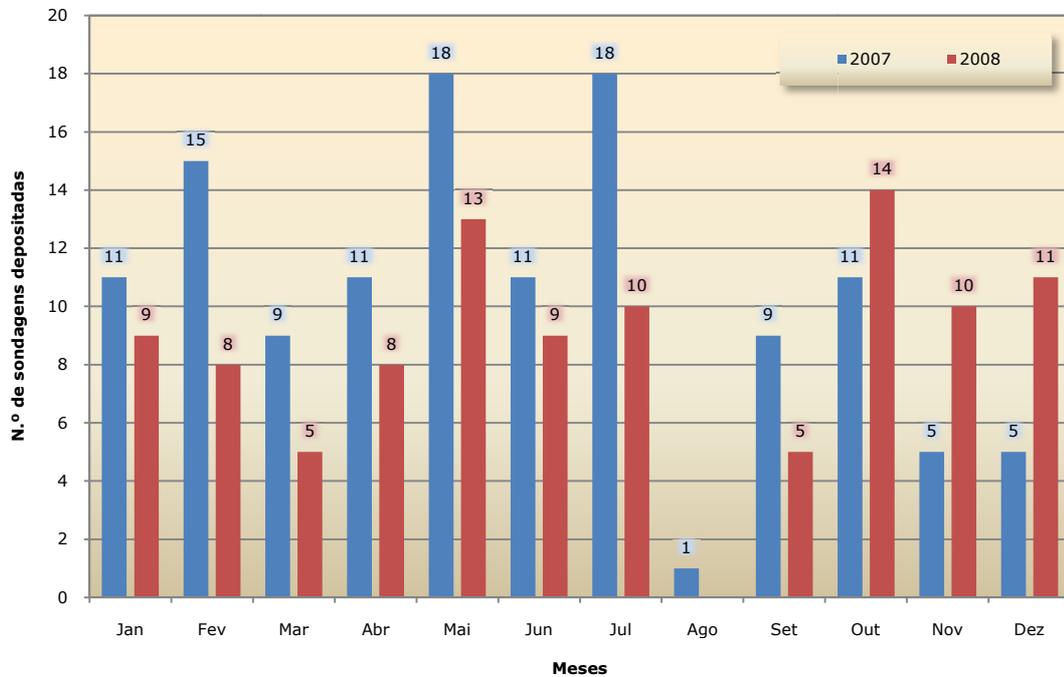


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102; Total de depósitos no âmbito da Lei N=95).

⁶⁰ Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas empresas credenciadas para apreciação da ERC, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.

* Muito embora as sondagens que não estão no âmbito do artigo 1º da Lei n.º 10/2000 não sejam taxadas, o depósito implica uma apreciação do conteúdo e, subsistindo dúvidas acerca do seu objecto, são as mesmas presentes ao departamento jurídico da ERC, para elaboração fundamentada de um parecer.

FIG. 3 Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2007 e de 2008



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Contrariamente ao verificado em 2007, em que se referendou a interrupção voluntária da gravidez, em Fevereiro, se realizaram as eleições legislativas regionais da Madeira, em Maio, e se elegeu o executivo camarário da cidade de Lisboa, em Julho, durante o ano de 2008 apenas se realizou o escrutínio para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores, em Outubro.

Assim, do conjunto de dados apresentados na figura anterior, serão de relevar os seguintes aspectos:

- O conjunto de depósitos observados em 2007 apresenta uma maior irregularidade ao longo daquele ano, por via, precisamente, dos actos eleitorais realizados.
- Apenas nos três últimos meses do ano de 2008 foram os depósitos mensais superiores aos de 2007, o que pode obter uma explicação na realização do acto eleitoral referenciado, bem como um interesse crescente relativamente aos assuntos de foro eleitoral com o aproximar de um ano político com forte componente eleitoral.

A empresa Intercampus foi a entidade que mais depósitos realizou durante o ano de 2008, por via do seu Barómetro Político semanal iniciado em Maio, contabilizando-se um total de

24 sondagens depositadas, ou seja, cerca de 24% do total. A empresa Eurosondagem, com 22 depósitos (cerca de 22% do total), reduziu significativamente o total de sondagens depositadas na ERC (menos 13 depósitos) em relação a 2007, o mesmo sucedendo em relação à Aximage, com menos seis depósitos do que no ano anterior, mas ainda assim representando um pouco mais do que a quinta parte dos 102 depósitos efectuados (21%).

A Universidade Católica Portuguesa, através do seu centro de estudos – CESOP – centrou a sua atenção nos estudos de conjuntura, os quais realiza algumas vezes durante o ano, vendo consideravelmente reduzida, por ausência de actos eleitorais em 2008, o seu contributo para o total de sondagens depositadas (5% do total). Outra das empresas que reduziu consideravelmente o número de depósitos foi a Gemeo, a qual havia desenvolvido em 2007 um conjunto de investigações dirigidas à gestão das autarquias e ao voto autárquico, tendo apenas depositado três estudos em 2008.

FIG. 4 Número de sondagens depositadas nos anos de 2007 e 2008, por empresa

	2008	%	2007	%	Var. Abs.
INTERCAMPUS	24	23,5%	11	8,9%	+
EUROSONDAGEM	22	21,6%	35	28,2%	-
AXIMAGE	21	20,6%	27	21,8%	-
MARKTEST	12	11,8%	14	11,3%	-
UCP – CESOP	5	4,9%	11	8,9%	-
DOMP	5	4,9%	1	0,8%	+
G.TRIPLO	5	4,9%	0	0,0%	+
GEMEO	3	2,9%	10	8,1%	-
EUREQUIPA	2	2,0%	2	1,6%	=
IPOM	1	1,0%	2	1,6%	-
EUROEXPANSÃO	1	1,0%	0	0,0%	+
NETSONDA	1	1,0%	0	0,0%	+
REDECAMPO	0	0,0%	3	2,4%	-
DATA CRÍTICA	0	0,0%	2	1,6%	-
EUROTESTE	0	0,0%	2	1,6%	-
NOVADIR	0	0,0%	1	0,8%	-
ISCSP	0	0,0%	1	0,8%	-
NORMA – AÇORES	0	0,0%	1	0,8%	-
GBN	0	0,0%	1	0,8%	-
	102		124		

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Das restantes empresas/institutos credenciadas(os), de relevar a Marktest que, mantendo o seu barómetro regular, depositou 12 estudos na ERC, menos dois que no ano anterior.

Para além da redução do número de depósitos de sondagens para divulgação, constata-se que, de 2007 para 2008, o número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora reduziu-se em quatro. Este conjunto de factos poderá gerar as seguintes conjecturas:

- Que, por ausência de actos eleitorais, os assuntos do foro político que estão subsumidos no âmbito de aplicação da Lei das Sondagens não foram da preferência dos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam e procedem à divulgação de sondagens de opinião, gerando uma diminuição substancial do número de depósitos concretizados.
- Que, em ano intercalar de decisões eleitorais, muito embora tenham sido depositadas apenas 102 sondagens, o número de estudos realizados terá sido superior, efectuados principalmente para acompanhamento e projecção interna das estratégias partidárias, os quais, por não se destinarem a divulgação, não foram depositados na ERC.
- Que se acentuaram em 2008 as tendências de especialização, provocando a concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas⁶¹.

As 102 sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foram realizadas para 38 clientes distintos, número praticamente idêntico ao apurado em 2007 (37).

FIG. 5 Principais clientes das sondagens depositadas na ERC, e número de estudos contemplados (2007 e 2008)

	2008	2007
Correio da Manhã	21	28
Jornal de Negócios	21	28
Record	21	28
Sábado	21	24
TVI	21	10
Expresso	15	20
Rádio Renascença	14	20
SIC	14	21
RDP/Antena 1	5	11
RTP1	5	15
Semanário Económico	5	0
Jornal de Notícias	4	5
Diário Económico	3	2
<i>Outros clientes (n.º)*</i>	25	25

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

* Este indicador refere-se apenas ao número de clientes com expressão

⁶¹ Em 2007, os depósitos conjuntos das três empresas mais representativas significaram cerca de 61% do total, enquanto em 2008 essa percentagem subiu para os 66%.

reduzida em termos de sondagens contratadas.

Confrontados os elementos compilados no ano de 2008 com aqueles que foram obtidos em 2007, serão de relevar os seguintes aspectos:

- Uma redução global das sondagens contratadas pela generalidade das entidades indicadas.
- O crescimento acentuado das sondagens contratadas pela TVI, fruto do lançamento e divulgação de um barómetro semanal, adjudicado à empresa Intercampus.
- A redução drástica das sondagens contratadas pelo Diário de Notícias e TSF (que, em 2007, haviam representado cerca de 10% dos depósitos), após ter terminado a parceria destes órgãos com a Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal, muito embora esta empresa tenha mantido o seu depósito durante 2008, sob a designação de “estudo próprio”.

1.2 Temas Abordados

Em ano inter-eleitoral como o de 2008, a manutenção dos barómetros políticos regulares que abordam a imagem das principais instituições políticas do País e seus representantes, bem como a dos líderes partidários, reflecte-se na maior incidência destes temas em relação a outros, eventualmente mais focalizados em aspectos concretos do foro político e social.

Assim, surgem referenciados em mais de 50% das sondagens depositadas em 2008 as abordagens relativas à Imagem dos Líderes Partidários, Voto Legislativo e Imagem do Presidente da República, sendo superior a 25% as sondagens que abordam temas relativos à Imagem do Primeiro-Ministro, Imagem do Governo e Imagem dos Ministros do Governo.

Se, em 2007, este conjunto de temas haviam recolhido também a grande incidência das abordagens, a sua importância relativa no seio do conjunto dos estudos depositados foi substancialmente menor, como se poderá constatar da leitura da figura 5. A realização das eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa, assim como o referendo nacional sobre a Interrupção Voluntária da Gravidez e as eleições regionais da Madeira estão bem patentes nos temas das sondagens depositadas em 2007, abordagens que não recolheram o interesse dos estudos de opinião realizados em 2008, como se depreende da leitura daquela figura.

Para além dos temas relacionados com a situação e expectativas económicas, serão de relevar o conjunto de estudos relacionados com o Partido Social Democrata, partido que viveu dois escrutínios internos e, conseqüentemente, duas alterações de liderança em anos consecutivos.

Foram, assim, assinalados um total de 161 temas diferentes nas sondagens depositadas durante o ano de 2008⁶² (mais 52 do que o que foi apurado em 2007⁶³), que representaram um total de 581 referências distintas no conjunto das 102 sondagens depositadas, sendo particularmente evidente todas as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, Primeiro-Ministro do Governo, Governo, Ministros e Líderes Partidários.

FIG. 6 Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2008 e de 2007, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2007 e 2008)*

	2008		2007	
Imagem dos Líderes Partidários	57	55,9%	38	30,6%
Voto Legislativo	57	55,9%	42	33,9%
Imagem do Presidente da República	52	51,0%	35	28,2%
Imagem do Primeiro-Ministro	48	47,1%	30	24,2%
Imagem do Governo Nacional	29	28,4%	27	21,8%
Imagem dos Ministros	27	26,5%	23	18,5%
Temas relacionados c/PSD	12	11,8%	15	12,1%
Situação económica	11	10,8%	7	5,6%
Imagem da Assembleia da República	9	8,8%	11	8,9%
Imagem do Presidente da Câmara	9	8,8%	14	11,3%
Voto autárquico	8	7,8%	30	24,2%
Casos de justiça	8	7,8%	6	4,8%
Imagem Pr. Assembleia da República	7	6,9%	6	4,8%
Áreas de governação	5	4,9%	1	0,8%
Cenários eleitorais	5	4,9%	4	3,2%
Expectativas económicas	5	4,9%	4	3,2%
Imagem oposição	5	4,9%	1	0,8%
Liderança dos partidos	5	4,9%	7	5,6%
Confiança nas instituições políticas	4	3,9%	1	0,8%
Confiança nas instituições financeiras/bancárias	4	3,9%	0	0,0%
Oposição ao Governo	4	3,9%	3	2,4%
Problemas concelhos/locais	4	3,9%	16	12,9%
Sistema de saúde	4	3,9%	5	4,0%
Temas de desporto	4	3,9%	7	5,6%
Temas de economia	4	3,9%	4	3,2%
Temas de educação	4	3,9%	4	3,2%
Temas energéticos	4	3,9%	2	1,6%

⁶² Consideram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

⁶³ Recorde-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2007, após algumas benfeitorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

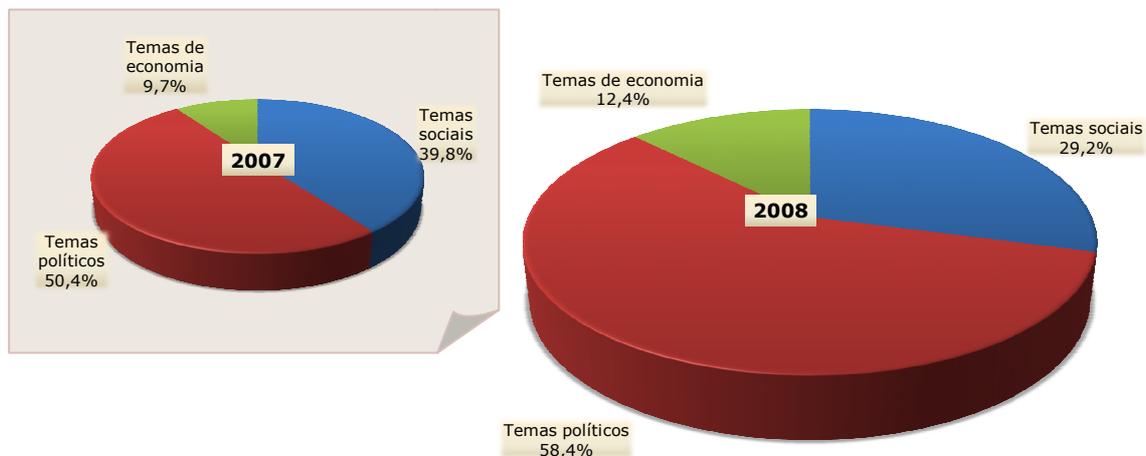
Aborto	0	0,0%	18	14,5%
Voto referendo	0	0,0%	18	14,5%
Aeroporto de Lisboa	1	1,0%	10	8,1%
Imagem dos vereadores	0	0,0%	9	7,3%
Custo de vida	2	2,0%	7	5,6%
Voto regional	2	2,0%	7	5,6%

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

*Percentagens calculadas sobre o número total de sondagens depositadas durante os anos de 2007 e de 2008, respectivamente.

Comparando os dois anos em presença, aumentou em 2008 a percentagem de abordagem de temas políticos. Em 2007, recorde-se, a Interrupção Voluntária da Gravidez foi um dos temas mais prementes no início do ano, por via do referendo nacional realizado em Fevereiro, o que veio inflacionar as abordagens de índole social. A forte incidência dos barómetros regulares de carácter político durante o ano de 2008 reflectiu-se neste crescimento relativo dos temas políticos.

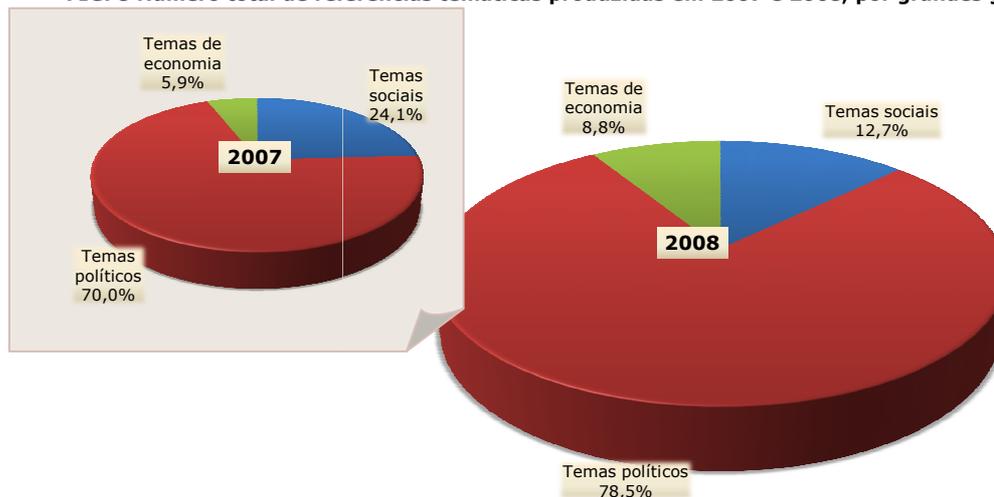
FIG. 7 Número de temas apurados nas sondagens de 2007 e 2008, por grandes grupos



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de temas registados N=161 (2008); N=109 (2007).

Dentro das abordagens políticas, o número de referências e de avaliação da imagem dos órgãos de soberania aumenta de 23% para 30% do total, entre 2007 e 2008, respectivamente, representando cerca de 12%, em 2008, o conjunto das referências a recolhas de índole eleitoral (intenção e sentido de voto), menos 5% do que o apurado em 2007.

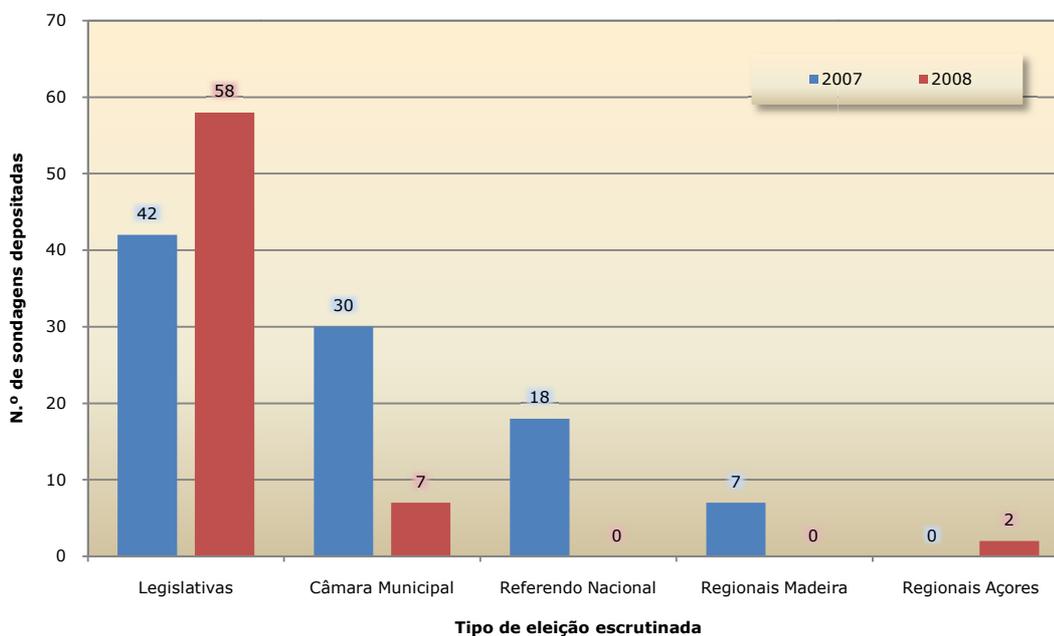
FIG. 8 Número total de referências temáticas produzidas em 2007 e 2008, por grandes grupos



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de referências temáticas N=581 (2008); N=580 (2007).

A recolha da intenção e sentido do voto dos eleitores foi produzida em 67 sondagens, não se constatando a existência de estudos de opinião que tenham abordado mais de um dos tipos de eleições referenciados⁶⁴.

FIG. 9 Número de sondagens depositadas, por tipo de eleição estudada (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

⁶⁴ Recorde-se que, em 2007, a recolha da intenção e sentido do voto dos eleitores havia sido produzida em 88 das 97 sondagens então depositadas que se debruçaram sobre estes temas, donde se concluiu que em nove delas houve recolha de informação sobre mais de um tipo de eleições.

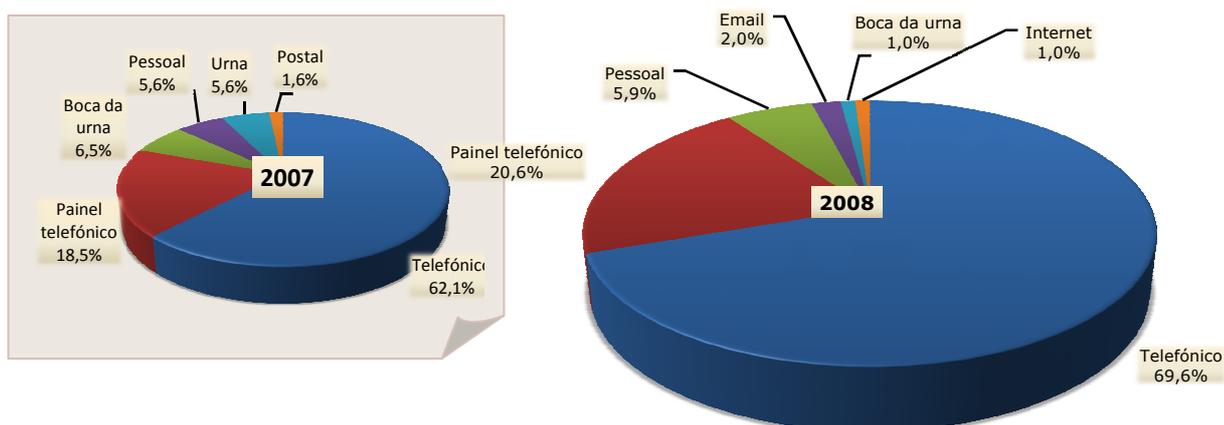
Características Metodológicas das Sondagens

2.1 Método de Recolha

De acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o método de recolha de informação mais utilizado foi o telefónico, tendo sido utilizado, através de selecção directa ou em painel, em 82 das 102 sondagens depositadas durante o ano de 2008, ou seja, em cerca de 90% delas.

Tendo ocorrido apenas um acto eleitoral durante o ano, e mesmo esse com fraca abordagem em termos de estudos de opinião, será de realçar neste conjunto de dados a redução substancial do número de estudos que recorreram aos métodos em urna.

FIG. 10 Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2007 e 2008)

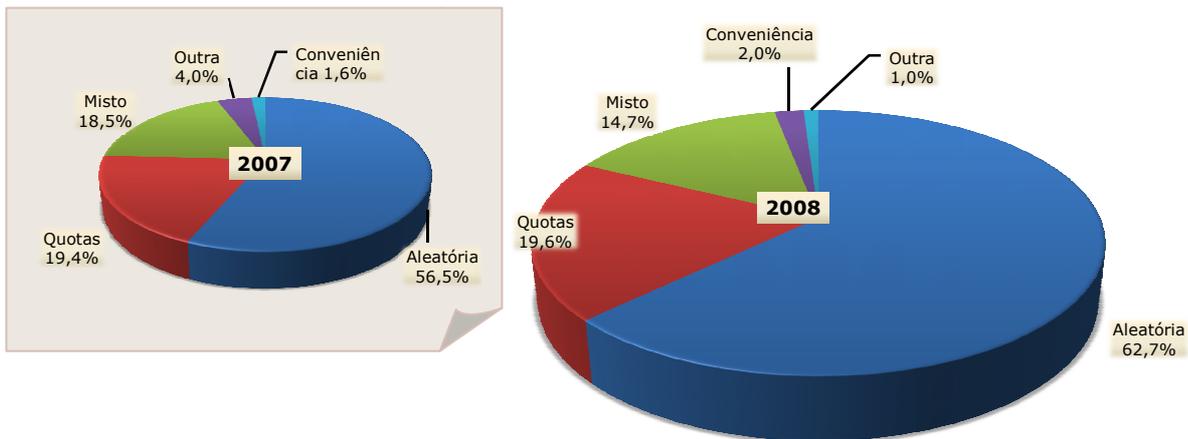


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

2.2 Método de Selecção

A grande maioria das sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foi realizada recorrendo ao método de selecção aleatória das respectivas amostras. Este indicador, bem como o anteriormente apresentado, acompanham o perfil observado em 2007.

FIG. 11 Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2007 e 2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

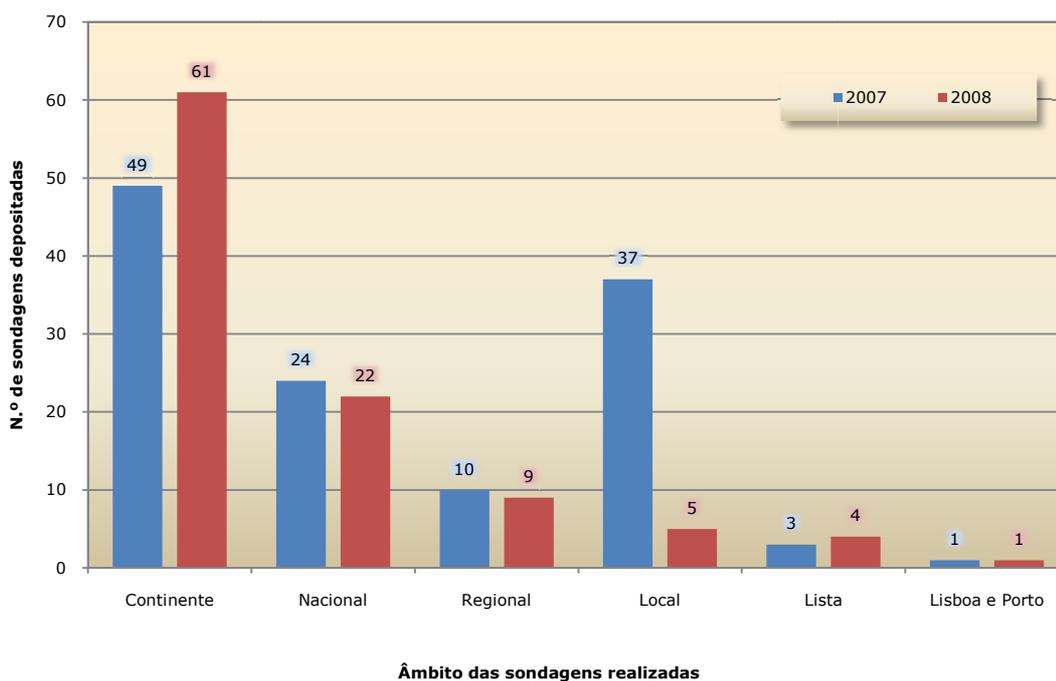
*A inclusão da categoria Misto motivou uma reclassificação dos dados compilados em 2007.

2.3 Âmbito dos Estudos

Entre 2007 e 2008, constatou-se uma alteração substancial do perfil do âmbito de recolha das sondagens depositadas junto da ERC. A realização das eleições para a Câmara Municipal de Lisboa, em Julho de 2007, justificou a realização de um número elevado de sondagens de âmbito local durante esse ano, o que não veio a ocorrer em 2008.

Assim, e para além deste forte decréscimo do número de estudos de âmbito local pelas razões invocadas, observou-se um aumento do número de sondagens em que o universo respectivo se define como a população residente em Portugal Continental, indicador que reflecte o lançamento do novo barómetro semanal da empresa Intercampus para a TVI.

FIG. 12 Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

2.4 Dimensão das Amostras

As sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 compreenderam a inquirição total de 80.104 indivíduos, o que representa 34,5% do número total de entrevistas apuradas durante o ano de 2007 (231.960 indivíduos).

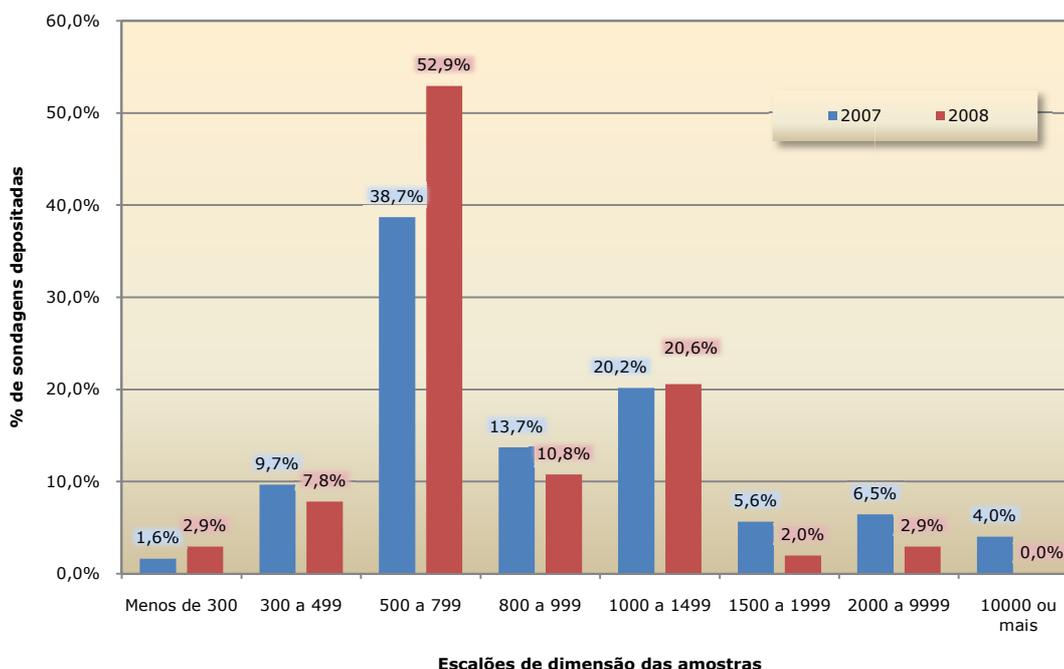
FIG. 13 Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2007 e 2008)

	2008		2007	
Menos de 300	3	2,9%	2	1,6%
300 a 499	8	7,8%	12	9,7%
500 a 799	54	52,9%	48	38,7%
800 a 999	11	10,8%	17	13,7%
1000 a 1.499	21	20,6%	25	20,2%
1500 a 1.999	2	2,0%	7	5,6%
2000 a 9.999	3	2,9%	8	6,5%
10.000 ou mais	0	0,0%	5	4,0%
	102		124	

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Para esta grande discrepância de valores contribuiu decisivamente o facto de, durante o ano de 2008, ter sido depositada apenas uma sondagem com metodologia “à boca da urna”⁶⁵, realizada durante a eleição legislativa regional dos Açores em Outubro, contrariamente ao verificado no ano de 2007, no qual se contabilizaram oito estudos com estas características, totalizando 136.303 entrevistas validadas. A dimensão de amostra mais frequente foram as 600 entrevistas, situando-se a mediana⁶⁶ no escalão das 500 às 799 entrevistas.

FIG. 1480 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Calculou-se para o ano de 2008 uma média de 785 entrevistas para a totalidade das amostras dos 102 estudos depositados, valor significativamente inferior ao apurado em 2007 (1871 entrevistas), e que, como se referiu anteriormente, se encontrava fortemente inflacionado pelos estudos de acompanhamento eleitoral então realizados. As amostras variaram entre um mínimo de 28 entrevistas, num estudo dirigido a líderes de opinião, e 5902 entrevistas, na única sondagem realizada para projecção final dos resultados da eleição legislativa regional dos Açores, em Outubro de 2008.

⁶⁵ Denominam-se “à boca da urna” as sondagens realizadas em dia de acto eleitoral, junto de locais de escrutínio previamente seleccionados, 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.

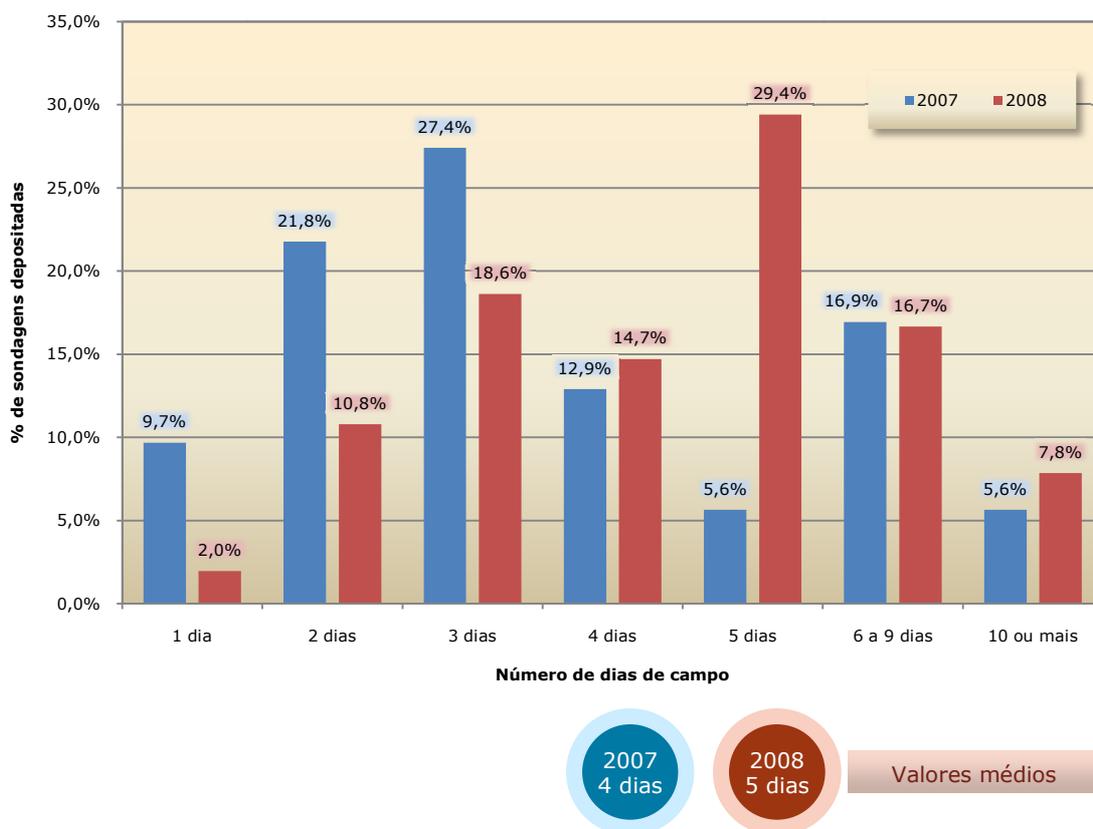
⁶⁶ Mediana é uma medida de tendência central, um número que separa a metade inferior da amostra, população ou probabilidade de distribuição, da metade superior. Mais concretamente, metade da população terá valores inferiores ou iguais à mediana e a outra metade terá valores superiores.

2.5 Períodos de Recolha de Informação

Os períodos de recolha de informação apresentam, como em anos anteriores, algumas variações, constatando-se que 46,1% das sondagens foram realizadas em menos de cinco dias.

A forte incidência de sondagens “à boca da urna”, bem como de estudos pré-eleitorais de âmbito local, resultaram num número substancialmente superior de estudos com menos de cinco dias de campo em 2007, atingindo 71,8% das sondagens depositadas naquele ano.

FIG. 15 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão dos períodos de recolha de informação (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

FIG. 16 Número de sondagens divulgadas (2007 e 2008)

	2008	2007
Sondagens depositadas	102	124
Sondagens divulgadas	83	107
%	81,4%	86,3%

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

Divulgação de Sondagens⁸

3.1 Número

Foram divulgadas em órgãos de comunicação nacionais 83 das 102 sondagens depositadas junto da Entidade Reguladora para a Comunicação Social⁶⁷.

Comparando este indicador com o apurado em 2007, constata-se uma redução (-4,9%) do número de sondagens depositadas na ERC que foram objecto de divulgação em órgãos de comunicação nacionais.

Durante o ano de 2008 recuperou-se um total de 626 peças noticiosas, mais 5 do que em 2007, aumentando de 6 para 8 o número médio de divulgações por sondagem no último ano.

Como em anos anteriores, o elevado número de divulgações reflecte um conjunto de situações que poderíamos sintetizar no seguinte:

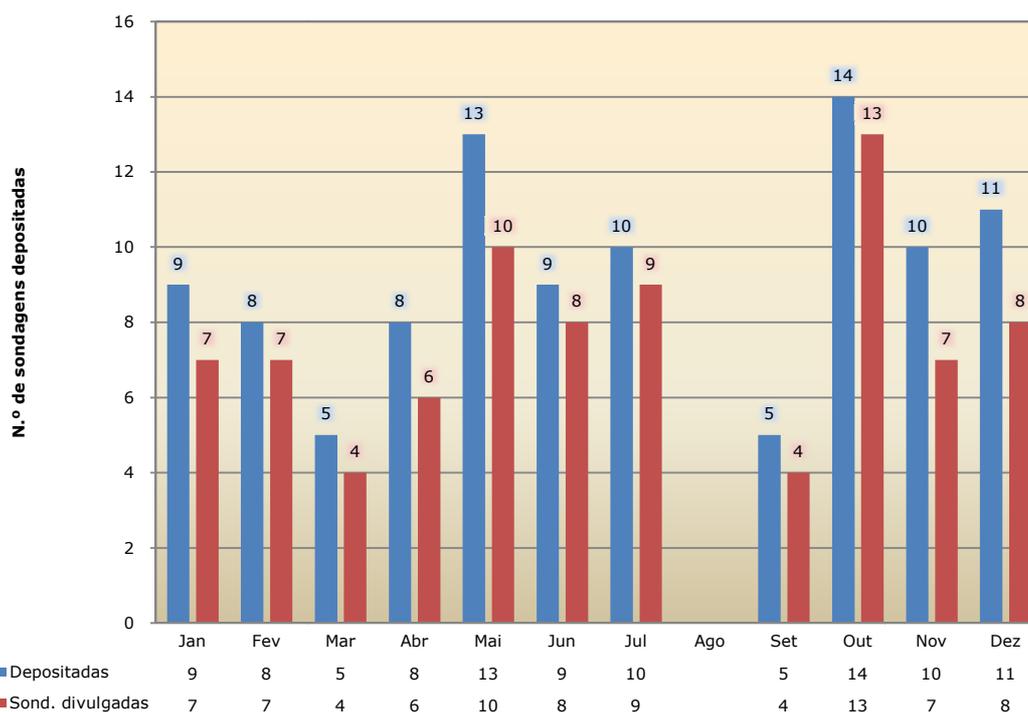
- Determinadas sondagens, particularmente os estudos regulares de opinião política (barómetros), são encomendados, em parceria, por mais do que um órgão de comunicação social (normalmente, imprensa, televisão e rádio), o que se traduz, em consequência, num número de divulgações significativamente superior ao dos depósitos⁶⁸.
- 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.
- Os resultados obtidos nos barómetros políticos são, normalmente, desdobrados e, como tal, apresentados em múltiplas edições dos órgãos de comunicação que os contrataram.

A diferença entre os depósitos registados mensalmente na ERC e o número de sondagens divulgadas em cada mês não apresentou grandes irregularidades, resultando em perfis anuais praticamente idênticos.

⁶⁷ Contabilizam-se na figura 13 o número de sondagens divulgadas, do conjunto de estudos que foram depositados na ERC durante o ano civil de 2008.

⁶⁸ Refira-se, a título de exemplo, que determinadas sondagens, contratadas por parcerias de órgãos de comunicação social, chegam a obter um número de divulgações superior às três dezenas.

FIG. 17 Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2008)



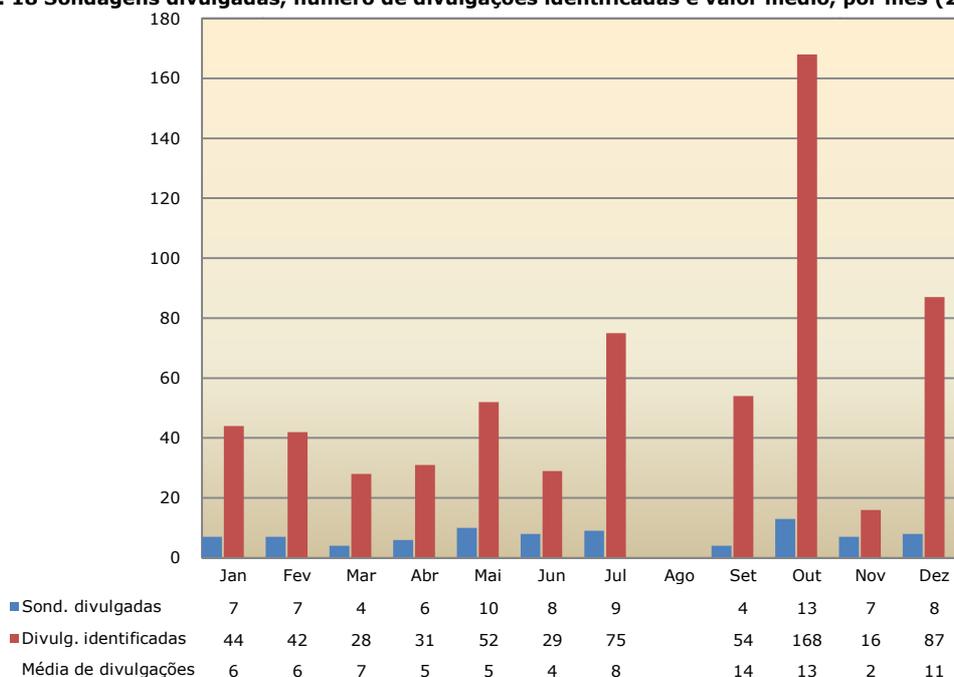
n=102

n= 83

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008).

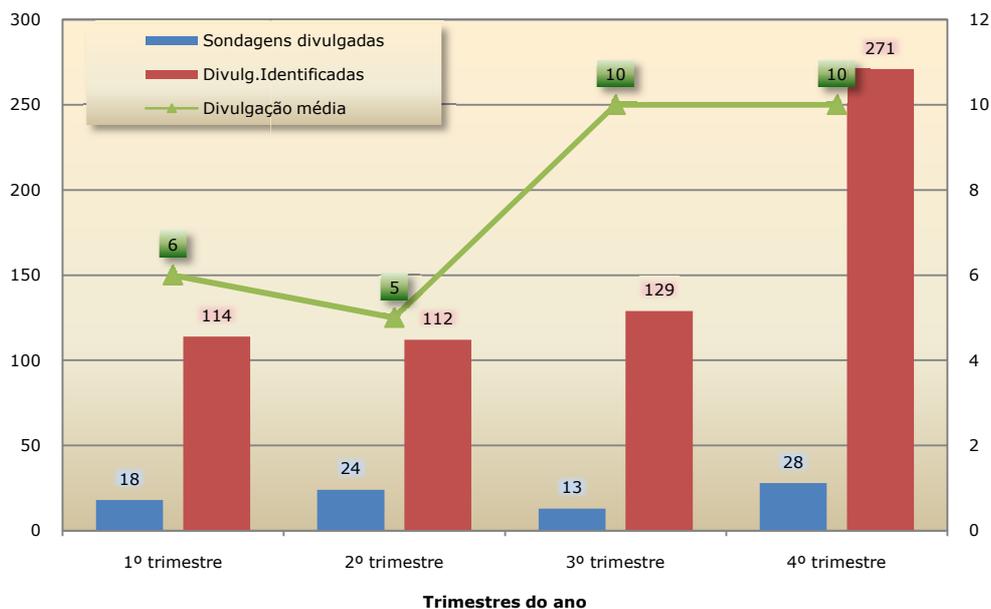
Não obstante a regularidade daquele perfil, a partir de Setembro de 2008 constata-se um crescimento acentuado do número médio de divulgações por sondagem, sendo significativamente superior à média anual apurada (8).

FIG. 18 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

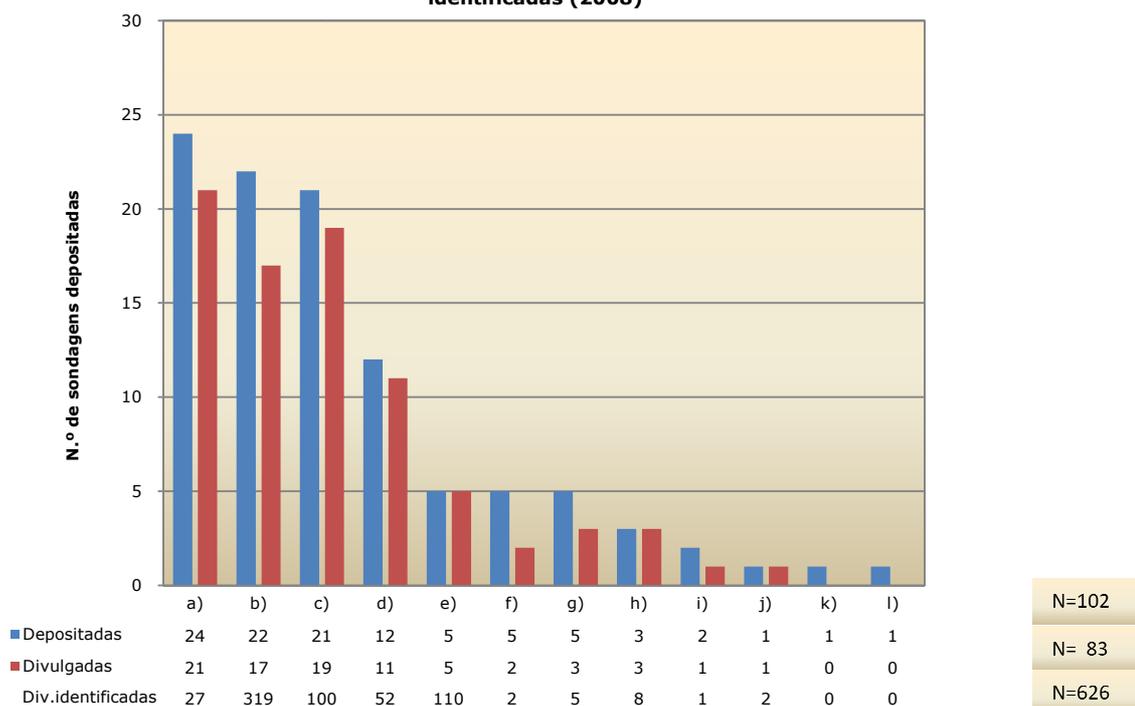
FIG. 19 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre do ano (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

Das empresas para as quais foi apurado um número maior de depósitos de sondagens, pertence à UCP (CESOP) a média de divulgações superior (22), atingindo quase o triplo do valor médio anual (8). A empresa Eurosondagem, com 319 peças noticiosas, num conjunto de 17 sondagens divulgadas, é, não obstante, a empresa mais representada nos órgãos de comunicação social acompanhados, apurando-se uma média de 19 divulgações por sondagem.

FIG. 20 Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas (2008)*



N=102

N= 83

N=626

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).
 * Para esclarecimento de dúvidas relativas à definição destes conceitos, aconselha-se a leitura do Glossário.

FIG. 21 Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2008)

a)	Intercampus	1	e)	UCP - CESOP	22	i)	Eurequipa	1
b)	Eurosondagem	19	f)	Domp	1	j)	Ipom	2
c)	Aximage	5	g)	G.Triplo	2	k)	Euroexpansão	0
d)	Marktest	5	h)	Gemeo	3	l)	Netsonda	0

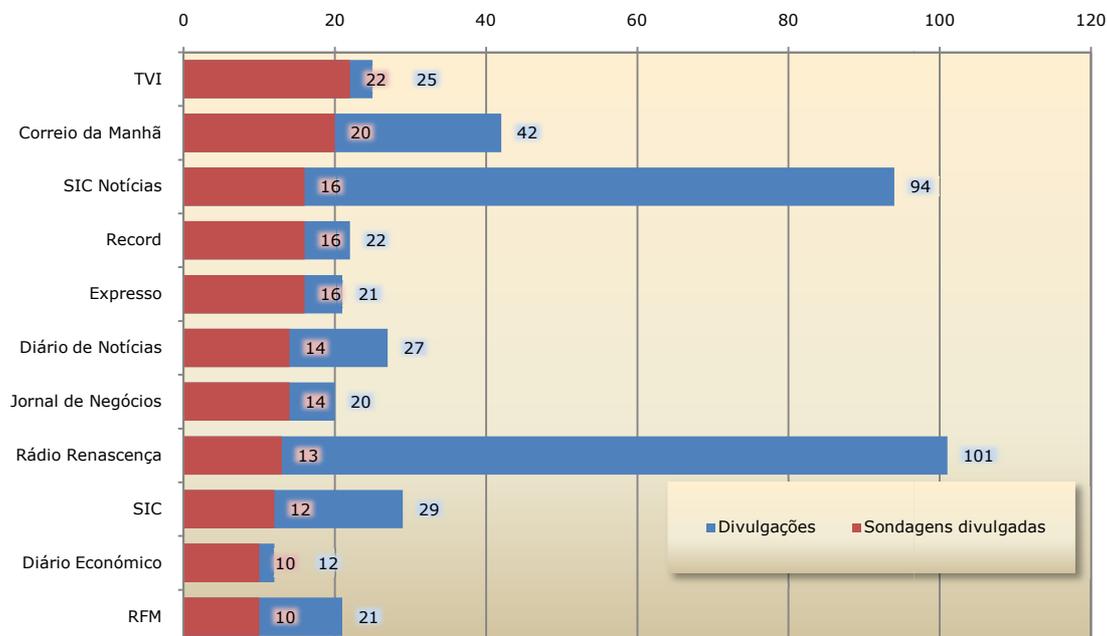
Média de peças noticiosas por sondagem divulgada.

3.2 Órgãos Divulgadores

Na sequência do acompanhamento verificado, identificou-se um total de 48 de órgãos de comunicação que procederam à divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2008, ou seja, menos 18 do que o apurado em 2007 (66).

Muito embora a TVI e o Correio da Manhã tenham procedido à divulgação de um número superior de sondagens, a Rádio Renascença e a SIC Notícias, com 101 e 94 peças noticiosas, respectivamente, foram os órgãos que mais espaço dispensaram à divulgação de estudos de opinião.

FIG. 22 Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

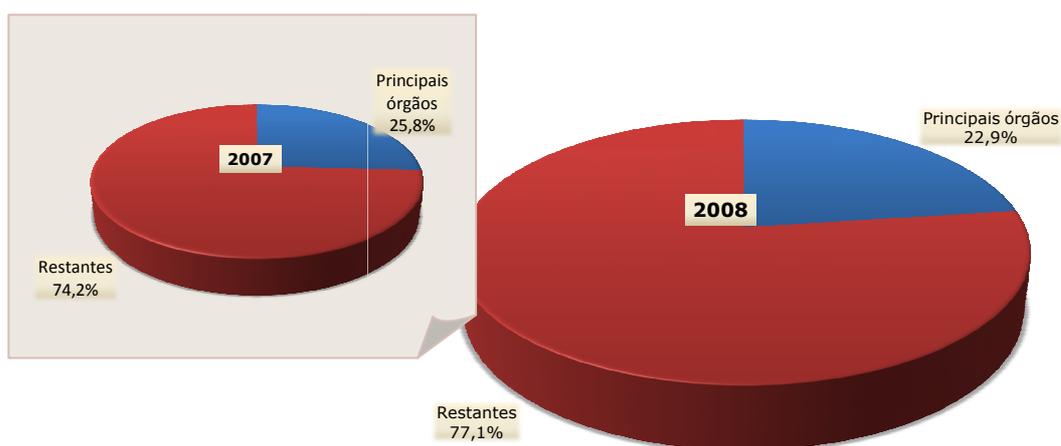
* Consideraram-se Principais órgãos, e para efeito de análise, todos aqueles que durante o ano civil de 2008 procederam à divulgação de dez ou mais sondagens.

Esta alteração substancial do número de órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens de opinião está em consonância com uma redução do mercado global deste tipo de estudos, o qual terá resultado de um conjunto de factores que já foram aflorados anteriormente e que poderíamos sintetizar no seguinte:

- Uma redução global das sondagens contratadas.
- Uma redução do número de empresas que procederam ao depósito de sondagens junto da ERC.
- A ausência de actos eleitorais com forte relevância política durante o ano de 2008 (exceptuando as eleições regionais dos Açores).
- Em consonância com o anterior, algum desinteresse pelos assuntos do foro eleitoral e político por parte dos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam e procedem à divulgação de sondagens de opinião.
- A redução drástica das sondagens contratadas por alguns órgãos (Diário de Notícias e TSF) que, em 2007, haviam representado uma percentagem significativa dos depósitos.
- O acentuar, em 2008, das tendências de especialização, provocando a concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas e, concomitantemente, num número mais restrito de órgãos divulgadores.

Em 2008, contabilizaram-se 11 órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião durante o ano, ou seja, 22,9% do total, tendo tal indicador representado 25,8% do total de órgãos divulgadores em 2007, representando um total de 17 órgãos.

FIG. 23 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 e 2008)

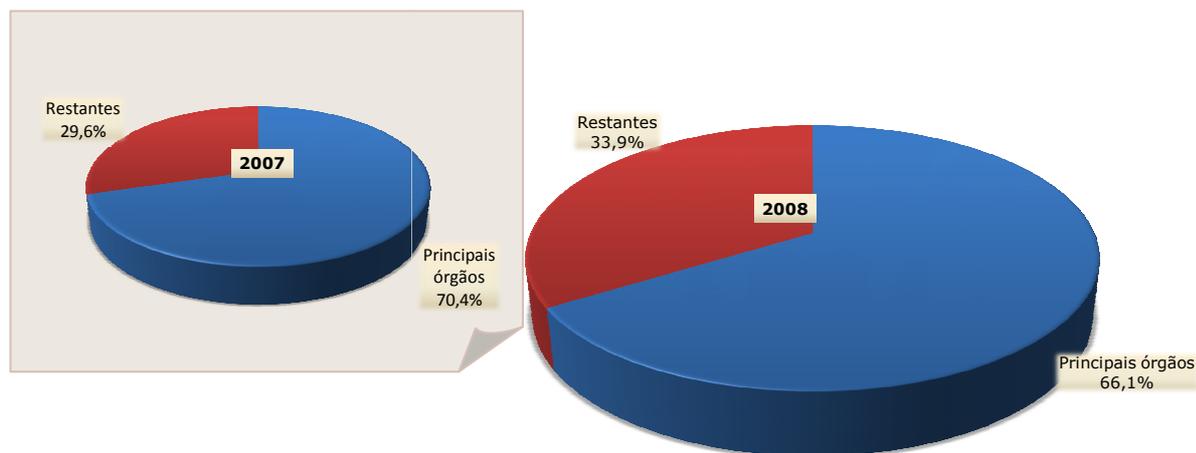


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=48 (2008); N=66 (2007).

Em 2008, os órgãos de comunicação social mais significativos em termos de divulgações representaram um total de 414 peças noticiosas monitorizadas, correspondendo os restantes 37 a um pouco mais de um terço (212) do total de divulgações (626).

Ou seja, num perfil semelhante ao apurado no ano de 2007, os dados recolhidos pela ERC, em 2008, revelam que cerca da quarta parte dos órgãos de comunicação social que divulgaram sondagens durante o ano representaram cerca de dois terços das divulgações identificadas.

FIG. 24 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=48 (2008); N=66 (2007). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

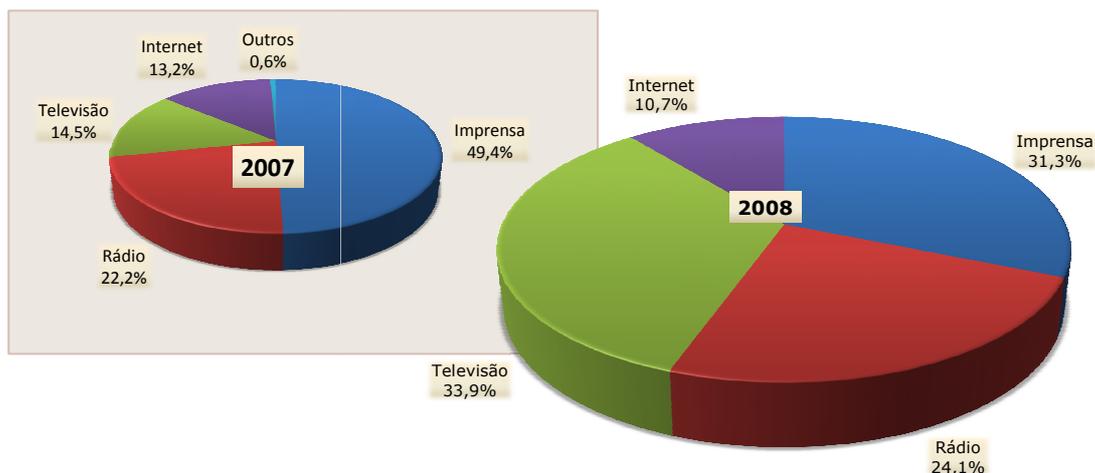
3.3 Tipologia dos Suportes

Contrariamente ao apurado em 2007, a imprensa foi suplantada pela televisão como principal fonte de divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2008, representando cada um destes suportes cerca da terça parte do total.

A redução da importância relativa de órgãos como o Diário de Notícias e da TSF, principalmente, mas também do Correio da Manhã, e o aumento substancial das divulgações recolhidas junto da SIC Notícias, RTPN, RTP1 e TVI, explicam esta inversão do posicionamento destes suportes.

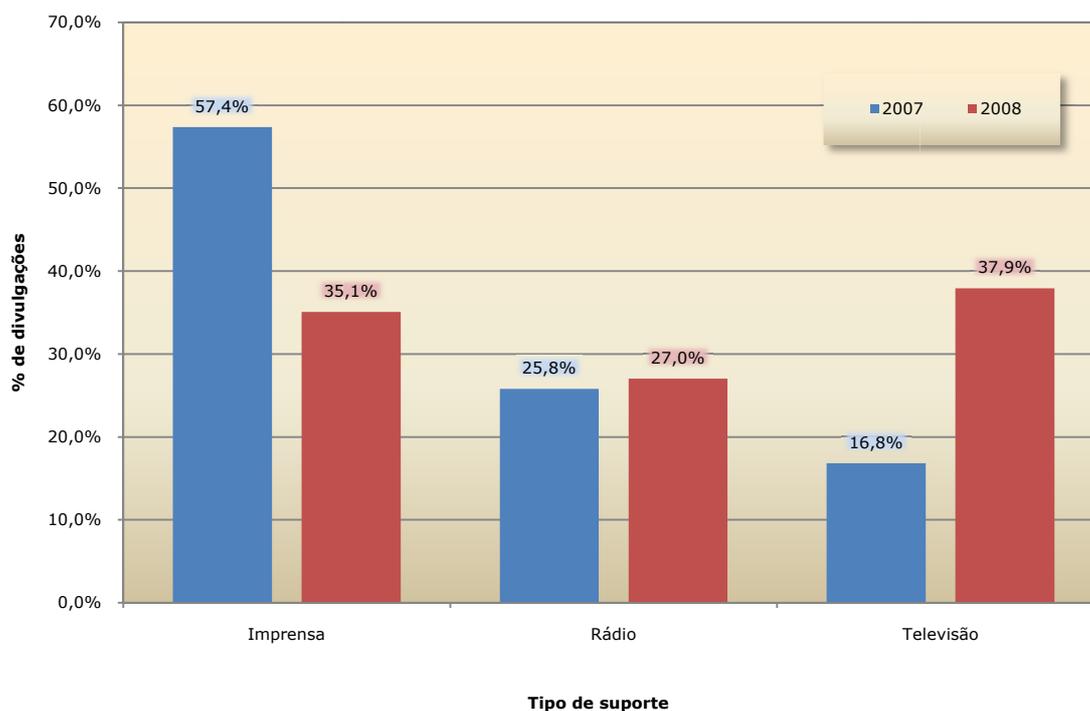
Recorde-se que a redução das sondagens contratadas por aqueles dois primeiros órgãos (que representaram em 2007 cerca de 10% dos depósitos) resultou da finalização da sua parceria com a empresa Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal.

FIG. 25 Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

FIG. 26 Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2007 e 2008)



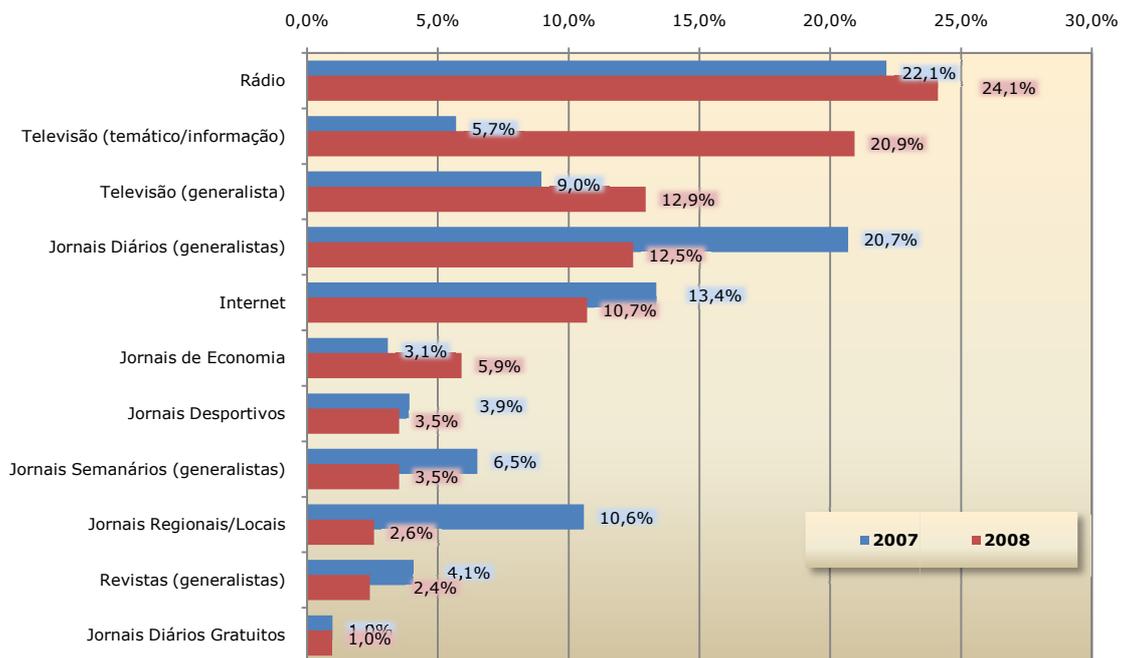
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas nos três suportes indicados N=559 (2008); N=535 (2007).

Isolando os três suportes tradicionais de comunicação social, resulta evidente o equilíbrio entre a imprensa e a televisão em 2008, com um ligeiro ascendente desta na divulgação de peças noticiosas sobre sondagens, contrastando fortemente com os indicadores apurados no ano de 2007, no qual os órgãos de imprensa representavam mais de metade do total de divulgações de estudos de opinião.

A rádio mantém-se, com um ligeiro crescimento relativo, o tipo de suporte que mais divulgou sondagens de opinião durante o ano de 2008, constatando-se que, em consonância com os dados apresentados anteriormente, o suporte televisivo apresenta índices de divulgação muito superiores ao observado em 2007.

No pólo oposto, a imprensa diária e não diária, de informação geral ou regionalista, apresentam, em 2008, níveis de divulgação de estudos de opinião significativamente inferiores aos apurados em 2007.

FIG. 27 Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2007 e 2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

* A tipologia utilizada procura distinguir o suporte, de acordo com o tipo de difusão, periodicidade e, quando relevante, o tipo de informação veiculado.

FIG. 28 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008)

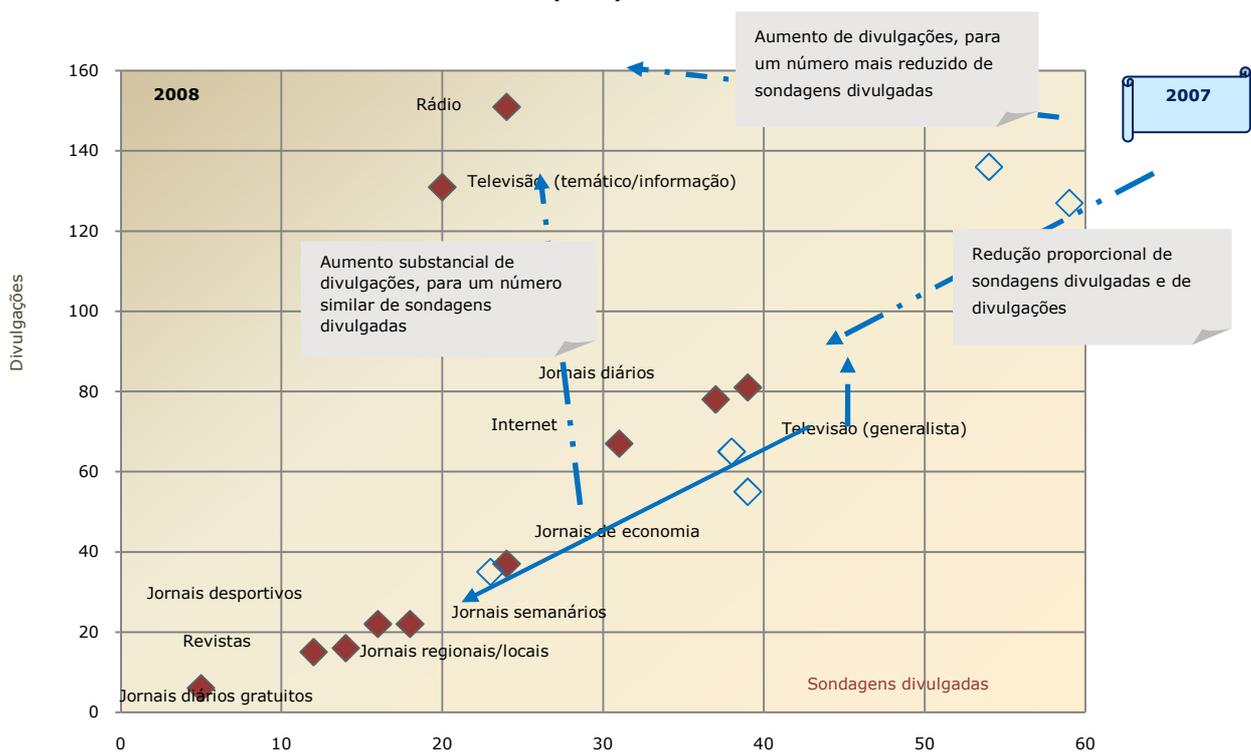
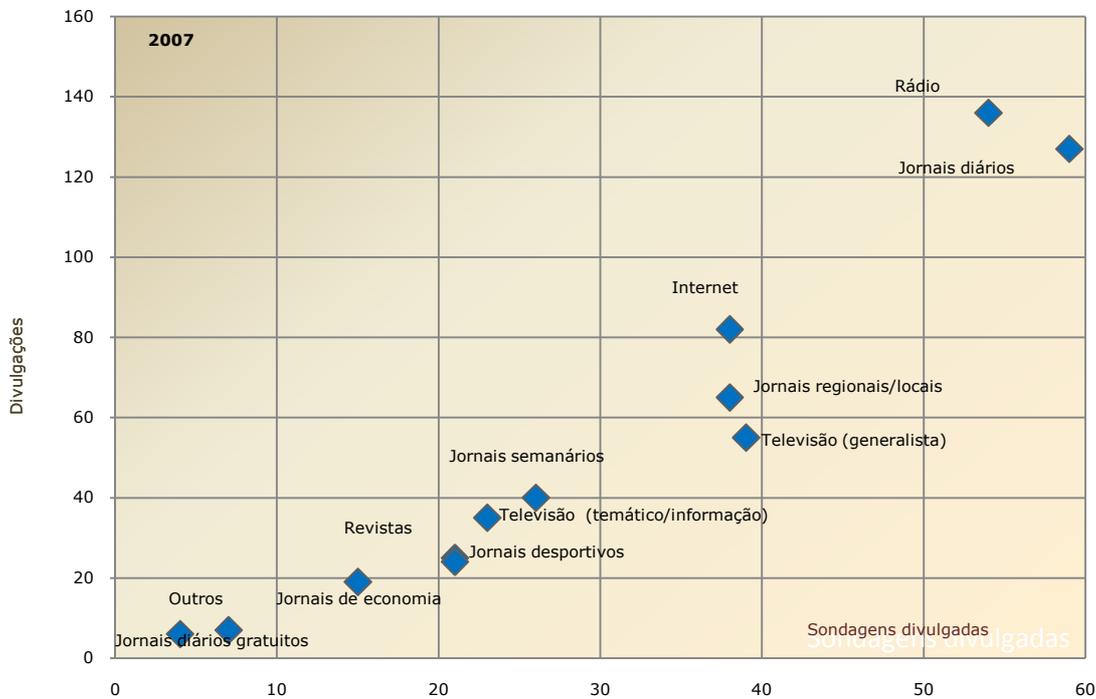


FIG. 29 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2007)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

3.4 Órgãos de Imprensa

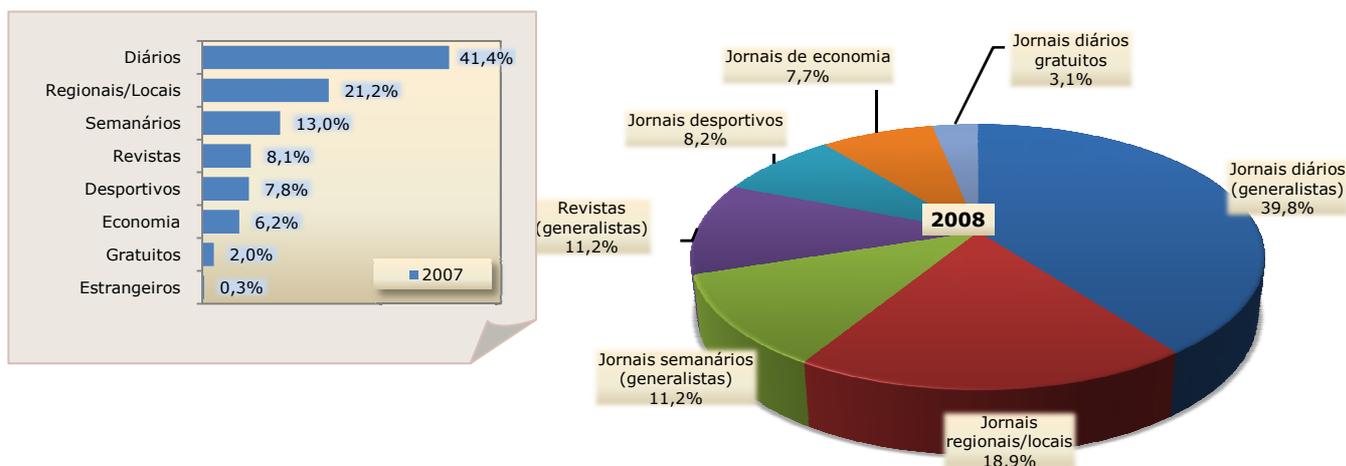
À semelhança do apurado no ano anterior, e não obstante as diferenças no *corpus* de peças noticiosas divulgadas, também em 2008 se observou um maior número de divulgações de sondagens nos jornais diários, ditos generalistas, com cerca de 40% das observações.

O escalonamento dos diversos tipos de órgãos de imprensa é, nesse sentido, em tudo semelhante ao apurado em 2007, com ligeiras variações percentuais não significativas.

As divulgações em jornais regionais/locais representaram, em 2008, pouco menos de 20% do total e os semanários apresentam 11% do total de divulgações recolhidas.

De relevar ainda, por via das parcerias entre órgãos noticiosos, o número de divulgações apresentadas pelos jornais desportivos, e particularmente pelo jornal Record⁶⁹, o qual procedeu à apresentação da totalidade das 22 divulgações apuradas neste segmento da imprensa.

FIG. 30 Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=196 (2008); N=307 (2007).

Das 196 divulgações apuradas em órgãos da imprensa durante o ano de 2008, ou seja, menos 36,2% do que o observado em 2007 (307), serão de relevar as realizadas pelo Correio da Manhã, Diário de Notícias, Record, Expresso e Jornal de Negócios, com percentagens de divulgação acima dos 10%⁷⁰.

⁶⁹ O jornal Record pertence ao Gupo Investec, conjuntamente com o Correio da Manhã, o Jornal de Negócios e a revista Sábado e procede, com grande regularidade, à publicação dos barómetros políticos realizados para aquele grupo, justificando-se assim parte do número de divulgações quantificado.

⁷⁰ Será importante ter em consideração, nesta apreciação dos quadros sectoriais, que os totais apresentados podem não corresponder aos valores da figura 22, dado que um mesmo órgão de

De relevar, contudo, o forte incremento das divulgações no Jornal de Negócios e Diário Económico e a redução substancial do número de peças noticiosas recolhidas no Correio da Manhã, Diário de Notícias e Expresso.

FIG. 31 Principais órgãos divulgadores na imprensa (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Correio da Manhã	34	17,3%	50	16,3%	-16
Diário de Notícias	26	13,3%	40	13,0%	-14
Record	22	11,2%	22	7,2%	0
Expresso	20	10,2%	31	10,1%	-11
Jornal de Negócios	20	10,2%	12	3,9%	8
Diário Económico	12	6,1%	5	1,6%	7
Jornal de Notícias	10	5,1%	10	3,3%	0
Visão	10	5,1%	7	2,3%	3
Público	8	4,1%	13	4,2%	-5
Semanário Económico	6	3,1%	1	0,3%	5
Outras divulgações	28	14,3%	116	37,8%	-88

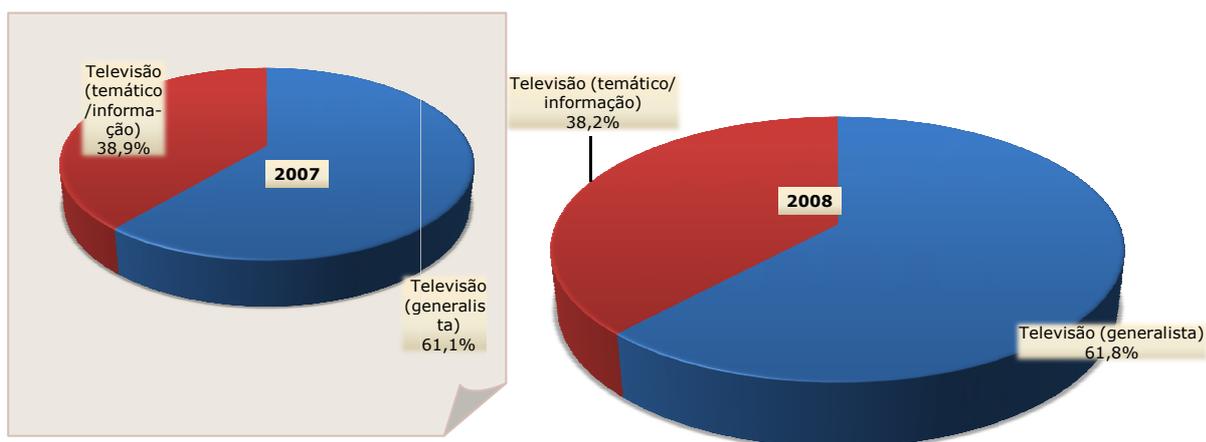
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=196 (2008); N=307 (2007).

3.5 Órgãos de Televisão

No universo televisivo, o perfil de divulgações obtido entre órgãos temáticos e informativos, por um lado, e canais generalistas, por outro, nos anos de 2007 e de 2008, é praticamente idêntico, com variações percentuais de décimas.

A principal diferença ocorrida entre os dois anos reside no incremento de divulgações entre 2007 e 2008, da ordem dos 135%, correspondendo a um aumento de 122 peças noticiosas.

FIG. 32 Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=212 (2008); N=90 (2007).

Para além de manter o lugar cimeiro nas divulgações recolhidas na televisão, o serviço de programa temático/informativo SIC Notícias destacou-se em 2008 por um incremento acentuado do número de peças noticiosas dedicadas às sondagens de opinião (+65 do que no ano anterior). De destacar ainda o aumento muito significativo do número de divulgações na generalidade dos restantes órgãos, com excepção da RTP2, sendo particularmente relevante o posicionamento da RTPN como órgão divulgador de sondagens.

FIG.33 Principais órgãos divulgadores na televisão (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
SIC Notícias	93	43,9%	28	31,1%	65
RTPN	38	17,9%	7	7,8%	31
RTP1	28	13,2%	17	18,9%	11
TVI	25	11,8%	13	14,4%	12
SIC	22	10,4%	17	18,9%	5
RTP2	6	2,8%	8	8,9%	-2

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=212 (2008); N=90 (2007).

Do conjunto dos serviços de programas generalistas considerados, a SIC é aquele que menos atenção dedica às sondagens de opinião (22, representando 10,4% do total apurado). A RTP1 e TVI, por esta ordem, estão mais presentes, com, respectivamente, 13,2% e 11,8% do total de divulgações apuradas neste segmento da comunicação social.

3.6 Órgãos de Rádio

A Rádio Renascença incrementou em mais do dobro o número de divulgações observadas em 2007, representando, em 2008, perto de 60% do total de divulgações recolhidas neste segmento da comunicação social (87).

Em contrapartida, a TSF, cuja parceria com a Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal cessou em 2008, apresenta uma redução de 35 divulgações entre 2007 e 2008. A RDP/Antena 1 foi, das restantes emissoras radiofónicas, a única que revelou algum crescimento na divulgação de sondagens entre estes dois anos, muito inferior, no entanto, ao observado para a Rádio Renascença, emissora que quase monopolizou o mercado.

FIG. 34 Principais órgãos divulgadores na rádio (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Rádio Renascença	87	57,6%	39	28,3%	48
RDP/Antena 1	22	14,6%	15	10,9%	7
RFM	21	13,9%	24	17,4%	-3
RCP	13	8,6%	17	12,3%	-4
TSF	6	4,0%	41	29,7%	-35
Rádio Comercial	2	1,3%	1	0,7%	1
Outra	0	0,0%	1	0,7%	-1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de rádio N=151 (2008); N=138 (2007).

3.7 Internet

Na sequência do desenvolvido em 2007, a consistência da atenção concedida à generalidade das divulgações manteve-se em 2008, permitindo recolher um conjunto apreciável de divulgações de sondagens apresentadas em diversos portais da internet.

Também no ciberespaço as divulgações de sondagens acompanharam algumas alterações identificadas junto dos grandes órgãos de comunicação social e que, entretanto, foram já evidenciadas em páginas anteriores.

Convém recordar que, à semelhança do observado no ano de 2007, uma grande parte das notícias produzidas sobre sondagens de opinião em 2008 – aproximadamente 75% - foram produzidas nas versões online dos diversos órgãos de comunicação social, como se poderá constatar da leitura da figura junto. As restantes foram da responsabilidade de órgãos de notícias com difusão exclusiva no ciberespaço.

Num panorama geral de redução generalizada da atenção concedida às divulgações de sondagens de opinião e políticas, o portal da internet da Rádio Renascença, não obstante, reflectiu o enorme aumento de divulgações de sondagens realizado por este órgão de

comunicação social, o qual foi devidamente relevado num ponto anterior deste relatório. Também o portal da SIC apresenta um aumento das peças noticiosas dedicadas às sondagens de opinião. Em contrapartida, o Diário Digital, órgão online que em 2007 foi responsável pelo maior número de divulgações recolhidas na internet (15), reduziu consideravelmente o número de estudos apresentados (-9).

FIG. 35 Principais órgãos divulgadores na internet (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Rádio Renascença	14	20,9%	1	1,2%	13
Correio da Manhã	8	11,9%	6	7,3%	2
SIC	7	10,4%	1	1,2%	6
Diário Digital	6	9,0%	15	18,3%	-9
Agência Financeira	3	4,5%	6	7,3%	-3
Portugal Diário	3	4,5%	3	3,7%	0
RTP1	3	4,5%	5	6,1%	-2
Diário de Aveiro	2	3,0%	1	1,2%	1
Fábrica de Conteúdos	2	3,0%	3	3,7%	-1
Jornal da Madeira	2	3,0%	0	0,0%	2
Jornal de Notícias	2	3,0%	0	0,0%	2
Expresso	1	1,5%	3	3,7%	-2
Diário de Notícias	1	1,5%	3	3,7%	-2
TSF	0	0,0%	8	9,8%	-8
Observatório do Algarve	0	0,0%	5	6,1%	-5
Outras divulgações	13	19,4%	19	23,2%	-6

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em portais da internet N=67 (2008); N=82 (2007).

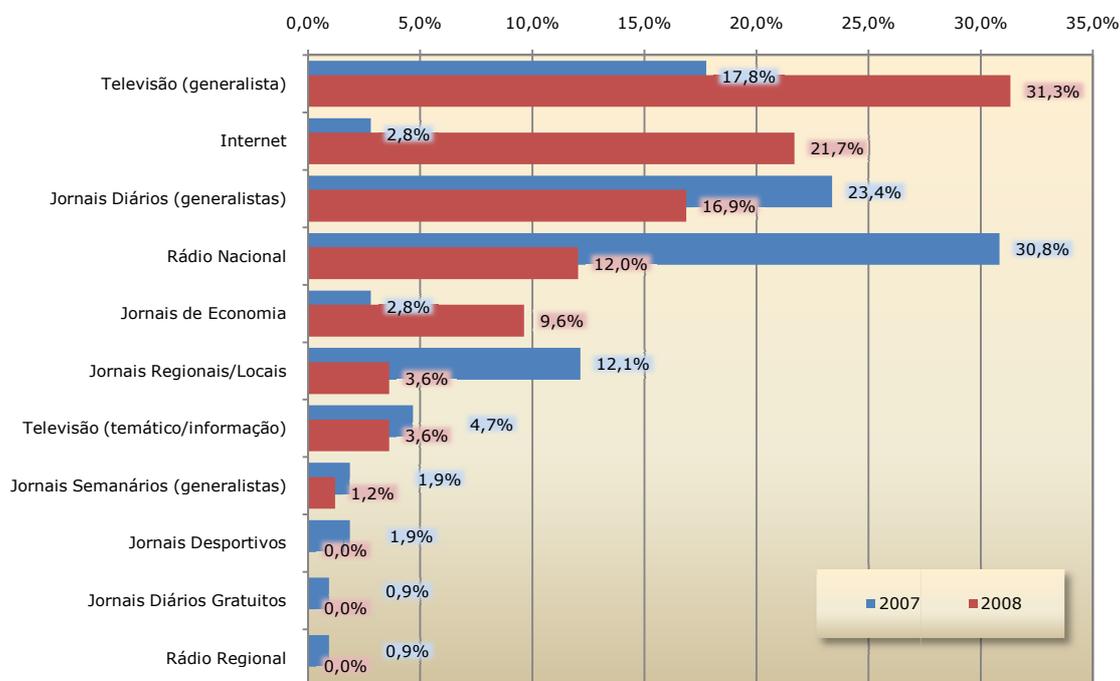
3.8 Primeiras Divulgações

Uma análise mais atenta dos estudos de opinião apresentados nos órgãos de comunicação nacionais permite concluir que o perfil das primeiras divulgações ou difusões sofreu uma modificação substancial entre os anos de 2007 e de 2008.

Assim, os dados recolhidos evidenciam que, ao contrário do observado em 2007, em que a rádio se posicionava na posição cimeira, durante o ano de 2008, cerca de 35% das 83 sondagens divulgadas foram publicitadas pela primeira vez nas estações de televisão, representando os serviços de programas generalistas, e sobretudo a TVI, com cerca de 31% do total de divulgações.

Para além da redução substancial das primeiras divulgações observadas na rádio, um outro dado constitui elemento marcante na evolução operada entre 2007 e 2008 – o aumento das primeiras divulgações realizadas na internet, sobretudo através dos portais dos órgãos de comunicação social que contratam as sondagens apresentadas.

FIG. 36 Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)*



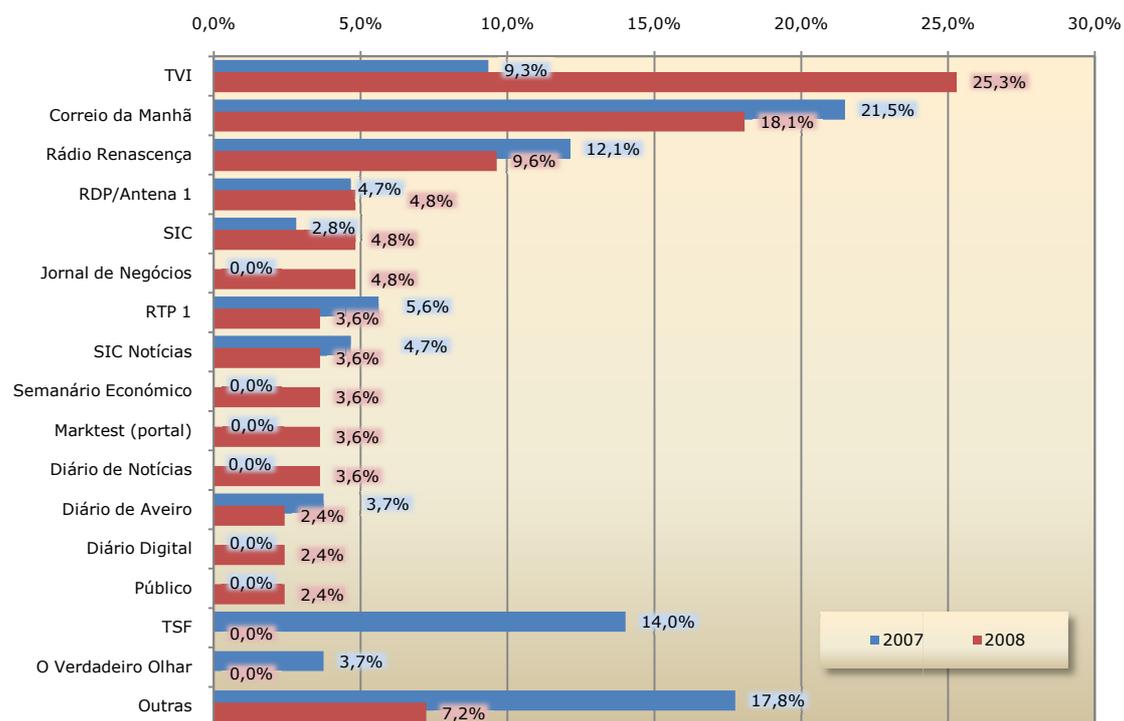
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

*Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os suportes que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e a hora em que tal ocorreu.

A inversão de posições entre a rádio e a televisão, de 2007 para 2008, encontra-se bem espelhada na figura 37, no qual se listam os órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações durante o ano de 2008. Não apenas a TVI vê aumentar a sua importância relativa no conjunto das primeiras divulgações de 9% para 25%, como a TSF, por outro lado, deixa de ser responsável, em 2008, por qualquer primeira divulgação de sondagem de opinião, ao contrário do que sucedeu em 2007, ano em que representava cerca de 14% do total⁷¹.

⁷¹ Recorde-se que, em 2008, terminou a parceria entre a empresa Marktest e o Diário de Notícias e TSF para a divulgação do seu barómetro político mensal, muito embora esta empresa tenha mantido o seu depósito durante 2008, sob a designação de “estudo próprio”.

FIG. 37 Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações e respectiva Percentagem (2007 e 2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

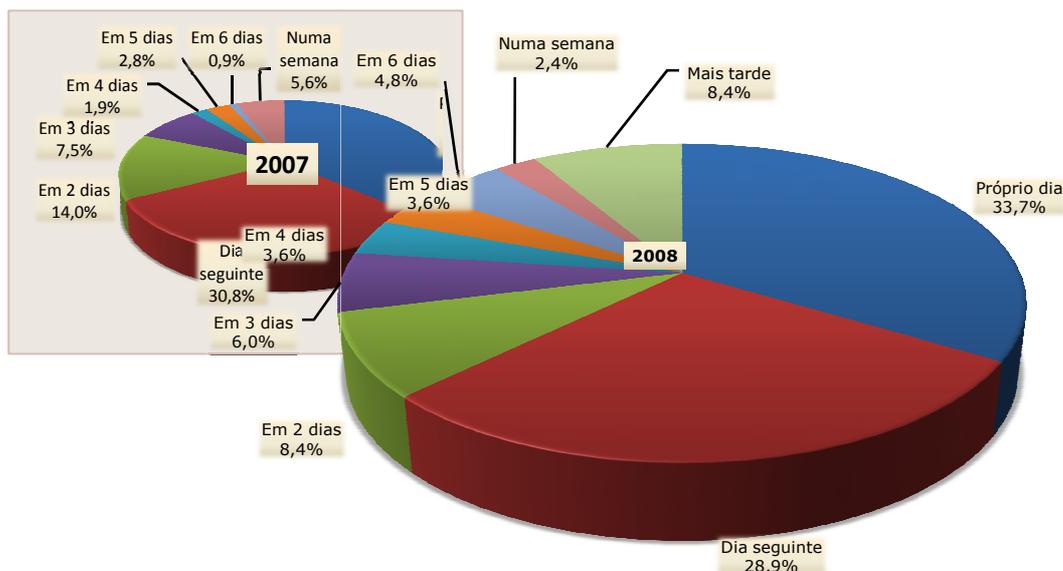
*Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os órgãos que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem.

Não obstante o ano de 2008 ter vivido apenas um acto eleitoral, com fraca expressão em termos dos estudos de opinião que lhe foram consagrados, e, em consequência, ter sido depositada na ERC apenas uma sondagem "à boca da urna", constata-se que se manteve, em 2008, a percentagem elevada de sondagens divulgadas no próprio dia do seu depósito. Se, em 2007, o número de sondagens com aquelas características representavam 36,4% do total, tal percentagem manteve-se acima dos 30% em 2008 (33,7%).

Não obstante esta apreciação, o conjunto de dados apresentados leva-nos a concluir por um deslocamento no sentido do aumento genérico dos tempos decorridos entre o depósito do estudo junto da ERC e a sua divulgação, entre 2007 e 2008, podendo-se referenciar alguns estudos em que tal período temporal ultrapassou uma semana.

Por via deste indicador, foi possível determinar que, em 2008, o tempo decorrido, em média, entre a data do depósito das sondagens na Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a data da sua primeira divulgação, ultrapassou os três dias, quando em 2007 se aproximava apenas do dia e meio (1,5).

FIG.38 Momento da primeira divulgação das sondagens (2007 e 2008)

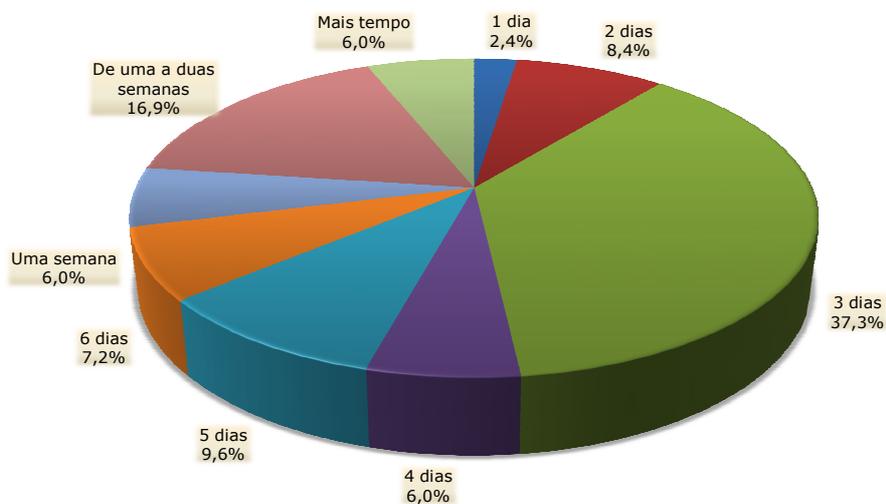


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

Será ainda interessante verificar que 77,1% dos estudos depositados em 2008, que foram objecto de divulgação, tiveram a sua primeira apresentação pública em órgãos de comunicação social uma semana depois de terminar o processo de recolha de informação junto das amostras seleccionadas, o que é um garante da actualidade dos resultados obtidos.

Num conjunto de resultados em que é relevante o facto de 48,1% dos estudos terem sido divulgados até três dias após a finalização da recolha de informação, será de realçar também o facto de 94% das divulgações terem ocorrido num período máximo de 15 dias após aquele momento.

FIG 39 Tempo decorrido entre a data de fim de campo* e a primeira divulgação das sondagens (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008).

* Data de fim de campo = data de finalização do trabalho de recolha da informação junto da amostra.

Acompanhamento Processual⁷²

Em consequência do aumento da disponibilidade interna para um acompanhamento mais premente de todos os aspectos envolventes da actividade da Unidade de Sondagens, o ano de 2008 foi substancialmente mais activo em termos de intervenção da ERC junto das empresas credenciadas e dos órgãos de comunicação social, não apenas em resultado de uma atenção redobrada dedicada à validação legal de depósitos e divulgações, bem como nas acções de sensibilização para o rigor e transparência que são devidos ao público consumidor.

Uma melhoria da sistematização do conjunto de procedimentos adstritos à Unidade de Sondagens, possibilitando o aprofundamento das acções desencadeadas, consubstanciou-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

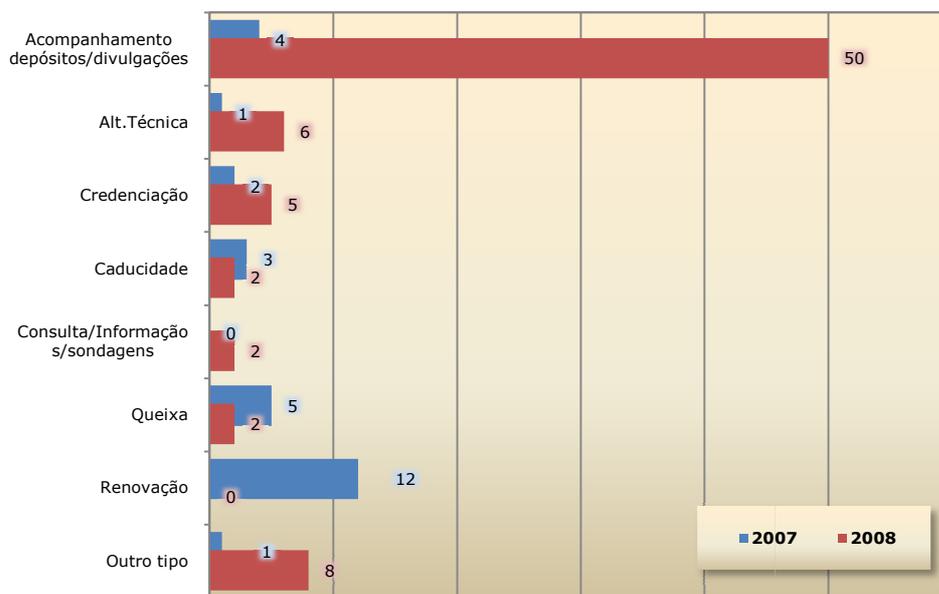
Não obstante, a intervenção da ERC manteve uma preocupação de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social, procurando empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

4.1 Número de Procedimentos Desencadeados e Encerrados

A melhoria das condições genéricas de intervenção da Unidade de Sondagens, bem como a assumpção de uma política mais atenta às divulgações de estudos de opinião, justificou a abertura de 75 procedimentos de diversa índole, mais do que duplicando o volume de 2007 (28).

⁷² A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante o ano civil de 2008, em referência aos trâmites de aplicação da Lei n.º 10/2000, no que concerne ao depósito e divulgação de sondagens, bem como os relativos aos processos de acreditação das empresas.

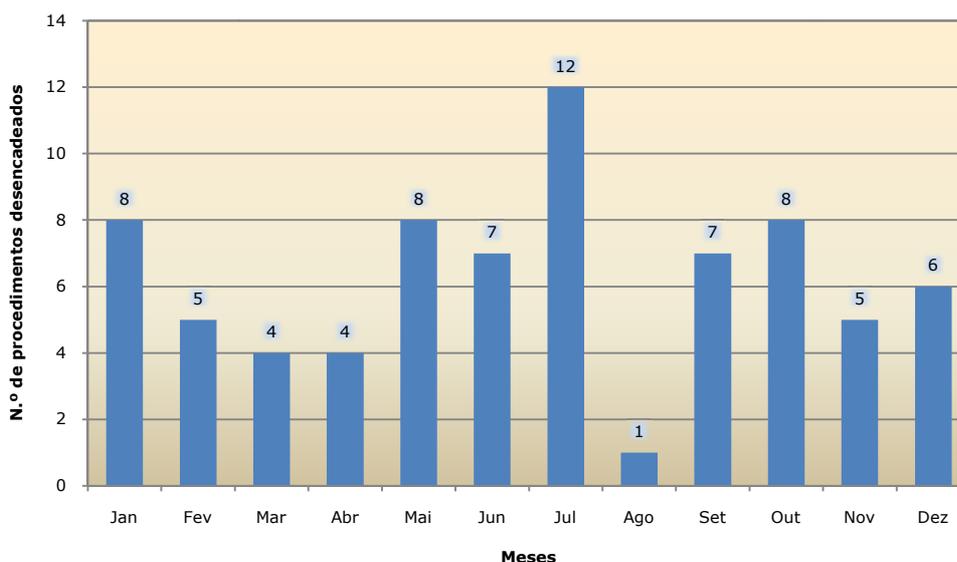
FIG.40 Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados no âmbito das sondagens N=75 (2008); N=28 (2007).

Do conjunto de elementos apurados, será de relevar o aumento substancial do número de intervenções desencadeadas em 2008 por acompanhamento interno dos depósitos de sondagens e respectivas divulgações. No outro extremo, o grande número de renovações de credenciação de empresas de sondagens durante o ano de 2007, em resultado da aplicação das determinações da Lei das Sondagens nessa matéria, justificam a inexistência de processos deste tipo em 2008.

FIG. 41 Procedimentos desencadeados por mês (2008)

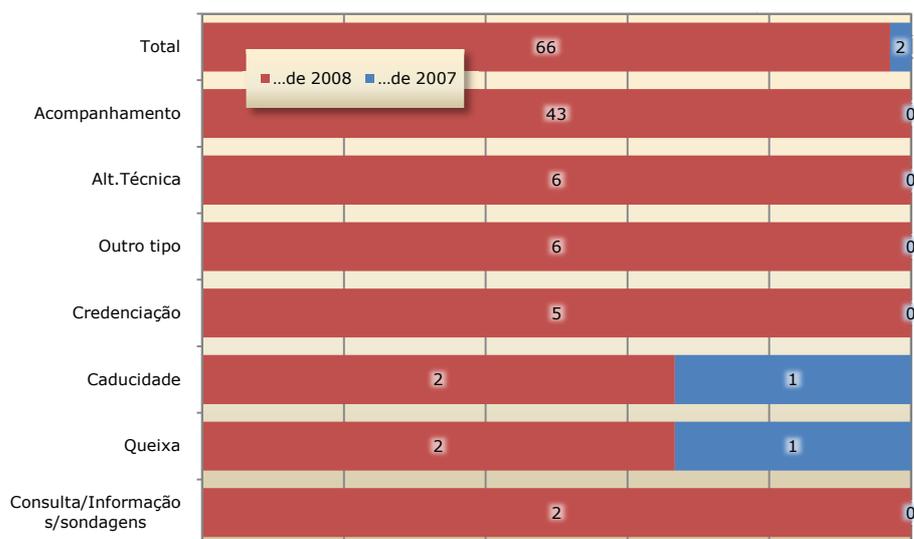


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados no âmbito das sondagens N=75 (2008).

Foram encerrados durante o ano um total de 68 procedimentos, tendo 66 dos quais sido desencadeados durante o próprio ano (97,1%) e apenas dois (2,9%) transitado de 2007. Destes indicadores, retira-se que 88% do total de procedimentos desencadeados durante o ano de 2008 tiveram resolução no decorrer do próprio ano.

Dos restantes nove, dois são de desenvolvimento permanente, estando relacionados com a *Atualização dos dados das empresas credenciadas* e com o *Estudo conjunto do modelo de Ficha Técnica do Depósito*, e os sete remanescentes transitaram para 2009, tendo três deles tido resolução no primeiro trimestre deste ano.

FIG. 42 Processos encerrados no ano, segundo o tipo (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados no âmbito das sondagens N=68 (2008).

FIG.43 Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2008)

	Total	Arquivado administrativamente*	%	Arquivado c/deliberação	%
Acompanhamento	43	24	64,9%	19	61,3%
Alteração técnica	6	2	5,4%	4	12,9%
Outro tipo	6	5	13,5%	1	3,2%
Credenciação	5	1	2,7%	4	12,9%
Caducidade	3	1	2,7%	2	6,5%
Queixa	3	2	5,4%	1	3,2%
Consulta/informação s/sondagens	2	2	5,4%	0	0,0%
Total	68	37	54,4%	31	45,6%

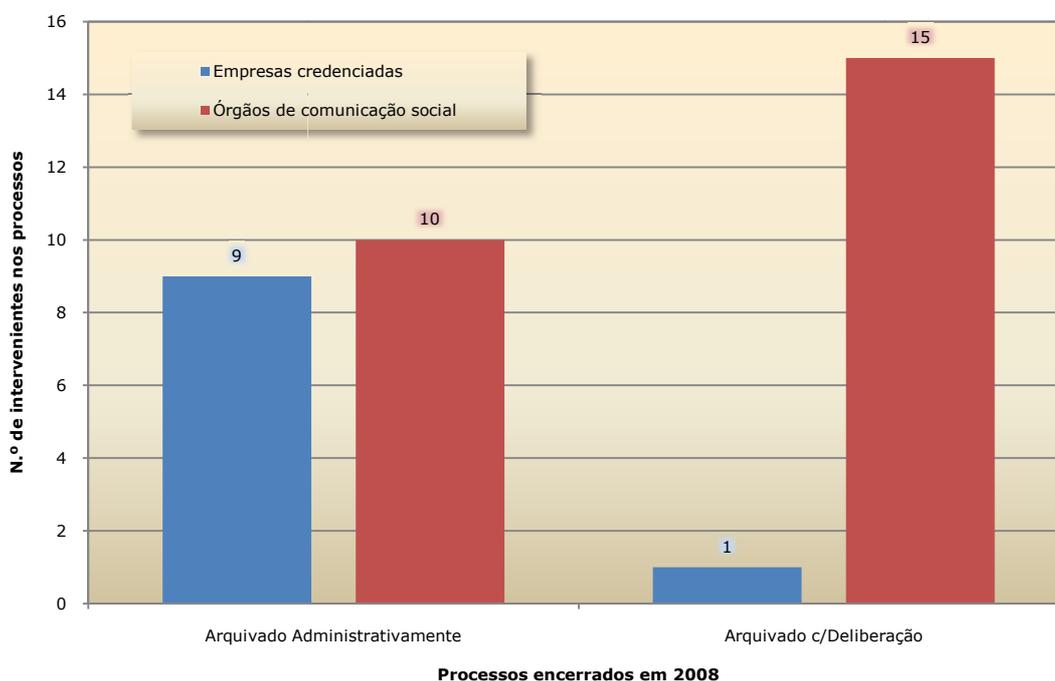
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados no âmbito das sondagens N=68 (2008).

* O conceito de "arquivo administrativo", por contraposição à deliberação formal da ERC, significa que esta Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrados por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.

Do total de processos encerrados durante o ano de 2008 (68), 54,4% foram encerrados administrativamente, sem ser necessária a pronúncia do CREG através de uma deliberação formal.

No que concerne aos 43 processos relativos ao acompanhamento de depósitos e divulgações de sondagens, estiveram denunciadas, entre averiguação de incumprimentos, solicitação de esclarecimentos ou apreciação do âmbito dos estudos, um total de 28 entidades distintas, sendo nove delas empresas credenciadas⁷³ e as 19 restantes órgãos de comunicação social, repartindo-se a sua intervenção da forma que está presente na figura 44.

FIG. 44 Número de intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados por acompanhamento de depósitos e divulgações N=43 (2008).

4.2 Processos sobre Sondagens Arquivados Administrativamente

Dos 68 processos encerrados durante o ano civil de 2008, 37 (54,4%) foram dados como finalizados após a ERC ter considerado como satisfeitas os trâmites desencadeados, bem como as conclusões finais dos mesmos, sem necessitar de uma pronúncia do CREG.

Relativamente ao acompanhamento interno das sondagens depositadas na ERC e das divulgações realizadas, tarefa quotidiana dos técnicos da Unidade de Sondagens, foram 24

⁷³ Convém alertar para o facto de que mais de metade das empresas credenciadas surgem referenciadas neste indicador na qualidade de produtoras de sondagens de opinião cuja apreciação do âmbito e respectiva conformidade com o Objecto da Lei das Sondagens (no seu artigo 1º) foi motivada pela fiscalização dos respectivos depósitos junto da ERC.

os processos assim dados como encerrados, abarcando diversas situações, como se pode constatar da leitura da figura 43.

Divulgações sem o correspondente depósito e solicitação de esclarecimentos junto das empresas credenciadas sobre depósitos concretizados na ERC foram as situações mais frequentes.

FIG. 45 Descrição e número de processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Sondagens divulgadas e não depositadas na ERC	5
Pedidos de esclarecimento sobre sondagens depositadas	5
Sondagens depositadas fora do âmbito da Lei	4
Representatividade de sondagens depositadas na ERC	3
Incumprimentos na divulgação de sondagens	3
Determinação da conformidade legal de sondagens objecto de depósito	2
Pedido de parecer jurídico externo	1
Rectificação do depósito de uma sondagem	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
Processos encerrados administrativamente N=37 (2008).

Outros processos encerrados em 2008, em número de 13, e que não justificaram uma deliberação do CREG, resultaram de pedidos de apreciação prévia da conformidade legal de dois estudos de opinião da comunicação à ERC de alterações do corpo técnico de duas empresas credenciadas, bem como de outras situações, como sejam duas queixas, a confirmação da caducidade de uma credenciação, a apreciação de um pedido de credenciação e uma reunião com um órgão divulgador relativamente à aplicação da Lei das Sondagens.

FIG. 46 Outros processos arquivados administrativamente (2008)

Apreciação prévia de estudos submetidos à ERC	2
Alteração do corpo técnico de empresas de sondagens	2
Apreciação da credenciação de entidades realizadoras de inquéritos	1
Solicitação de esclarecimentos por parte de empresas credenciadas	1
Reunião com um órgão divulgador, para esclarecimento do âmbito de aplicação da Lei das Sondagens	1
Denúncia sobre práticas de empresa de estudos de mercado	1
Queixa sobre alegadas incorrecções na divulgação de uma sondagem	1
Pedido de consulta aos depósitos de sondagens	1
Pedido de confirmação de um depósito de sondagem	1
Confirmação da caducidade de credenciação de uma empresa	1
Avaliação do pedido de credenciação de um instituto público	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
Processos encerrados administrativamente N=37 (2008).

4.3 Principais Ocorrências

Nos 43 processos encerrados durante o ano de 2008 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, foi detectado um total de 84 referências à Lei das Sondagens (entre apreciações e incumprimentos)⁷⁴.

No cômputo geral, 60,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com inconformidades em relação ao artigo 7º da Lei n.º 10/2000, no qual se estipulam as Regras de divulgação ou interpretação de sondagens.

As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito (artigo 6º) registaram 15,5% do total apurado.

Finalmente, 9,5% das referências à Lei foram produzidas na apreciação do âmbito de adequação dos estudos de opinião realizados ao Objecto de aplicação do próprio normativo legal (artigo 1º).

Desdobrando esta informação em termos do resultado final das averiguações – arquivo administrativo ou deliberação do CREG -, conclui-se que estes últimos justificaram o seu

⁷⁴ 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.

nível de intervenção pelo grande volume de incumprimentos, principalmente os relativos às Regras de divulgação ou interpretação de sondagens (artigo 7º da Lei das Sondagens).

FIG.47 Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total		Arquivado administrativamente	Arquivado c/ deliberação
<i>Total de incumprimentos</i>		84	%	34	50
Artigo 1º	Objecto de aplicação da Lei/Âmbito dos estudos	8	9,5%	8	0
Artigo 4º	Regras gerais sobre realização de sondagens	4	4,8%	4	0
Artigo 5º	Regulamentação do depósito das sondagens	5	6,0%	5	0
Artigo 6º	Ficha Técnica do depósito	13	15,5%	13	0
Artigo 7º	Regras da divulgação ou interpretação de sondagens	51	60,7%	4	47
Artigo 9º	Primeira divulgação de sondagem	1	1,2%	0	1
Artigo 14º	Dever de rectificação	2	2,4%	0	2

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados por acompanhamento de depósitos e divulgações, encerrados no âmbito das sondagens N=43 (2008).

Detalhando a informação anterior, e centrando a nossa atenção nos depósitos (artigo 6º - Ficha Técnica) e divulgações (artigo 7º - Regras a observar na divulgação ou interpretação de sondagens), serão de levar as inconformidades relativamente às seguintes alíneas, ordenadas de acordo com a frequência das ocorrências:

Artigo 6º:

- n.º 1, alínea f) Descrição do universo e sua quantificação
- n.º 1, alínea q) Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- n.º 1, alínea s) Margem de erro estatístico
- n.º 1, alínea t) Métodos e coeficientes máximos de ponderação
- n.º 1, alínea g) Amostra, sua distribuição geográfica e composição
- n.º 1, alínea m) Métodos de controlo da recolha de informação
- n.º 1, alínea n) Resultados brutos da sondagem
- n.º 1, alínea v) Responsável pelo preenchimento da Ficha Técnica

Artigo 7º:

- n.º 2, alínea g) Percentagem de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo
- n.º 1 Divulgação isenta, transparente e rigorosa
- n.º 2 Elementos de divulgação obrigatórios
- n.º 2, alínea e) Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição
- n.º 2, alínea h) Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- n.º 4 Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior

- n.º 2, alínea f) Taxa de resposta do estudo
- n.º 2, alínea d) Universo alvo da sondagem
- n.º 2, alínea n) Margem de erro estatístico máxima
- n.º 2, alínea i) Datas do processo de recolha de informação
- n.º 2, alínea j) Método de amostragem
- n.º 2, alínea l) Método de recolha de informação

FIG. 48 Detalhe dos principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total		Arquivado administrativamente	Arquivado c/ deliberação
<i>Total de incumprimentos</i>		84	%	34	50
Artigo 1º	Objecto de aplicação da Lei/Âmbito dos estudos	8	9,5%	8	0
Artigo 4º, n.º 2, alínea b)	Representatividade das amostras	3	3,6%	3	0
Artigo 4º, n.º 2, alínea c)	Interpretação dos resultados brutos	1	1,2%	1	0
Artigo 5º, n.º 1	Obrigatoriedade do depósito prévio (à divulgação)	5	6,0%	5	0
Artigo 6º	Ficha Técnica do depósito	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea f)	Descrição do universo e quantificação	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea g)	Amostra, sua distribuição geográfica e composição	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea m)	Métodos de controlo da recolha de informação	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea n)	Resultados brutos da sondagem	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea q)	Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea s)	Margem de erro estatístico	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea t)	Métodos e coeficientes máximos de ponderação	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea v)	Responsável pelo preenchimento da Ficha Técnica	1	1,2%	1	0
Artigo 7º, n.º 1	Divulgação isenta, transparente e rigorosa	7	8,3%	1	6
Artigo 7º, n.º 2	Elementos de divulgação obrigatórios	7	8,3%	1	6
Artigo 7º, n.º 2, alínea d)	Universo alvo da sondagem	2	2,4%	0	2
Artigo 7º, n.º 2, alínea e)	Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição	7	8,3%	0	7
Artigo 7º, n.º 2, alínea f)	Taxa de resposta do estudo	3	3,6%	0	3
Artigo 7º, n.º 2, alínea g)	Percentagens de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo	8	9,5%	0	8
Artigo 7º, n.º 2, alínea h)	Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	6	7,1%	0	6
Artigo 7º, n.º 2, alínea i)	Datas do processo de recolha de informação	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea j)	Método de amostragem	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea l)	Método de recolha de informação	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea n)	Margem de erro estatístico máxima	2	2,4%	0	2
Artigo 7º, n.º 4	Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior	6	7,1%	2	4
Artigo 9º	Primeira divulgação de sondagem	1	1,2%	0	1
Artigo 14º, n.º 1	Dever de rectificação	1	1,2%	0	1
Artigo 14º, n.º 2, alínea a)	Dever de rectificação em órgão de imprensa	1	1,2%	0	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados por acompanhamento de depósitos e divulgações, encerrados no âmbito das sondagens N=43 (2008).

3. Conclusão

Projectos a Desenvolver

Sendo 2009 um ano eminentemente eleitoral, com três escrutínios de importância relevante para o País – Eleição dos deputados ao Parlamento Europeu, em Junho, Eleição dos Órgãos das Autarquias, em Setembro/Outubro, e Eleição da Assembleia da República, em Outubro, a Unidade de Sondagens da ERC centrará certamente a sua atenção nos inúmeros depósitos de sondagens que se têm verificado desde o início do ano, e que se prevêem ocorrer até Outubro, bem como nas divulgações que ocorrem em momentos sensíveis da vida política do País, e que antecedem aqueles actos eleitorais.

Não obstante, estão projectados para o ano de 2009, e dado que o mesmo viverá o fim de uma Legislatura e o início de outra, algumas iniciativas que a ERC antevê de extremamente importantes para a sua missão na área das sondagens de opinião, e, particularmente, na sua relação com as empresas credenciadas e órgãos de comunicação social, no objectivo comum de alcançar patamares mais altos de uma efectiva co-regulação que garanta a qualidade metodológica dos estudos de opinião realizados, bem como, e mais importante ainda, o rigor e transparência que são devidos ao público consumidor.

Assim, o Plano de Actividades da ERC para 2009 prevê, na área das sondagens e inquéritos de opinião, o seguinte conjunto de acções:

- Análise das sondagens depositadas, suas metodologias, resultados apurados e respectiva conformidade legal, de acordo com os procedimentos desenvolvidos em 2008.
- Aprofundamento da recolha e análise das divulgações e difusões de sondagens e respectiva conformidade legal.
- Manutenção da actualização quotidiana da base de dados, nas suas diversas vertentes:
 - Registo das características técnicas das sondagens depositadas;
 - Análise da conformidade legal das sondagens depositadas, através da lista de verificação implementada em 2008;
 - Registo das divulgações;
 - Análise da conformidade legal das divulgações, através da lista de verificação implementada em 2008;
 - Registo dos processos e fluxo de documentos;
 - Actualização do ficheiro de empresas.
- Desenvolver e proceder ao registo informático de uma análise qualitativa das divulgações, na sequência das apreciações preliminares elaboradas em 2008.
- Elaboração de informações e pareceres, abertura de processos e demais diligências, no âmbito do acompanhamento a que a Entidade Reguladora está adstrita.

- Informação, abertura e demais diligências relativas a processos de renovação e de novas credenciações das empresas de sondagens.
- Finalização das diligências encetadas em 2008 no âmbito da redefinição do modelo de Ficha Técnica das sondagens, a depositar pelas empresas credenciadas nesta Entidade Reguladora.
- Conclusão de uma *Carta de Princípios sobre as Sondagens de Opinião*, de acordo com o estudo preliminar elaborado em 2007 e 2008.
- Lançamento do *Estudo de avaliação das sondagens de opinião*, de acordo com o caderno de encargos elaborado em 2008, e respeitando o estudo preliminar elaborado em 2007.
- Elaboração e entrega para apreciação dos deputados à Assembleia da República de um *Projecto de alteração da Lei das Sondagens*, a elaborar pelo Departamento Jurídico da ERC antes do final da presente Legislatura.
- Estudo das necessidades da actividade das sondagens de opinião em ano de eleições, promovendo a elaboração de Recomendações e Comunicados que reforcem a importância do cumprimento do quadro legal vigente.

Síntese Conclusiva

Como foi reforçado ao longo deste Relatório da actividade da ERC na área das sondagens, o ano de 2008 evidenciou uma quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos, com repercussões ao nível dos depósitos verificados (menos 1/5 das sondagens depositadas em 2007).

Para além da redução do número de depósitos de sondagens, observou-se também uma redução do número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora.

Se, em 2007, os depósitos conjuntos das três empresas mais representativas significaram cerca de 61% do total, em 2008, essa percentagem subiu para os 66%. Estes dados apontam para uma tendência de concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas.

Concomitantemente, a percentagem de sondagens divulgadas foi menor do que em 2007, o que, não obstante, não invalidou que o número de peças noticiosas recuperadas em 2008 tenha sido ligeiramente superior ao do ano anterior.

Assim, concluiu-se que foram divulgadas, em 2008, 83 das 102 sondagens depositadas, difundidas em 48 órgãos de comunicação social nacionais representando estes menos 18 do que o total apurado em 2007 (66).

A alocação pela ERC de mais recursos humanos afectos à área das sondagens possibilitou um aprofundamento da vertente do trabalho regulador nesta área, incrementando-se a acção de fiscalização das divulgações recuperadas.

Relativamente às temáticas abordadas nas sondagens em 2008, a manutenção dos barómetros políticos regulares que abordam a imagem das principais instituições políticas do País e seus representantes, bem como os líderes partidários, reflectem-se na maior incidência destes temas em relação a outros, eventualmente mais focalizados em aspectos concretos do foro político e social.

Foram assinalados um total de 161 temas diferentes nas sondagens depositadas durante o ano de 2008⁷⁵ (mais 52 do que o que foi apurado em 2007⁷⁶), que representaram um total de 581 referências distintas no conjunto das 102 sondagens depositadas, sendo particularmente evidentes as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, Primeiro-Ministro, Governo, Ministros e Líderes Partidários.

Assim, mais de 50% das sondagens depositadas em 2008 incidem sobre as temáticas relativas à Imagem dos Líderes Partidários, Voto Legislativo e Imagem do Presidente da República, sendo superior a 25% as sondagens que abordam temas relativos à Imagem do Primeiro-Ministro, Imagem do Governo e Imagem dos Ministros do Governo.

Melhorias concretizadas na base de dados disponível para o registo e análise da conformidade legal das sondagens depositadas e dos estudos divulgados permitiram aos técnicos da Unidade de Sondagens da ERC concretizar um aprofundamento das acções de fiscalização desencadeadas, consubstanciando-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo CREG.

Nos 43 processos encerrados durante o ano de 2008 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, 60,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com incumprimentos de Regras de divulgação ou interpretação de sondagens⁷⁷. Por sua vez, as ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito registaram 15,5% do total apurado⁷⁸.

Mantendo uma postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, a ERC procurou

⁷⁵ Consideram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

⁷⁶ Assinala-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2007, após algumas benfeitorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

⁷⁷ Artigo 7º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

⁷⁸ Artigo 6º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

As acções desencadeadas para o desenho e implementação de um novo modelo de Ficha Técnica de depósito de sondagens, garantindo as exigências de rigor e transparência, e, ao mesmo tempo, ajustando-se mais fielmente às necessidades das empresas credenciadas, são suficientemente reveladoras dessa postura, do mesmo modo que o foram as reuniões com alguns órgãos de comunicação social, apreciando as dificuldades da Lei actual e equacionando as soluções que, no garante das exigências legais, reforçam o rigor e transparência que são devidas ao público consumidor.

Em paralelo, o facto de a ERC ter encetado um estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um Projecto de Alteração da Lei n.º 10/2000, é sintomático da preocupação com o trabalho desenvolvido pelas empresas credenciadas, bem como pela intervenção dos órgãos de comunicação social ao nível da divulgação dos estudos, na busca de modelos alternativos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, mantendo o espírito de rigor e transparência que lhes são exigíveis.

Anexo I - Glossário

Âmbito geográfico das amostras	<p>Consideram-se de âmbito Nacional as sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas;</p> <p>Continente, as sondagens realizadas em Portugal continental;</p> <p>Regional, as sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores);</p> <p>Local, as sondagens de âmbito concelhio;</p> <p>Lisboa e Porto, as sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto;</p> <p>Lista, as sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.</p>
Depósito de sondagem	<p>Sondagem que é enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.</p>
Divulgações identificadas	<p>Peça noticiosa da imprensa, rádio e televisão que consubstancia a divulgação de determinada sondagem, previamente depositada na ERC.</p>
Grupos temáticos das sondagens depositadas	<p>Temas Sociais – conjunto de referências relacionadas com assuntos de integração social das populações e de participação na comunidade, como sejam, entre outros, a educação, o desemprego, os temas de saúde, os temas relativos à habitação e os problemas de segurança;</p> <p>Temas de Economia – conjunto de referências relacionadas com assuntos eminentemente económicos ou relacionados com a economia, como sejam, entre outros, as crises nacionais e internacionais, o custo de vida, as despesas dos portugueses e a confiança nas instituições financeiras/bancárias;</p> <p>Temas Políticos – conjunto de referências relacionadas com assuntos do foro eleitoral e político, como sejam, entre outros, a imagem das instituições políticas e judiciais, as candidaturas eleitorais nacionais, locais e partidárias e a intenção e projecção</p>

de resultados eleitorais.

<p>Métodos de recolha de informação</p>	<p>Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel;</p> <p>Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente seleccionado e de inquirição regular;</p> <p>Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de acto eleitoral, com replicação do voto em urna selada;</p> <p>Pessoal - sondagens realizadas por entrevista directa e pessoal;</p> <p>Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de acto eleitoral;</p> <p>Postal - estudos com entrega e recepção dos questionários por via postal;</p> <p>Email - estudos com selecção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio electrónico;</p> <p>Internet - estudos realizados online através do acesso a um portal localizado na internet.</p>
<p>Métodos de selecção das amostras</p>	<p>Denomina-se Aleatório ao método de selecção em que cada membro do universo (ou sub universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe. Denomina-se por Quotas ao método de selecção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas. O método Misto representa todo o tipo de estudos em que a selecção das amostras se encontra desdobrada em duas fases, através de uma selecção aleatória das unidades de selecção principais, numa primeira fase, e a selecção por quotas dos indivíduos a entrevistar, numa segunda fase (por ex. numa selecção aleatória dos números de telefone dos lares e selecção por quotas do indivíduo a entrevistar dentro do lar). Conveniência é todo o tipo de métodos de selecção das amostras que assentam fundamentalmente na selecção por facilidade de acesso</p>

	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 efectuada com base na data e a hora em que tal ocorreu.

Processo arquivado administrativamente	A Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrado por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.
Processo arquivado com deliberação	Processo de averiguações que resultou numa pronúncia formal do CREG.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objecto de divulgação pública, através de órgãos de comunicação social nacional.
Tipo de suporte	<p>Imprensa – órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local;</p> <p>Rádio – órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais;</p> <p>Televisão – serviços de programas, generalistas ou temáticos;</p> <p>Internet – portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet;</p> <p>Outros – agência noticiosa, órgãos partidários e universitários.</p>

Índice de ilustrações:

Fig. 1 Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2008.....	
Fig. 2 Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano de 2008	
Fig. 3 Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2007 e de 2008.....	
Fig. 4 Número de sondagens depositadas nos anos de 2007 e 2008, por empresa.....	
Fig. 5 Principais clientes das sondagens depositadas na ERC, e número de estudos contemplados (2007 e 2008).....	
Fig. 6 Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2008 e de 2007, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2007 e 2008).....	
Fig. 7 Número de temas apurados nas sondagens de 2007 e 2008, por grandes grupos	
Fig. 8 Número total de referências temáticas produzidas em 2007 e 2008, por grandes grupos	
Fig. 9 Número de sondagens depositadas, por tipo de eleição estudada (2007 e 2008)	
Fig. 10 Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2007 e 2008)	
Fig. 11 Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2007 e 2008).....	
Fig. 12 Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2007 e 2008).....	
Fig. 13 Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2007 e 2008).....	
Fig. 14 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2007 e 2008).....	
Fig. 15 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão dos períodos de recolha de informação (2007 e 2008).....	
Fig. 16 Número de sondagens divulgadas (2007 e 2008)	
Fig. 17 Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2008).....	
Fig. 18 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2008)	
Fig. 19 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre do ano (2008).....	
Fig. 21 Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2008).....	
Fig. 22 Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2008)	
Fig. 23 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 e 2008).....	
Fig. 24 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2007 e 2008)	
Fig. 25 Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008).....	
Fig. 26 Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2007 e 2008)	
Fig. 27 Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2007 e 2008).....	
Fig. 28 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008).....	
Fig. 29 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2007).....	
Fig. 30 Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2007 e 2008).....	
Fig. 31 Principais órgãos divulgadores na imprensa (2007 E 2008)	
Fig. 32 Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008).....	
Fig. 33 Principais órgãos divulgadores na televisão (2007 E 2008).....	
Fig. 34 Principais órgãos divulgadores na rádio (2007 E 2008).....	
Fig. 35 Principais órgãos divulgadores na internet (2007 E 2008)	
Fig. 36 Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008).....	
Fig. 37 Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações e respectiva Percentagem (2007 e 2008)	
Fig. 38 Momento da primeira divulgação das sondagens (2007 e 2008)	
Fig. 39 Tempo decorrido entre a data de fim de campo e a primeira divulgação das sondagens (2008)	
Fig. 40 Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2007 e 2008).....	
Fig. 41 Procedimentos desencadeados por mês (2008).....	
Fig. 42 Processos encerrados no ano, segundo o Tipo (2008).....	
Fig. 43 Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2008).....	
Fig. 44 Número de intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008).....	
Fig. 45 Descrição e número de processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008).....	
Fig. 46 Outros processos arquivados administrativamente (2008).....	
Fig. 47 Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008).....	
Fig. 48 Detalhe dos principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008).....	

