



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

### **DELIBERAÇÃO** **SOBRE** **EXPOSIÇÃO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE DIREITO DO CONSUMO** **ACERCA DE ESTUDOS DE AUDIMETRIA** (Aprovada na reunião plenária de 13.OUT.99)

#### **I - FACTOS**

A Associação Portuguesa de Direito do Consumo solicitou a intervenção da Alta Autoridade para a Comunicação Social relativamente aos problemas suscitados pelos estudos de audimetria tendo por base, no essencial, as seguintes considerações:

1. Segundo a Associação, em Portugal são constantemente divulgados dados relativos às audimetrias sem que os mesmos sejam submetidos a uma auditoria que, na sua composição, contemple a participação de elementos oriundos de sectores que, como os meios académicos e as associações de consumidores, possam garantir mais isenção no controlo da qualidade dos processos utilizados, em especial no âmbito da representatividade da amostra consultada e das condições de recolha da informação. Tal situação, afirmam, não é frequente no conjunto de países no qual Portugal se insere.

2. A Associação manifesta as maiores reservas quanto aos aspectos técnicos e metodológicos da audimetria em questão, considerando mesmo que *"a amostra não é representativa dos lares portugueses"*.

3. Os dados fornecidos pela audimetria, sublinha a Associação, repercutem-se em diferentes planos. Por um lado, na *"distribuição da publicidade e sua eficácia sobre o mercado"* e, por outro, na *"influência dos estudos de audiência na actividade política"*, a qual *"é patente, ostensiva. Os foruns de debate político são hoje, por excelência, os canais de radiodifusão televisiva ... Logo são as audiências que predeterminam qual ou quais os espaços mais importantes e de maior representatividade"*.

4. Finalmente, a Associação alerta para o facto de serem divulgadas informações fornecidas pela audimetria que, não só transmitem um errado perfil sociológico da sociedade portuguesa como, por não se encontrarem autenticadas por entidades independentes, podem ocasionar uma informação menos rigorosa, pondo em causa princípios constitucionais relativos ao direito à informação e aos direitos dos consumidores.

./.



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 2 -

Tendo em conta estas considerações e a natureza dos valores que estão a ser lesados, a Associação solicita uma intervenção da AACCS, em especial no sentido de que venha a ser criada uma entidade *"verdadeiramente independente, que assegure a tutela do sistema"*, acrescentando que tal entidade deveria ser constituída por *"uma assembleia representativa e um órgão técnico"*, ficando este incumbido de *"concretizar as actividades inspectivas em ordem à aferição da qualidade do sistema"*.

5. Na sequência desta iniciativa da APDC, largamente noticiada, foram remetidas à AACCS várias cartas de órgãos de comunicação social que também manifestaram as suas reservas quanto aos resultados facultados pelos estudos de audiência, bem como uma tomada de posição da APODEMO - Associação Portuguesa de Empresas de Estudos de Mercado, na qual se manifesta *"apreensão"* pelas acusações públicas de que estaria a ser alvo a sua associada Marktest Audimetria e se apela à AACCS no sentido de desenvolver os esforços necessários para que *"as acusações feitas sejam objectivamente clarificadas de uma forma definitiva de modo a calar as críticas daqueles que o fazem sem conhecer a realidade técnica da audimetria"*.

6. Em comunicado de imprensa a APODEMO esclarece que as metodologias e técnicas de audimetria usadas em Portugal estão de acordo com os padrões em vigor na Europa Ocidental e nos Estados Unidos, são conhecidas dos intervenientes do sector e controladas pela CAEM - Comissão de Análise de Estudos de Meios.

7. Também a Marktest Audimetria viria a tomar posição pública sobre o assunto contestando as acusações da APDC e lembrando que, *"em Portugal, existe uma entidade competente para discutir apreciar e auditar os estudos de audiência que é a CAEM e que representa os utilizadores que encomendam e pagam e fiscalizam o serviço de medição de audiências"*. No entanto, no mesmo comunicado, a Marktest manifesta a sua abertura para debater as questões relacionadas com a medição de audiências *"desde que os debates tenham como objectivo promover o aperfeiçoamento e desenvolvimento das medições de audiências"*. Igual propósito foi expresso no decorrer de uma audiência que a Marktest solicitou a esta Alta Autoridade.

## II - ANÁLISE

II.1 - A Alta Autoridade para a Comunicação Social não poderá pronunciar-

./.



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 3 -

~~-se sobre as alegadas insuficiências, nos planos técnico e metodológico, da audimetria que vem sendo realizada pela Marktest.~~

Com efeito, a AACS só poderá arrogar a sua competência em matéria de observância das regras de realização de sondagens e estudos de opinião no estrito domínio das sondagens eleitorais, entendendo que a sua competência nesta matéria subjaz ao conjunto de disposições constantes da Lei nº 31/91, de 20 de Julho, nomeadamente pela conjugação do disposto nos artigos 3º, 5º, 9º e 13º dessa Lei.

Trata-se de uma competência específica, confinada a estudos de opinião de natureza político-eleitoral, que não pode extravasar dos domínios concretos para que foi estabelecida.

**II.2** - Tendo por base estes pressupostos, a Alta Autoridade para a Comunicação Social também não poderá integrar a matéria constante da exposição da Associação Portuguesa de Direito do Consumo na atribuição que lhe foi cometida de *"providenciar pela isenção e rigor da informação"*.

Não podendo a AACS pronunciar-se sobre os aspectos técnicos e metodológicos da audimetria em questão, por manifesta falta de competência legal para o fazer, não poderá nem avaliar nem censurar os processos utilizados - maxime a eventualidade de a amostra seleccionada não ser representativa do universo das famílias portuguesas. Consequentemente não poderá imputar falta de rigor informativo aos textos jornalísticos em que a referida audimetria seja mencionada.

**II.3** - Sendo sensível aos efeitos sobre a saúde financeira dos órgãos de comunicação social dos dados da audimetria, em especial se estes estiverem, de acordo com a APDC, a gerar desequilíbrios injustificados na distribuição da publicidade entre eles, a AACS encontra-se também impossibilitada de julgar da bondade desta asserção. Não tendo competência para se pronunciar sobre a qualidade do trabalho realizado pela Marktest, a AACS não está em condições de se pronunciar sobre a legitimidade das opções que estão a ser feitas quanto à colocação de publicidade nos diferentes *"media"* - matéria que, aliás, dificilmente se enquadra no âmbito das áreas do universo comunicacional sobre as quais exerce a sua tutela.

**II.4** - Embora tendo presentes todas as considerações feitas, deverá sublinhar-se que a Alta Autoridade para a Comunicação Social não é apenas um somatório de atribuições concretas. A sua criação, constitucionalmente dignificada - o que a torna um organismo sem paralelo no contexto europeu - visa corresponder à necessidade de se criar uma entidade que possa actuar

./.



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 4 -

nos planos regulador e moderador sobre o conjunto da comunicação social, exercendo (para além de outras missões que lhe foram confiadas) uma magistratura de influência com vista a salvaguardar a presença de direitos e valores de cidadania e de cultura num ambiente cada vez mais inserido numa lógica e numa dinâmica meramente empresariais.

Nesta perspectiva, a AACS não pode deixar de ser sensível ao facto - mencionado pela APDC - de que o interesse pela realização de audimetrias não se esgota no universo dos que as financiam e utilizam os seus resultados.

Os dados da audimetria repercutem-se efectivamente no espaço público, são objecto de constante tratamento jornalístico, tornam-se acessíveis à generalidade da população, condicionam o seu gosto e as suas escolhas e determinam a formatação do panorama audiovisual em aspectos centrais da sua estrutura, como sejam o da existência e viabilidade de "medias" que, no seu conjunto, garantam a circulação de uma pluralidade de vozes e de sentidos para o nosso devir e o da permanência, ou liquidação, de canais de serviço público na televisão.

**II.5** - Estabelecida a razão de ser de uma intervenção da Alta Autoridade neste domínio, importa agora delimitar o seu sentido.

No essencial, essa intervenção visa contribuir para uma pacificação possível em torno da medição de audiências, sublinhando que o interesse público de que elas se revestem - atendendo às repercussões dos dados que facultam - poderá justificar que os mecanismos da sua fiscalização não se esgotem nos que foram desencadeados pelos seus destinatários directos, antes se revistam de características pluridisciplinares e plurisectoriais, que permitam o envolvimento, nas auditorias, de técnicos, especialistas e entidades independentes, de forma a fazer reflectir, na sua composição, a dimensão social que aqui lhe é atribuída.

**II.6** - Num primeiro momento, a AACS entende dever dialogar com os actuais intervenientes na produção e fiscalização da audimetria com o propósito de reequacionar este problema na óptica dos princípios enunciados e tendo presente que a própria entidade que realiza a audimetria manifestou a sua disponibilidade para debater todas as questões com ela relacionadas.

Num segundo momento e tendo presentes os continuados esforços que a AACS vem desenvolvendo no sentido de uma alteração do quadro legal da difusão de sondagens e inquéritos de opinião pelos meios de comunicação social, a AACS admite a possibilidade de integrar a questão da fiscalização das audimetrias no conjunto das alterações à Lei das Sondagens que vai propor ao legislador.

./.

6446



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 5 -

### **III - CONCLUSÃO**

Tendo apreciado uma exposição da Associação Portuguesa de Direito do Consumo em que se manifestam reservas quanto ao sistema de audimetria implantado em Portugal e quanto à forma como o mesmo vem sendo auditado, a Alta Autoridade para a Comunicação Social, considerando embora que não dispõe de atribuições que lhe permitam pronunciar-se sobre os aspectos técnicos ou metodológicos das audimetrias, não deixa de ser sensível às repercussões sociais destes estudos, aos seus reflexos na estrutura do panorama audiovisual e, conseqüentemente, manifesta o seu empenho em promover um diálogo com as entidades envolvidas na produção e fiscalização das audimetrias no sentido de ser implementado um sistema de auditoria garantido por uma entidade cuja composição não fique delimitada à participação dos utilizadores directos dos estudos de audiência.

A AACS admite ainda a possibilidade de alertar o legislador para as questões da fiscalização das audimetrias no âmbito das propostas de alteração da Lei das Sondagens que irá novamente submeter à sua apreciação.

***Esta deliberação foi aprovada por unanimidade, com votos de José Garibaldi (relator), José Maria Gonçalves Pereira, Artur Portela, Sebastião Lima Rego, Amândio de Oliveira, Fátima Resende, Rui Assis Ferreira, Maria de Lurdes Monteiro, Pegado Liz, Carlos Veiga Pereira e Beltrão de Carvalho.***

Alta Autoridade para a Comunicação Social, em 13 de Outubro de 1999

O Presidente

  
José Maria Gonçalves Pereira  
Juiz-Conselheiro

JG/AM