

ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

Título

"Relatório de Regulação 2024"

Edição

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social

ISSN

1647-8959

Lisboa, julho de 2025

Índice

1

Apresentação

2

Sumário Executivo

3

Caracterização do Setor

4

Ambiente Legal e Regulatório

5

Temas de Intervenção Regulatória

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2024

Relatório a apresentar na Assembleia da República,
elaborado para dar cumprimento ao disposto
no n.º 2 do art.º 73.º dos Estatutos da ERC,
aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Apresentação



Em 2024, o Conselho Regulador da ERC completou um ano de mandato. Não é novidade que o panorama global da liberdade de imprensa inspira preocupação. O mais recente relatório da organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF)¹ sublinha a extensão da crise económica que afeta o setor: em 2024, o indicador económico atingiu o nível mais baixo desde que há registo. Em 160 países, os meios de comunicação lutam para garantir a estabilidade financeira.

Os Estados Unidos destacam-se, segundo o mesmo relatório, pela rápida e acentuada deterioração do indicador económico nos últimos dois anos, com vastas regiões transformadas em desertos de notícias. Paralelamente, a evolução negativa do indicador social é reveladora de um ambiente cada vez mais hostil à comunicação social.

O documento também alerta para a perda de liberdade de imprensa e das condições de segurança dos jornalistas um pouco por todo o mundo. É alarmante o número de jornalistas mortos em serviço, sobretudo em zonas de conflito, bem como de jornalistas presos ou em situação de exílio. É preocupante o encerramento sistemático de órgãos de comunicação social em países com regimes autoritários, e a extensão dos fenómenos de interferência editorial por parte de proprietários de media, de poderes políticos e económicos.

¹ Repórteres sem Fronteiras, Ranking Mundial da Liberdade de Imprensa 2025.

O fosso entre a União Europeia e o resto do mundo tem vindo a aumentar. Em 2014, 25 países de diversas regiões estavam no nível verde (“bom”) de liberdade de imprensa, o mais elevado da escala. Em 2024 são apenas sete países em todo o mundo, todos europeus: Noruega, Estónia, Países Baixos, Suécia, Finlândia, Dinamarca e Irlanda.

Nos últimos anos, Portugal tem conseguido quase sempre manter-se neste grupo de países. Contudo, em 2024, a situação do país decaiu novamente de “boa” para “satisfatória”.

No capítulo inicial do Relatório de Regulação, desenha-se uma evolução do setor com números que não nos deixam indiferentes: em 2010, havia em Portugal perto de 3000 títulos de imprensa; passados 15 anos, esse número reduziu-se para quase metade, com 1675 títulos registados em 2024.

Sem sustentabilidade económica, não existe liberdade de imprensa. A crise do setor põe em risco os meios de comunicação e o direito dos cidadãos a informação fiável e plural, num cenário agravado pelos atuais desafios geopolíticos.

A transformação digital, com as suas possibilidades e riscos, reforça os sentimentos de incerteza perante o futuro – incerteza amplificada pela evolução acelerada dos sistemas de inteligência artificial, que faz pressentir mudanças profundas no mundo, tal como o conhecemos. Nestes domínios, os instrumentos legais estão largamente ultrapassados e a insegurança jurídica é assinalável.

O projeto europeu de regulação do digital, ainda em fase de implementação, é complexo e muitas vezes frustrante, mas representa a reação institucional mais assertiva e ambiciosa a mudanças de grande magnitude. O novo pacote legislativo europeu teve início em 2022, com a publicação do Regulamento dos Mercados Digitais (DMA) e do Regulamento dos Serviços Digitais (DSA), aos quais se juntaram, já em 2024, o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política, o Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA) e o Regulamento sobre Inteligência Artificial (IA Act).

Na Europa, são diversos os temas que exigem acompanhamento próximo e atento por parte dos reguladores, desde a proteção das crianças e jovens à integridade dos processos eleitorais, passando pelos direitos humanos, pelo combate à discriminação e ao discurso do ódio. A Internet tem sido, em muitos aspetos, uma terra sem lei e os gigantes tecnológicos resistem à regulação, que lhes impõe responsabilidades e limites económicos, sociais e éticos, com vista a equilibrar condições de concorrência e proteger os cidadãos.

Entre os poderes e os media, a distância de um braço

A regulação independente afirma-se como uma expressão concreta da defesa pelo Estado do interesse comum, da cidadania e da capacidade deliberativa sobre assuntos fundamentais da vida coletiva.

Vivemos tempos marcados por desafios de grande escala, com impacto transversal na sociedade e que exigem um novo olhar e novas abordagens à regulação mediática e ao próprio setor. É urgente atualizar o enquadramento legal da comunicação social, de forma a permitir atuar com celeridade, relevância, e segurança jurídica. No plano europeu, é imperioso reforçar a capacidade de resposta e a articulação entre Estados-membros e entre Estados-membros e as instituições europeias.

Em Portugal, o apoio do estado à comunicação social é matéria de grande sensibilidade. Em 2024, a ERC procurou contribuir para o debate com a publicação de um documento de trabalho intitulado “Apoios e Incentivos do Estado à Comunicação Social” e com a conferência “A informação como bem público: regulação mediática e políticas públicas”, onde se procurou criar um espaço de partilha de conhecimento, reflexão e diálogo, envolvendo o setor e responsáveis políticos.

A informação é um bem público e importa reconhecer a responsabilidade do Estado na promoção de condições indispensáveis à existência de jornalismo de qualidade – pautado pelo rigor, pela diversidade e pela racionalidade crítica – e de conteúdos de entretenimento promotores da diversidade e de desenvolvimento humano. A regulação representa, neste contexto, uma linha de defesa dos ideais e das instituições democráticas.

É no sentido do reforço das liberdades fundamentais, da salvaguarda de uma distância de segurança entre poderes político face aos *media* que as instituições democráticas aprovaram o Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA).

Para o setor público, o EMFA estabelece princípios fundamentais para proteger os prestadores de serviço público de *media* contra riscos de captura política ou económica, exigindo que os Estados-membros garantam a independência funcional e editorial, que definam regras adequadas de nomeação e exoneração dos gestores e conselhos de administração, que assegurem financiamento sustentável e compatível com o cumprimento da missão de serviço público, e que prevejam mecanismos de monitorização independente da aplicação destes princípios, com divulgação pública dos resultados.

Para o setor privado, os Estados devem assegurar mecanismos de apoio justos e não-discriminatórios, imparciais, com fins e critérios claros e previamente estabelecidos, transparentes, equitativos e objetivos. Esses apoios visam garantir a oferta de informação pluralista e conteúdos diversificados, mitigar riscos de concentração da propriedade, colmatar situações de subfinanciamento estrutural dos serviços públicos de *media* que comprometam o pluralismo, e promover condições equitativas de mercado no ecossistema digital.

A independência e eficácia dos reguladores é outra prioridade do EMFA, que vincula os Estados-membros a garantir que a supervisão dos *media* é exercida por organismos com independência financeira, administrativa e funcional.

É também esta visão que norteia a ação da ERC, lembrando que a 7 de novembro de 2024 – data em que se assinalou o primeiro ano do mandato em curso – o Conselho Regulador apresentou dez eixos estratégicos para o período 2023-2028, após um processo alargado de debate e consulta pública.

Estes eixos convergem para o desígnio de um regulador eficaz e independente, através do reforço dos meios e competências digitais da ERC; a colaboração com o legislador na revisão dos Estatutos e leis setoriais; o fortalecimento do papel da ERC nas redes de reguladores internacionais e nacionais e o desenvolvimento de um novo modelo de financiamento da ERC que preserve a independência financeira (eixos 1, 2, 3 e 10).

O princípio de participação traduz-se no compromisso com uma atuação mais próxima dos regulados e das associações representativas do setor, e no estabelecimento de parcerias com a academia e centros de investigação em matéria de políticas de comunicação e regulação mediática (eixos 4 e 5).

A salvaguarda do direito à informação, enquanto atribuição nuclear da ERC, concretiza-se no empenho em promover a qualidade do jornalismo e no apoio à sustentabilidade do setor dos *media*, bem como no combate à desinformação e na promoção da literacia mediática (eixos 6, 7 e 8).

Esta aproximação à sociedade concretiza-se também, esperamos nós, na reformulação do Relatório de Regulação que aqui apresentamos. Foi nosso objetivo preparar um relatório mais breve, que espelhe, com a objetividade possível, a amplitude da intervenção da ERC e a importância dessa intervenção. Os impactos da atuação do regulador são tangíveis e devem ser claros para os cidadãos, para os regulados, para os responsáveis políticos, para os investigadores, e para o setor da comunicação amplamente compreendido.

O relatório de regulação procura convidar à leitura, num tempo em que os níveis de evitamento noticioso pelos portugueses são significativos e em que a confiança nos *media*, embora ainda elevada, tem vindo a diminuir. Cabe ao regulador – acreditamos nós – empenhar-se na divulgação pública do seu trabalho, contribuindo para um espaço público plural, informado e dinâmico.

Quem ler somente o sumário executivo, terá uma visão transversal da atividade regulatória em 2024, em cerca de 10 páginas. Quem queira aprofundar um pouco mais essa abordagem macro, pode consultar a “visão global” no início de cada capítulo, para encontrar, numa única página, o essencial sobre cada tema tratado. Para quem pretender aprofundar mais do que a globalidade do relatório, a ERC produz ao longo do ano diversos documentos temáticos, com publicação autónoma e sempre disponíveis no seu sítio institucional.

Este relatório, assim como tudo o que fazemos na ERC, resulta do esforço coletivo de todos os trabalhadores que, com talento, empenho e sentido de serviço público, contribuem diariamente para afirmar uma regulação dos *media* à altura dos valores democráticos que a ERC tem por missão defender.

A Presidente do Conselho Regulador da ERC,



Sumário Executivo

SUMÁRIO EXECUTIVO

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

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

Idênticas funções, com as necessárias adaptações, encontram-se consagradas relativamente à atividade de radiodifusão, cabendo à ERC assegurar a prossecução, por parte dos operadores, dos fins consagrados no artigo 9.º da Lei da Rádio, mediante a verificação do respeito pelo projeto aprovado e cumprimento das obrigações que impendem sobre os operadores, designadamente a inclusão na programação musical de uma quota mínima preenchida com música portuguesa. À semelhança do verificado para a televisão, também na rádio se incumbe 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.

Algo de semelhante se verifica relativamente ao setor das publicações periódicas, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita, do enunciado do artigo 3.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista refletem a existência de outros valores relevantes.

Em concretização do preceito constitucional (art.º 38.º CRP), os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, em matéria de direito de resposta e de retificação, as previstas no artigo 8.º, alínea f), artigo 24.º, n.º 3, alínea j), artigo 59.º e artigo 72.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com os artigos 2.º, n.º 2, alínea c) e 24.º a 27.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na versão dada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho.

Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24.º, alínea z) dos seus Estatutos, «zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião». Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens), define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, que abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a

publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.

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. Este documento é complementado pelo Relatório de Atividades e Contas, que segue uma lógica funcional e orgânica de exposição da atividade da ERC.

Dada a extensão das matérias abordadas 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 sobre os diversos temas da comunicação social que integram o Relatório de Regulação 2024.

I. CARACTERIZAÇÃO DO SETOR

UNIVERSO DOS REGULADOS

A 31 de dezembro de 2024, encontravam-se registadas na ERC 2536 entidades. Destas, 2522 correspondem a entidades com atividade de comunicação social, incluindo: 1675 publicações periódicas; 306 empresas jornalísticas; 2 empresas noticiosas; 267 operadores de rádio e respetivos serviços de programas radiofónicos; 25 operadores de televisão e respetivos serviços de programas televisivos; 216 serviços de programas (rádio e televisão) distribuídos exclusivamente através da Internet; 16 operadores de serviços audiovisuais a pedido e respetivos serviços audiovisuais a pedido; e 2 fornecedores de plataformas de partilha de vídeos e respetivas plataformas de partilha de vídeos. O número global abrange ainda 14 empresas de sondagens credenciadas na mesma data. Este capítulo inclui a evolução do número de registos de comunicação social desde 2010.

CONSUMOS DE *MEDIA*

Em 2024, os dados de consumo de meios indicam que a televisão manteve uma elevada penetração, com uma ligeira redução na quota de audiência da televisão por assinatura e crescimento de outros tipos de consumo, como *streaming* e visionamento diferido. A TVI foi o canal generalista mais visto. O futebol liderou os programas mais vistos. A rádio registou um declínio na penetração e no tempo médio de escuta diário, mantendo o autorrádio como principal suporte, com a Rádio Comercial e a RFM a liderarem. O consumo de imprensa diminuiu. No formato impresso, as publicações de informação geral foram as mais procuradas, lideradas pelo Correio da Manhã. Nos dados de circulação total, os títulos The Portugal News e Público destacaram-se pela forte componente digital. O consumo de Internet mantém-se em expansão, sendo a leitura de notícias a atividade mais comum (82,1% dos utilizadores). No panorama digital dos *media*, lideraram os sites ligados à TVI e à SIC.

RETRATO ECONÓMICO-FINANCEIRO

A publicidade manteve-se como principal fonte de receita dos *media*, representando 67% das receitas da Impresa, 60% da Media Capital e 11% da RTP. Observou-se um aumento do peso da publicidade na Impresa e RTP e uma diminuição na Media Capital. Em linha com as tendências globais, em Portugal a publicidade cresceu na televisão, no digital, no outdoor e na rádio e decresceu na imprensa e no cinema. Aumentou o interesse das marcas nos dados dos consumidores e a introdução de mecanismos de Inteligência Artificial, visando a oferta de conteúdos cada vez mais direcionados e personalizados.

II.AMBIENTE LEGAL E REGULATÓRIO

CONTEXTO EUROPEU E NACIONAL

O trabalho do regulador nacional é cada vez mais marcado pelo avanço regulatório a nível europeu. Em 2024, a ERC trabalhou internamente e no seio do ex-ERGA (atual EMBS), para avaliar o nível de harmonização do Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA), com a legislação setorial nacional e aferir o impacto nas suas atribuições. Com a aplicação plena do Regulamento dos Serviços Digitais (DSA), na qualidade de autoridade competente, a ERC colaborou com o coordenador dos serviços digitais, ANACOM, na elaboração de uma proposta de diploma de execução. Destaca-se também a prioridade dada à proteção de menores nas plataformas digitais, reforçada pela revisão da Diretiva AVMS e a articulação com o DSA. No quadro do Regulamento Inteligência Artificial, o trabalho centrou-se nas implicações para o setor da comunicação social e no papel da ERC enquanto entidade responsável pela supervisão de obrigações legais associadas à IA de risco elevado. A nível nacional, destaca-se a proposta de alteração à Lei da Transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), apresentada pela ERC à Assembleia da República e ao Governo.

DELIBERAÇÕES DOUTRINÁRIAS

Em 2024, a ERC tomou várias deliberações com carácter inovador relacionadas com propriedade e transparência dos meios, culminando com o acionamento do artigo 14.º da Lei da Transparência, que resultou na suspensão do exercício do direito de voto e dos direitos de natureza patrimonial inerentes à participação qualificada do World Opportunity Fund (WOF) na Páginas Civilizadas e, por essa via, da titularidade da participação indireta na Global Media. A ERC pronunciou-se sobre outras situações inéditas relacionadas com a salvaguarda da qualidade da informação jornalística, seja pela ótica da separação entre conteúdos jornalísticos e comerciais – fenómeno que motivou, em 2024, a realização de um estudo e a preparação de uma diretiva –, seja pela ótica da utilização de IA na produção de conteúdos jornalísticos. Algumas problemáticas associadas à desinformação, como a difusão de conteúdos manipulados no ambiente digital e a divulgação de sondagens em redes sociais, deram também origem a decisões inovadoras.

ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL

Em 2024, o Conselho Regulador adotou 28 deliberações no âmbito de processos de contraordenação, com 19 aplicações de coima, 4 admoestações e 5 arquivamentos. O montante global das coimas ascendeu a 361 598,80 euros, tendo 7 sido objeto de recurso judicial; o montante das coimas aplicadas pela ERC tende a ser próximo do limite mínimo da moldura legal prevista para cada infração. A maioria das coimas (19) é respeitante à Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e à Lei da Transparência. Na primeira, destaca-se a violação dos limites à liberdade de programação, pela transmissão de conteúdos suscetíveis de influenciar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes. Na segunda, estão sobretudo em causa a inobservância da comunicação e da informação sobre os titulares da gestão de participações sociais, composição dos órgãos sociais, relação dos titulares e detentores de capital social, e por outro lado, o incumprimento da obrigação de envio anual à ERC do relatório do governo societário.

III. TEMAS DE INTERVENÇÃO REGULATÓRIA

DIREITOS FUNDAMENTAIS

DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL

O princípio da igualdade está consagrado no artigo 13.º da Constituição da República Portuguesa (CRP), que proíbe a discriminação em razão de ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual. Na legislação setorial, a LTSAP, a Lei da Rádio (LR) e o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) vinculam os operadores ao dever de assegurar uma programação diversificada e plural, que respeite o pluralismo, a tolerância e a não discriminação. Os telejornais de horário nobre revelam uma presença diminuta de cidadãos de origem estrangeira e minorias étnicas, sendo frequente a associação a temas de criminalidade, futebol, discriminação, racismo/xenofobia e à pandemia de COVID-19. Certas opções editoriais podem contribuir para reforçar estereótipos, como a associação destes grupos a delinquência, violência e comportamentos antissociais, ou o uso de expressões linguísticas (“imigrantes ilegais”, “vaga de imigrantes”, “vírus da China”). A cobertura informativa da diversidade religiosa é escassa, predominando temas no quadro da religião católica. Há uma clara predominância masculina nos telejornais. Na programação televisiva, a oferta dirigida a grupos minoritários é residual, distinguindo-se a Antena 1 pela diversidade sociocultural de vários conteúdos. Em 2023 a ERC aprovou 37 deliberações sobre estes diferentes temas relacionados com a diversidade sociocultural.

DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

Os direitos de resposta e de retificação constituem garantias fundamentais constitucionalmente protegidas, cujo exercício é assegurado pela ERC nos termos da legislação setorial da comunicação social. Em 2024, foram proferidas 37 deliberações, tendo sido reconhecido o direito de resposta ou de retificação em cerca de 78% dos recursos, determinando-se a publicação ou republicação do respetivo texto. Na repartição por meios, dois terços das deliberações referem-se a imprensa.

DIREITOS DE PERSONALIDADE

Os direitos de personalidade são direitos que incidem sobre a própria pessoa e devem ser respeitados por todos, abrangendo o bom nome, reputação, imagem, palavra e reserva da vida privada. Têm previsão constitucional, no artigo 26.º da CRP, sendo esta previsão desenvolvida nos artigos 70.º e seguintes do Código Civil. Em 2024, foram proferidas 13 deliberações, sendo a maioria resultante de procedimentos iniciados a partir de queixa dos próprios visados, incidindo essencialmente sobre peças noticiosas publicadas na imprensa escrita. O direito de personalidade mais recorrentemente invocado foi a lesão do direito ao bom nome e reputação.

DIREITOS DE ACESSO DOS JORNALISTAS

O direito de acesso dos jornalistas à informação é um direito fundamental constitucionalmente protegido, que integra o núcleo da liberdade de imprensa, sendo regulado no Estatuto do Jornalista (artigos 6.º, alínea b), 8.º, 9.º e 10.º) e na Lei de Imprensa [artigo 22.º, alínea b)], abrangendo o direito de acesso a fontes oficiais de informação e o direito de acesso a locais abertos ao público para fins de cobertura informativa, bem como a locais não acessíveis ao público mas abertos à generalidade

da comunicação social. Em 2024, a ERC pronunciou-se oito vezes sobre a denegação do exercício deste direito, considerando a queixa procedente em seis casos, dos quais três deram origem a decisões vinculativas e uma foi remetida ao Ministério Público. Sete deliberações foram respeitantes ao acesso a locais públicos ou a locais não acessíveis ao público mas abertos à generalidade da comunicação social, com particular incidência em questões relacionadas com sistemas de credenciação. Uma deliberação incidiu sobre o direito de acesso às fontes oficiais de informação.

QUALIDADE DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

SEPARAÇÃO ENTRE CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS E PUBLICITÁRIOS/COMERCIAIS

A análise da separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais desdobrou-se em quatro dimensões: inquérito ao setor, análise do enquadramento nacional legal e regulatório, das práticas regulatórias em diversos países europeus e da atividade deliberativa da ERC. Além das disposições legais e deontológicas já existentes, a maioria dos respondentes ao inquérito não dispõe de mecanismos específicos internos que norteiem a atividade jornalística e que informem o público neste domínio. Cerca de metade dos respondentes considera a intervenção da ERC pertinente, sobretudo as atividades de fiscalização e as iniciativas de literacia, como a elaboração de diretrizes, recomendações e ações de formação. A análise do enquadramento legal revela dispersão do quadro normativo por leis sectoriais, clivagem temporal entre os vários diplomas e dúvidas na interpretação de conceitos legais, decorrentes da transformação dos formatos publicitários. A maioria dos países da UE dispõe de legislação nacional, em muitos casos resultante da transposição da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA). Regras comuns a todas são a exigência de identificação da natureza comercial dos conteúdos e a garantia da independência editorial. Nas deliberações aprovadas pela ERC entre 2006 e 2023, a imprensa é o meio dominante, e cerca de um terço dos conteúdos sobre os quais incidem é elaborado por jornalistas. Identificam-se dois grupos de conteúdos: a publicidade redigida/publireportagem e o patrocínio/colaboração/parceria/apoio. Mais de metade destas culminou em decisão condenatória (contraordenações).

RIGOR INFORMATIVO: ATIVIDADE DELIBERATIVA

O rigor informativo e a garantia de isenção são deveres do trabalho jornalístico e têm estreita ligação à qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação produzida. Em 2024, foram emitidas 66 deliberações relacionadas com rigor informativo, sendo o tema com maior expressão, no conjunto dos procedimentos de queixa e participação. A falha de rigor informativo mais recorrente é a identificação deficiente das fontes, seguindo-se ausência de contraditório – i.e, a audição das partes com interesses atendíveis –, sensacionalismo e falta de separação entre informação e opinião. A falta de rigor surge por vezes associada a outras irregularidades, como o desrespeito do direito ao bom nome, da presunção de inocência e do princípio da não discriminação.

COMBATE À DESINFORMAÇÃO

A desinformação é um fenómeno de natureza sistémica de elevada complexidade, que se apresenta com diferentes graus de gravidade e com múltiplos objetivos – desde tentativas de manipulação da opinião pública até à difusão massiva de mensagens falsas com motivações políticas, ideológicas, religiosas, ou ainda com fins meramente lucrativos. É intrinsecamente ligado às plataformas em linha e potenciado pelo uso crescente de inteligência artificial na sua criação e disseminação. A

intervenção da ERC no combate à desinformação difundida através de plataformas *online* situa-se na esfera da proteção pelo Estado do direito fundamental à informação. A circulação de falsas sondagens em períodos eleitorais, a manipulação de conteúdos jornalísticos, a utilização abusiva de grafismos idênticos aos de órgãos de comunicação social, a criação de *sites* de notícias falsas suscetíveis de serem confundidos com órgãos de comunicação social e, mais pontualmente, a disseminação de conteúdos de desinformação pelos próprios órgãos de comunicação social, são manifestações do fenómeno sobre as quais a ERC tem tido intervenção.

REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeo sujeitos à jurisdição portuguesa e atuação da ERC só podem iniciar a sua atividade após efetuarem o respetivo registo. A LTSAP impõe também a esses fornecedores, nos serviços que disponibilizam, a adoção de medidas adequadas para a proteção de crianças e menores e o público em geral, no que respeita a «programas, vídeos gerados pelos utilizadores e comunicações comerciais audiovisuais» que integrem determinados conteúdos. Ao longo dos últimos três anos, a ERC recebeu diversas comunicações/pedidos de colaboração, respeitantes ao cumprimento daquelas disposições, por parte do fornecedor Fedrax, Lda., com sede no Funchal, relativamente à plataforma de partilha de vídeo www.tukif.com, através da qual eram disponibilizados conteúdos pornográficos sem qualquer restrição de acesso. Na sequência de múltiplas diligências anteriores, envolvendo não apenas a ERC de modo isolado, mas em articulação com o regulador francês (CSA, atual ARCOM), a entidade espanhola CNMC, a ANACOM e a Procuradoria-Geral da República, a ERC determinou instaurar um processo de contraordenação contra a Fedrax, Lda., face à insuficiência das medidas implementadas para proteção de menores. Posteriormente, a Fedrax cancelou o seu registo na ERC, cessando a respetiva atividade e das suas plataformas, tendo estas sido adquirida por empresa sediada no Chipre e deixado de estar disponíveis em Portugal, desde 30 de março de 2025.

PLURALISMO POLÍTICO, ELEIÇÕES E SONDAGENS

ACOMPANHAMENTO DO PLURALISMO POLÍTICO

O pluralismo político refere-se à representação equitativa das diferentes correntes de expressão ou de opinião e ao acesso dos vários partidos políticos e grupos ideológicos, incluindo minoritários, aos media. Neste âmbito, a ERC aprecia participações e queixas submetidas por cidadãos, por representantes dos partidos políticos, ou encaminhadas pela Comissão Nacional de Eleições. Paralelamente conduz, de forma regular, uma avaliação anual à observância do princípio do pluralismo político na informação diária e não-diária dos serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, RTP3, SIC, TVI e CMTV – cujos resultados são divulgados no sítio eletrónico da ERC, após envio à Assembleia da República e aos operadores. Em virtude da ocorrência de quatro eleições em 2024, a maioria da atividade do regulador neste âmbito é apresentada no capítulo seguinte.

COBERTURA JORNALÍSTICA EM PERÍODO ELEITORAL

Além de supervisionar as normas gerais que os órgãos de comunicação social devem observar relativamente ao pluralismo político, as competências da ERC são reforçadas em períodos eleitorais, por via da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, que estabelece regras especiais para a cobertura jornalística nesses períodos. Nesse âmbito, em 2024, foram elaborados relatórios de monitorização

da cobertura eleitoral das eleições legislativas de 10 de março e das eleições europeias de 9 de junho, na rádio e na televisão, e foram também apreciadas queixas e participações que, em muitos casos, deram origem a deliberações. Na cobertura das eleições legislativas de 2024, como das eleições europeias desse ano, as candidaturas do PS, AD e Chega dominaram em presença, tanto na rádio como na televisão. Nas legislativas, a cobertura mediática centrou-se no desempenho das candidaturas e na descrição das ações de campanha. Nas europeias, os temas nacionais mais destacados foram as políticas sociais e migratórias e as manifestações de apoio; nos temas de enfoque europeu, foram a defesa e segurança da UE e os populismos/nacionalismos. Quanto à atividade deliberativa, no contexto das eleições legislativas a ERC emitiu 19 deliberações, três das quais com origem em queixas de representantes de candidaturas. No contexto das eleições europeias, foram aprovadas 12 deliberações, tendo seis resultado de queixa de candidaturas.

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

Foram depositadas 83 sondagens em 2024, o que representa um aumento de 38,3 % em relação a 2023, justificado pelos quatro atos eleitorais realizados no ano, eleições legislativas, europeias e regionais na Madeira e Açores. Estas foram depositadas por um total de oito empresas. Os órgãos de comunicação social de difusão nacional representam 84,9 % dos clientes. A “intenção e sentido de voto” foi o grupo temático mais destacado. Reconhece-se diversidade metodológica na construção das amostras, com recurso a diferentes combinações de métodos e técnicas com validade científica, sendo a entrevista telefónica a técnica de recolha mais utilizada. Em 2024 foram desencadeados 36 processos, dos quais resultaram 13 deliberações.

PROTEÇÃO E CAPACITAÇÃO DOS PÚBLICOS

LITERACIA MEDIÁTICA

O início de 2024 fica marcado pelo arranque do primeiro Plano Nacional de Literacia Mediática (PNLM), tendo a ERC, enquanto membro do Conselho Consultivo de Acompanhamento, colaborado na definição dos Planos Estratégico e de Atividades. Após a revogação do PNLM em agosto, na sequência da mudança de Governo, é criada a estrutura de missão #PortugalMediaLab e apresentado o Plano de Ação para a Comunicação Social, que prevê um novo PNLM (já em 2025, a ERC pronunciou-se sobre o novo plano, no âmbito da consulta pública lançada para o efeito). Além de contribuir para a definição de políticas públicas de literacia, a ERC focou-se no combate à desinformação e ao discurso de ódio, através da participação numa campanha europeia de sensibilização para a manipulação de informação em ambiente digital, e da disponibilização no site de recursos informativos. No primeiro caso, em Portugal, todos os operadores de televisão com serviços de programas generalistas (RTP, SIC, TVI, CMTV e Porto Canal) colaboraram na divulgação do vídeo. Destaca-se ainda o trabalho de aproximação às bibliotecas públicas e aos seus profissionais aos quais se reconhece, pela sua relação direta com as comunidades, um papel determinante nesta área. O retrato da atuação da ERC não fica completo sem referir as iniciativas baseadas em colaborações nacionais (sobretudo no quadro do Grupo Informal sobre Literacia Mediática – GILM) e internacionais (sobretudo no quadro do ERGA).

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS TELEVISIVOS E SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

As obrigações de acessibilidade das emissões televisivas às pessoas com necessidades especiais, nomeadamente com deficiência visual e auditiva, previstas no Plano Plurianual, abrangem os serviços de programas de televisão de serviço público e privados generalistas de acesso não condicionado livre e generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, sob jurisdição do Estado Português, bem como os serviços audiovisuais a pedido. O relatório descreve em detalhe o desempenho destes serviços. Destaca-se a instauração de dois processos de contraordenação contra o Porto Canal, considerando que não colmatou a lacuna quanto à disponibilização de legendagem trabalhada e/ou legendagem em direto. No caso dos serviços audiovisuais a pedido, de forma geral, os operadores não evidenciam progressos significativos face a 2023, quanto à incorporação progressiva de ferramentas de acessibilidade nos seus catálogos.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

EM 2024 não foram detetados incumprimentos em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1 da LTSAP. Verificaram-se situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais, patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados. Foram instaurados quatro processos de contraordenação, relacionados com a inserção de publicidade, visando os serviços de programas Porto Canal, TVI e SIC. No âmbito do reforço da proteção dos públicos mais vulneráveis, destaca-se a realização do estudo sobre a publicidade alimentar dirigida a menores, que revelou indícios de práticas violadoras do Código da Publicidade, como a promoção de alimentos com elevados teores de açúcar e gorduras. Nesse contexto, a ERC defende a necessidade de reforço e clarificação das restrições legais, sobretudo quanto ao patrocínio. Foram ainda avaliados os concursos televisivos com chamadas de tarifa majorada nos serviços generalistas, levando a concluir que estes assumem características de televenda e justificando a necessidade de instrumentos de correção (em desenvolvimento).

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO, TELEVISÃO E OUTROS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

A análise do pluralismo e da diversidade na programação televisiva incide nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI, no generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura, CMTV, e no serviço de programas temático informativo do operador público de televisão, RTP3. As opções de programação da RTP1 RTP2 e RTP3 são coerentes com os requisitos dos serviços de programas, verificando-se que proporcionam a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor. A SIC continua a não emitir semanalmente espaços autónomos de *debate* e *entrevista* e, face ao fixado na sua licença de difusão, exibiu insuficiente programação *infantil/juvenil* e de *cariz cultural e de conhecimento*. A TVI também ficou aquém do estipulado na licença de difusão quanto a programas de *entrevista*, com presença residual de programas de índole *cultural e de conhecimento*. Ambos os serviços de programas evidenciam elevada concentração num número reduzido de géneros televisivos. No caso da CMTV, assinala-se novamente que as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço generalista, sendo mais próximas das de um temático informativo.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

A quota de programas em língua portuguesa constitui uma obrigação adicional, não prevista na DSCSA, que resulta da transposição nacional daquela diretiva, estando isentos desta exigência os serviços de programas de âmbito local, regional e internacional. A tendência de cumprimento da obrigação de exibição de programas originariamente em língua portuguesa manteve-se estável face a 2023; apenas os serviços temáticos de desporto, cinema e infantojuvenis mantêm valores residuais e incompatíveis com as obrigações legais, como os canais da NOS (TVCine Top, Edition, Emotion, Action) e da Dreamia (Panda Kids, Biggs e Hollywood). Quanto à exibição de obras criativas em língua portuguesa, os canais de cinema e séries da NOS, Dreamia e Cinemundo apresentam valores insuficientes. Não cumpriram a obrigação de envio trimestral de dados à ERC os operadores Canalvisão, S.A. (Localvisão), Upstar Comunicações, S.A. (ZAP Viva Internacional), Comunidade Canção Nova (TV Canção Nova) e C11 Multimédia Unipessoal, Lda. (serviço de programas 11).

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Globalmente, registam-se retrocessos na promoção de conteúdos europeus e nacionais nos serviços de televisão e serviços audiovisuais a pedido (SAP) e fragilidades estruturais no compromisso de vários operadores com as metas legais. As acentuadas assimetrias entre serviços, o incumprimento reiterado por parte de alguns, e a fragilidade das estratégias de proeminência obrigam à reforçada atuação regulatória. Entre os que não alcançaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia estão os serviços temáticos de cinema e séries com preponderância de filmes norte-americanos, como os serviços da NOS, o Cinemundo e o Hollywood. A quota de 10 % de produção independente recente não foi alcançada em 23 serviços de programas, de novo com destaque para os temáticos de cinema e séries. No caso dos SAP, obrigados a incluir 30 % de obras europeias nos catálogos, com pelo menos metade (15 %) dedicada a obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa, a NOS Play, Meo Videoclube e MEO Filmes e Séries apresentam valores aquém do mínimo estabelecido. Quanto às garantias de proeminência das obras europeias em catálogo, os operadores reportaram práticas conformes à lei (criação de áreas dedicadas, mecanismos de destaque editorial, funcionalidades de pesquisa e campanhas promocionais), contudo assinala-se a ausência de métricas claras de eficácia destas medidas.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

Na análise regular do anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, através de amostra correspondente a uma semana/mês, verificaram-se 178 situações de alteração da programação, com o maior número de casos na RTP 2 e o menor na TVI. Face ao ano anterior, agravou-se a tendência de elevado número de desvios nos serviços do operador público, ainda que a maioria seja justificada ao abrigo dos critérios de exceção previstos na LTSAP.

DIVERSIDADE DE PROGRAMAÇÃO NA RÁDIO PÚBLICA

Analizada a diversidade e pluralismo dos três serviços de programas de âmbito nacional do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3, à luz das obrigações estipuladas no CCSPT e, mais especificamente, do princípio da complementaridade da oferta, conclui-se que

o elemento diferenciador da Antena 1 é a programação informativa; a Antena 2 diferencia-se pela programação de *cultura e conhecimento* e a Antena 3, pelo *entretenimento*. As três antenas públicas correspondem também à obrigação contratual de inovação tecnológica e adaptação a novos modos de consumo, designadamente disponibilizando conteúdos em múltiplas plataformas, incluindo redes sociais e plataforma de partilha de vídeo, e explorando a interação com os ouvintes.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

Em 2024, a grande maioria dos serviços de programas de rádio locais preencheu a sua programação musical com, pelo menos, 30 % de música portuguesa, cumprindo a quota mínima obrigatória fixada na Lei da Rádio (LR). A totalidade das rádios locais cumpre a subquota de 60 % referente a temas em língua portuguesa interpretados ou compostos por cidadãos da União Europeia. A quota de 35 % de música recente foi cumprida por mais de 80 % dos operadores. Em 2024, estão isentos do cumprimento das quotas de música seis serviços de programas temáticos musicais: Rádio Marginal, Rádio Independente de Aveiro, Rádio Nova Era, Rádio Nova Era, Oxigénio e Rádio Positiva. Com a alteração de 2024, a LR passou a prever o dever de comunicação mensal à ERC, por via eletrónica, dos dados necessários à fiscalização – solução legislativa que não foi, contudo, suficiente para permitir abranger todos os operadores/serviços de programas licenciados na análise efetuada, ainda que a ERC venha alertando os regulados para a importância do cumprimento dessa obrigação.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

A Antena 1 cumpriu a obrigação, a que está sujeita pela LR, de emissão de uma quota mínima de 60 % de música portuguesa. A Antena 3, através do CCSPT, tem obrigação de difundir uma quota mínima de 50 % de música portuguesa, o que cumpriu. Assinala-se também o cumprimento, por ambas as antenas, da quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, bem como da quota de 35 % de música recente. A Antena 2 não está abrangida pela análise, por se tratar de um serviço temático orientado para a música clássica, género abrangido pelo regime de isenção.

RENOVAÇÃO DE LICENÇAS DE RÁDIO

Em 2024, o Conselho Regulador deliberou sobre 233 pedidos de renovação de licenças para o exercício da atividade de rádio, tendo aprovado 229 renovações. A análise dos processos de renovação das licenças permitiu identificar dificuldades dos operadores de rádio ao nível da capacidade organizativa e jurídica, assim como alguma fragilidade editorial e económica, com implicações na diversidade e pluralismo, num universo sobretudo composto por operadores de cobertura local. Foram também apreciados 11 pedidos de alteração de projeto, abrangendo 12 operadores. As modificações propostas evidenciam uma tendência crescente para a consolidação de conteúdos, o que exige uma especial atenção e acompanhamento por parte do regulador, com vista a garantir a preservação da autonomia editorial dos projetos locais e a diversidade programática do ecossistema radiofónico. Finalmente, foram analisadas dez alterações de domínio, reveladoras de dinamismo societário no setor e eventuais mudanças na orientação editorial e estratégica dos operadores, e duas cessões de licença, que refletem dificuldades persistentes na manutenção dos projetos.

TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

A atuação da ERC no quadro do regime jurídico da transparência traduz-se em duas vertentes principais, a organização, gestão e acompanhamento da informação constante do Portal da Transparência e a atividade deliberativa. A 15 de maio de 2025, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1427 entidades proprietárias que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras de 1871 órgãos de comunicação social. Trata-se de um setor heterogêneo, em que grandes grupos empresariais coexistem com iniciativas individuais, sendo a comunicação social a atividade principal de 59% das entidades proprietárias. Predominam as entidades coletivas de pequena dimensão, com enfoque na imprensa. São poucas as entidades que detêm mais do que um órgão de comunicação social, e mais excecionais são as que possuem diferentes tipos de meios, o que é indicativo das exigências crescentes associadas à diversificação e expansão do negócio mediático, cada vez mais competitivo e concentrado. Em 2024, o Conselho Regulador aprovou um total de 27 deliberações no contexto da transparência dos media, estando sobretudo em causa três grandes temas, a saber, incumprimento de deveres de reporte de dados relativos à titularidade, à gestão e aos meios de financiamento; apreciação de pedidos de exclusão da publicidade no Portal da Transparência dos dados reportados pelas entidades; e averiguações para aferição de eventuais poderes de influência que comprometam o pluralismo, a liberdade de expressão e a independência editorial perante os poderes político e económico. Das situações em que a ERC interveio para corrigir situações de falta de transparência na identificação da cadeia de imputação de participações sociais, destaca-se a decisão prolatada em relação à Global Noticias – Media Group, S.A, em janeiro de 2024.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

Em 2024, à luz do regime jurídico da publicidade institucional do Estado (PIE), foram validadas 103 campanhas de PIE, promovidas por 27 entidades abrangidas pelos deveres legais de comunicação. Os investimentos totalizaram 5 milhões e 327 mil euros, dos quais 1 milhão e 700 mil euros se destinaram a meios de âmbito regional e local, o que corresponde a 31% do total investido. Não se registaram casos de incumprimento do investimento a alocar a órgãos de comunicação social de âmbito local, já que as percentagens foram superiores ao mínimo previsto na lei (um mínimo de 25% em campanhas de PIE de valor unitário superior a 5.000€). Das campanhas comunicadas, verifica-se a mediação de agências de publicidade em cerca de 30%, que envolveram um montante de 4,82 milhões de euros (mais de 90% do total de investimentos comunicados).

Caracterização do Setor

Universo dos Regulados
Consumos de *Media*
Retrato Económico-Financeiro

UNIVERSO DOS REGULADOS

1. VISÃO GLOBAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade. Por outro, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações e das denominações dos serviços de programas de rádio e televisão, dos serviços audiovisuais a pedido e plataformas de partilha de vídeos – uma proteção que é, também, uma salvaguarda do direito constitucional à informação.

Ciente de que o valor dos registos reside na exatidão das informações prestadas, tem sido prioridade da ERC consolidar o registo dos órgãos de comunicação social. Nesse sentido, tem sensibilizado os regulados para a obrigatoriedade de registo e atualização dos dados, sempre que ocorram alterações relevantes.

O registo dos órgãos tem também o enorme valor de permitir caracterizar o setor quanto ao número de meios em atividade, bem como, na comparação entre anos diferentes, identificar dinâmicas de expansão e retração do mercado. É essa caracterização que se faz neste capítulo, por relação a 2024. Caracteriza-se também uma outra área de atividade sujeita a supervisão da ERC, as empresas credenciadas na ERC para a realização de sondagens de opinião (14 em 2024).

Apresenta-se no final do capítulo a evolução longa do número de registos, que resulta da compilação de dados da ERC desde 2010, sempre que haja dados disponíveis (e na medida em que as entidades tenham passado a estar sujeitas a registo).

Atente-se no caso das publicações periódicas que, de 2971 títulos em 2010, passaram para 1675 em 2024, uma redução de 40% em quinze anos. Mesmo que parte deste declínio seja atribuível ao apuramento das metodologias registais da ERC (incluindo o cancelamento oficioso de registos desatualizados e licenças inválidas), é inegável a retração deste mercado, com declínio do número de títulos em papel.

Em contrapartida, as mudanças tecnológicas levam ao aumento dos suportes digitais, que tanto no caso da imprensa como da rádio têm sido setores em expansão. Há ainda a destacar os meios que só passaram recentemente a ser sujeitos a registo e supervisão da ERC, como os serviços audiovisuais a pedido e as plataformas de partilha de vídeo, e cujo crescimento é ainda incipiente.

2. ENTIDADES REGISTADAS

- 1675 Publicações periódicas
- 306 Empresas jornalísticas
- 2 Empresas noticiosas (agências noticiosas)
- 13 Operadores de distribuição
- 267 Operadores de rádio e 324 serviços de programas de rádio
- 25 Operadores de televisão e 70 serviços de programas (canais) televisivos
- 216 Serviços de programas (canais de rádio e televisão) distribuídos exclusivamente através da internet
- 16 Operadores de serviços audiovisuais a pedido e 126 serviços audiovisuais a pedido
- 2 Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos e 3 plataformas de partilha de vídeos
- 14 Empresas de sondagens credenciadas

3. PANORAMA ATUAL

3.1. ORGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Considerando que o valor dos registos reside na exatidão das informações prestadas, tem sido prioridade da ERC consolidar o registo dos órgãos de comunicação social. Neste sentido, tem sensibilizado os regulados para a obrigatoriedade de registo e atualização dos dados, sempre que ocorram alterações relevantes. Para assegurar o cumprimento destas obrigações, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, dotou a ERC de instrumentos para garantir a atualização registal, como o cancelamento oficioso de registos desatualizados ou inválidos.

No universo dos registos dos meios de comunicação social em 2024, encontram-se ativos 2522. A estes, somam-se 14 empresas de sondagens credenciadas na ERC (tratadas no próximo subcapítulo), estando assim um total de 2536 entidades sob supervisão da ERC.

3.1.1. PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos artigos 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, doravante LI). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizados. São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas as publicações editadas em território português, independentemente da língua em que são redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade num Estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente

em território nacional. Estas publicações não podem iniciar a sua publicação sem previamente ter efetuado o registo na ERC (art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial (n.º 2, do art.º 15.º, Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Em 2024, encontravam-se registadas 1675 publicações periódicas (menos 26 do que em 2023), distribuídas pelos seguintes distritos e regiões autónomas:

FIG. 1 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO – POR DISTRITO/REGIÃO

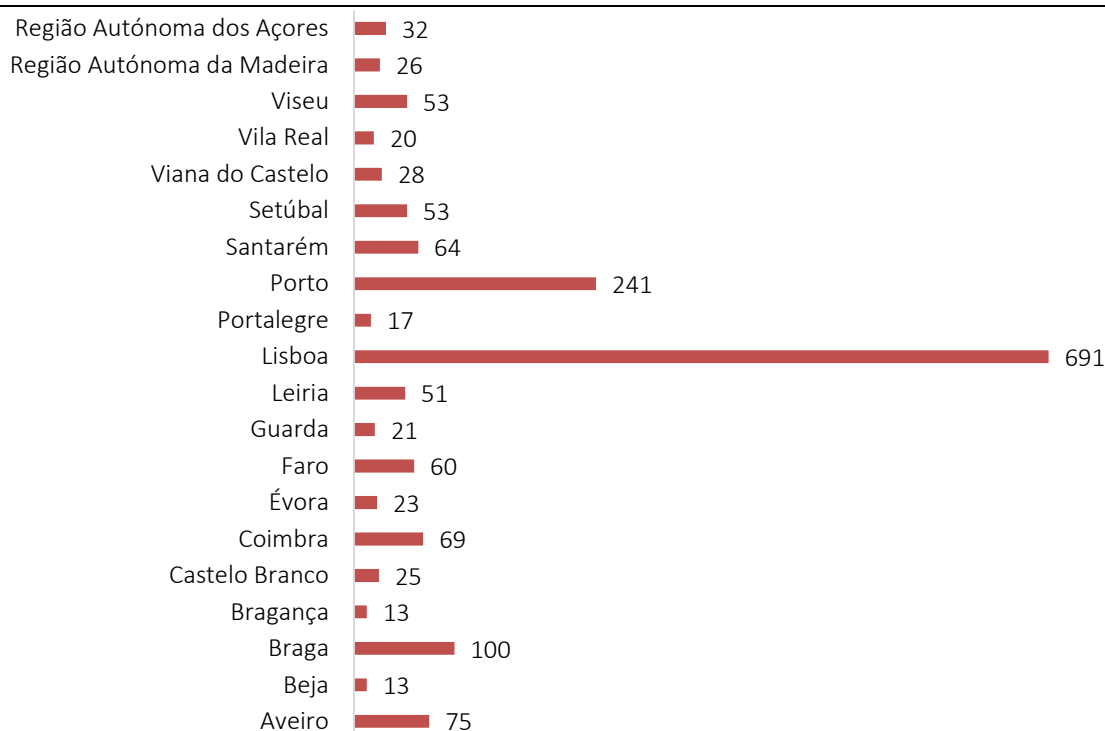
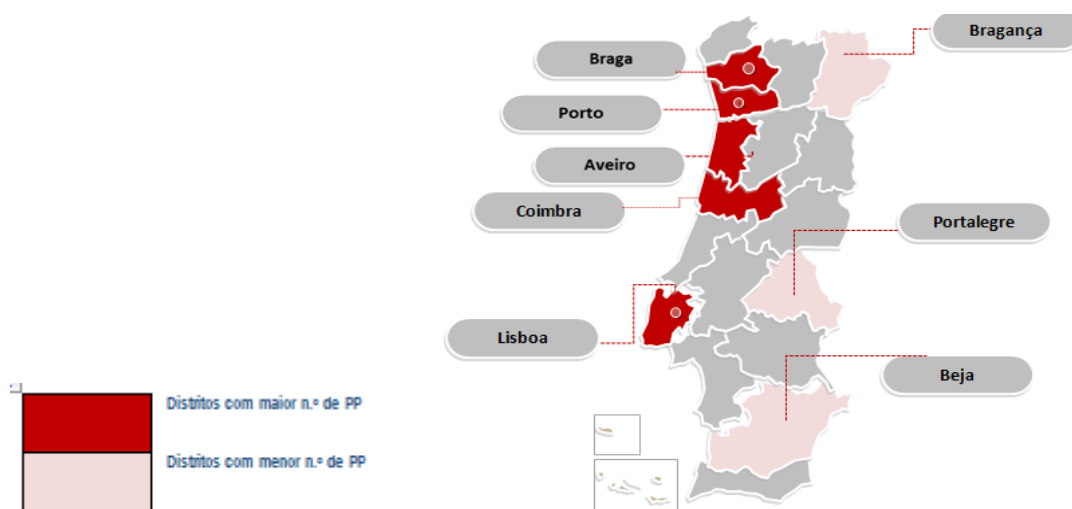
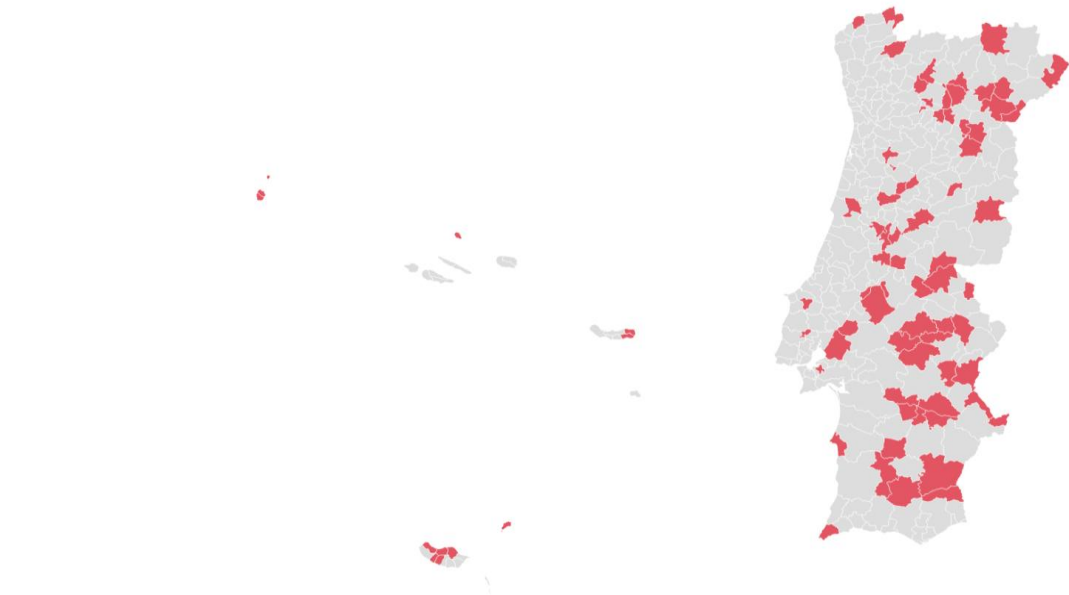


FIG. 2 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM MAIOR E MENOR NÚMERO DE REGISTOS ATIVOS – DISTRITO/REGIÃO



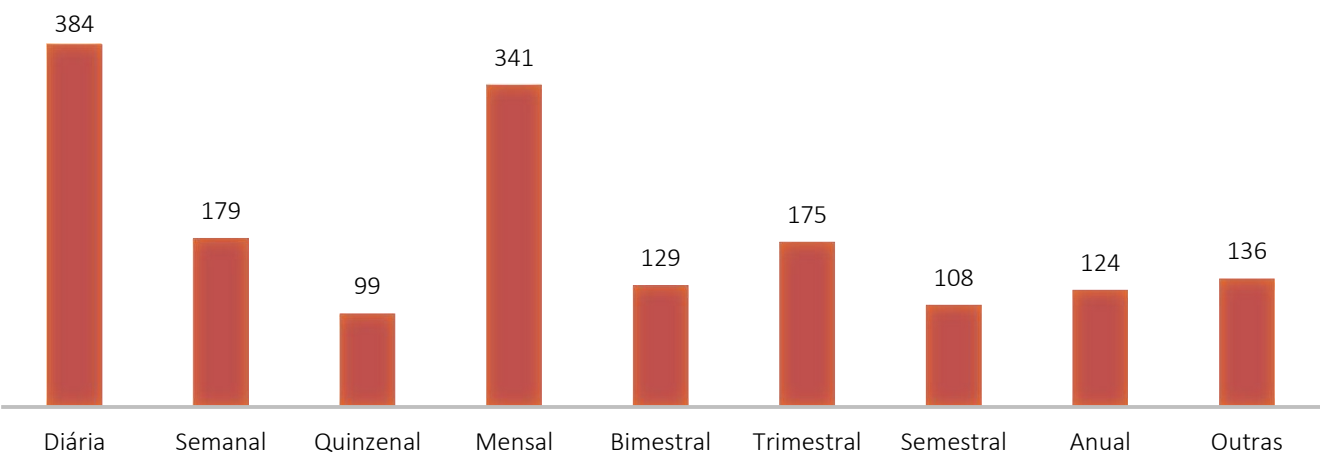
Os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 691 e 241 publicações registadas, seguidos de Braga, com 100, Aveiro, com 75 e Coimbra, com 69. Os distritos com menor número de publicações registadas são Beja e Bragança, com 13, e Portalegre, com 17.

FIG. 3 – MUNICÍPIOS SEM REGISTO DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS



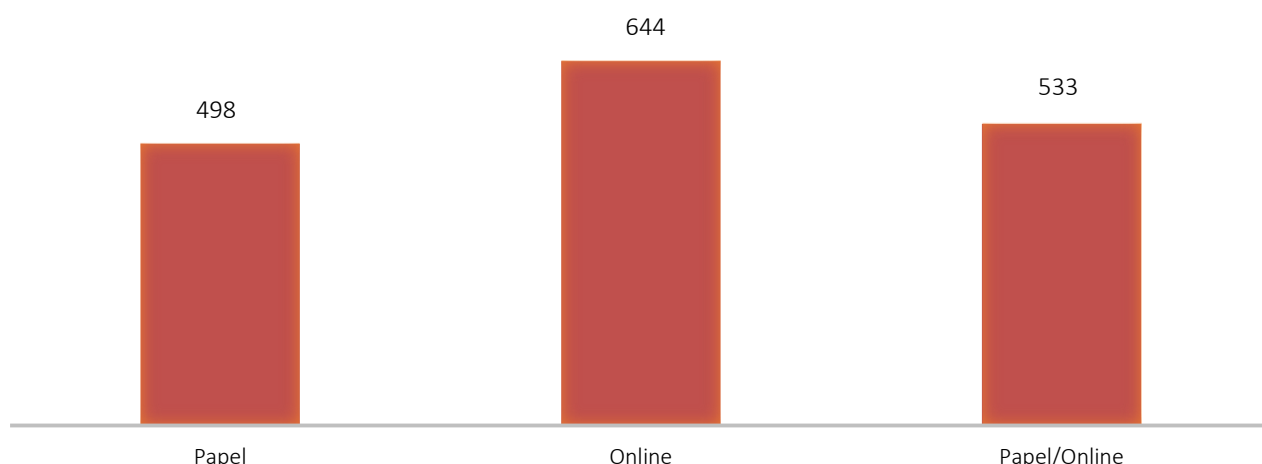
O mapa indica que existem 83 municípios, cerca de 26%, sem qualquer publicação periódica registada.

FIG. 4 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO– POR PERIODICIDADE



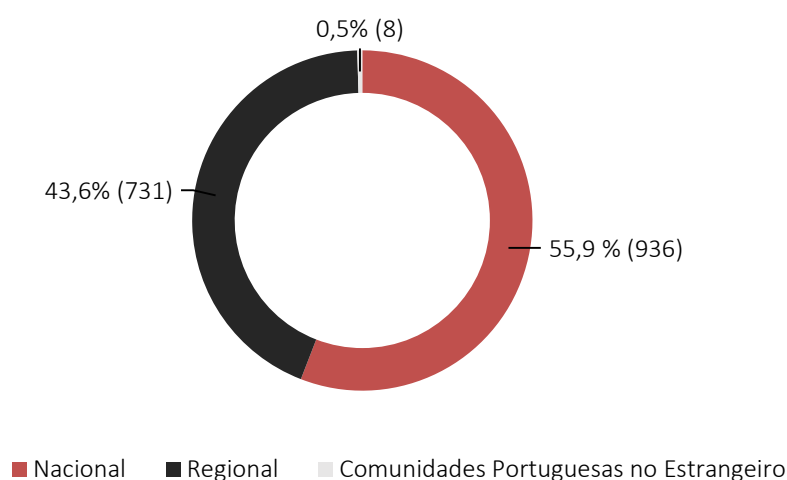
A periodicidade que mais se destaca é a diária, seguindo-se a mensal. Do total de publicações periódicas, cerca de um milhar tem periodicidade entre diária e mensal.

FIG.5 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO – POR SUPORTE



Face ao ano anterior, em 2024 o número de publicações editadas exclusivamente *online* manteve-se praticamente igual (eram 645 em 2023). Já as publicações apenas em papel registaram uma diminuição de títulos face a 2023, ano em que totalizavam 547. O número de publicações em ambos os suportes aumentou, mas não o suficiente para compensar essa redução: em 2024, estavam registadas mais 24 do que as 509 existentes em 2023.

FIG. 6 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO – POR ÂMBITO GEOGRÁFICO



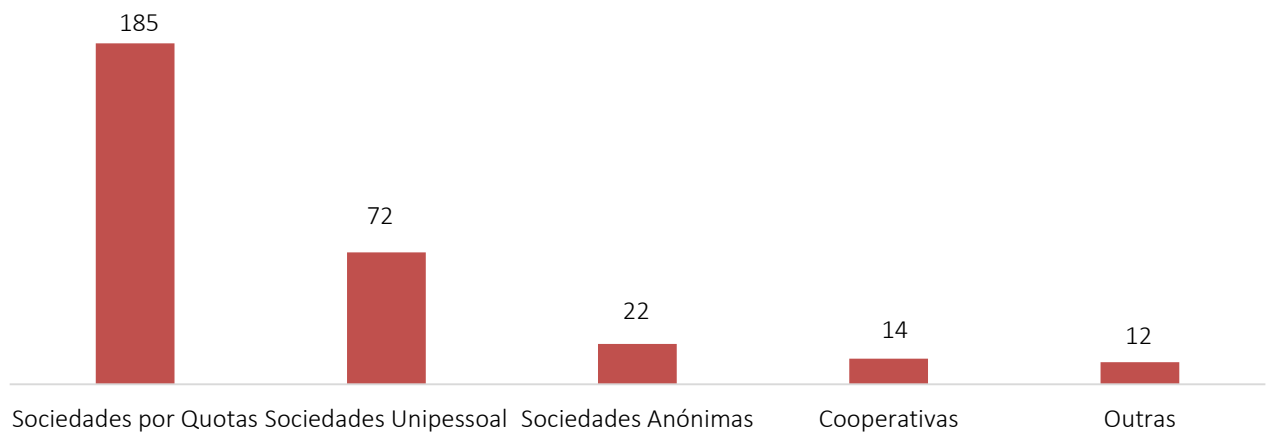
Do universo das publicações periódicas registadas, perto de mil são publicações de âmbito nacional. Seguem-se 731 publicações de âmbito regional e oito dirigidas a comunidades portuguesas no estrangeiro.

3.1.2 EMPRESAS JORNALÍSTICAS

São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da LI).

Estavam registadas, em 2024, 306 empresas jornalísticas (menos cinco que em 2023).

FIG. 7 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS COM REGISTO ATIVO – POR NATUREZA JURÍDICA



A maioria das empresas registadas são, quanto à natureza jurídica, sociedades por quotas.

3.1.3 EMPRESAS NOTICIOSAS

São empresas noticiosas as que têm por objeto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (art.º 8.º da LI).

Em 2024, encontravam-se apenas duas empresas noticiosas registadas, sem variações face a 2023.

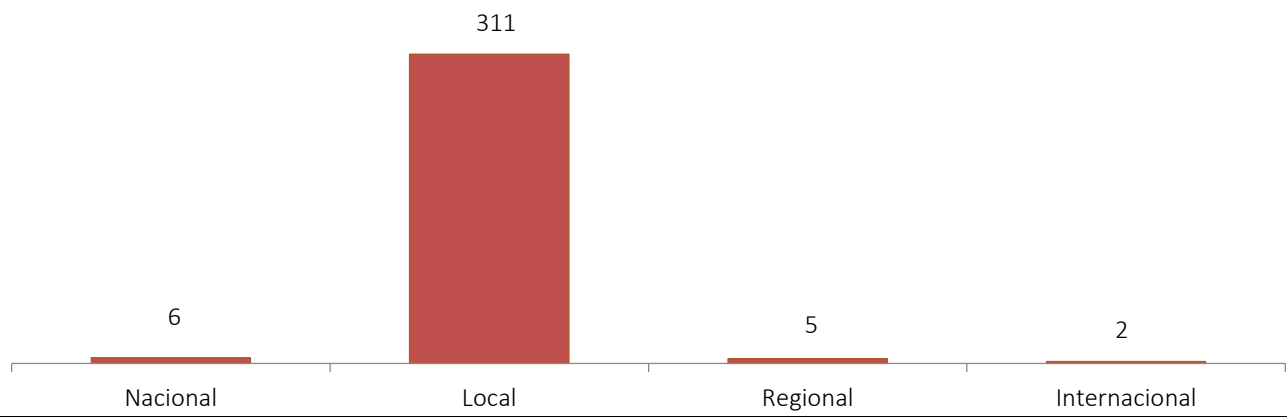
3.1.4 OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Entende-se por “operadores de rádio” as entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com carácter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio, conforme disposto na alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio).

“Serviço de programas” (comummente designado “canal”) é o conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei da Rádio.

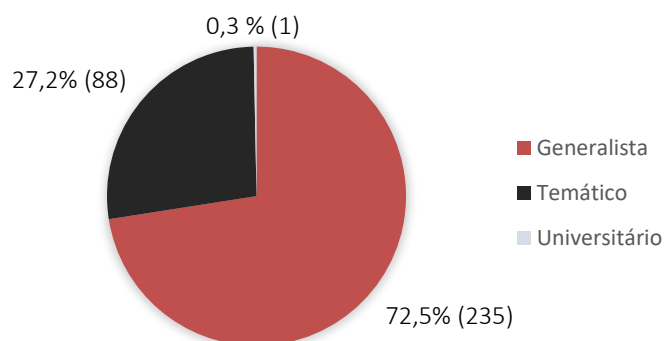
Em 2024, encontravam-se registados 324 serviços de programas de rádio, distribuídos por 267 operadores de rádio. Em 2023 havia registo de 328 serviços de programas, para 272 operadores.

FIG. 8 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO – POR ÁREA DE COBERTURA



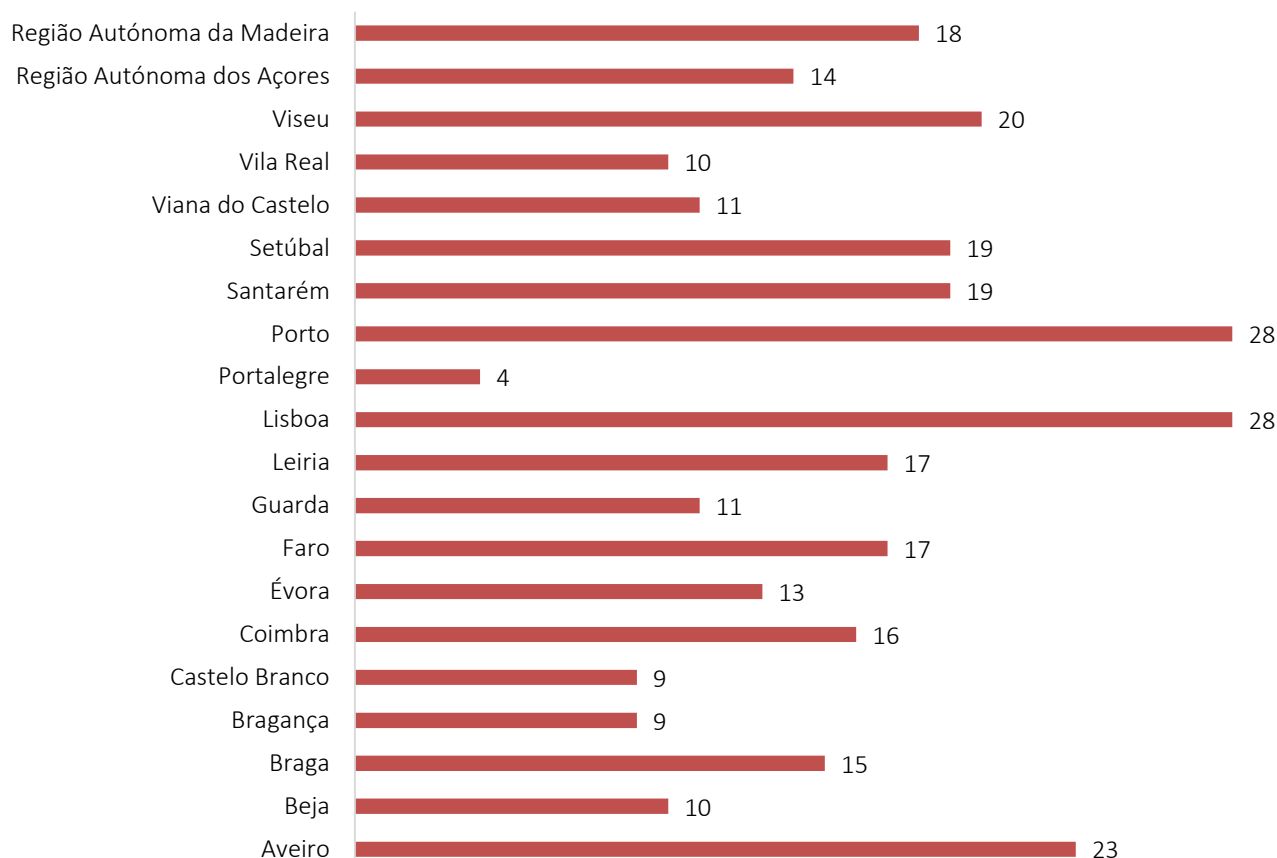
Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm área de cobertura local.

FIG. 9 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



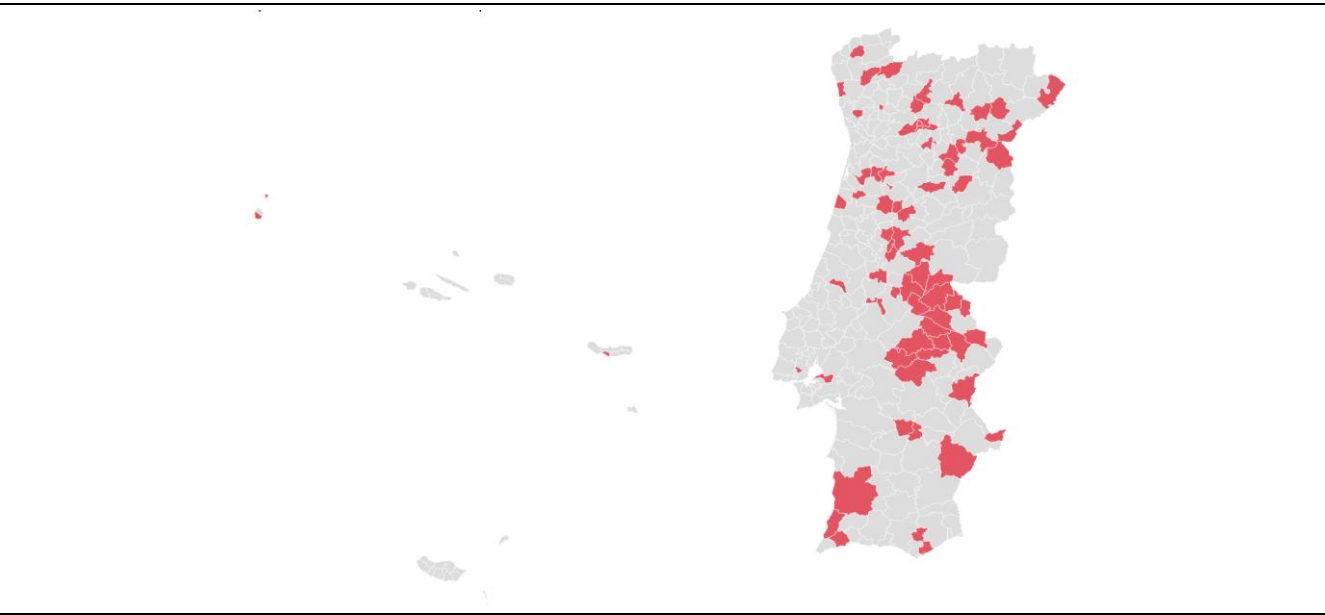
Como demonstra a Figura 9, os serviços de programas de rádio com a tipologia de programação generalista representam a maioria, com 235 registos.

FIG. 10 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO LOCAIS COM REGISTO ATIVO – POR DISTRITO/REGIÃO DE LICENCIAMENTO



A Figura 10 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo em Lisboa e Porto, seguidos de Aveiro, que existem mais licenças.

FIG. 11 – MUNICÍPIOS SEM SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO



Da leitura do mapa, verifica-se que existem 74 municípios, cerca de 24%, sem qualquer serviço de programas de rádio.

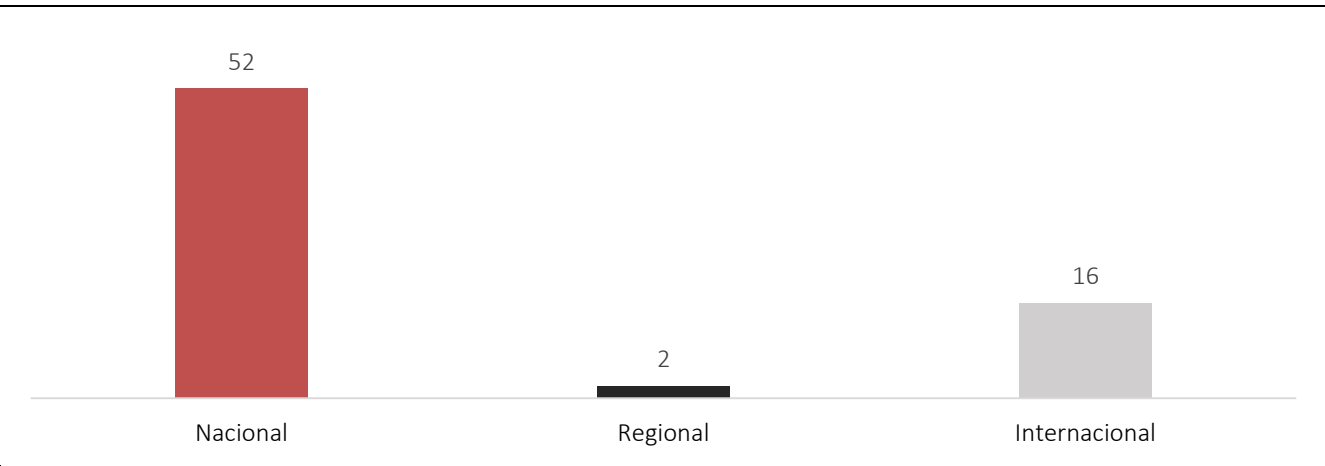
3.1.5 OPERADORES TELEVISIVOS E RESPETIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Operadores televisivos são pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Entende-se por serviço de programas o conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

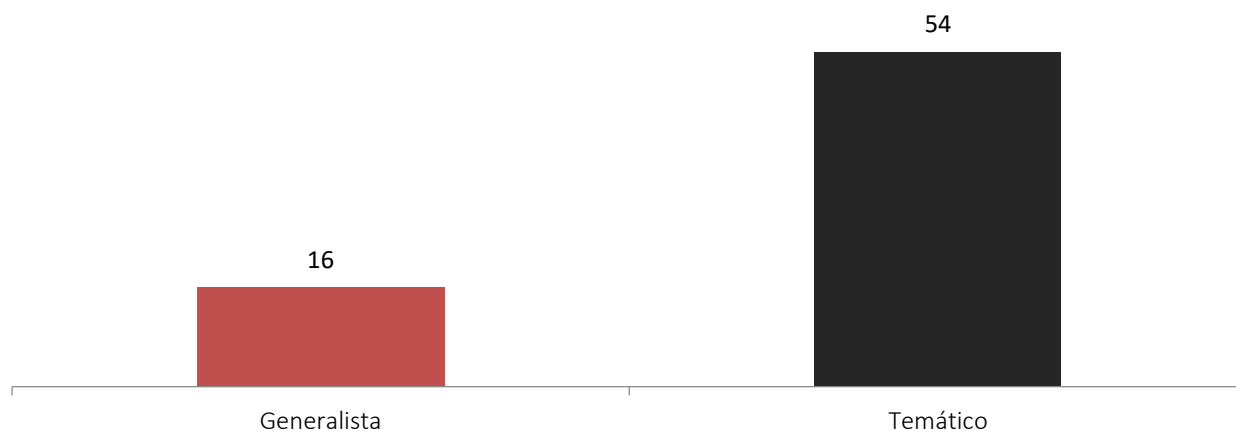
Encontravam-se registados, em 2024, 70 serviços de programas televisivos, distribuídos por 25 operadores televisivos. Face a 2023, houve cinco inscrições de serviços de programas, enquanto o número de operadores de televisão se manteve.

FIG. 12 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO – POR ÁREA DE COBERTURA



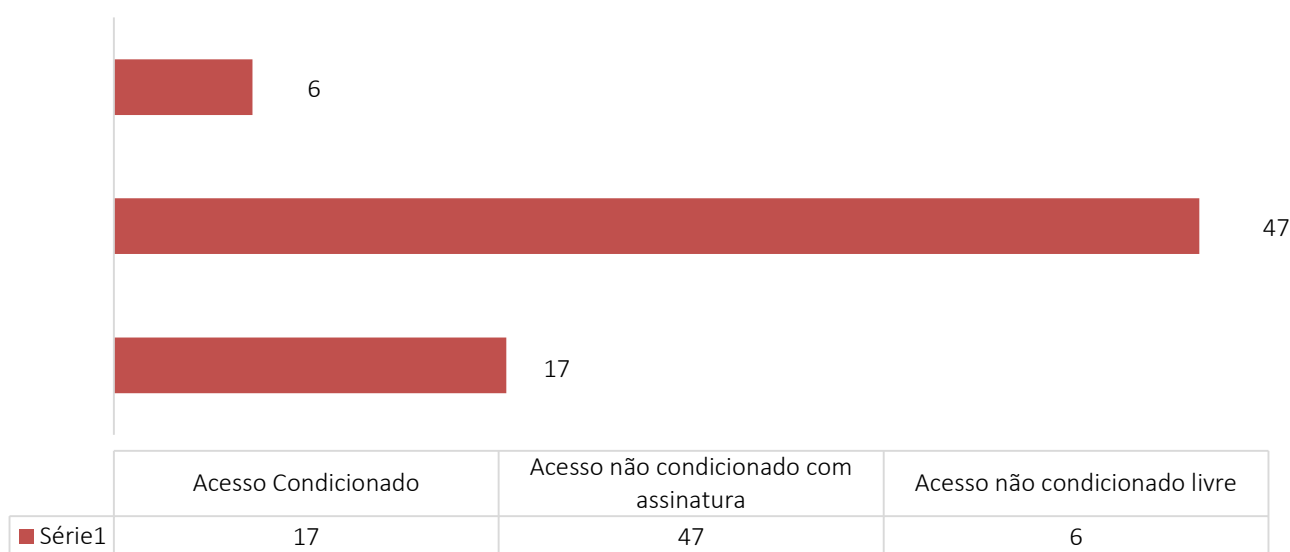
Como mostra a Figura 12, 52 dos serviços de programas registados são de cobertura nacional, o que representa três quartos desse universo.

FIG. 13 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Na Figura 13, salienta-se a tipologia de programação temática, com cerca de 79 % dos serviços de programas televisivos registados.

FIG. 14 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO – POR TIPO DE ACESSO



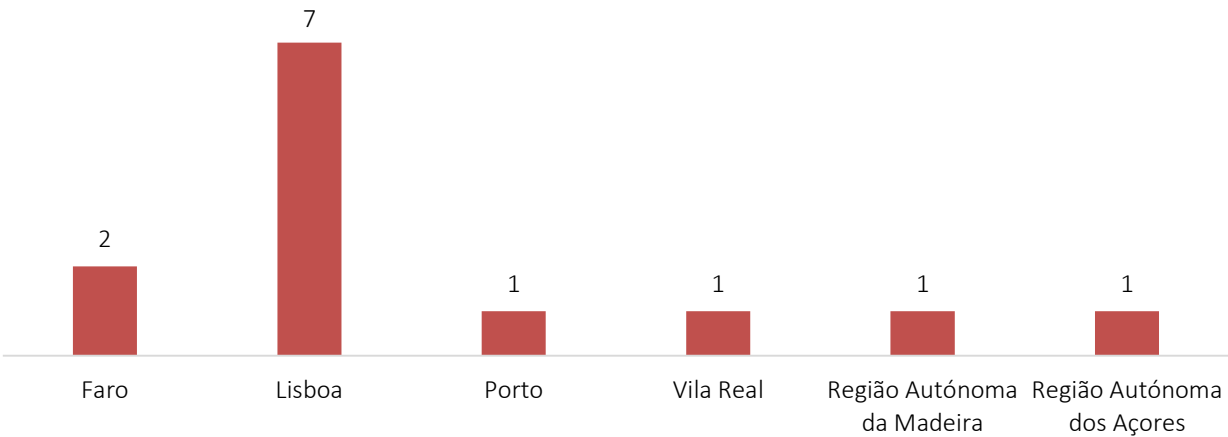
Os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam cerca de 67 % dos serviços de programas televisivos registados.

3.1.6. OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

São operadores de distribuição as pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações eletrónicas (alínea l), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Em 2024, estavam registados treze operadores de distribuição, mais um que em 2023.

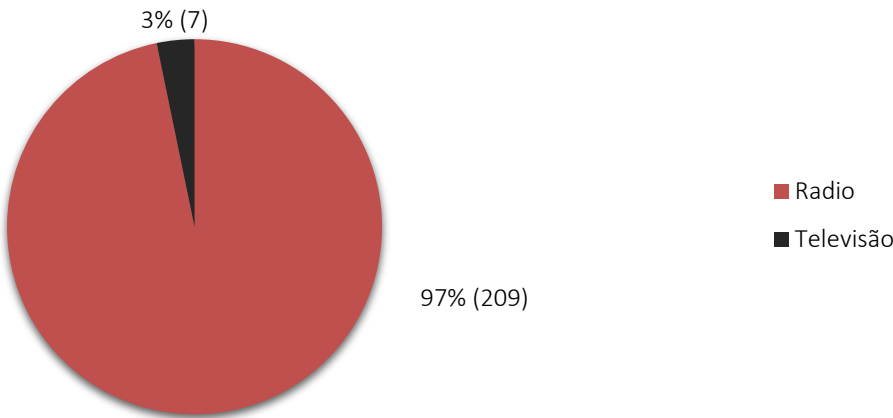
FIG. 15 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO COM REGISTO ATIVO – POR ÁREA GEOGRÁFICA



3.1.7. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

A difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da Internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes está prevista no n.º 8 do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho. A difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da Internet está prevista no n.º 3, do art.º 17.º, da Lei 54/2010, de 24 de dezembro.

FIG. 16 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET COM REGISTO ATIVO – POR TIPO



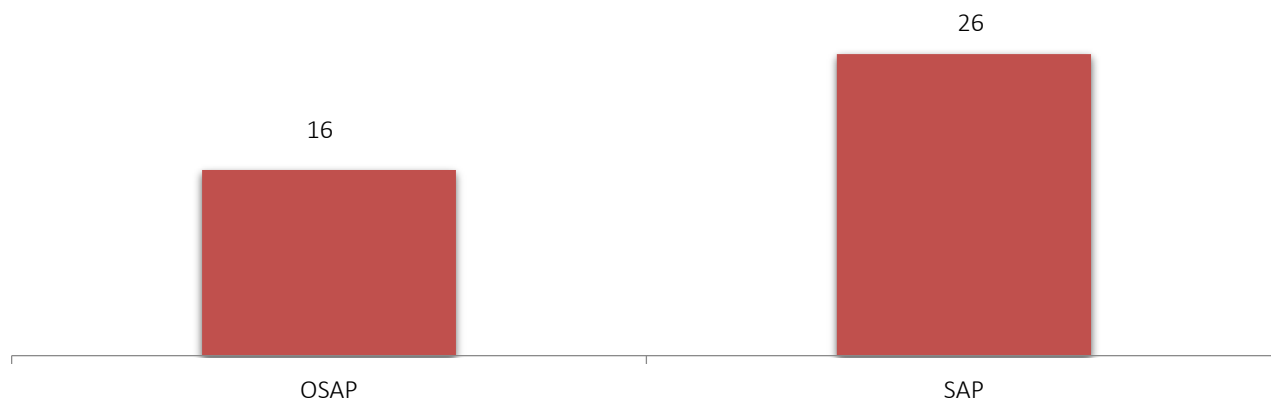
Encontravam-se registados, em 2024, 216 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, sendo a larga maioria (97%) de rádio. Em 2023, estavam registados 201 serviços, dos quais 194 de rádio e 7 de televisão.

3.1.8. OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPETIVOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Esta categoria refere-se a pessoas singulares ou coletivas responsáveis pela seleção e organização dos conteúdos dos serviços audiovisuais a pedido sob a forma de catálogo (alínea m), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Em 2024, estavam registados 16 operadores (o mesmo que em 2023) e 26 serviços de programas audiovisuais a pedido (menos um que em 2023).

FIG. 17 – OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO (OSAP) E RESPETIVOS SERVIÇOS (SAP) COM REGISTO ATIVO

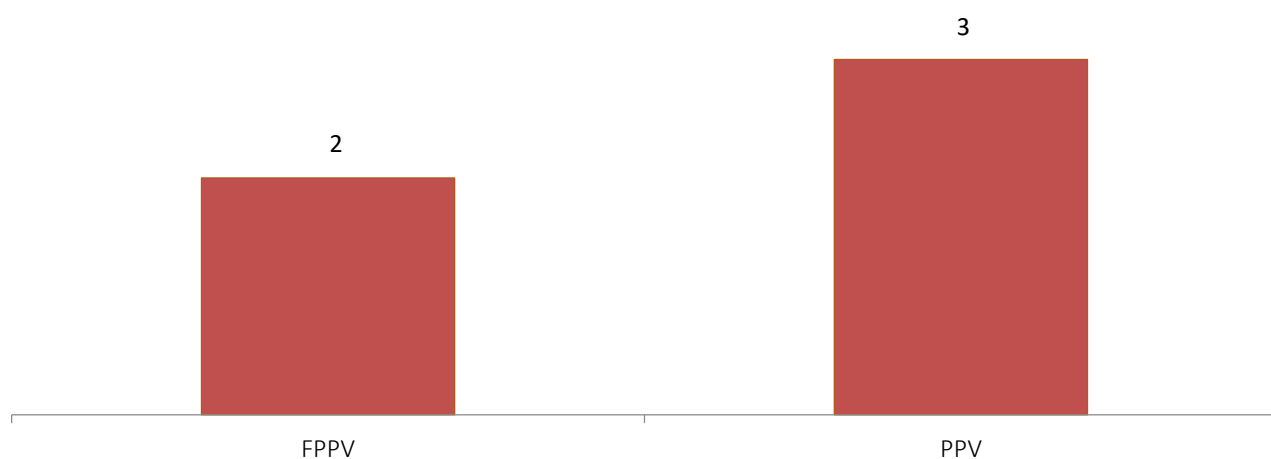


3.1.9. FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPETIVAS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

São fornecedores de plataformas de partilha de vídeos (PPV) as pessoas singulares ou coletivas que prestam um serviço de plataforma de partilha de vídeos (alínea ee), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Em 2024, e face a 2023, manteve-se o número de fornecedores (2). Estavam três plataformas registadas em 2024, menos uma que no ano anterior.

FIG. 18 – FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPETIVAS PLATAFORMAS COM REGISTO ATIVO EM 2024



3.2. ENTIDADES CREDENCIADAS PARA A REALIZAÇÃO DE SONDAGENS

No domínio dos estudos de opinião, subsumíveis às regras da Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho), integram o universo de regulados da ERC os divulgadores de sondagens e inquéritos de opinião de carácter político, bem como as entidades responsáveis pela sua realização. Os estudos de opinião de natureza privada, inclusive os de carácter político, não são regulados, limitando-se a aplicação das regras às sondagens e inquéritos de opinião publicamente divulgados. A realização de inquéritos é uma atividade livre, sem necessidade de licenciamento prévio, ao contrário das sondagens, cujas atividade carece de obtenção de licença junto da ERC ao abrigo do n.º1 do artigo 3.º da Lei das Sondagens.

À data de 31 de dezembro de 2024, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 14 entidades, aumentando, em duas, o número de licenças em vigor no último dia do ano face a 2023 (12 licenças).

Relativamente às alterações ao cadastro, 2024 foi um ano de pouco movimento procedimental, registando-se a caducidade de duas licenças (IPOM e Norma-Açores), a concessão de quatro novas credenciações (Duplimétrica, IPOM, Norma-Açores e UA/CIMAD) e a renovação de uma licença (Marktest). Do conjunto das 14 empresas credenciadas no final de 2024, apenas a Duplimétrica não possuía histórico em matéria de licenças para a realização de sondagens. Aliás, é de destacar que em 2024 foram solicitadas à ERC, por três instituições estrangeiras, informações acerca dos requisitos e procedimentos para obtenção da credenciação para a realização de sondagens em Portugal. A Duplimétrica, empresa com ligação ao IPESPE (Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas do Brasil), foi criada no seguimento de um desses pedidos de informação com a finalidade de obter a credenciação para a realização de sondagens.

FIG. 19 – SITUAÇÃO DAS ENTIDADES CREDENCIADAS PELA ERC A 31 DE DEZEMBRO DE 2024

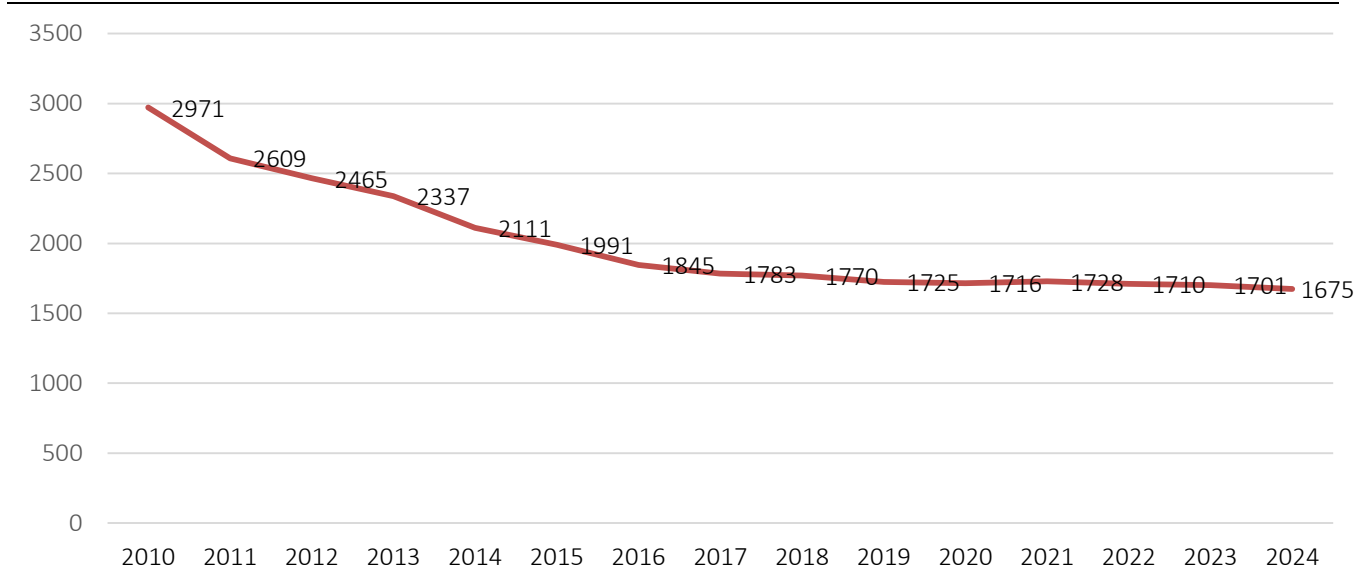
Entidades com credenciação ativa em 2024	Alterações ao registo até final de 2024
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	--
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	--
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	--
Duplimétrica, Lda.	Credenciação
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	--
ICS/ISCTE – Instituto de Ciências Sociais/Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	--
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	--
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	Caducidade e Credenciação
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	Renovação
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.	--
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	Caducidade e Credenciação
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	--
UA/CIMAD – Centro de Investigação em Marketing e Análise de Dados da Universidade de Aveiro	Credenciação
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	--

4. EVOLUÇÃO DO SETOR DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Para caracterizar o setor no tempo com base no histórico registal da ERC, os meios tradicionais – imprensa, televisão e rádio – são aqueles que dispõem de dados mais recuados, tendo vindo a juntar-se, mais recentemente, os segmentos ligados ao digital e à diversificação de serviços audiovisuais.¹

Nas figuras 20 e 21, apresenta-se a evolução do setor da imprensa, a partir do número de publicações periódicas registadas na ERC, desde 2010. O detalhe desta evolução por suporte, papel e *online*, baseia-se em dados consistentemente disponíveis a partir de 2013.

FIG. 20 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS: EVOLUÇÃO GLOBAL



Fonte: ERC – base de dados dos registos (relatórios de regulação)

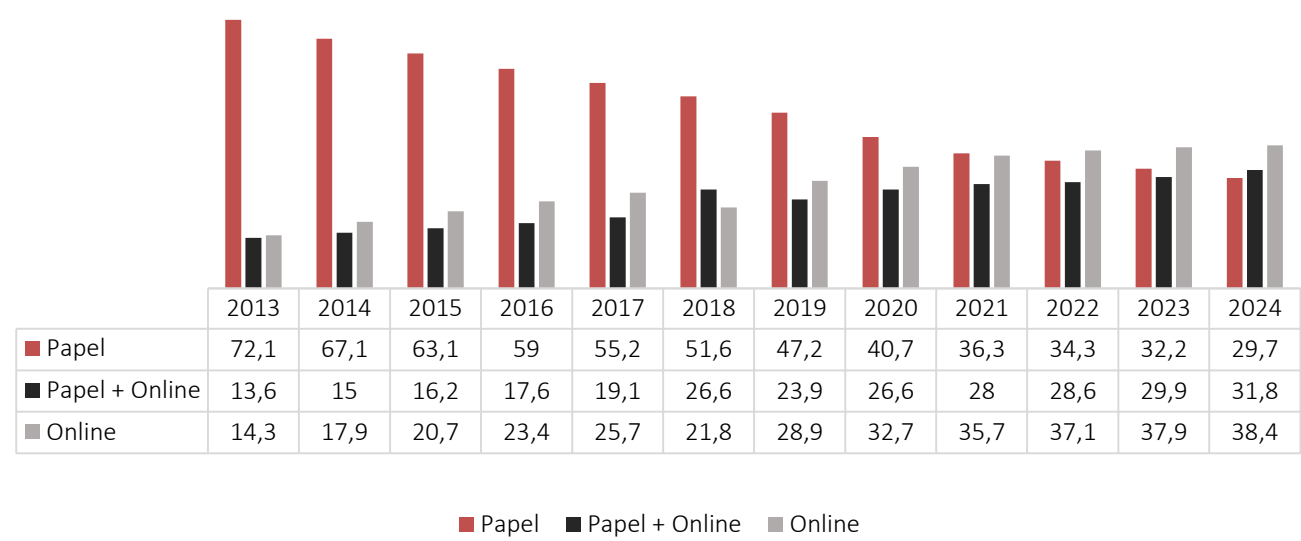
O número de títulos de **imprensa** editados exclusivamente em suporte papel evidencia uma tendência de queda contínua ao longo do período. Em 2013, representava 72,1% do total, descendo progressivamente até atingir 29,7% em 2024 – uma redução de 42,4 pontos percentuais em 12 anos.

Paralelamente, a imprensa exclusivamente *online* cresce expressivamente, de 14,3% em 2013 para 38,4% em 2024. O modelo híbrido (papel e *online*) também evolui consistentemente: de 13,6% para 31,8% no mesmo período, com especial aceleração entre 2017 e 2018 (passa de 19,1% para 26,6%).

Como resultado destas tendências, em 2019, o conjunto das publicações em papel e *online* e das exclusivamente *online* ultrapassa a barreira dos 50%, superando pela primeira vez o papel em número de títulos. A partir de 2021, as publicações exclusivamente digitais assumem a dianteira. O ano 2024 é aquele em que, pela primeira vez, o número de títulos editados apenas em papel é ultrapassado pelos outros dois, tornando-se o suporte minoritário.

¹ O facto de só existirem dados para SAP e PPV a partir de 2022 reflete a entrada em vigor da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro que transpõe a DSCSA, bem como do Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, passando a partir de 1 de janeiro de 2022 estes serviços a estar sujeitos a registo.

FIG. 21 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS: EVOLUÇÃO POR SUPORTE



Fonte ERC – base de dados dos registos (Relatórios de Regulação)

A Figura 22 apresenta os dados referentes a todos os meios sujeitos a registo na ERC, desde 2010. Observa-se que a partir de 2012 o número de operadores de **rádio** diminui de forma quase ininterrupta, passando de 334 para 267 - uma redução de 49 operadores em 11 anos. No entanto, tal quebra não é acompanhada com a mesma intensidade pelo número de serviços de programas, indicando que a oferta radiofónica tem vindo a concentrar-se em menos operadores (as alterações ao setor são amplamente analisada no estudo publicado pela ERC em 2022 [A Rádio em Portugal – Uma Década de Intervenção Regulatória](#)).

Em contrapartida, o número de serviços de programas de rádio difundidos exclusivamente pela Internet (“webrádios”), com base na série de dados iniciada em 2015, regista a partir daí um crescimento acentuado e ininterrupto, evidenciando a afirmação progressiva deste formato digital no ecossistema radiofónico.

A evolução da oferta no setor da **televisão** regista uma tendência global de crescimento e diversificação, ainda que de forma não totalmente consistente ao longo do período. Globalmente, regista-se um acentuado alargamento da oferta entre 2010 e 2024, com o número de operadores quase a duplicar (de 13 para 25) e o total de serviços de programas a aumentar de 44 para 70.

FIG. 22 – EVOLUÇÃO DOS OCS REGISTADOS NA ERC POR TIPO (2010-2024)

Tipo OCS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Publicações periódicas	2971	2609	2465	2337	2111	1991	1845	1783	1770	1725	1716	1728	1710	1701	1675
Operadores de rádio	321	320	334	316	305	303	301	297	293	286	284	284	272	272	267
Serviços de programas de rádio	346	341	339	343	334	334	332	331	329	328	328	328	328	328	324
Operadores de televisão	13	17	22	19	22	21	23	25	25	25	25	22	24	25	25
Serviços de programas televisivos	44	52	58	56	64	60	60	60	60	62	61	62	64	65	70
Serviços de programas difundidos exclusivamente pela Internet	7	12	15	9	16	18	49	78	87	109	129	149	181	201	216
Web rádio	-	-	-	-	-	15	43	73	85	108	125	144	175	194	209
Web televisão	-	-	-	-	-	3	6	5	2	1	4	5	6	7	7
Empresas noticiosas	9	9	9	2	2			1	1	2	2	2	2	2	2
Operadores distribuição	9	9	9	9	8	8	9	9	9	10	11	11	11	12	13
Operadores de serviços audiovisuais a pedido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	16	16
Serviços audiovisuais a pedido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	27	26
Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2
Plataformas de partilha de vídeos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	4	3

Fonte: ERC (Relatórios de Regulação 2010-2024)

CONSUMOS DE *MEDIA*

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo sistematiza as principais tendências de consumo dos meios de comunicação social em Portugal durante o ano de 2024, no que diz respeito à televisão, rádio, imprensa e internet. Com base em diversas fontes, procura-se apresentar uma visão integrada que conjugue indicadores de audiências e consumos dos *media*.

A análise foca-se na comparação com 2023, permitindo perceber continuidades e mudanças. Cada secção detalha os hábitos do público, destacando diferenças demográficas, horários de maior consumo e os órgãos de comunicação social que lideraram as preferências.

Em 2024, os padrões de consumo dos *media* em Portugal revelaram o seguinte:

- A **televisão** manteve uma elevada penetração.
- Verificou-se uma ligeira redução na quota de audiência da televisão por assinatura e um aumento na categoria *Outros*, que inclui *streaming*, visionamento em diferido, serviços de programas não auditados, e outras utilizações da televisão.
- Os canais generalistas em sinal aberto tiveram uma quota de audiência conjunta de 40,3%, com a TVI a afirmar-se como o canal mais visto em 2024.
- As competições de futebol continuaram a dominar o topo dos programas mais vistos na televisão generalista, enquanto os canais por assinatura de filmes, séries e informação lideraram as preferências.
- O meio **rádio** registou uma diminuição na penetração e no tempo médio de escuta diária.
- A escuta no autorrádio manteve-se como o principal suporte.
- A Rádio Comercial e a RFM mantiveram a liderança nas audiências.
- A **imprensa** evidenciou uma redução, sendo as publicações de informação geral as mais procuradas.
- No que concerne à circulação total de publicações periódicas de informação geral, o Correio da Manhã apresenta a maior circulação no formato impresso, enquanto o Público se destaca pelo maior número de assinaturas digitais.
- A **internet** prosseguiu a sua trajetória de crescimento.
- A leitura de notícias é a atividade *online* mais comum, abrangendo 82,1 % dos utilizadores. Entre os restantes consumos mediáticos na internet, 53,4 % visualiza vídeos em plataformas de partilha, 49,8 % assiste a televisão, 42,8 % subscreve serviços de vídeo a pedido (*videostreaming on demand*) e 31,1 % descarrega ou ouve *podcasts*.
- No panorama digital dos *media*, os diversos *sites* que fazem parte da TVI e da SIC lideraram.

2. TELEVISÃO

Em 2024, 84,7 % dos residentes em Portugal Continental com 15 ou mais anos contactaram com a televisão, de acordo com a Marktest¹. Este valor representa menos 0,1 ponto percentual (p.p.) do que em 2023. O contacto televisivo foi mais frequente entre as mulheres, os indivíduos com mais de 64 anos e as classes sociais D e E. Cada português viu, em média, 5 horas e 29 minutos de televisão por dia, cerca de cinco minutos acima do registado em 2023.

FIG.1 – TEMPO MÉDIO DE VISIONAMENTO TELEVISIVO E SHARE DE AUDIÊNCIA, 2023-2024

Serviço de programa	2023		2024		Variação
	ATV	Share (%)	ATV	Share (%)	Share (p.p.)
RTP1	00:35:58	11,1	00:35:41	10,9	-0,2
RTP2	00:02:51	0,9	00:03:07	0,9	0,0
SIC	00:48:11	14,9	00:47:04	14,3	-0,6
TVI	00:46:24	14,4	00:49:44	15,1	0,7
Pay TV	02:15:36	42,0	02:12:52	40,4	-1,6
Outros	00:50:50	15,7	00:57:53	17,6	1,9
Total	05:23:14	100,0	05:28:48	100,0	-

Tempo Médio de Visionamento (ATV): Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa. Expresso em horas, segundos e minutos.

Share de audiência (%): quota de audiência de cada canal/programa/suporte calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

Nota: Os valores restantes para cada ano no share de audiência, correspondem aos serviços de programas RTP Memória e RTP3 transmitidos na TDT, que para 2023 é igual a 1,0% e para 2024 soma 0,8%.

A categoria *Outros* considera o *streaming*, visionamento em diferido, de serviços de programas não medidos e de conteúdos não TV, como DVD, VCR e jogos.

Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report*.

Os canais generalistas em sinal aberto TVI, SIC e RTP1 concentraram, no seu conjunto, 40,3 % da quota de audiência em 2024. Comparando com o ano anterior, o tempo médio de visionamento diminuiu na SIC e na RTP1, enquanto a TVI registou um acréscimo de aproximadamente três minutos, sendo o canal mais visto em 2024.

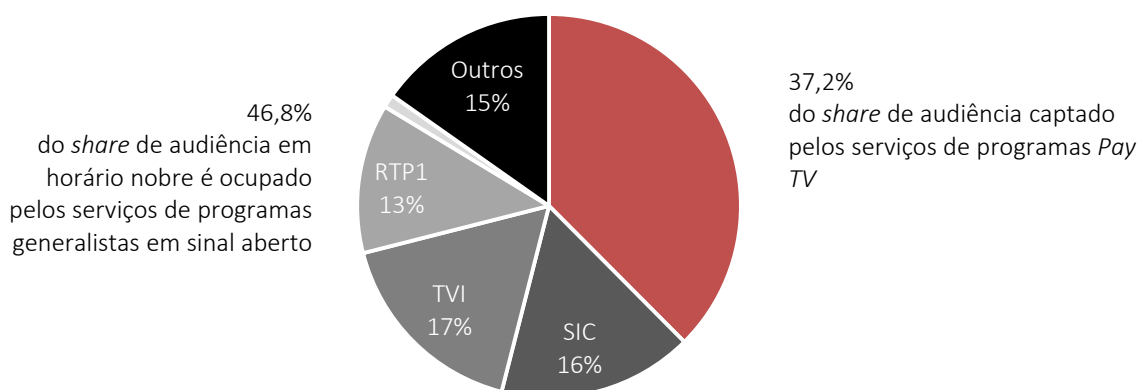
Já os serviços de programas cujo acesso está condicionado à televisão por assinatura, aproximadamente 140 canais², somaram uma quota de audiência igual a 40,4%, o que indica uma redução de 1,6 p.p. face a 2023. O consumo de serviços de programas não auditados, em diferido e em *streaming*, entre outras utilizações de televisor (videojogos, VCR, DVD, etc.), obteve um aumento de 1,9 p.p. no último ano, atingindo uma quota de audiência de 17,6%.

No horário nobre, a preferência pelos serviços de programas generalistas em sinal aberto, incluindo a RTP2, aumenta, perfazendo 46,8 % do *share*. Por contraste, tanto os canais por subscrição como a categoria *Outros* perdem peso neste período.

¹ “Media & Advertising Global Report 2024”. As análises das audiências de televisão são realizadas com os dados da Comissão de Análise de Estudos de Meios (CAEM) e da MediaMonitor.

² Segundo a lista de serviços de programas publicados pela CAEM, disponível em: <https://caem.pt/tv>

FIG.2 – SHARE DE AUDIÊNCIA EM HORÁRIO NOBRE (20H - 23H), 2024



Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report 2024*.

Tal como nos anos anteriores, as competições de futebol transmitidas pelos canais generalistas em sinal aberto lideraram, em exclusivo, o *ranking* dos programas mais vistos em Portugal, com destaque para o Euro 2024. O jogo do Campeonato Europeu de Futebol de 2024 entre Portugal e Eslovénia, emitido pela RTP1, foi o mais visto, com uma audiência média de 3,56 milhões de espectadores e um *share* de 64,6%.

FIG.3 – TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, 2024

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	RTP1	01/jul	EURO 2024: OITAVOS DE FINAL - PORTUGAL X ESLOVENIA	37,0	64,6
2	TVI	05/jul	EURO 2024: QUARTOS DE FINAL - PORTUGAL X FRANÇA	36,1	65,5
3	SIC	18/jun	EURO 2024: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X CHEQUIA	35,3	62,7
4	TVI	26/jun	EURO 2024: FASE DE GRUPOS - GEORGIA X PORTUGAL	33,5	62,3
5	RTP1	14/jul	EURO 2024: FINAL - ESPANHA X INGLATERRA	27,9	52,0
6	RTP1	22/jun	EURO 2024: FASE DE GRUPOS - TURQUIA X PORTUGAL	27,2	63,8
7	RTP1	02/abr	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD - BENFICA X SPORTING	23,3	41,6
8	RTP1	29/fev	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD - SPORTING X BENFICA	23,1	40,5
9	RTP1	08/set	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES - PORTUGAL X ESCOCIA	22,5	43,1
10	RTP1	26/mai	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD: FINAL - FC PORTO X SPORTING	22,3	49,2

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Excluindo as competições de futebol, os programas de entretenimento, ficção e informação encontram-se entre os mais vistos. No *ranking* apresentado, cinco programas são transmitidos pela SIC, três pertencem à grelha de programação da TVI e dois são da RTP1. O episódio da telenovela da SIC A Promessa, transmitida no dia 18 de junho de 2024, ocupa o primeiro lugar com um *rating* igual a 14,9 % e uma quota de audiência de 28,8 %. Os serviços noticiosos surgem nesta tabela em sétimo (Telejornal, RTP1) e oitavo (Jornal da Noite, SIC) lugares.

FIG.4 – TOP 10 DOS PROGRAMAS MAIS VISTOS NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS EM SINAL ABERTO, EXCLUINDO O FUTEBOL, 2024

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	18/jun	A PROMESSA	14,9	28,8
2	TVI	05/jul	CACAU	14,5	30,6
3	SIC	18/fev	ISTO E GOZAR COM QUEM TRABALHA: ESPECIAL OUTRA VEZ ELEIÇÕES	14,0	25,5
4	TVI	16/mai	BIG BROTHER – ESPECIAL	13,8	24,2
5	TVI	31/dez	SECRET STORY – O VENCEDOR	13,3	35,1
6	SIC	01/jan	A MASCARA – A SURPRESA	13,3	25,3
7	RTP1	29/fev	TELEJORNAL	11,9	22,3
8	SIC	07/jan	JORNAL DA NOITE	11,7	21,6
9	RTP1	17/jan	O PRECO CERTO	11,6	23,9
10	SIC	29/set	XXVIII GALA GLOBOS DE OURO	11,5	27,9

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Na televisão por assinatura, os serviços de programas de filmes e séries continuaram a ser os preferidos dos espectadores, seguidos pelos de informação e desporto.

FIG.5 – TEMPO MÉDIO DE VISIONAMENTO E SHARE DE AUDIÊNCIA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA TELEVISÃO POR ASSINATURA POR MACROGÉNEROS, 2023-2024

Macro género	2023		2024		Variação
	ATV	Share (%)	ATV	Share (%)	Share (p.p)
Filmes e Séries	00:37:08	11,5	00:35:45	10,9	-0,6
Informação	00:36:10	11,2	00:35:58	10,9	-0,3
Desporto	00:12:41	3,9	00:12:06	3,7	-0,2
Entretenimento/LifeStyle	00:12:30	3,9	00:11:17	3,4	-0,5
Infantil	00:12:38	3,9	00:11:01	3,3	-0,6
Generalistas	00:08:23	2,6	00:07:05	2,2	-0,4
Documentário	00:05:25	1,7	00:05:02	1,5	-0,2

Nota: A classificação dos macro géneros é realizada pela Marktest.
Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report*.

3. RÁDIO

De acordo com a Marktest³, em 2024, 59,8% dos residentes em Portugal Continental com 15 ou mais anos ouviram rádio na véspera, menos 1,6 p.p. do que em 2023. O meio revelou maior afinidade entre os homens, as pessoas dos 35 aos 54 anos e a classe social mais alta (A). O tempo médio de escuta fixou-se em 2 horas e 59 minutos, nove minutos abaixo do registado no ano anterior.

No primeiro semestre de 2024, o autorrádio manteve-se como principal suporte de escuta (77,9%), seguido do telemóvel (30,4%), do computador (22,0%), do rádio portátil (14,5%) e da aparelhagem Hi-Fi (11,0%).

A estação de cobertura nacional Rádio Comercial, do grupo Bauer Media Audio Portugal, liderou a audiência acumulada de véspera com 19,8%, seguida da RFM, do Grupo Renascença, com 16,7%.

³ “Media & Advertising Global Report 2024”. As análises das audiências de rádio são realizadas com os dados do estudo “Bareme Rádio” da Marktest.

FIG.6 – TEMPO MÉDIO DE AUDIÊNCIA E AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA 2023 – 2024

Grupos/Estações	Tipo de programação	2023		2024		Variação AAV (p.p)
		ATSL	AAV (%)	ATSL	AAV (%)	
Grupo Bauer Media	Áudio Portugal	02:33:36	31,5	02:30:14	30,0	-1,5
Rádio Comercial	Generalista	02:28:52	20,7	02:18:39	19,8	-0,9
M80	Temático - Musical	02:04:11	8,8	02:22:04	8,2	-0,6
Cidade FM	Temático - Musical	01:33:54	5,2	01:39:57	4,6	-0,6
Smooth FM	Temático - Musical	01:57:19	1,3	01:55:10	1,0	-0,3
Grupo Renascença		02:25:11	25,3	02:07:58	24,0	-1,3
RFM	Generalista	02:26:19	18,1	02:08:36	16,7	-1,4
R. Renascença	Generalista	02:02:29	6,1	01:47:05	6,7	0,6
Mega Hits	Temático - Musical	01:26:34	3,2	01:15:29	2,8	-0,4
Grupo RDP		01:57:08	6,9	01:55:56	7,4	0,5
Antena 1	Generalista	01:55:16	4,8	01:58:10	5,2	0,4
Antena 3	Temático - Segmento de Público (Jovem)	01:44:55	1,8	01:36:56	1,9	0,1
Antena 2	Temático - Cultural	01:47:22	0,5	01:09:07	0,6	0,1
TSF	Temático - Informativo	01:45:49	3,6	01:36:27	3,6	0,0
Rádio Observador	Temático - Informativo	02:06:42	1,2	01:45:52	1,7	0,5
Total Rádio		03:09:13	61,4	02:59:21	59,8	-1,6

Tempo Médio de Audiência (ATSL): consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia. Expresso em horas e minutos.

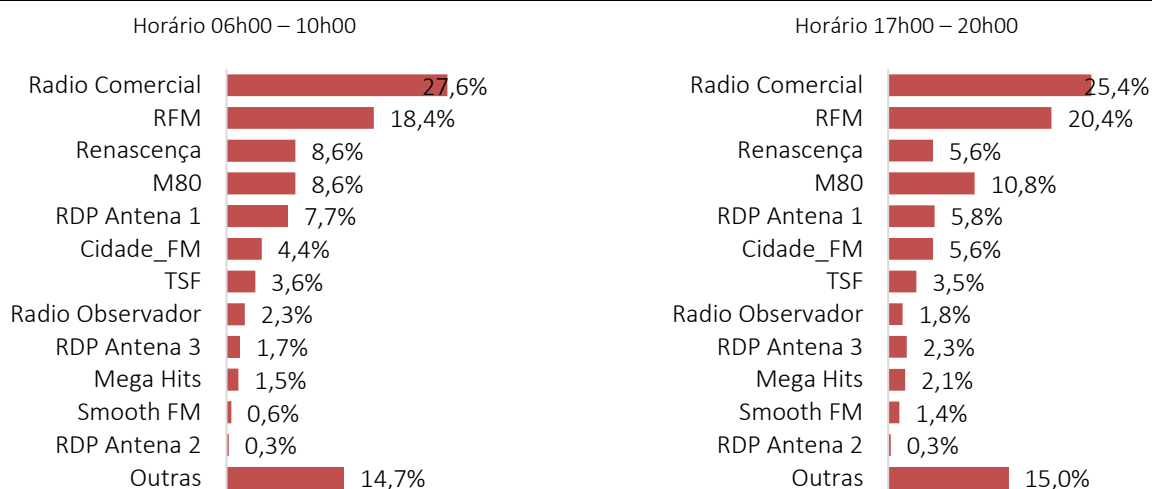
Audiência Acumulada de Véspera (AAV): percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido.

Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report*.

Em Portugal, o consumo diário de rádio regista dois picos de audiência: entre as 06h00 e as 10h00, com 32,7% de audiência acumulada de véspera, e entre as 17h00 e as 20h00, com 27,8%. Ambos os picos resultam sobretudo da escuta em automóvel nos dias úteis.

No período da manhã, a Rádio Comercial e a RFM concentraram, em conjunto, 46,0% de quota de audiência, impulsionadas pelos programas “Manhãs da Comercial” e “Café da Manhã”, respetivamente. Durante o pico da tarde, estas estações mantiveram a liderança e somaram 45,8%, graças às emissões de “Já Se Faz Tarde”, na Rádio Comercial, e “6 PM”, na RFM.

FIG.7 – SHARE DE AUDIÊNCIA DAS PRINCIPAIS FRANJAS HORÁRIAS, 2024



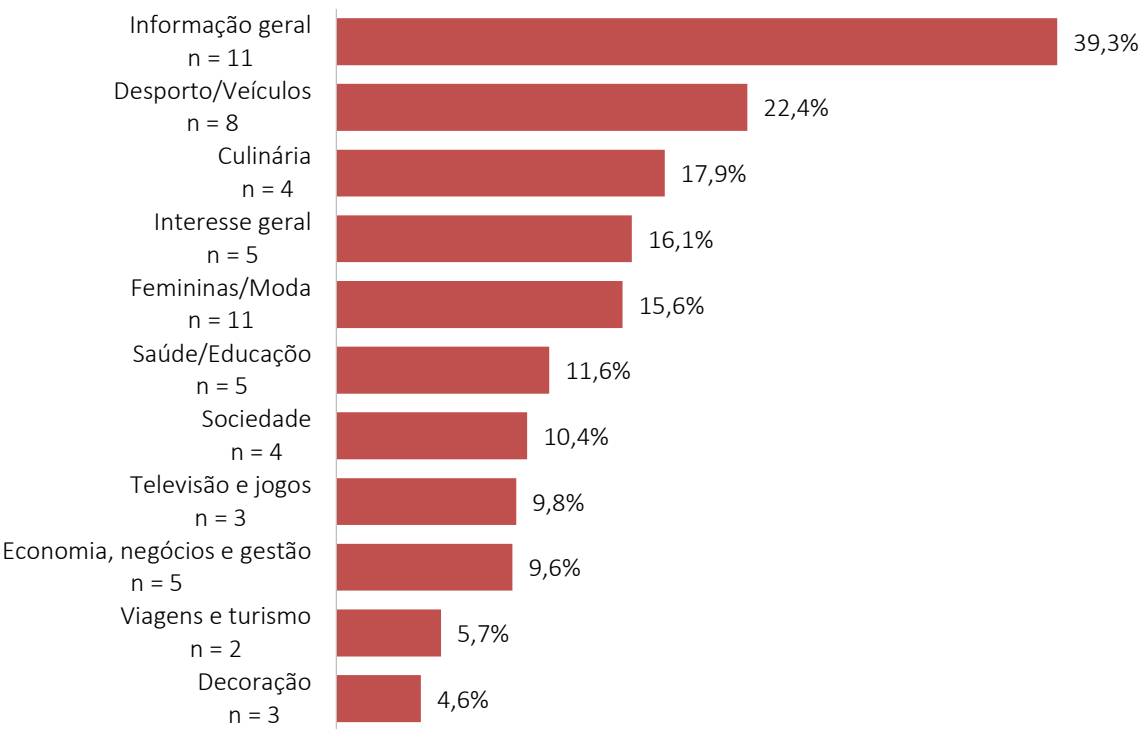
Share de audiência (%): percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de rádio, num período.

Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report 2024*.

4.IMPRENSA

Segundo a Marktest⁴, em 2024, 64,7 % dos residentes em Portugal Continental com 15 ou mais anos leram ou folhearam um título de imprensa, menos 1,5 p.p. do que em 2023. Os homens, as pessoas dos 35 aos 44 anos e os indivíduos da classe social média-alta (B) evidenciaram maior afinidade com a imprensa em papel. As publicações de informação geral foram as mais procuradas, alcançando 39,3 % do universo analisado.

FIG.8 – COBERTURA MÁXIMA DE IMPRENSA POR TIPO DE PUBLICAÇÃO, 2024



Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report 2024*.

A mesma fonte indica que os leitores de títulos de imprensa atribuem, em média, uma importância de 7,6 (numa escala de 1, nada relevante, a 10, muitíssimo relevante) ao facto de lerem a edição em papel. Este valor sobe para 8,0 entre os leitores habituais de jornais diários e semanários de informação generalista. Os assuntos relacionados com política e sociedade são os mais relevantes para os leitores de jornais e revistas de informação geral.

No que diz respeito aos títulos de publicações periódicas, foram utilizados os dados da APCT. Esta fonte publica anualmente os valores de circulação impressa e digital, ou seja, o número de exemplares distribuídos no mercado e que efetivamente chegaram aos leitores, considerando ambos os formatos. Este indicador, ao contrário dos dados publicados pela Marktest, permite apenas uma aproximação do consumo⁵.

⁴ “*Media & Advertising Global Report 2024*”. As análises das audiências de imprensa apenas consideram as publicações impressas e são realizadas com os dados do estudo “Bareme Imprensa” da Marktest.

⁵ A APCT divulga dados de tiragem e circulação das publicações dos seus editores associados e não calcula, como a Marktest, a população que contacta com cada edição de um determinado título. O “Boletim Informativo Jan/Dez 2024”, da APCT, mostra os dados de 29 títulos no mercado português; por seu lado, os dados publicados pela Marktest, consideram 61 publicações periódicas.

FIG.9 – CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES DE INFORMAÇÃO GERAL IMPRESSA (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2024

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Circulação impressa	Taxa de variação 2023/24 (%)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	38 765	-7,2
	Jornal Destak (Gratuito)	28 667	6,2
	Público	10 046	-4,1
	Jornal de Notícias	18 694	-7,0
	Diário de Notícias	1415	-4,5
Jornal (Semanal)	Expresso	36114	-10,9
Revista (Semanal)	Sábado	15 433	-10,6

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2024”.

No segmento das publicações de informação geral impressa, seja distribuída gratuitamente ou vendida, observa-se uma quebra, face 2023, dos títulos aqui analisados, com exceção do Jornal Destak, que registou um aumento de 6,2 %. O Correio da Manhã destaca-se como o jornal de publicação diária com o maior número médio de exemplares colocados no mercado e efetivamente chegados aos leitores, em média 38 765 por edição, o que representa uma diminuição de 7,2 % face ao ano anterior.

FIG.10 – CIRCULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES DE INFORMAÇÃO GERAL DIGITAL (VALORES MÉDIOS POR EDIÇÃO), 2024

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Circulação digital	Taxa de variação 2023/24 (%)
Jornal (Diário)	Público	52 550	6,5
	Jornal de Notícias	3 862	-5,2
	Correio da Manhã	2 869	-5,5
	Diário de Notícias	1 013	-31,5
Jornal (Semanal)	Expresso	50852	-5,0
Revista (Semanal)	Sábado	5367	-9,5

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2024”.

No que respeita à circulação digital das publicações de informação geral, o diário nacional Público destacou-se em 2024 como o título com o maior número médio de assinaturas digitais por edição (52 550), sendo igualmente o único a registar um crescimento face a 2023, com um aumento de 6,5 %.

5. INTERNET

De acordo com o INE⁶, em 2024, 88,5% dos residentes em Portugal com idades entre os 16 e os 74 anos utilizaram a internet nos três meses precedentes à entrevista, o que representa um aumento de 2,7 p.p. em relação a 2023. A utilização da internet entre homens e mulheres é bastante similar.

Quase todos os indivíduos com idades entre os 16 e os 24 anos utilizam a internet. Adicionalmente, a taxa de utilizadores é elevada entre aqueles que concluíram o ensino superior e secundário, os que têm emprego e os agregados familiares com rendimentos mais altos.

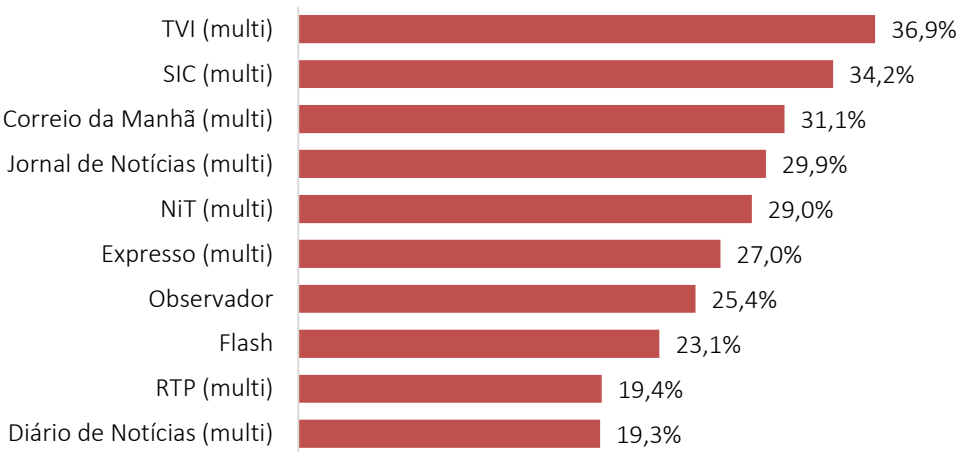
⁶ “Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2024”.

A mesma fonte indica que a utilização da Internet para ler notícias é uma prática comum para 82,1 % dos utilizadores, mais 2,4 p.p. face a 2023. Já 49,8 % dos utilizadores afirmam ver TV pela internet, o que representa um aumento de 1,4 p.p. face ao ano anterior.

A Eurostat⁷, para além destes dados, também divulga outras atividades realizadas pelos utilizadores da internet, como a visualização de vídeos em plataformas de partilha (por exemplo, o YouTube), que abrange 53,4 % dos utilizadores; a utilização de serviços pagos de *videostreaming on demand* (como a Netflix, o Prime Video, o Opto e o NOS Play, entre outros), com 42,8% dos utilizadores; e a transferência ou a escuta de *podcasts*, efetuada por 31,1% dos utilizadores.

Para identificar as plataformas *online* de meios de comunicação social preferidas pelos utilizadores da internet, foram utilizados os dados da Marktest⁸, que revelam que, em 2024, a TVI (considerando os diversos *sites* do órgão de comunicação social) alcançou o maior *reach*, com 36,9%, o que corresponde a 3,1 milhões de indivíduos, seguida pela SIC (considerando os diversos *sites*) com 34,2% e pelo Correio da Manhã (considerando os diversos *sites*) com 31,1% de *reach*.

FIG.11 – TOP 10 DAS ENTIDADES EM REACH, 2024



Fonte: Marktest. *Media & Advertising Global Report 2024*.
Correio da Manhã (multi): CM Jornal, Vidas, Aquela Máquina, CM-TV, Convívio CM, Stand CM, Casas CM, Classificados CM, Emprego CM.
Diário de Notícias (multi): DN, DN Brasil, Dinheiro Vivo, Loja DN.
Expresso (multi): Expresso, O Mirante, BPI Expresso Imobiliário, Tribune, Expressoemprego.pt, Blitz, Boa Cama Boa Mesa.
Jornal de Notícias (multi): JN, Evasões, Delas, Volta ao Mundo, Notícias Magazine, N-TV.
NiT (multi): NiT, PiT, PiT Match, NiTfm, NiT TV, New iN Cascais, New iN Coimbra, New iN Oeiras, New iN Porto, New iN Seixal, New iN Setúbal.
RTP (multi): RTP, RTP Notícias, RTP Desporto, RTP Televisão, RTP Rádios, RTP Play, Zig Zag, RTP Arquivos, RTP Extra, RTP Palco, RTP Ensina, RTP Arena, Academia RTP.
SIC (multi): SIC, SIC Notícias, FamaShow, Opto SIC, Volante SIC, Contas Poupança.
TVI (multi): TVI, TVI Notícias, TVI Player, CNN Portugal, Selfie.

⁷ “Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals 2024”
⁸ “Media & Advertising Global Report 2024”. As análises das audiências de internet são realizadas com os dados do estudo “netAudience”, da Marktest.

RETRATO ECONÓMICO - FINANCEIRO DO SETOR

1. VISÃO GLOBAL

Em 2024, a publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de media, com um peso nas receitas totais dos grupos Impresa e Media Capital na ordem dos 67 % e 60%, respetivamente. O peso destas receitas foi menos significativo na RTP (perto dos 11%). Em geral, o peso da publicidade nas receitas operacionais aumentou no caso da Impresa e da RTP e diminuiu no caso da Media Capital, face a 2023.

Apesar da expansão, o mercado publicitário global manteve, em 2024, a trajetória de reequilíbrio redistributivo entre os vários meios, com maior preponderância das áreas algorítmicas. Portugal seguiu as tendências globais e a principal fonte de receita dos *media* cresceu na televisão, no digital, no *outdoor* e na rádio e decresceu na imprensa e no cinema.

O interesse das marcas em acederem a dados sobre consumidores e a introdução de mecanismos de Inteligência Artificial (IA) são cada vez mais uma constante, na tentativa de responder a necessidades de conteúdos crescentemente personalizados. O culto da individualidade é patente na profissionalização dos *influencers* e indivíduos nas redes sociais, o que aumenta a concorrência dos *media* tradicionais. Sem prejuízo, as limitações ainda reconhecidas às ferramentas de IA, ao nível da veracidade e acuidade da informação, deixam antever que a procura da inovação na criação de conteúdos e na gestão dos negócios deverá continuar a ser chave.

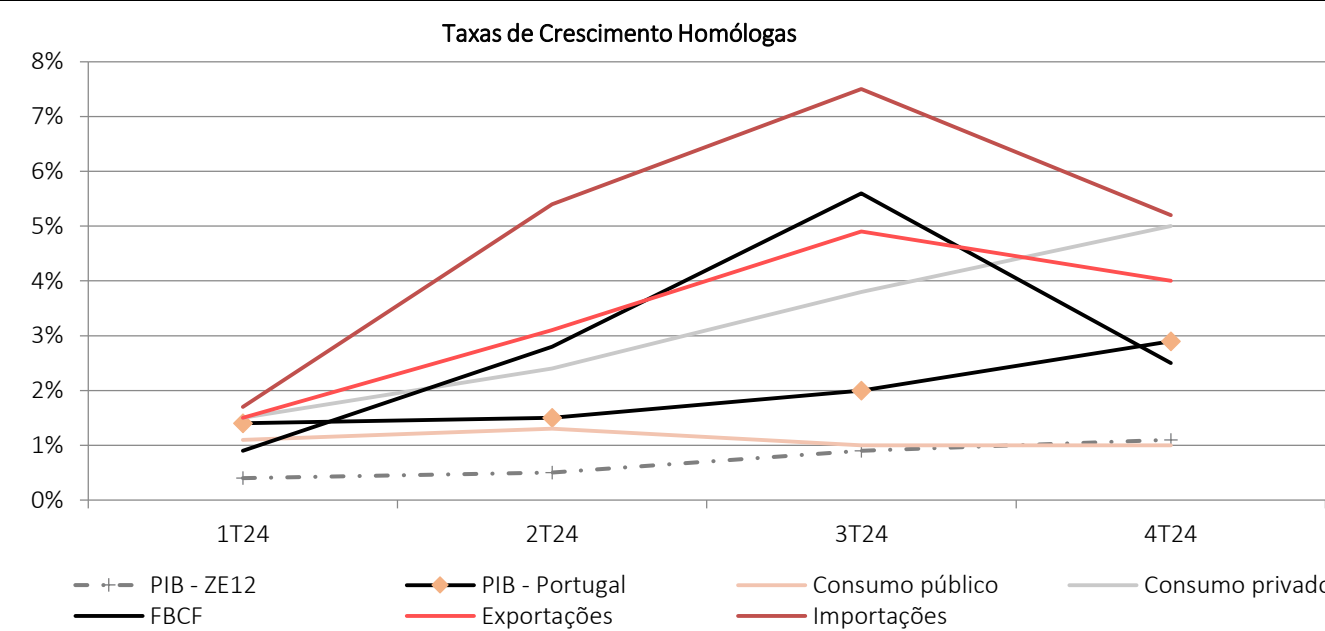
O desenvolvimento tecnológico abre novos mercados a novos intervenientes, contribui para a fusão do ponto de consumo dos *media* tradicionais e digitais e permite que a produção de conteúdos seja cada vez mais direcionada e especializada.

2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

2.1 CONTEXTO MACROECONÓMICO

Dados do Eurostat mostram que a economia portuguesa acelerou em 2024, consistentemente acima das taxas verificadas nos 12 países da zona euro. A performance foi explicada pelo comportamento positivo do consumo privado, das exportações de bens e serviços e da formação bruta de capital fixo.

FIG.1 – ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO AO LONGO DO ANO



Fonte: Eurostat – índice em cadeia volume – ajustado sazonal e temporalmente - Extração 8/4/2025. Elaboração ERC.

De acordo com a mesma fonte, a taxa de desemprego situou-se em 6,5%, o mesmo nível que em 2023. A inflação desacelerou e o índice de preços harmonizado anual atingiu uma média de 2,7% face a 5,3% no ano anterior.

2.2 MERCADO PUBLICITÁRIO

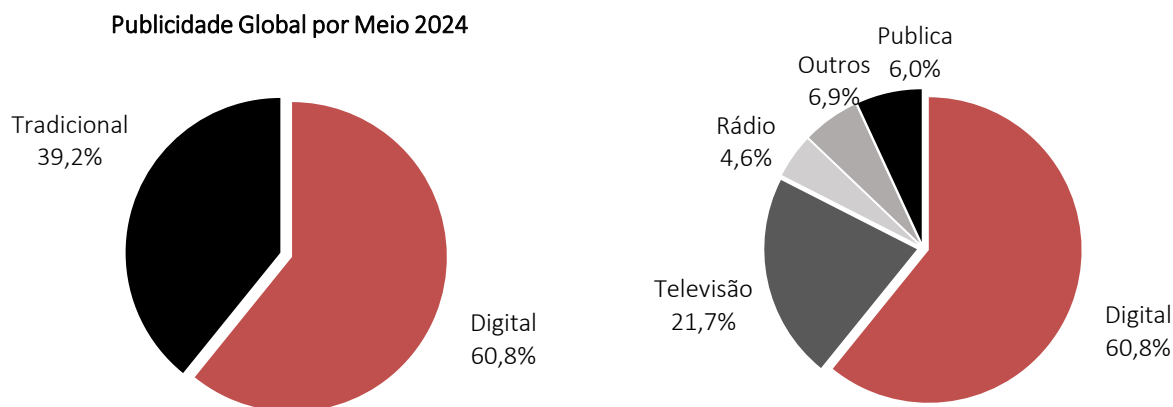
O mercado publicitário, principal fonte de receitas das empresas de *media*, apresenta uma correlação positiva com a atividade económica.

De acordo com as estimativas elaboradas pela Dentsu¹, em 2024, o mercado publicitário expandiu-se globalmente 6,8%, atingindo 7.724 milhões de dólares, mais do dobro da taxa de crescimento económico da economia global (3,2%). Os jogos olímpicos e o europeu de futebol ajudaram esta tendência e todos os segmentos apresentaram taxas de crescimento mais elevadas que em 2023. Por meio, observou-se globalmente um crescimento de 1,6% das receitas de publicidade na televisão e um crescimento de 10,7% no digital. Dentro do digital, a publicidade em órgãos de comunicação social cresceu 9,9%, atingindo 239,5 mil milhões de dólares, e 7,7% em motores de busca, o segundo segmento digital com crescimento mais rápido, atingindo 159,2 mil milhões de dólares em 2024.

¹ Global Ad Spend Forecasts / December 2024 – Dentsu.

Na rádio, as receitas de publicidade cresceram 0,8% (a taxa de crescimento das receitas publicitárias na rádio incluem *streaming*). As receitas de publicidade de publicações periódicas desceram 2,9%.

FIG.2 – GLOBALMENTE A PUBLICIDADE DIGITAL ULTRAPASSA A TRADICIONAL E GANHA PESO A CADA ANO

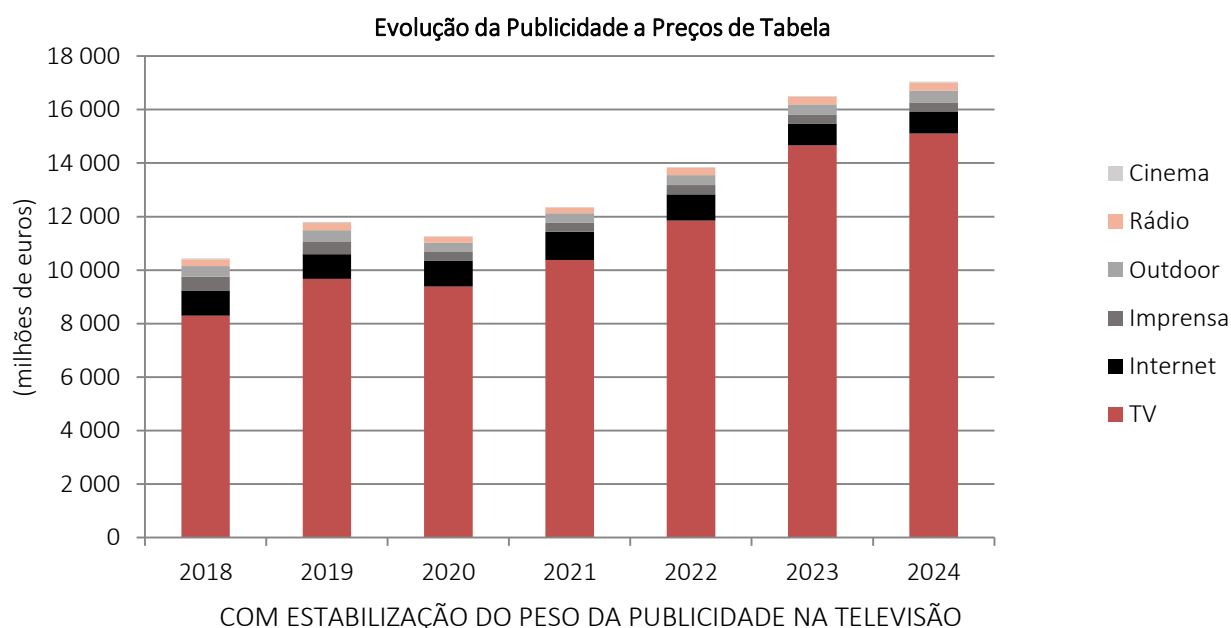


Fonte: Dentsu – Global Ad Spend Forecasts – dezembro 2024. Elaboração ERC.

Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com os números da MediaMonitor², em Portugal a trajetória foi semelhante à global e todos os segmentos de publicidade apresentaram expansão, com exceção da imprensa e do cinema.

Contrariamente a 2023, em que o segmento que mais cresceu foi a televisão, em 2024, a maior taxa de crescimento registou-se no segmento de *outdoor* (11,4%) e de rádio (8,9%). A imprensa decresceu 3,2%. A televisão, meio com maior quota no mercado português, cresceu 3% (Fig. 3).

FIG.3 – MERCADO PUBLICITÁRIO

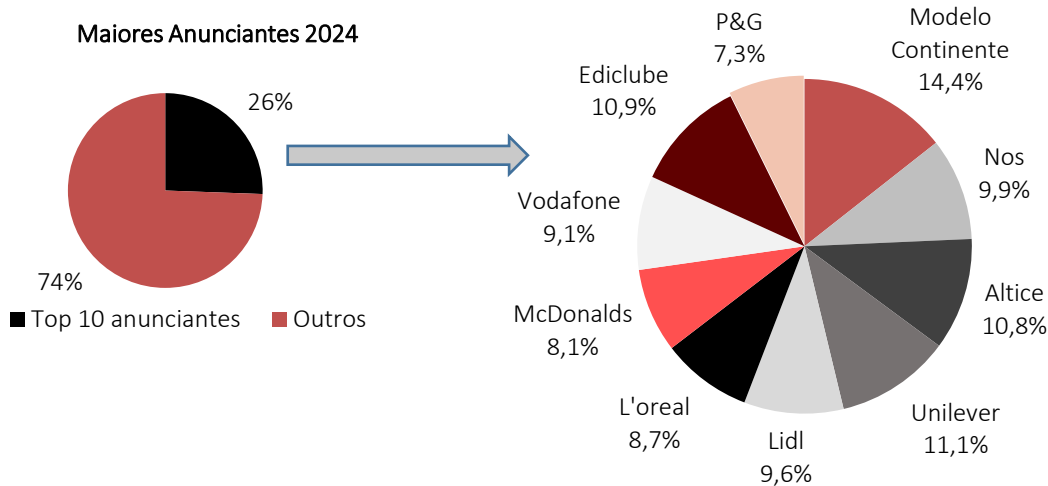


Fonte: Marktest, “Anuário Meios e Publicidade 2019”, “Anuário Meios e Publicidade 2020”, “Media and Advertising Global Report 2021, 2022, 2023 e 2024 (Yumi)”. Elaboração ERC.

² Media and Advertising Global Report 2024 (Yumi).

A Modelo Continente assumiu-se como o maior anunciante do mercado português, movimentando um investimento publicitário de 627 milhões de euros (valor a preços de tabela), o que representa uma subida face ao investimento verificado no ano anterior (511 milhões). Seguiram-se a Unilever, com 484 milhões de euros e a Ediclube, com cerca de 475 milhões de euros (Fig. 4). Analisando a evolução da concentração de anunciantes nos últimos anos, constata-se que esta tem vindo a subir (em 2018, os 10 maiores anunciantes concentravam 21% do investimento, face a 26% em 2024).

FIG.4 – CONCENTRAÇÃO CRESCENTE DE ANUNCIANTES



Fonte: Marktest, “Media and Advertising Global Report 2024 (Yumi)”. Elaboração ERC. Preços de Tabela.

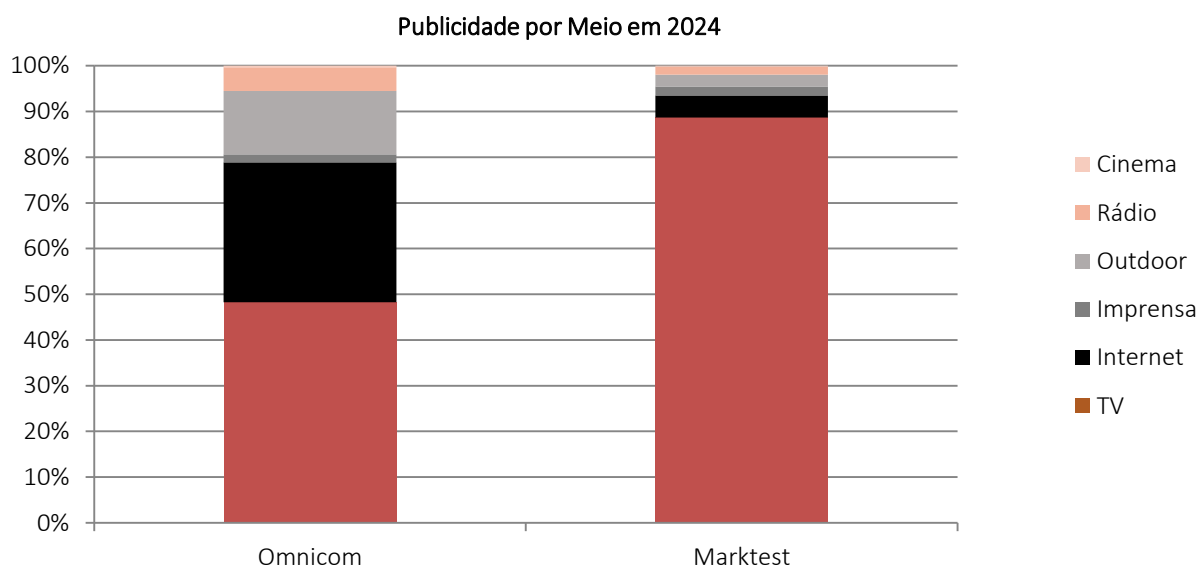
Entre as agências de meios foi a Arena, com cerca de 1,9 mil milhões de euros, que representou maior volume de investimento publicitário no acumulado de janeiro a dezembro de 2024. A segunda posição ficou nas mãos da Dentsu, que totalizou cerca de 1,8 mil milhões de euros, seguida pela OMD, que fechou o ano com 1,7 mil milhões de euros. O *top* cinco ficou completo com a Wavemaker (1,4 mil milhões de euros) e a Initiative (1,3 milhões de euros).

A VML liderou o *ranking* das agências criativas com um investimento próximo dos 1,3 mil milhões de euros, a preços de tabela. Nos lugares seguintes surgiram a Fuel (1.000 milhões), a Havas (786 milhões), a Publicis (760 milhões) e a O Escritório (709 milhões).

O mercado das agências de meios é bastante concentrado. Em 2024, as dez maiores agências de meios concentraram 71 % do investimento publicitário, enquanto os dez maiores anunciantes concentraram 26 % e as 10 maiores agências criativas 42%, a preços de tabela. Estes números comparam com 72 %, 25 %, e 39%, respetivamente, em 2023.

A empresa Omnicom Media Group publica dados a preços reais (ou tenta aproximar-se) e, nesta ótica, o mercado publicitário português valeu 702 milhões de euros, apenas 4,1% do valor calculado em termos de preços de tabela pela Marktest. Apesar de a televisão representar a maior fatia de mercado, o crescimento da publicidade neste meio situou-se nos 0,5% em 2024. Por outro lado, a publicidade digital expandiu-se 0,9%, uma desaceleração face aos 16,5% registados no ano anterior.

FIG.5 – RETRATO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS



Fonte: Marktest, “*Media and Advertising Global Report 2024 (Yumi)*” e Omnicom Media Group 2024. Elaboração ERC.

De acordo com o Relatório e Contas de 2024 do Grupo Media Capital S.G.P.S., S.A., o mercado publicitário de agências, antes de *rappel*, cresceu 3% face ao ano anterior, registando a subida mais moderada desde 2021. Na leitura dos números importa ter presente que, nos últimos anos, os valores foram atípicos por força do contexto pandémico.

O aumento mais significativo em termos absolutos verificou-se nos canais disponíveis em plataformas de subscrição, com um incremento de 9% face ao período homólogo, seguido do segmento de *outdoors*, com um crescimento de 8%, correspondente a cerca de 6,2 milhões de euros. O segmento de televisão *free-to-air* (em sinal aberto) assistiu a um crescimento reduzido de 1%, o mesmo valor aferido no segmento digital e que ficou muito abaixo dos 17% de crescimento registados em 2023.

Nos restantes segmentos, e ainda de acordo com a mesma fonte, o cinema obteve uma subida de 19% e a rádio de 12%. No segmento de imprensa, contrariamente à tendência que se verificou nos últimos anos, assistiu-se a um crescimento atípico de 16%. Em sentido inverso, o segmento das revistas registou uma queda no investimento de 23%.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais dos grupos Imprensa e Media Capital na ordem dos 67 % e 60%, respetivamente. O peso destas receitas foi menos significativo na RTP (perto dos 11%). Em geral, o peso da publicidade nas receitas operacionais aumentou no caso da Imprensa e da RTP e diminuiu no caso da Media Capital, face a 2023.

A evolução das receitas de publicidade apresentou um comportamento misto, de contração no grupo Imprensa e de crescimento no grupo Media Capital e RTP. De acordo com o relatório *Media and Advertising Global Report 2024 (Yumi)*/ Marktest, continua a verificar-se uma quebra generalizada de audiências (*share*) nos canais *free-to-air* e, pela primeira vez desde 2021, no cabo. O *streaming* mantém a trajetória ascendente iniciada em 2017.

Futuramente, estas tendências deverão refletir-se na afetação de publicidade entre os vários meios.

2.3 CIRCULAÇÃO

Outra origem de receitas relevante no setor é a circulação de publicações, revistas ou jornais. Apesar da dificuldade em estimar as receitas agregadas, através da análise dos dados de tiragem e circulação disponibilizados pela APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação - constata-se que, durante 2024, a circulação impressa paga desceu transversalmente, tanto em jornais como em revistas, para a grande maioria das publicações periódicas que reportaram dados a esta entidade. Relativamente à circulação digital paga não existe uma trajetória única, existem casos em que esta cresceu e outros em que decresceu.

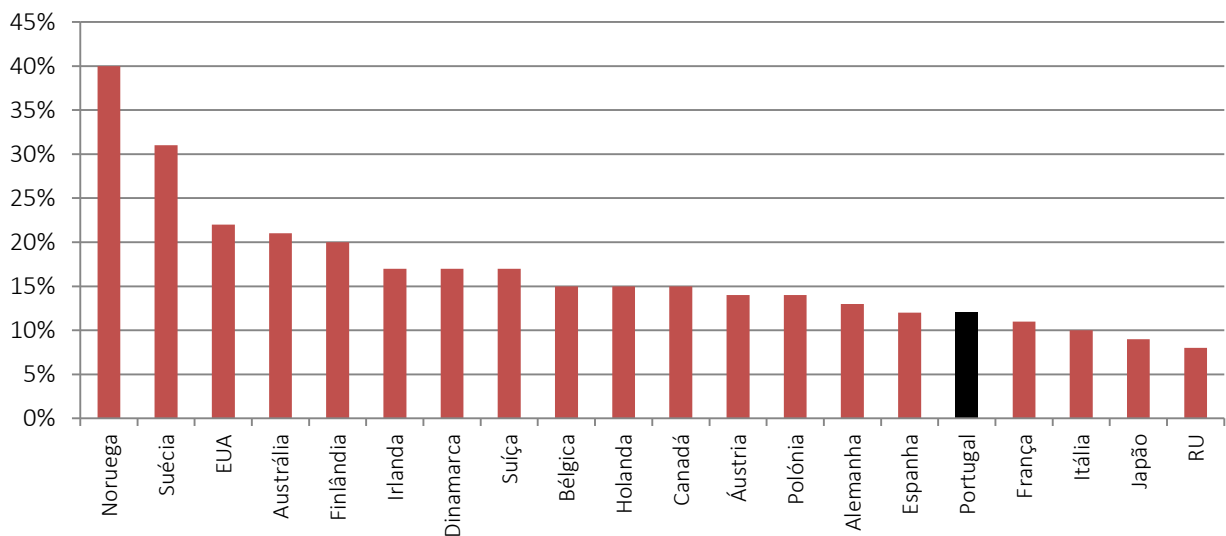
Em 2024, apenas duas publicações apresentaram uma circulação digital superior à impressa, enquanto em 2023 este número era quatro – (considerando o universo de empresas que reportaram dados à APCT). Por outro lado, o número de entidades a reportar circulação digital paga em 2024 é substancialmente superior à registada em 2023 (46 contra 26).

O *Digital News Report* de 2024, um estudo baseado num inquérito a cerca de 100.000 indivíduos representantes de 47 mercados geográficos³ mostra que apesar de Portugal continuar a figurar como um dos países onde mais se confia em notícias (6º em 47 países), a sua posição desceu do terceiro para o sexto lugar. Os índices de confiança nos conteúdos noticiosos não têm, contudo reflexo na disposição para a sua aquisição. A predisposição dos consumidores para pagar por notícias é relativamente baixa quando comparada com outros países europeus (Fig. 6).

O inquérito evidencia uma tendência de baixo crescimento na assinatura de notícias, com apenas 17% dos respondentes (no quadro de 20 mercados selecionados) a afirmar que pagaram pelo acesso a notícias online em 2024. Portugal encontra-se abaixo da média observada nos países incluídos no estudo (12%), ainda assim à frente de países como a França, Itália e Reino Unido.

FIG.6 – PREDISPOSIÇÃO PARA PAGAR POR NOTÍCIAS

Proporção de Utilizadores que Pagaram por Notícias Online em 2023/24 - Mercados Seleccionados



Fonte: *Digital News Report* 2024. Elaboração ERC.

³Reuters Institute Digital News Report 2024 – N. Newman with R. Fletcher, C. T. Robertson, A. Ross Arguedas, and R. Kleis Nielsen.

2.4 SUBSCRIÇÕES E VENDA DE CONTEÚDOS

Uma terceira fonte de receitas para as empresas de *media*, nomeadamente para os detentores de canais de televisão, são as receitas de subscrição de canais transmitidos por vários meios como, por exemplo, a fibra, o cabo, o satélite, entre outros. Genericamente, estas receitas de empresas de *media* detentoras de canais representam um custo para um outro segmento de regulados da ERC – os operadores de distribuição de serviços de televisão por subscrição (STVS).

Na área da venda de conteúdos, em Portugal, seja sob a forma de comissões de subscrição de canais, de direitos de transmissão ou de produção e venda de conteúdos, identificáveis nas demonstrações financeiras de algumas empresas de forma autónoma, 2024 foi um ano de contração na Impresa, de estabilidade na RTP e de forte crescimento na Media Capital. O seu peso na estrutura de receitas varia entre os 5 % no caso da RTP, 17 % no caso da Impresa e 20% no caso da Media Capital (incluindo a produção audiovisual).

Os dados anualmente disponibilizados pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom)⁴ revelam que, no final de 2024, a penetração residencial do serviço de distribuição de sinais de TV (STVS) era de 97,1% com um número de assinantes de 4,7 milhões, mais 69 mil do que no ano anterior. O ritmo de crescimento do número de assinantes deste serviço abrandou face a 2023, para 1,5%, e foi o mais baixo desde 2006.

No final de 2024, a MEO atingiu a quota de assinantes do STVS mais elevada (41,9%), seguindo-se o Grupo NOS (36,0%), a Vodafone (19,4%) e a Digi (2,6%). A MEO e a Vodafone foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 0,3 p.p. e 0,2 p.p., respetivamente. Por outro lado, diminuiu a quota do Grupo NOS (-0,3 p.p.).

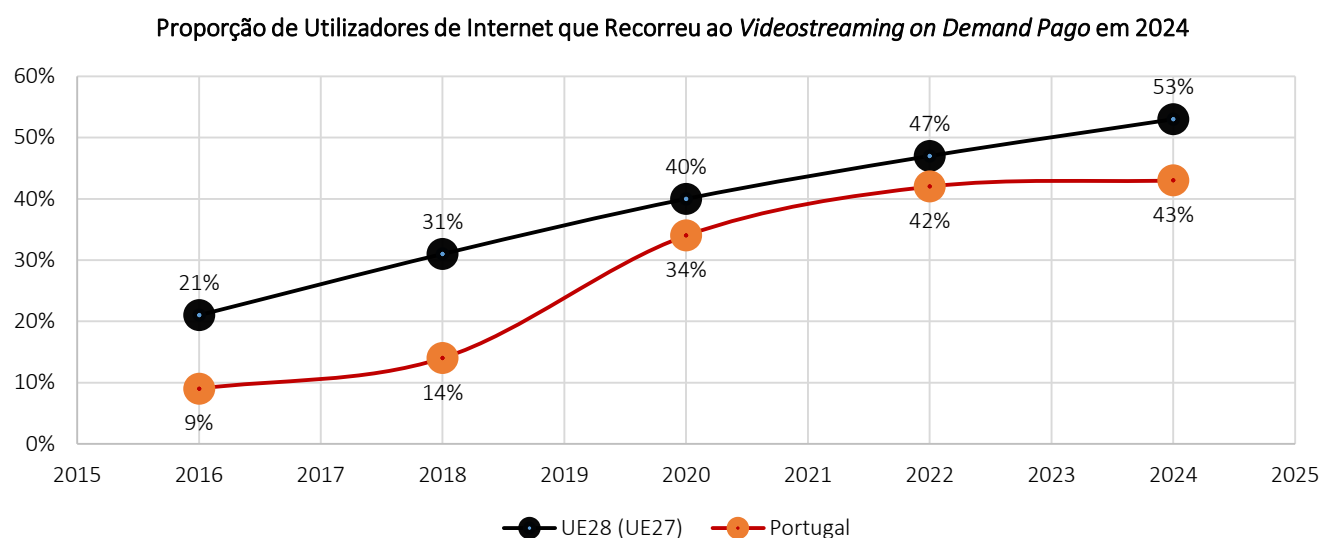
2.5 STREAMING

Segundo a Anacom⁵, a proporção de utilizadores de internet que recorreu ao *videostreaming on demand* pago em 2024 atingiu os 42,8%, +0,4 p.p. do que em 2022. Portugal ocupava a 19.^a posição do ranking da UE27 na utilização de *videostreaming on demand*, com -10,7 p.p. abaixo da média da UE. (Fig. 7). Em 2024, notou-se uma inversão no processo de convergência com a UE registado desde 2016, ainda que seja prematuro concluir que se trata de uma tendência. De acordo com o mesmo estudo da Anacom, ao considerar o total de indivíduos e não apenas os utilizadores de internet, a penetração destes serviços em Portugal alcança os 37,9% (+2,1 p.p. que em 2022), ocupando Portugal a 19.^a posição no ranking da UE27.

⁴ O Setor das Comunicações – 2024 – Anacom.

⁵ *Serviços Over The Top 2024* – Anacom.

FIG.7 – VIDEOSTREAMING ON DEMAND



Fonte: Anacom – “Serviço Over The Top 2024”. Elaboração ERC.

Ainda de acordo com os dados disponibilizados pela Anacom, a utilização de *videostreaming on demand* entre os utilizadores de internet registou um crescimento nos últimos dois anos em quase todos os grupos sociodemográficos, com destaque para o aumento verificado entre os utilizadores de internet desempregados (+9,4 p.p.) e os mais jovens (25 a 34 anos) (+9,0 p.p.).

A Netflix foi a plataforma com maior quota de mercado em Portugal⁶, com 23% dos subscritores. A Prime Video surge apenas a um ponto percentual de distância do líder. O terceiro lugar é ocupado pela Disney+, com 17%, seguida da Max (ex HBO Max), com uma quota de mercado de 14%.

O acesso à tecnologia e o desenvolvimento da mesma propicia esta realidade. De acordo com os dados de 2024 da Marktest, Bareme Internet⁷, 84,4% dos cidadãos com mais de 15 anos, residentes em Portugal Continental, assumia o hábito de utilizar Internet, seja por trabalho ou por lazer⁸. Os acessos *online* através da televisão, ultrapassaram este ano – e pela primeira vez no estudo da Marktest –, a fasquia dos 50%, à boleia do crescente uso de serviços de *streaming* pelos portugueses.

A Netflix e o Prime Video já estão a apostar em opções de subscrição mais económicas suportadas por anúncios em vários países do mundo. Em Portugal, a Sky foi o primeiro operador internacional a implementar este modelo, para além de vários nacionais que já dispunham deste tipo de ofertas.

Um estudo recente da Hub Research, “TV Advertising: Fact vs. Fiction”, revelou que dois terços dos consumidores de TV preferem pagar menos e tolerar anúncios do que optar por planos mais caros e sem interrupções publicitárias. A análise baseada em entrevistas a três mil indivíduos nos Estados Unidos, entre os 14 e os 74 anos, indica que esta tendência tem vindo a intensificar-se. Em junho de 2021, 58% dos entrevistados preferia planos com anúncios, já em dezembro de 2024, esse número

⁶ Segundo o ranking da JustWatch (baseado num inquérito realizado a mais de 200.000 utilizadores durante 2024).

⁷ “82% dos portugueses acedem à Internet através do telemóvel.” – Marktest Bareme Internet – 24 de setembro de 2024.

⁸ Os dados do INE para o mesmo indicador indicam 88,5% (Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2024), uma diferença com pouca expressão, possivelmente atribuível às distintas metodologias utilizadas.

subiu para 66%. A publicidade durante transmissões em direto parece ser mais bem aceite, com 66% dos participantes a considerá-la “mais tolerável” do que em conteúdos *on demand*. Este fenómeno é ainda mais notório entre os jovens: 69% dos espectadores entre os 16 e os 34 anos preferem anúncios em eventos ao vivo (a subscrições).

Também na rádio o *streaming* tem um papel relevante e até mesmo mais antigo que na televisão. O estudo Bareme Rádio, da Marktest⁹, refere que 3,5 milhões de portugueses, com 15 ou mais anos, ouviram rádio através da Internet, um número que representa 41% do universo analisado.

2.6. OUTRAS FONTES DE RECEITA

Olhando para a possibilidade de geração de receitas através de outras linhas de negócio diversificadas e menos relacionadas com o *core business*, *i.e.*, para além da publicidade e venda de publicações, assinaturas ou conteúdos, podem observar-se alternativas como serviços multimédia, eventos e *marketing*.

No caso dos maiores grupos económicos de *media*, e, pese embora as receitas publicitárias continuem a ter um papel dominante, este género de receitas começa a ganhar maior presença, tendo representado 11% na Impresa e 20% na Media Capital. Também a Bauer criou uma área de negócio específica para desenvolver eventos em Portugal¹⁰.

2.7. PAPEL DO ESTADO

Em 2024, o Estado alocou à Agência Lusa cerca de 14,2 milhões de euros em indemnizações compensatórias¹¹, no quadro do contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre as duas partes¹², o que representou um decréscimo de 2,2% face a 2023. No mesmo ano, a RTP recebeu a título de taxa de contribuição para o audiovisual 193,4 milhões de euros¹³, mais 1,7% que no ano anterior.

Ao abrigo do Decreto-lei n.º 23/2015, de 6 de fevereiro, que aprovou o regime de incentivos do Estado à comunicação social de âmbito regional e local, que prevê incentivos ao desenvolvimento digital, modernização tecnológica, acessibilidade à comunicação social, literacia e educação para os *media* e desenvolvimento de parcerias estratégicas, foram atribuídos 761 446,27 euros¹⁴.

Os investimentos comunicados à ERC em Publicidade Institucional do Estado totalizaram 5,33 milhões de euros, dos quais 1,66 milhões de euros foram destinados a meios de comunicação social de âmbito regional e local, o que corresponde a um valor percentual de 31% da verba global. Esta percentagem situou-se em cerca de 6 pontos percentuais acima da quota de 25% prevista na lei.

⁹ “Mais de 3 milhões ouvem rádio pela internet no primeiro semestre de 2024” – Bareme Marktest – 6 de agosto de 2024. <https://apradiodifusao.pt/escuta-de-radio-na-internet-triplica-em-10-anos/>

¹⁰ “Bauer Reforça negócio do áudio digital e dos eventos em Portugal” – Expresso - 10 de maio de 2024.

¹¹ Resolução do Conselho de Ministros n.º 127/2021, de 26 de agosto.

¹² O valor da indemnização compensatória é estabelecido por contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre o Estado e a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., podendo registar atualizações anuais.

¹³ Os fundos públicos transferidos para a RTP concentram-se na Contribuição para o Audiovisual (CAV), paga pelos cidadãos através da fatura de eletricidade. A CAV foi fixada, em 2016, em 2,85 euros (acresce IVA a 6 %).

¹⁴ Despacho n.º 14327-A/2024, de 3 de dezembro, Presidência do Conselho de Ministros, Finanças e Assuntos Parlamentares - Gabinete do Ministro de Estado e das Finanças, Gabinete do Ministro Adjunto e da Coesão Territorial e Gabinete do Ministro dos Assuntos Parlamentares.

Por outro lado, através da cobrança de taxa de exibição aos operadores audiovisuais a pedido e fornecedores de *Video on Demand* (VoD) (recebida pelo ICA – Instituto do Cinema e Audiovisual), o Estado português arrecadou uma receita de 16,4 milhões de euros em 2024. Em causa está a taxa de exibição que incide sobre a publicidade e comunicação comercial nos ecrãs portugueses (4%), que até aqui abrangia os anúncios exibidos em salas de cinema, nos operadores de televisão ou distribuidores e passou a incluir os fornecedores de VoD. Em 2024, a título de taxa de serviços de TV por subscrição o Estado arrecadou 8,6 milhões de euros e 1,6 milhões de euros de taxa de VOD.

2.8. PRINCIPAIS PLAYERS EM 2024

A 31 de dezembro de 2024 estavam ativas na Base de Registos da ERC 1.675 publicações periódicas, 306 empresas jornalísticas, 267 operadores de radiodifusão, 216 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, 12 operadores de distribuição de televisão (STVS), 2 empresas noticiosas, 16 operadores de serviços audiovisuais a pedido 2 fornecedores de plataformas de partilha de vídeo. (Fig. 8).

FIG.8 – ESTAGNAÇÃO DE SEGMENTOS TRADICIONAIS E CRESCIMENTO NOS TECNOLÓGICOS								
	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	Var % 22/23	Var % 22/21	Var % 22/20
Publicações Periódicas	1728	1710	1701	1675	-1,5%	-0,5%	-1,0%	-0,3%
Empresas Noticiosas	2	2	2	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Operadores de Distribuição	11	11	12	12	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%
Operadores de Rádio	284	272	272	267	-1,8%	0,0%	-4,2%	-4,2%
Operadores de Televisão	22	24	25	25	0,0%	4,2%	9,1%	-4,0%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	149	181	201	216	7,5%	11,0%	21,5%	40,3%
Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido	ND	14	16	16	0,0%	14,3%	NA	NA
Fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos	ND	1	2	2	0,0%	100,0%	NA	NA

Fonte: ERC - Base de Dados de Registos.

Por forma a concretizar quais as principais empresas ou grupos económicos líderes, parte-se do segmento deste mercado que tem menos intervenientes para o que tem mais intervenientes e identificam-se individualmente quais os *players* relevantes e qual o segmento que integram.

EMPRESAS NOTICIOSAS

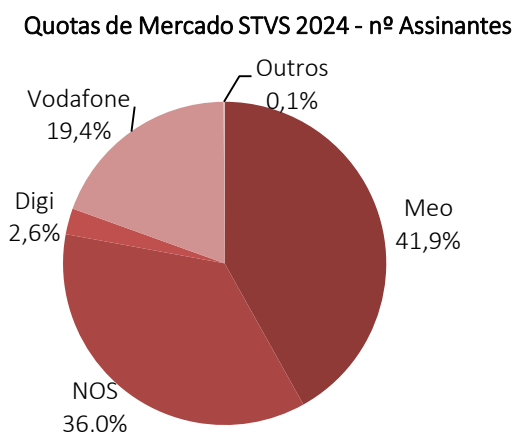
A par da Agência Lusa, encontra-se registada na ERC uma segunda empresa (agência) noticiosa, a Madremedia, Lda.. Como referido, a Lusa é financiada pelo Estado português. A Madremedia é uma empresa privada, parceira da Sapo, focada na criação de conteúdo para plataformas digitais e no desenvolvimento de soluções tecnológicas que melhor sirvam esse conteúdo¹⁵.

SERVIÇOS DE TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO (STVS)

No segmento dos operadores de STVS, ainda que o seu número se situe acima da dezena, observadas as quotas de mercado, é clara a dominância de dois operadores – MEO e NOS –, bem como a posição de crescente relevância da, Vodafone, seguida pela Digi (Fig. 9), empresa que no ano de 2024, adquiriu da totalidade do capital da Nowo.

¹⁵ <https://24.sapo.pt/parceiro/madremedia>.

FIG.9 – MERCADO STVS POUCO FRAGMENTADO



Fonte: Anacom – “O Setor das Comunicações – 2024”. Elaboração ERC.

OPERADORES DE TELEVISÃO

No que concerne aos operadores de televisão, o número de intervenientes cifra-se em 25 (Fig. 8), valor idêntico ao do ano transato. Os principais operadores em termos de *share*, isoladamente, correspondem aos operadores *free-to-air* e integram os grupos Media Capital, Impresa e RTP.

RÁDIO

No segmento da rádio, apesar do elevado número de intervenientes, denota-se algum grau de concentração em dois operadores: Grupo Renascença Multimédia (*share* de audiência 28,7%) e o Grupo Bauer Media Audio Portugal (*share* de audiência 42%).

O número de operadores de rádio tradicional registados na ERC decresceu (Fig. 8), mas o de operadores exclusivamente pela internet continuou em crescimento.

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

O segmento de publicações periódicas, o mais pulverizado de todos e há mais tempo exposto à concorrência digital, voltou a apresentar uma diminuição do número de intervenientes.

De acordo com os dados da APCT tem permanecido, ao longo dos anos, uma publicação dominante em termos de circulação impressa paga - o *Correio da Manhã* (Media Livre), seguido pelo *Jornal de Notícias* (Global Media). Nas publicações semanais, destaca-se o *Expresso* (Impresa). Na circulação digital existem igualmente posições mais expressivas, como o jornal Público (Grupo Sonae), nos diários, e o *Expresso*, nos semanais (Impresa).

DIGITAL

No *online* salienta-se ainda a presença de intervenientes estrangeiros associados a motores de busca ou redes sociais. De acordo com o ranking de *sites* da Similar Web¹⁶, o primeiro órgão de comunicação social português a figurar na lista é a página Sapo.pt (Altice), seguido do Record (Medialivre) e de A Bola (Vicra).

Pioneiramente, este ano, aparece listado o ChatGPT, o que remete para a reflexão acerca de quais as estratégias das empresas de *media* em 2024 para lidar com o desafio digital seja na forma de concorrência direta, seja na forma de ferramenta de apoio ao seu negócio, e qual o papel da IA.

¹⁶ Consultado em 1 de março de 2025 no processo de elaboração do presente relatório.

3.ACONTECIMENTOS RELEVANTES EM 2024

JANEIRO:

- Autoridade da Concorrência (AdC) decide inviabilizar a operação de aquisição da Nowo pela Vodafone apesar dos "remédios" apresentados pela empresa adquirente em dezembro de 2023. A AdC apurou que nos concelhos em que a Nowo está presente os restantes operadores praticam preços mais baixos do que os vigentes nos concelhos em que a Nowo não opera.

FEVEREIRO:

- SkyShowtime, serviço de streaming disponível em Portugal desde Outubro de 2022, introduz plano de serviços com anúncios. Outros concorrentes como a Netflix e o Prime Video, apesar de oferecerem planos com anúncios noutros territórios, ainda não o fizeram em Portugal.
- Aveiro Media Competence Center (AMCC) lança um programa para atrair empresas e impulsionar o desenvolvimento tecnológico de soluções para a indústria dos *media*. O Media Open Call Innovation Program, uma *test bed* liderada pelo Parque Ciência e Inovação da Região de Aveiro (PCI) em parceria com a NOS, integrando também o AMCC, a Universidade de Aveiro e a Google, procura apoiar tecnologias com impacto na transição digital dos *media*, fornece um conjunto de serviços, infraestruturas, parcerias estratégicas e oportunidades de negócio para *start-ups* e pequenas e médias empresas (PMEs), que desenvolvam soluções tecnológicas – novas ou adaptadas – em áreas como Inteligência Artificial, Big Data, Realidade Virtual e Realidade Aumentada, *Blockchain*, *Internet of Things* (IoT), permitindo o desenvolvimento de projetos piloto.

MARÇO:

- Netflix fecha um acordo com a WWE e assegura os direitos de transmissão do programa semanal de Wrestling Monday Night Raw para os próximos 10 anos, com início a janeiro de 2025 e um investimento de 500 milhões de dólares/ano nos direitos de transmissão.
- Medialivre, antiga Cofina Media, recebe luz verde por parte da ERC para a compra da radio SBSR e da Rádio Festival do Norte, detidas pela empresa promotora de espetáculos Música no Coração, de Luís Montez. As rádios são titulares de licença para o exercício da atividade nas regiões de Lisboa e Porto, respetivamente.
- ERC declara falta de transparência do World Opportunity Fund (WOF). O fundo havia assumido, em setembro de 2023, uma posição maioritária de 51% na Páginas Civilizadas, empresa que detinha, por seu lado, 50,25% da Global Media. A decisão, numa primeira fase preliminar, por forma a permitir o saneamento da situação de falta de transparência, tornou-se definitiva, dada a ausência que qualquer ação por parte do fundo.

ABRIL:

- Rakuten Advertising estabelece um acordo comercial com a Impresa, que passa a ser responsável por toda a oferta publicitária de Connected TV (CTV) da plataforma digital Rakuten TV em Portugal. A parceria constitui uma extensão da oferta de CTV, juntando-se às plataformas Opto e Playce, que já disponibilizam conteúdos da SIC *on demand* nos televisores de mais de três milhões de lares portugueses. Simultaneamente, a Impresa lança a "Óbvio", uma agência de talentos nacionais que pretende apostar no marketing de influência.

MAIO:

- Trust in News submete ao Juízo de Comércio de Sintra um Plano Especial de Revitalização (PER).
- ERC aprova a venda dos títulos da Global Media à Notícias Ilimitadas, designadamente, Jornal de Notícias, Jornal de Notícias História, NTV, Delas, Notícias Magazine, O Jogo, Volta ao Mundo e Evasões, bem como as licenças da rádio TSF. A operação de alienação consiste na aquisição pela Notícias Ilimitadas, S.A., da propriedade das marcas editoriais da Global Notícias, bem como de partes de participações do capital social por esta detida na rádio.
- Portugal, a par de Espanha, Itália, Reino Unido, França, Alemanha, Bélgica, Suíça, Áustria e Estados Unidos, disponibiliza os 10 novos canais gratuitos adicionados pela DAZN (dona dos canais Eleven) à sua plataforma digital, no âmbito da renovação do acordo com a Amagi.
- Open AI e NewsCorp assinam acordo para que a primeira possa utilizar os conteúdos da segunda, atuais e de arquivo, no boot do ChatGPT como resposta às perguntas colocadas pelos utilizadores e treinar os seus modelos de IA.
- Canal Now e Euronews assinam uma parceria para produção e difusão de conteúdos, que permite à Now ter uma vertente internacional, nomeadamente europeia, através do acesso a conteúdos da Euronews.

JUNHO:

- ERC abre processo oficioso de averiguações para aferir eventuais poderes de influência e da transparência dos fluxos de capitais investidos pela Alpac na Newsplex, dona dos jornais Nascer do Sol e i Inevitável.
- Meta, empresa proprietária do Facebook e do Instagram, estabelece uma nova política que pretende usar os conteúdos partilhados pelos utilizadores (publicações, fotografias, legendas, comentários e *stories*) para desenvolver e melhorar a IA. A Meta alega que a decisão está de acordo com as leis da privacidade em vigor e que os utilizadores podem optar por recusar as alterações implementadas.
- Rússia veda o acesso por Internet no país a 81 meios de comunicação social europeus, incluindo os portugueses RTP Internacional, Público, Expresso e Observador. A medida visa retaliar a decisão da União Europeia de proibir qualquer atividade de radiodifusão aos meios de comunicação social associados à Rússia: RIA Novosti, Izvestia, Rossiyskaya Gazeta e Voice of Europe. Apesar de a Voice of Europe não ser russa e ter sede nos Países Baixos, foi "fundamental" na promoção do apoio à invasão ilegal da Ucrânia, afirmou o Conselho Europeu numa declaração de 17 de maio.
- DN Brasil do grupo Global Notícias Media Group é lançado para atender à crescente comunidade brasileira em Portugal. O DN Brasil tem todas as segundas-feiras, na edição papel do Diário de Notícias, uma ou duas páginas, conforme a atualidade noticiosa, além de um suplemento e de um *site* com conteúdo noticioso.

JULHO:

- Autoridade da Concorrência rejeita fusão entre Vodafone e Nowo por considerar que a operação de concentração é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva nos mercados relevantes identificados, prejudicando os consumidores.
- Conteúdos da Impresa voltam a estar disponíveis no SAPO. Para além do Expresso, da SIC e da SIC Notícias, o contrato assinado entre o grupo de *media* e a Meo, que detém o portal informativo, abrange produções da SIC K, da SIC Mulher, da SIC Radical e notícias e reportagens do Blitz, do Fama Show e da Tribuna.
- ERC propõe alterações à Lei da Transparência dos Media, designadamente ao regime sancionatório, à confidencialidade dos acordos parassociais, à isenção de obrigações declarativas (para entidades que prossigam atividades de comunicação social a título acessório), entre outras.
- Media Capital expressa publicamente a sua intenção de adquirir a Nowo, apesar de o negócio não se ter concretizado. A ocorrer, a Nowo, tornar-se-ia protagonista de algo inexistente em Portugal: um grupo de *media* a comprar uma operadora de telecomunicações e distribuidora de STVS.
- Governo conclui a compra das ações da Lusa à Global Media e Páginas Civilizadas, por cerca de 2,5 milhões de euros. O Estado português é proprietário de 95,86% das ações da empresa.
- Google altera política de gestão de *cookies* de terceiros do browser Chrome, abdicando da sua remoção. Ao invés, permite que sejam os utilizadores a decidir mantê-los ativos, ou não.
- Autoridade da Concorrência decide não se opor à operação de concentração que consiste na aquisição pela Palavras de Prestígio, Lda. do controlo exclusivo do capital social da VASP – Distribuidora de Publicações, S.A. através do exercício da opção de compra das ações atualmente detidas pela Cofina SGPS, S.A. A não oposição à compra pela empresa do universo Bel chega depois desta ter assumido compromissos que garantem o acesso de todos os editores à rede de distribuição de jornais e revistas da VASP. Os compromissos assumidos incluem não só o acesso de todos os editores à rede de distribuição da VASP, como também, que este acesso seja feito em condições comerciais, logísticas e de qualidade de serviços justas, razoáveis e não discriminatórias.
- Acordo de venda de parte dos títulos do grupo Global Media à Notícias Ilimitadas é fechado por 16,5 milhões de euros. A Notícias Ilimitadas, detida a 70% pela empresa veículo Verbos Imaculados, fica com o JN, a TSF e O Jogo, entre outros. A Global Media, por seu lado, ficará com o controlo do Diário de Notícias e do Açoriano Oriental, entre outros títulos de menor dimensão, e passará a ser proprietária de 30% da Notícias Ilimitadas.
- Governo Regional dos Açores anuncia apoio a 26 órgãos de comunicação social da região (jornais, rádios e televisões digitais) com cerca de 670 mil euros, na sequência das candidaturas apresentadas ao programa de apoio aos meios privados.
- Digi anuncia oferta de 150 milhões de euros pela aquisição da Nowo, incluindo a fibra ótica, os clientes e as licenças 5G, e os contratos de distribuição de TV. A Digi faz parte do Grupo Digi, com sede social nos Países Baixos e gestão efetiva na Roménia, atua no setor das telecomunicações em países como a Roménia, Espanha e Itália.

AGOSTO:

- Publicada a Resolução do Conselho de Ministros (RCM) nº 105/2024, de 21 de agosto, que cria a Estrutura de Missão para a Comunicação Social, designada de #PortugalMediaLab. Visa-se assegurar a coordenação da execução e a monitorização das políticas públicas no domínio da comunicação social, designadamente através do apoio à conceção e concretização do Plano de Ação para os Media, a aprovar pelo Conselho de Ministros.
- Nasce o Público Brasil, um novo projeto editorial, com chancela do Público, e conteúdos escritos em português do Brasil, que pretende afirmar-se como uma referência no mundo da informação para a comunidade brasileira em Portugal e, também, para aqueles que, do outro lado do Atlântico, querem saber mais sobre o que se passa em Portugal e na Europa.
- Grupo Bel, liderado por Marco Galinha, assume o controlo da Vasp-Distribuidora de Publicações, passando agora a deter 100%, com a compra das restantes ações, que eram da Cofina (atual Medialivre) por 4,5 milhões de euros.
- ERC reflete sobre estratégia de apoio ao setor da comunicação social em Portugal, através do documento 'Apoios e incentivos do Estado à Comunicação Social', enviado à Assembleia da República. A reflexão conduzida pela ERC tem presente as várias vulnerabilidades e os fatores de risco que afetam a comunicação social e geram preocupação quanto ao seu funcionamento, transparência e sustentabilidade. Oferece também um conjunto de recomendações relativas à identificação de objetivos, modalidades de apoio e critérios de distribuição, sempre atenta à salvaguarda da independência editorial dos meios.

SETEMBRO:

- ERC verifica que foi alienada a participação detida pelo World Opportunity Fund no capital social e nos direitos de voto da Páginas Civilizadas, Lda., que suscitava «fundadas dúvidas» quanto à transparência da sua titularidade, como declarado pela Deliberação ERC/2024/127 (TRP-MEDIA), de 19 de março. A totalidade do capital social e dos direitos de voto da Páginas Civilizadas, Lda., pertence agora às sociedades Palavras de Prestígio, Lda., Grupo Bel, S.A., e Norma Erudita, Lda. Assim, dando cumprimento às disposições previstas no n.º 4 do artigo 14.º da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, o Conselho Regulador declarou que se encontra superada a situação de falta de transparência que afetava a sociedade Páginas Civilizadas, Lda., detentora de participação qualificada de 50,25% na Global Notícias - Media Group S.A..
- É criada a APMEDIO – Associação Portuguesa dos Media Digitais Online – cujo escopo reside no apoio aos órgãos de comunicação social que utilizam o meio digital como suporte principal de comunicação.
- ERC anuncia a não oposição à compra da Nowo pela Digi por não colocar em causa os valores da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão e acesso a conteúdos, cuja tutela incumbe à ERC acautelar.

OUTUBRO:

- Autoridade da Concorrência emite parecer favorável preliminar (antes de pronuncia de interessados) à compra da Nowo pela Digi por cerca de 150 milhões de euros, o que possibilita a entrada de um novo operador no mercado português.

- Everyone TV, uma *joint venture* detida pelos operadores de serviço público BBC, ITV, Channel 4 e Channel 5 divulgam um acordo com a Amazon que permite ao público assistir ao vivo e de graça aos seus conteúdos nas plataformas que utilizem o sistema operativo Fire TV da Amazon. Já em 2024, a Everyone TV havia lançado uma plataforma de *streaming* - a Freely — para aproveitar a expansão dos aparelhos de TV com acesso à internet, onde é possível assistir a TV por cabo e *streaming*. O objetivo é aumentar a escala da distribuição dos seus conteúdos.
- Governo anuncia abertura de um concurso público internacional para a distribuição de publicações periódicas em concelhos onde os jornais e revistas deixaram de chegar às bancas. A distribuição, em 2024, foi assegurada por apenas um operador privado que não inclui os concelhos interiores de Marvão, Alcoutim, Freixo de Espada à Cinta e Vinhais.
- Plano de apoio aos *media* é apresentado pelo governo e divide-se em quatro eixos: i) regulação do setor, ii) serviço público concessionado (RTP e Lusa), iii) incentivos e iv) combate à desinformação e literacia mediática. A sua monitorização está a cargo da Estrutura de Missão (#PortugalMediaLab).

NOVEMBRO:

- Medialivre fecha com sucesso a aquisição planeada as rádios SBSR e Festival do Norte para lançar a CM Rádio – Rádio Correio da Manhã.
- Estado reprovava o PER da empresa Trust in News que acabou por ser chumbado por 61,16% do total de créditos reconhecidos, correspondendo a 68,03% dos votos emitidos. A insolvência foi decretada pelo tribunal em dezembro.
- Governo dos Açores apresenta o Plano de Ação para os Media Açorianos com dois milhões de euros em 2025, que prevê apoios aos órgãos privados, publicidade institucional, formações e assinaturas para escolas e instituições.
- Governo da Madeira, aprova a proposta de Decreto Legislativo Regional que procede à Primeira Alteração ao Decreto Legislativo Regional n.º 39/2016/M, de 18 de agosto, sobre o Programa Regional de Apoios à Comunicação Social Privada, - Mediam. O programa financeiro pretende apoiar o funcionamento das empresas privadas detentoras dos órgãos de comunicação social da região, bem como assegurar a manutenção do emprego ou mesmo promover a criação de postos de trabalho no sector.

DEZEMBRO:

- Governo dos Açores anuncia apoios extraordinários de 480 mil euros para os *media*. O apoio extraordinário, que visa contribuir para a manutenção da capacidade de funcionamento das redações, contempla 432,7 mil euros para 23 órgãos de comunicação social.

4. PERSPETIVAS FUTURAS

O mercado publicitário, ainda a principal fonte de receita das empresas de *media*, deverá continuar numa trajetória de expansão e de reequilíbrio distributivo entre os vários meios. De acordo com as previsões da Dentsu¹⁷, os gastos em publicidade cresceram 6,8% em 2024 e deverão crescer 5,9% em 2025, com a componente algorítmica a aumentar. Até 2027, 79% dos gastos publicitários deverá ser algorítmica contra os 59,5% registados em 2024.

Em 2025, os gastos publicitários em publicidade *online* em sites de e-commerce ou plataformas análogas deverá aumentar 21,9%, a *paid search* 6,7% e a *paid social media advertising* 8,7%. A publicidade na televisão aumentará 0,6% por conta de uma expansão de 18,4% no *streaming* e de um decréscimo de 2,5% na televisão tradicional. O total da publicidade digital provavelmente aumentará 9,2% e representará 62,7% do mercado global de gastos publicitários. Na imprensa, a publicidade irá decair 2,5%, a refletir um crescimento de 0,6% no digital e uma quebra de 4,3% na imprensa física. Na rádio, o aumento deverá situar-se em cerca de 1,8%, sobretudo em meio digital.

O forte crescimento da *retail media advertising*¹⁸ relaciona-se com o interesse das marcas em acederem aos dados sobre consumidores das plataformas de retalho subjacentes. Já a publicidade em motores de busca paga é atrativa por causa da maior introdução de mecanismos de IA.

A presença crescente do vídeo e do *streaming* para consumos de *media* é cada vez mais abrangente e incontornável, começam a testar-se novas fronteiras na tipologia da oferta, com a distribuição em *streaming* de conteúdos que historicamente não eram distribuídos através dessa tecnologia.

Os *podcasts* já são uma constante na oferta mediática de qualquer órgão de comunicação social, mesmo nos locais e de menor dimensão, com especial importância na imprensa. De acordo com um estudo da The Media Audit, que contou com uma amostra de 53.117 entrevistados nos EUA, a percentagem de consumidores acima dos 18 anos que tinha ouvido um *podcast* no dia anterior era de 28,9%, esta subiu para 39,6% junto daqueles que são leitores de jornais assíduos.

À medida que os hábitos de consumo de *media* evoluem, estes *insights* reafirmam a relevância duradoura dos jornais, ao mesmo tempo que destacam o papel crescente dos *podcasts* em atingir um público influente e que procura informação.

Nos conteúdos desportivos observa-se que,¹⁹ até recentemente, a transmissão tinha um carácter eminentemente local, onde desportos que movem orçamentos milionários eram transmitidos em regiões do globo delimitadas. A America's National Football League (NFL) gera 98% dos direitos de transmissão de *media* no próprio país e a liga de cricket indiana, cujos direitos de transmissão são superiores aos dos jogos olímpicos numa base anualizada, gera cerca de 96% das receitas na Índia. Com a evolução tecnológica, em particular o *streaming*, esta realidade começou a alterar-se ao abrir um mercado anteriormente local ao consumo global, possibilitando a migração de transmissões de qualidade dos operadores de TV para as empresas de *streaming*. Na verdade, apenas um terço dos

¹⁷ Global Ad Spend Forecasts - December 2024 – Dentsu

¹⁸ Publicidade digital que ocorre dentro de plataformas comerciais online, como *marketplaces* e sites de e-commerce, onde várias marcas podem anunciar produtos aos consumidores durante o processo de compra. É uma forma de publicidade direcionada que visa alcançar o consumidor no momento exato em que ele está considerando a compra, aumentando a relevância e a eficácia das campanhas.

¹⁹ Sport and media: - Game changer - Technology is transforming how sport is broadcast — and watched – The economist – 27 jul. 2024.

espectadores dos jogos olímpicos de Paris assistiram ao evento ao vivo. Além da transmissão em direto de alguns eventos (NFL e Jogos Olímpicos) pela Netflix, a produção de filmes documentário constitui outro exemplo do alargamento da tipologia de produto distribuído por estas plataformas.

Os padrões de consumo no digital são relevantes. Observa-se uma crescente utilização das redes sociais como motores de busca. Esta utilização afeta, em primeira instância, as marcas que enfrentam o desafio de se adaptarem aos comportamentos dos consumidores de redes sociais.

Sendo as marcas clientes dos serviços de publicidade fornecidos pelos órgãos de comunicação social, é importante perceber qual a relação dos *media* com as redes sociais e qual a melhor forma de a potenciar, uma vez que esta nova realidade exige uma presença digital ainda mais fortalecida. Um inquérito realizado pela Dentsu²⁰ mostra bem as tendências apontadas. Em 2025, 85% dos *Chief Marketing Officers* pretende manter ou aumentar o investimento em conteúdos de pequeno formato (*reels*), 82% pretende manter ou aumentar o investimento em *influencers* e 81% pretende manter ou aumentar o investimento em transmissões diretas em *streaming*.

O Digital News Report de 2024²¹ mostra que a preocupação com a fiabilidade de conteúdos noticiosos *online* aumentou 3 pontos percentuais em 2024 (seis em cada dez consumidores, 59%). O número é consideravelmente mais elevado na África do Sul (81%) e nos Estados Unidos (72%), em ambos os países decorram atos eleitorais no período de análise. O Relatório anual do Obercom²² e do Reuters Institute for the Study of Journalism²³ concluiu que, em 2024, os portugueses se mostraram mais preocupados com o que é real ou falso na Internet (72%) face à média global dos países analisados (59%), embora a tendência geral deste indicador tenha sido de crescimento.

O interesse pelas notícias tem-se mantido relativamente estável, nos últimos três anos. Sem prejuízo, notam-se sinais de saturação de conteúdos noticiosos, crescente desinteresse pelas notícias, evitação ativa de notícias e acesso crescente ao conteúdo de notícias indiretamente em ambiente digital. Apenas 12% dos inquiridos afirmaram ter pago por notícias *online* no ano anterior, quando a nível global a percentagem se mantém nos 17%.

Por outro lado, mais de 80% dos portugueses vê vídeos *online* de notícias, o consumo de formatos curtos é cada vez mais uma preferência, dado que um terço dos portugueses (33%) consome vídeos curtos sobre notícias pelo menos quatro a seis dias por semana. O formato curto ganha preferência em relação aos mais longos e ao *streaming* em direto. A tendência abrange todas as demografias, embora o formato de vídeo noticioso *online*, em geral, seja mais consumido pelos mais jovens. As redes sociais começam a atingir a sua maturidade, novas tecnologias desenvolvem-se, o que pode criar oportunidades para as empresas de *media*, agora mais preparadas do que há 20 anos atrás, para se aperceberem e enfrentarem os desafios e as oportunidades da transição digital. Contrariamente ao passado, também as gigantes digitais lidam com a disrupção e estão a ser desafiadas por novos concorrentes, no vislumbre da era da IA.

²⁰ The year of impact - 2025 Media Trends – Dentsu.

²¹ Reuters Institute Digital News Report 2024 – N. Newman with R. Fletcher, C. T. Robertson, A. Ross Arguedas, and R. Kleis Nielsen.

²² Digital News Report Portugal 2024 – Obercom, Reuters institute for the Study of Journalism – june 2024.

²³ Reuters Institute Digital News Report 2024 - Nic Newman with R. Fletcher, C. T. Robertson, A. Ross Arguedas, and R. Kleis Nielsen.

Ambiente Legal e Regulatório

Contexto Europeu e Nacional
Deliberações Doutrinárias
Atividade Contraordenacional

CONTEXTO EUROPEU E NACIONAL

1. VISÃO GLOBAL

A União Europeia tem vindo a desenvolver uma estratégia de adaptação à era digital, assente em três pilares: uma tecnologia centrada nos cidadãos, uma economia justa e competitiva e uma sociedade aberta, democrática e sustentável. Para concretizar estes objetivos, foi criado um quadro regulatório que envolve a Comissão e os seus Comitês, os Coordenadores de Serviços Digitais (DSCs) e os reguladores nacionais (NRAs). Esta estratégia reflete-se no trabalho de regulação a nível nacional, marcado pela cada vez mais forte pegada dos avanços regulatórios a nível europeu. O presente capítulo oferece um enquadramento do trabalho da ERC neste âmbito, com destaque para as áreas de trabalho de maior relevo em 2024.

Abrangendo matérias nucleares para a ERC, destaca-se a adoção oficial do **Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA)**, que inclui nas suas finalidades a proteção de jornalistas e fornecedores de serviços de comunicação social, públicos e privados, de interferências políticas nas decisões editoriais, facilitar o seu funcionamento transfronteiras e assegurar a transparência da titularidade dos *media*. O EMFA prevê ainda a criação de um Comité de Reguladores dos *Media*.

O **Regulamento dos Serviços Digitais (DSA)** visa combater atividades ilegais e prejudiciais em linha, proteger os menores, bem como travar a propagação de conteúdos ilegais, discurso de ódio e desinformação. Para tal, estabelece um conjunto de regras aplicáveis à disseminação de conteúdos digitais, dirigidas aos prestadores de serviços em linha. Além de apresentar o DSA, descreve-se o seu processo de execução no plano nacional, ainda em curso.

A **proteção de menores nos serviços de comunicação audiovisual e nas plataformas de partilha de vídeos (VSPs)** tem sido uma das prioridades da regulação europeia e nacional. A revisão da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva AVMS, ou DSCSA) e a entrada em vigor do Regulamento dos Serviços Digitais têm vindo a contribuir para reforçar os mecanismos legais e técnicos de salvaguarda dos utilizadores mais vulneráveis no ambiente digital.

O uso de Inteligência Artificial na comunicação social representa um desafio crescente à integridade informativa, à proteção dos direitos fundamentais e à salvaguarda do debate democrático. Neste capítulo apresenta-se também o **Regulamento Inteligência Artificial (IA Act)**, as implicações para o setor da comunicação social e o posicionamento da ERC enquanto entidade responsável pela supervisão de obrigações legais associadas à IA de risco elevado.

A nível nacional, há a destacar os avanços das políticas públicas em 2024, com o início da implementação de um **Plano Nacional para a Literacia Mediática** e, no segundo semestre, a divulgação do **Plano de Ação para a Comunicação Social**. Neste quadro, há a destacar, enquanto iniciativas da ERC, a **proposta de alteração à Lei da Transparência dos *media*** (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), apresentada pela ERC à Assembleia da República e ao Governo, e o documento de trabalho “**Apoios e Incentivos do Estado à Comunicação Social**”.

2.CONTEXTO EUROPEU

2.1 REGULAMENTO EUROPEU SOBRE A LIBERDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (EMFA)

No dia 11 de abril de 2024, foi oficialmente adotado pelos legisladores da União Europeia - Conselho e Parlamento Europeu - o Regulamento para a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (European Media Freedom Act – EMFA)¹ que estabelece um novo conjunto de regras e mecanismos destinados a promover o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social no mercado interno europeu.

O Regulamento (apresentado com maior detalhe no [Relatório de Regulação 2023](#), p. 59 e seguintes) tem como finalidades:

- Proteger a independência editorial
- Proteger as fontes de informação
- Avaliar o impacto da concentração no mercado dos *media* sobre o seu pluralismo e independência editorial
- Assegurar o funcionamento independente do serviço público de *media*
- Aumentar a transparência da propriedade dos meios de comunicação social
- Proteger os *media* contra a remoção injustificada de conteúdos em linha por plataformas em linha de muito grande dimensão (VLOP)
- Introduzir o direito de personalização da oferta dos meios de comunicação social em dispositivos e interfaces
- Garantir a transparência da publicidade estatal para os fornecedores de serviços de comunicação social e as plataformas em linha
- Aumentar a transparência na medição das audiências para os fornecedores de serviços de comunicação social e os anunciantes
- Criar um novo Comité de Reguladores dos *Media* (EBMS - European Board for *Media* Services), um novo organismo europeu para os serviços de comunicação social, sucedendo o Grupo de Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA), que havia sido estabelecido em 2014 para prestar aconselhamento à Comissão Europeia na aplicação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (AVMSD). O EBMS terá uma atuação alargada face ao seu antecessor e representa uma nova etapa nas políticas de *media* a nível europeu, abrangendo não apenas questões audiovisuais, mas também questões transversais que impactam o setor dos *media* como um todo, incluindo desafios relacionados com a regulação de plataformas digitais.

O ordenamento jurídico português já contempla disposições em diversas áreas abrangidas pelo EMFA – no domínio da transparência da propriedade e financiamento dos *media*, das operações de concentração, da proteção dos jornalistas, das garantias para o funcionamento independente do serviço público de *media*, bem como da publicidade institucional do Estado (PIE). Na maioria destas, as leis nacionais já garantem níveis de proteção mínimas superiores às que o EMFA estabelece.

¹ Regulamento (EU) 2024/1083, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de abril de 2024, que cria um regime comum para os serviços de comunicação social no mercado interno e que altera a Diretiva 2010/13/UE Regulamento Europeu relativo à Liberdade dos Meios de Comunicação Social)

O regulamento entrou em vigor a 7 de maio e é de aplicação faseada, sendo totalmente aplicável a partir de 25 de agosto de 2026.

A ERC tem vindo a trabalhar internamente, e no seio do EMBS (ex-ERGA, constituído em fevereiro de 2025), para avaliar em concreto o nível de harmonização do EMFA com a legislação setorial nacional, bem como para aferir o impacto deste regulamento nas suas competências e atribuições.

2.2 REGULAMENTO DOS SERVIÇOS DIGITAIS (DSA)

O Regulamento (UE) n.º 2022/2065, conhecido como Regulamento dos Serviços Digitais (RSD) ou *Digital Services Act* (DSA), tem como objetivo combater atividades ilegais e prejudiciais em linha, proteger os menores, bem como travar a propagação de conteúdos ilegais, discurso do ódio e da desinformação. Para tal, estabelece um conjunto de regras aplicáveis à disseminação de conteúdos digitais, dirigidas aos prestadores de serviços em linha.

O Regulamento tem um âmbito de aplicação muito alargado (artigo 2º, em particular n.º 4), abrangendo domínios como o comércio eletrónico, direitos de autor e direitos conexos, o combate à difusão de conteúdos terroristas em linha, a comercialização e utilização de precursores de explosivos, a defesa dos consumidores e segurança dos produtos, a proteção de dados pessoais, a cooperação judiciária em matéria civil e penal e a recolha de provas em processo penal.

O DSA estabelece obrigações específicas para grandes plataformas em linha de muito grande dimensão (VLOP) e motores de busca em linha de muito grande dimensão (VLOSE), com mais de 45 milhões de utilizadores na UE (com a Amazon, Apple App Store, Facebook, Google Search e Maps, Instagram, TikTok, YouTube, entre muitas outras). Nestas obrigações inclui-se a realização de avaliações de risco anuais sobre impactos como a proteção de menores ou a proliferação de conteúdos ilegais, a cooperação com as autoridades europeias e a submissão a auditorias, bem como a publicação de relatórios de conformidade. Estas entidades ficam sob supervisão direta da Comissão Europeia, podendo as sanções por incumprimento atingir 6 % do seu volume global de negócios.

O DSA não define o que são conteúdos, produtos ou serviços ilegais em linha, mas estabelece regras para toda a UE referentes à sua deteção, sinalização e remoção e define um novo quadro de avaliação de risco adicional para as VLOPs e VLOSEs sobre a forma como os conteúdos ilegais se propagam nos seus serviços.

Assim, identificam-se quatro categorias de riscos sistémicos, associados a estas grandes plataformas: disseminação de conteúdos ilegais, impactos negativos sobre direitos fundamentais (como liberdade de expressão e privacidade), efeitos adversos nos processos democráticos e eleitorais, e riscos para a saúde pública e o bem-estar, especialmente de menores. A desinformação, enquadrada como um conteúdo prejudicial, é destacada como um dos principais desafios a mitigar.

Além das VLOP e das VLOSE, o DSA regula as plataformas em linha que reúnam vendedores e consumidores (mercados em linha, lojas de aplicações, plataformas de economia colaborativa e plataformas de redes sociais), os serviços de alojamento virtual (como as infraestruturas de computação em nuvem e os serviços de alojamento virtual, incluindo as plataformas em linha) e os

serviços intermediários que oferecem infraestrutura de rede (fornecedores de acesso à Internet, agentes de registo de nomes de domínio).

No campo da moderação de conteúdos, o DSA prevê regras para a remoção célere de conteúdos ilegais ou prejudiciais após notificação, a criação de mecanismos de contestação dessas decisões e a elaboração periódica de relatórios detalhados sobre as atividades de moderação. Em matérias relacionadas com o fortalecimento da proteção dos cidadãos, visa reforçar o controlo sobre a utilização dos seus dados para fins publicitários e preservar o direito de intervenção, designadamente prevendo o recurso de decisões de moderação.

Enquanto instrumentos de mitigação de riscos, o DSA incentiva a elaboração de códigos de conduta voluntários a nível da UE que devem conter compromissos claros e mensuráveis. Um exemplo é o Código de Conduta Contra o Discurso de Ódio Online, integrado no âmbito do DSA em janeiro de 2025, com 12 signatários, incluindo as maiores plataformas sociais.

No domínio da desinformação, o Código de Conduta (cf. Relatório de Regulação 2023, p.52) foi incorporado no DSA a 13 de fevereiro de 2025, abrangendo seis áreas de ação, desde a supervisão da colocação de anúncios até à capacitação de utilizadores e *fact-checkers*. O Código entrou em vigor a 1 de julho de 2025, e conta com 40 signatários – entre eles Google, Meta, Microsoft e TikTok – que assumiram compromissos auditáveis *mediante* relatórios semestrais ou anuais e avaliações de impacto.

O DSA, que entrou plenamente em vigor a 17 de fevereiro de 2024, incumbia os Estados-Membros de designar até essa data, a nível nacional, um Coordenador dos Serviços Digitais (CSD), bem como a(s) autoridade(s) competente(s) para assegurar a aplicação das disposições do regulamento nos domínios por ele abrangidos.

EXECUÇÃO NACIONAL

No plano nacional, cabe descrever o processo legislativo referente ao diploma de execução, que se encontra ainda em curso.

A ERC pronunciou-se, em 7 fevereiro de 2024, a pedido do Governo, sobre o diploma de execução que se encontrava em elaboração. No [parecer](#), a ERC assinalou que a sua atuação não deveria ser limitada à “matéria de comunicação social” mas incluir “outros conteúdos mediáticos” – em linha com a mais recente alteração à Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido, resultante da transposição da alteração de 2018 à Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual, que atribui à ERC competências relativas às plataformas de partilha de vídeo que se encontrem sob jurisdição do Estado português.

Através do Decreto-Lei n.º 20-B/2024, de 16 de fevereiro, a ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações foi designada Coordenador Nacional. A ERC foi designada autoridade competente em matéria de comunicação social e outros conteúdos mediáticos. Foi ainda designada a Inspeção-Geral das Atividades Culturais (IGAC) como a autoridade competente em matéria de direitos de autor e direitos conexos.

Adicionalmente, foi criado um grupo de trabalho, através do Despacho n.º 1747/2024, de 15 de fevereiro, com o objetivo de identificar as necessidades de conformação da ordem jurídica interna com o DSA. De acordo com o Despacho, a ANACOM, ouvidas a ERC e a IGAC, deveria no prazo de 15 dias identificar as restantes entidades que deveriam integrar o Grupo, designadamente entidades públicas com competências no Regulamento (alíneas a) a j) do n.º 4 do artigo 2.º), bem como outras entidades públicas relevantes para a sua aplicação. O grupo de trabalho dispunha de 90 dias para remeter ao Governo o relatório final com os resultados do trabalho realizado e a formulação de propostas. Assim, a 30 de maio a ANACOM, na qualidade de CSD, entregou ao Governo a proposta de diploma para a execução do Regulamento dos Serviços Digitais, que resultou do GT-RSD e no qual a ERC teve participação ativa.

A proposta de lei do Governo foi apresentada à Assembleia da República em final de 2024 e tinha já sido concluída a fase de consulta pública, no entanto o processo legislativo não chegou a bom termo devido à interrupção da legislatura. É expectável que o processo seja retomado na nova legislatura, com a maior brevidade.

Em maio de 2024, a Comissão Europeia decidiu instaurar uma ação contra Portugal no Tribunal de Justiça da União Europeia por não aplicação do Regulamento dos Serviços Digitais, considerando que, embora tenha havido designação de um CSD e entidades competentes, estes não tinham sido habilitados dos poderes necessários para que pudessem desempenhar as suas funções ao abrigo do DSA, e por não ter previsto as sanções aplicáveis às infrações do disposto nesse regulamento.

2.3 PROTEÇÃO DE MENORES

ENQUADRAMENTO LEGAL

O quadro jurídico aplicável à proteção de menores no domínio audiovisual resulta da conjugação de instrumentos europeus e nacionais, destacando-se a Diretiva (UE) 2018/1808, que alterou a Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (AVMSD), e o Regulamento (UE) 2022/2065, relativo a um mercado único dos serviços digitais (DSA).

A nível nacional, a transposição da AVMSD foi concretizada através da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que alterou a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho), introduzindo disposições específicas para plataformas de partilha de vídeos e reforçando as obrigações relativas à proteção de menores.

O artigo 28.º-B da AVMSD impõe aos prestadores de plataformas de partilha de vídeos um conjunto de medidas destinadas a proteger os menores contra conteúdos suscetíveis de prejudicar o seu desenvolvimento físico, mental ou moral, incluindo:

- sistemas de verificação etária;
- mecanismos de sinalização e remoção de conteúdos;
- sistemas de controlo parental;
- e requisitos específicos a incorporar nos termos e condições da plataforma.

Complementarmente, o DSA introduz obrigações horizontais para as plataformas digitais, com impacto relevante na proteção de menores, como a proibição de publicidade dirigida com base em

perfis de menores, a avaliação e mitigação de riscos sistémicos (incluindo os que afetam menores) e o reforço dos mecanismos de transparência e responsabilidade.

Estes regimes articulam-se ainda com outros instrumentos relevantes, como o Regulamento eIDAS (Regulamento (UE) n.º 910/2014, de 23 de julho), relativo à Identificação Eletrónica e aos Serviços de Confiança para as transações eletrónicas no mercado interno, e o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), em especial quanto à proteção de dados pessoais de menores e ao princípio da minimização (Regulamento (UE) n.º 679/2016, de 27 de Abril).

No plano nacional, a ERC é a entidade competente para supervisionar o cumprimento das obrigações previstas na LTSAP, incluindo as aplicáveis às VSPs estabelecidas em Portugal ou sob jurisdição portuguesa, nos termos do regime da liberdade de prestação de serviços.

MEDIDAS E MECANISMOS DE PROTEÇÃO DE MENORES

A proteção de menores em ambiente audiovisual e digital tem evoluído para além da mera interdição de conteúdos manifestamente lesivos, passando a integrar uma abordagem mais ampla e proativa, assente em medidas preventivas e sistemas de responsabilização aplicáveis aos prestadores de serviços e plataformas.

VERIFICAÇÃO ETÁRIA

A verificação da idade dos utilizadores constitui um dos instrumentos essenciais para garantir que menores não têm acesso a conteúdos suscetíveis de prejudicar o seu desenvolvimento. Embora a legislação nacional imponha esta obrigação às plataformas de partilha de vídeos, não existe ainda uma solução tecnológica padronizada ou certificada. A nível europeu, tem-se reforçado a importância de mecanismos tecnologicamente neutros e respeitadores da privacidade, soluções baseadas em identificação eletrónica segura e sistemas independentes de autenticação, em conformidade com o RGPD e com os referenciais do Regulamento eIDAS. Em Portugal, a ERC tem acompanhado estas iniciativas e mantendo contactos exploratórios com operadores relevantes no sentido de avaliar práticas e soluções adequadas ao contexto nacional.

SINALIZAÇÃO DE CONTEÚDOS

A sinalização de conteúdos potencialmente prejudiciais é um elemento central para permitir escolhas informadas por parte de utilizadores, especialmente pais e educadores. As plataformas são legalmente obrigadas a adotar sistemas que informem de forma clara sobre a natureza dos conteúdos, podendo recorrer a classificações etárias, descritores visuais ou alertas específicos. A ERC tem procurado sensibilizar os prestadores para a importância da coerência e legibilidade destes sistemas, nomeadamente através da recolha e análise de práticas adotadas, com vista à eventual harmonização progressiva dos critérios de classificação, alinhados com as boas práticas europeias e com os princípios estabelecidos no artigo 6.º-A da AVMSD.

CONTROLO PARENTAL E MODERAÇÃO DE CONTEÚDOS

Os sistemas de controlo parental e os mecanismos de moderação preventiva de conteúdos assumem uma importância acrescida num ambiente digital de acesso universal. A legislação nacional exige às plataformas a disponibilização de funcionalidades de controlo parental, mas a eficácia dessas ferramentas depende, em grande medida, da sua usabilidade e da clareza da informação prestada aos utilizadores. Simultaneamente, torna-se necessário assegurar que os mecanismos de

moderação – baseados em inteligência artificial, detecção automática ou revisão humana – sejam robustos e transparentes. Neste contexto, os prestadores são incentivados a implementar tecnologias de moderação que combinem inteligência artificial com validação humana, reforçando a capacidade de identificar conteúdos sensíveis como violência explícita, discurso de ódio, apologia da automutilação ou exploração de menores. A ERC tem sublinhado a importância da combinação entre tecnologia e supervisão humana, como forma de garantir a contextualização adequada dos conteúdos analisados.

TERMOS E CONDIÇÕES DAS PLATAFORMAS

A supervisão da ERC tem igualmente incidido sobre os **termos e condições dos prestadores sob jurisdição nacional**, verificando a sua conformidade com o artigo 28.º-B da AVMSD, nomeadamente no que respeita à explicitação das medidas de proteção de menores, à acessibilidade dos mecanismos de denúncia e à clareza das consequências do incumprimento das regras. A análise realizada permitiu concluir que, embora existam já algumas disposições relevantes, persistem fragilidades na forma como estas são comunicadas aos utilizadores e na transparência dos procedimentos subsequentes à sinalização de conteúdos.

CORREGULAÇÃO E AUTORREGULAÇÃO

A Diretiva AVMSD incentiva os Estados-Membros a promover instrumentos de co e autorregulação como complemento à regulação estatal. Em Portugal, apesar de não existirem ainda códigos de conduta formalizados neste domínio, a ERC tem dinamizado contactos com operadores relevantes – incluindo Google e Meta – com vista à construção de soluções autorregulatórias eficazes. A experiência europeia demonstra que o envolvimento ativo dos prestadores na definição e aplicação de padrões contribui para uma maior eficácia das medidas e para a sua aceitação pública.

EM CONCLUSÃO,

A proteção de menores nos serviços audiovisuais e nas plataformas digitais requer uma abordagem integrada, que combine exigências legais claras com soluções técnicas eficazes, ferramentas acessíveis aos utilizadores e uma cultura de responsabilização por parte dos prestadores. A consolidação de um quadro normativo europeu mais exigente, através da revisão da Diretiva AVMS e da entrada em vigor do DSA, criou novas obrigações que exigem uma adaptação contínua das práticas de supervisão e do diálogo com as plataformas.

Embora o enquadramento normativo nacional já preveja obrigações significativas – nomeadamente no que respeita à verificação etária, à sinalização de conteúdos, ao controlo parental e à moderação – subsistem desafios na aplicação prática dessas medidas, nomeadamente na sua efetividade, usabilidade e transparência.

A ERC tem procurado responder a estes desafios através de três linhas de ação complementares: a supervisão das obrigações legais dos prestadores, o incentivo ao diálogo e à melhoria das práticas contratuais e tecnológicas, e a promoção de mecanismos de co e autorregulação que envolvam ativamente as plataformas. A participação ativa nos trabalhos europeus, nomeadamente no âmbito do SG1 do ERGA, tem permitido acompanhar a evolução das práticas e contribuir para a harmonização das respostas regulatórias.

Apesar dos progressos alcançados, subsistem desafios significativos, nomeadamente ao nível da eficácia dos mecanismos de verificação etária, da consistência na sinalização de conteúdos, da responsabilização dos prestadores e do desenvolvimento de instrumentos de co e autorregulação. A ERC continuará a priorizar este domínio como uma das suas áreas estratégicas de regulação, em estreita articulação com os desenvolvimentos europeus e internacionais.

2.4 REGULAMENTO INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

ENQUADRAMENTO LEGAL

O Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho, que estabelece regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (IA), de 13 de junho de 2024, foi publicado no Jornal Oficial da União Europeia em 12 de julho de 2024², entrou em vigor a 1 de agosto de 2024, com aplicação faseada até à sua aplicação integral, em 2 de agosto de 2026.

Este Regulamento enquadra-se na Estratégia Europeia para a Inteligência Artificial³, que tem como finalidade criar na União Europeia um ecossistema de excelência e confiança na IA, assegurando que esta tecnologia é centrada no ser humano, e procurando a inovação, competitividade e liderança tecnológica europeia ao nível mundial. O Regulamento estabelece um regime jurídico harmonizado de aplicação direta em todos os Estados-Membros da União. Partindo de uma análise das oportunidades e riscos para a segurança e direitos desta tecnologia⁴, pretende garantir que os sistemas de IA usados na União são fiáveis, transparentes e respeitam os direitos fundamentais.

As normas do Regulamento são baseadas na classificação do risco apresentado pelos diferentes sistemas de IA (tendo em conta, principalmente, a respetiva finalidade), estabelecendo um leque de obrigações gradativamente mais exigente em função da intensidade do risco dos sistemas em causa, partindo da proibição absoluta, já em vigor, de sistemas de IA considerados de risco inaceitável.

COMPETÊNCIAS DA ERC E INTERVENÇÃO REGULATÓRIA

Apesar de ser uma regulamentação multissetorial, contém regras que importam particularmente à atividade de comunicação social. É o caso das **obrigações de transparência**⁵ quanto ao uso de IA, aplicáveis a partir de 2 de agosto de 2026, designadamente, a obrigação de revelar o recurso à IA para gerar ou manipular texto publicado com o objetivo de informar o público sobre questões de interesse público, bem como para gerar ou manipular conteúdos de imagem, áudio ou vídeo que sejam “falsificações profundas” (conteúdos semelhantes a pessoas, objetos, locais, entidades ou acontecimentos reais, e que possam levar uma pessoa a crer, erroneamente, que são autênticos ou verdadeiros⁶).

² Regulamento (UE) 2024/1689 do Parlamento Europeu e do Conselho de 13 de junho de 2024 que cria regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial e que altera os Regulamentos (CE) n.º 300/2008, (UE) n.º 167/2013, (UE) n.º 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 e (UE) 2019/2144 e as Diretivas 2014/90/UE, (UE) 2016/797 e (UE) 2020/1828 (Regulamento da Inteligência Artificial).

³ Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu, e ao Comité das Regiões - Inteligência artificial para a Europa, de 25 de abril de 2018 [COM(2018) 237 final].

⁴ Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões - Fomentar uma abordagem europeia da inteligência artificial, de 21 de abril de 2021 [COM(2021) 205 final].

⁵ Artigo 50.º, n.º 4, do Regulamento da Inteligência Artificial.

⁶ Artigo 3.º, n.º 60, do Regulamento da Inteligência Artificial.

Estas obrigações, preenchidos os requisitos legais, podem conhecer derrogações, no caso de as “falsificações profundas” fazerem parte de um programa ou obra de natureza manifestamente artística, criativa, satírica ou ficcional, ou de os textos terem sido objeto de um processo de análise humana ou de controlo editorial e existir um responsável editorial pela publicação do conteúdo.

Importa notar que as obrigações de transparência (e de rotulagem) de conteúdos como sendo criados/manipulados por IA, ao abrigo deste Regulamento, são particularmente relevantes para a aplicação efetiva de obrigações ao abrigo do Regulamento (UE) 2022/2065, no que respeita, em especial, às obrigações dos prestadores de plataformas em linha de muito grande dimensão ou de motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão, de identificar e atenuar os riscos sistémicos que possam resultar da divulgação de conteúdos artificialmente gerados ou manipulados, em especial o risco de efeitos negativos reais ou previsíveis nos processos democráticos, no debate público e nos processos eleitorais, nomeadamente através da desinformação⁷.

Atentas as particulares responsabilidades e obrigações do setor da comunicação social - quanto ao exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações, bem como de promoção da participação democrática e do pluralismo político, com particular relevância em contexto eleitoral e referendário -, importa considerar as regras do Regulamento relativas ao **uso de sistemas de IA nos processos democráticos**, aplicáveis a partir de 2 de agosto de 2026.

De facto, a fim de fazer face aos riscos quer de interferência externa indevida no direito de voto consagrado no artigo 39.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, quer de efeitos adversos na democracia e no Estado de direito, os sistemas de IA concebidos para serem utilizados para influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, ou o comportamento eleitoral de pessoas no exercício do seu direito de voto em eleições ou referendos, são classificados como sistemas de IA de risco elevado, o que implica um conjunto de obrigações específicas para os seus utilizadores⁸.

Neste contexto, em final de 2024, a ERC foi identificada pelo Estado português, junto da Comissão Europeia, como uma das autoridades responsáveis pelo cumprimento dos direitos fundamentais no uso de sistemas de IA de risco elevado⁹. De acordo com o Regulamento, a partir de 2 de agosto de 2026, estas autoridades terão poderes para solicitar e aceder a toda a documentação elaborada ou mantida nos termos do Regulamento, na medida em que tal acesso seja necessário para o exercício das suas competências e nos limites das respetivas jurisdições, devendo disso informar a autoridade de fiscalização do mercado¹⁰.

Por outro lado, o Regulamento prevê que a Comissão Europeia (através do Serviço para a IA) e os Estados-Membros promovam e facilitem a elaboração de códigos de conduta para incentivar a aplicação voluntária de alguns ou de todos os requisitos e obrigações estabelecidos para os sistemas de risco elevado a sistemas de IA que não sejam sistemas de IA de risco elevado, considerando as soluções técnicas disponíveis e as boas práticas do setor¹¹.

⁷ Considerando (120) do Regulamento da Inteligência Artificial.

⁸ Artigo 6.º, n.º 2, Anexo III, n.º 8, alínea b), e Considerando (62) do Regulamento da Inteligência Artificial.

⁹ Artigo 77.º, n.º 2, do Regulamento da Inteligência Artificial.

¹⁰ Artigo 77.º, n.º 1, do Regulamento da Inteligência Artificial.

¹¹ Artigo 95.º do Regulamento da Inteligência Artificial.

A ERC, através de grupo de trabalho interno multidisciplinar constituído em 2023, vem, desde então, acompanhando o processo legislativo europeu tendente à aprovação do Regulamento da Inteligência Artificial, bem como as orientações europeias e internacionais de referência em matéria de boas-práticas e uso ético da IA no jornalismo, aguardando-se também a publicação de orientações da Comissão Europeia relativas à interpretação de normas do Regulamento.

Adicionalmente, e em paralelo, através de reuniões mantidas entre 2023 e 2024 com vários meios de comunicação social e associações representativas do setor, a ERC vem-se inteirando dos principais desafios, oportunidades e preocupações que se colocam na atividade de comunicação social – das questões éticas e deontológicas, às questões laborais e desafios à economia dos meios –, bem como vem refletindo sobre a medida necessária de intervenção regulatória quanto ao uso desta tecnologia pelo setor. Dá, ainda, particular atenção à gradual adoção de instrumentos de autorregulação sobre IA pelos meios portugueses em 2024, bem como às diversas iniciativas de literacia/formação no uso responsável da IA pelo setor.

Em deliberação do Conselho Regulador de abril de 2024 - [Deliberação ERC/2024/178 \(OUT-TV\)](#) - encontra-se plasmada a primeira abordagem do regulador ao tema do uso da IA na comunicação social, a propósito de uma rubrica sobre debates dos candidatos às eleições legislativas, baseada em Inteligência Artificial (“Pulsómetro”), inserida num programa de informação de um serviço de programas de televisão. Desta deliberação resulta que, apesar de, à época, não estar ainda em vigor o Regulamento IA, o quadro normativo português, assente num paradigma de neutralidade tecnológica, habilita já o regulador com instrumentos suficientes para sustentar uma eficaz intervenção regulatória, bem como para incentivar a adoção dos necessários mecanismos de autorregulação, antecipando-se aos princípios que viriam a ficar inscritos no Regulamento IA (para uma apresentação detalhada da deliberação, cf. capítulo “Deliberações Doutrinárias”, secção 2.3.).

Em 2024, no plano da União, a ERC acompanhou e participou no debate europeu sobre a Inteligência Artificial no setor audiovisual, através do Subgrupo para a Inteligência Artificial do Grupo de Alto Nível do Regulamento dos Mercados Digitais (Artificial Intelligence sub-group to the High-Level Group for the Digital Markets Act), e do Subgrupo 4 do ERGA (EU regulation of digital services - implementation, enforcement and the role of audiovisual regulators).

Contribuiu também para a reflexão pública nacional sobre o tema da IA, participando em diversos eventos, em diálogo com outros reguladores e, também, em contexto académico.

EM CONCLUSÃO,

A entrada em vigor do Regulamento da IA assinala uma nova fase da regulação digital na Europa. A ERC continuará a monitorizar a aplicação deste regime, incentivando a autorregulação e a transparência no uso de IA pelos *media*, com especial atenção aos contextos informativos, eleitorais e de risco democrático. O reforço das capacidades internas e a coordenação europeia serão determinantes para uma intervenção eficaz e proporcional.

3.CONTEXTO NACIONAL

Em outubro de 2024, o Governo apresentou um [Plano de Ação para a Comunicação Social](#), que inclui 30 medidas para o setor da comunicação social, estruturadas em torno de quatro eixos: 1) Regulação do Setor; 2) Serviço Público Concessionado; 3) Incentivos ao Setor; 4) Combate à Desinformação e Literacia Mediática.

No eixo 1, a primeira medida consiste na criação de um Código da Comunicação Social, com três objetivos: atualizar a legislação referente ao setor; integrar o direito europeu e facilitar a sua atualização futura. No projeto de codificação estão incluídos: a Lei de Imprensa e o Estatuto da Imprensa Regional (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, e DL n.º 106/88, de 31 de março), a Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro), a Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho), a Lei da Transparência dos Media e o Decreto dos Registos (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, Decreto regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

No eixo 3, afirma-se a intenção de «promover um conjunto de incentivos que potenciam a sustentabilidade e pluralidade dos OCS no país, que valorizam o jornalismo e os seus profissionais e que reforçam um ecossistema mediático livre, transparente e de qualidade, sem comprometer a sua independência.

No âmbito destes temas, em 2024, há a destacar o contributo dado pela ERC, por sua iniciativa e no exercício da competência consultiva prevista no artigo 25.º dos seus Estatutos, através da apresentação de uma proposta de alteração legislativa à Lei da Transparência dos *Media*, bem como de um documento de trabalho sobre os apoios públicos à comunicação social.

3.1 PROPOSTA DE ALTERAÇÃO À LEI N.º 78/2015, DE 29 DE JULHO

Em julho de 2024, a ERC remeteu à Assembleia da República e ao Governo, ao abrigo da competência consultiva prevista nos seus Estatutos, um [conjunto de propostas](#) de alteração à Lei transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho). A proposta apresentada resulta da experiência da ERC na aplicação da Lei da Transparência ao longo de quase dez anos (cf. secção 2.1 do capítulo “Deliberações Doutrinárias”).

Um dos pontos prende-se com a densificação do procedimento a adotar pela ERC quando está em causa a falta de transparência de participações qualificadas (atual artigo 14.º da Lei da Transparência), que pode conduzir à determinação da suspensão de direitos de voto e direitos patrimoniais inerentes à participação qualificada. Procedeu-se a uma proposta de melhoria na redação do referido preceito legal, por forma a clarificar a tramitação e os seus efeitos para os interessados.

Outra das modificações mais significativas ao diploma respeita ao regime sancionatório e, em particular, a um maior equilíbrio das coimas. Com efeito, propõe-se uma redução dos valores mínimos e máximos das coimas, tornando-os mais proporcionais face aos rendimentos médios das entidades de comunicação social em Portugal.

Pretendeu-se também clarificar o atual entendimento do exercício de poderes da ERC sobre detentores indiretos de entidades que prosseguem atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português; disciplinar o registo e comunicação de elementos através da Plataforma da Transparência, ferramenta digital criada especialmente para o efeito.

A proposta prevê ainda a isenção de certas obrigações declarativas, como fluxos financeiros, para entidades que prossigam atividades de comunicação social a título acessório, em que a atividade de comunicação social tenha comprovadamente um peso diminuto nos rendimentos e um alcance residual ao nível das audiências.

No caso de pessoas coletivas de forma não societária (ex. associações, cooperativas ou fundações) com um elevado número de associados ou cooperadores, admite-se a dispensa de declaração nominativa, desde que nenhum detenha 5% ou mais do capital ou dos direitos de voto.

As propostas de alteração incidiram igualmente sobre a clarificação do objeto da lei, nomeadamente da noção de “poderes de influência”, bem como o alargamento do seu âmbito de aplicação aos operadores de serviços audiovisuais a pedido e respetivos serviços.

Propõe-se ainda clarificar o regime legal no que concerne à disponibilização pública dos elementos comunicados no Portal da Transparência, efetivando o princípio da publicidade – e regular as situações de exceção a este princípio (pedidos de confidencialidade). Para as publicações periódicas que não disponham de sítio eletrónico, propõe-se que a obrigação de divulgação possa ser cumprida através de remissão, na respetiva ficha técnica, para o Portal da Transparência.

A proposta visa ainda precisar alguns aspetos da lei atual, como sejam os factos que constituem obrigação de comunicação, prazos aplicáveis e acordos parassociais. Procura-se, por fim, uniformizar este regime com as previsões incluídas em outros diplomas, como o Código dos Valores Mobiliários e o Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro (Regulamento que estabelece as regras sobre a transparência dos principais meios de financiamento e sobre o relatório anual de governo societário das entidades que prosseguem atividades de comunicação social).

3.2 ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO À COMUNICAÇÃO SOCIAL

O documento de trabalho intitulado [“Apoios e Incentivos do Estado à Comunicação Social”](#) consubstancia um contributo da ERC para a definição de uma estratégia de apoio à comunicação social, tendo sido elaborado ao abrigo da competência consultiva prevista nos seus Estatutos, que foi enviado em julho de 2024 à Assembleia da República e ao Governo.

Atualmente são várias as vulnerabilidades e os fatores de risco que afetam a comunicação social e geram preocupação quanto ao seu funcionamento, transparência e sustentabilidade. Essas preocupações são proporcionais à importância conferida aos *media*, entendidos como um pilar da democracia. É neste contexto que se tem assistido a um maior protagonismo deste setor na agenda pública e política nacional e internacional. A título ilustrativo, nas eleições legislativas de março de 2024, todos os partidos com assento parlamentar propuseram nos seus programas eleitorais várias medidas relacionadas com os meios de comunicação social, incluindo medidas de apoio ao setor. Como tendências mais transversais destas propostas, sobressaíam os apoios à imprensa regional e

local, os apoios à distribuição, bem como diversas medidas de incentivo ao consumo de produtos jornalísticos, tendo em vista especialmente os jovens.

Sem prejuízo das distintas visões políticas o tema que suscita, a ERC considera que a questão dos apoios à comunicação social e da sua eficácia requer uma perspetiva estratégica, no sentido em que deve basear-se em informação que auxilie tanto o adequado planeamento dos apoios (i.e, uma identificação dos seus objetivos concretos e um desenho das medidas orientado para esses objetivos) quanto, uma vez implementados, a avaliação dos seus efeitos corretivos.

Com esse objetivo em vista, o documento começa por caracterizar a situação económica do setor e oferecer um enquadramento normativo do tema, à luz das orientações atuais das instituições europeias quanto à relevância e objetivos dos apoios, bem como das boas práticas que devem orientar o financiamento dos Estados à comunicação social. Sistematiza-se as diferentes abordagens dos Estados no apoio à comunicação social, que podem traduzir uma lógica económica ou uma lógica social e política – a lógica económica pretende garantir o bom funcionamento dos mercados e melhorar o desempenho das empresas, ao passo que a lógica social e política visa garantir a efetivação dos valores fundamentais das sociedades democráticas. No contexto europeu atual, nos argumentos em defesa da intervenção do Estado na comunicação social destacam-se fins sociais e políticos, com a tónica colocada na salvaguarda da informação, entendida como bem essencial ao bom funcionamento das democracias.

Apresenta-se uma síntese das recomendações da União Europeia e do Conselho da Europa, segundo as quais as políticas dos Estados-Membros devem ter como objetivos garantir a oferta de informação pluralista e de conteúdo diversificado, mitigar riscos decorrentes da concentração da propriedade, resolver situações de subfinanciamento sistémico do serviço público de *media* que possam ameaçar o pluralismo e promover condições de mercado equitativas no ambiente digital. Neste sentido, os Estados-Membros devem:

- Dotar os meios de serviço público com um financiamento estável, sustentável, transparente e adequado, numa base plurianual;
- Prever incentivos financeiros à criação e funcionamento de meios de comunicação regionais, locais, minoritários e de meios comunitários sem fins lucrativos;
- Apoiar o jornalismo independente e de investigação de qualidade, com medidas destinadas a diferentes tipos de meios, incluindo os digitais;
- Apoiar a recuperação da crise agravada pela pandemia por Covid-19.

De acordo com aquelas orientações, os mecanismos de apoio à comunicação social devem ser justos e neutros, com objetivos claramente identificados e baseados em critérios predeterminados, equitativos, objetivos e transparentes. Os apoios devem ser geridos de forma não discriminatória e transparente por organismos com autonomia funcional e operacional, devendo estes publicar relatórios anuais de execução, com dados que permitam avaliar o efeito das medidas em vigor.

Na segunda parte do documento, descrevem-se as atuais medidas de apoio à comunicação social da iniciativa do Estado português, seguida por um levantamento de medidas existentes em oito países – Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, França, Irlanda, Canadá e Estados Unidos – para ilustrar diferentes modelos de apoio público, alguns implementados há várias décadas.

Na secção final, após uma breve síntese do panorama de apoios em Portugal, procura-se clarificar as tendências atuais do setor a ter em conta na definição de uma estratégia para a comunicação social e na eventual diversificação de mecanismos de apoio. Apresenta-se uma correspondência entre objetivos e tipos de medidas, concretamente:

- No objetivo económico de curto prazo – superação da crise –, enquadram-se os apoios às operações que não alteram as condições de mercado e que permitem às empresas aumentar a sua liquidez com efeitos rápidos. Ex.: benefícios fiscais, incentivos ao investimento e capitalização das empresas, compra antecipada de publicidade.
- No objetivo económico de médio prazo – sustentabilidade das empresas – incluem-se as medidas que visam alterar as condições do mercado, contribuindo para que as empresas possam fazer a conversão do seu negócio. Ex: apoios ao produtor – para reestruturação de operações, expansão do mercado, digitalização, redução de custos de produção – incentivos ao consumo, medidas de regulação do mercado com vista a garantir a adequada remuneração pelos conteúdos e a diversificação de fontes de receita.
- No objetivo social e político – pluralismo e qualidade da informação – enquadram-se os apoios destinados a garantir que a informação diversa e de qualidade chega aos utilizadores finais, independentemente do valor económico que as empresas possam atribuir-lhe. Enquadram-se também as medidas destinadas a assegurar o acesso e a estimular as competências críticas e os sentimentos positivos dos cidadãos na relação com a comunicação social. Incluem-se nestes objetivos as medidas de estímulo ao pluralismo da oferta mediática, a qualidade e diversidade informativa, a inclusão de vozes sub-representadas no espaço público, a comunicação social de proximidade, bem como a promover a literacia mediática.

RECOMENDAÇÕES

Oferece-se por fim um conjunto recomendações relativas à identificação de objetivos, modalidades de apoio e critérios de distribuição, atenta a salvaguarda da independência editorial dos meios:

- Uma nova estratégia de apoio à comunicação social deve ser multidimensional, com três finalidades: permitir às empresas a recuperação da crise estrutural, evidenciada de modo mais extremo com a crise pandémica; permitir às empresas criarem condições de sustentabilidade, transitando de um regime de recuperação para um regime de resistência à crise; por fim, garantir que são garantidas as funções sociais e políticas da informação que o natural funcionamento do mercado não protege necessariamente.
- Nesse processo, importará proceder a uma avaliação *ex ante* que permita identificar deficiências e insuficiências de mercado e problemas sociais que necessitam de correção. Nesse contexto, conforme já antes sinalizado pela ERC, será fundamental avaliar os apoios e incentivos já existentes, em particular o regime de incentivos do Estado à comunicação social, sendo relevante refletir sobre as competências nesta matéria que foram atribuídas às CCDD na revisão de 2015 – e do principal apoio indireto, o incentivo à leitura de publicações periódicas (antigo porte pago).
- Na definição de novos apoios, bem como no reforço dos montantes de apoios já existentes, importará ter presentes que os principais riscos para o pluralismo dos *media*, em Portugal, se fazem sentir em duas dimensões, pluralismo de mercado e inclusão social.

- Uma redefinição da estratégia pública para a comunicação social deverá também prever mecanismos de avaliação *ex post* dos apoios, para permitir avaliações periódicas dos efeitos e eficácia das medidas adotadas.
- O debate sobre a redefinição do sistema de apoios à comunicação social deve envolver todos os atores do setor, incluindo organizações empresariais, profissionais e cívicas, áreas relevantes de intervenção governamental, autarquias locais, do Plano Nacional para a Literacia Mediática e outros planos nacionais relevantes, bem como da ERC, no seu papel de regulador independente.
- Caso sejam adotadas medidas que possam favorecer os maiores atores de mercado e, assim, contribuir para o reforço da concentração, elas deverão ser complementadas por medidas tendentes a reforçar o pluralismo e a diversidade da informação.
- Sempre que possível, recomenda-se a opção por mecanismos de apoio que garantam previsibilidade, com periodicidade plurianual, de modo a facilitar às empresas o planeamento da sua atividade e o desenvolvimento de planos de negócio.
- Dever-se-á optar por critérios de elegibilidade que introduzam a menor discricionariedade possível na decisão de atribuição de apoios e mecanismos de maior salvaguarda da independência editorial. Nesse sentido, recomenda-se privilegiar critérios de avaliação que permitam apuramento objetivo (ex. rácio de jornalistas face ao volume de conteúdos editoriais; nível de formação e experiência profissional dos jornalistas; percentagens mínimas de conteúdo original, i.e, derivado de fontes primárias; relação entre o orçamento editorial e o orçamento total; número de agências noticiosas subscritas e de correspondentes; prémios e distinções concedidos a jornalistas), em detrimento de critérios mais indeterminados, que requerem interpretação por parte do decisor e introduzem uma subjetividade indesejável.
- Considerando a forma desigual como os organismos responsáveis pela gestão dos incentivos diretos divulgam a informação, será recomendável harmonizar os instrumentos e obrigações de reporte, para garantir maior transparência no funcionamento destes apoios.

3.2 PLANOS NACIONAIS PARA A LITERACIA MEDIÁTICA

Merece ainda destaque, enquanto política pública no domínio da literacia mediática, o Plano Nacional de Literacia Mediática (PNLM) 2024-2029, aprovado pela [Resolução do Conselho de Ministros n.º 142/2023, de 17 de novembro](#) e com início de implementação no início de 2024. A elaboração e implementação do PNLM foi atribuída à Comissão Interministerial coordenadora do Plano Nacional de Leitura 2027, funcionando junto desta um Conselho Consultivo de Acompanhamento, sendo a ERC designada como membro deste. Ao Conselho Consultivo foi atribuída, entre outras, a competência de emissão de parecer prévio sobre o plano estratégico plurianual e sobre o plano de atividades anual do PNLM. Os contributos da ERC no âmbito da elaboração destes documentos estão detalhados no capítulo intitulado “Literacia Mediática”.

Através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 105/2024, de 21 de agosto, o Governo revogou o primeiro PNLM e atribuiu a criação de um novo Plano Nacional à #PortugalMediaLab, uma estrutura de missão criada para «assegurar a coordenação da execução e a monitorização das políticas públicas no domínio da comunicação social, designadamente apoiando a conceção e a concretização do Plano de Ação para os Media, a aprovar pelo Conselho de Ministros».

É no âmbito das medidas previstas no eixo 4 do Plano de Ação para a Comunicação Social que surge enquadrado o “Novo Plano Nacional de Literacia Mediática” (medida 27), através do qual se manifesta a intenção de «desenvolver uma estratégia mais robusta para a literacia mediática e o combate à desinformação». No documento sustenta-se que: «Em Portugal, investir na educação mediática, promover políticas eficazes de regulação dos media e fortalecer o pensamento crítico são passos imprescindíveis para proteger os cidadãos e a própria Democracia». Sistematizam-se quatro objetivos principais para o novo PNLM:

- Promover a literacia mediática junto de todos os públicos;
- Combater a desinformação e as *fake news*;
- Promover um consumo responsável e informado de conteúdos;
- Promover uma cidadania mais informada e participativa.

Esse processo seria concretizado já em 2025, com a #PortugalMediaLab a lançar uma consulta pública no início de fevereiro¹², tendo a ERC tido oportunidade nesta sede de se pronunciar sobre o novo projeto de PNLM.

¹² Na sequência da consulta pública, seria publicada a Resolução do Conselho de Ministros n.º 65/2025, de 18 de março que aprova o Plano Nacional de Literacia Mediática para o período 2025 a 2029.

DELIBERAÇÕES DOUTRINÁRIAS

1. VISÃO GLOBAL

Destacam-se neste capítulo as deliberações emitidas pela ERC em 2024 que, pela ocorrência de situações novas no panorama mediático, deram lugar a decisões inéditas do regulador.

Em 2024, um conjunto de deliberações com carácter inovador abordou realidades relacionadas com propriedade e transparência dos meios, culminando com o acionamento de um artigo da Lei da Transparência, o artigo 14.º, que visa corrigir situações de falta de transparência relativas à propriedade dos meios (cf. 2.1).

Através destas deliberações, a ERC fixou também doutrina em temas relacionados com a salvaguarda da qualidade da informação jornalística, quer seja pelo ângulo da separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos comerciais (cf. 2.2) – um fenómeno que vem preocupando o regulador e que deu origem, em 2024, a um estudo e à preparação de uma diretiva –, seja pelo ângulo da utilização de inteligência artificial nas redações, para produção de conteúdos jornalísticos (cf. 2.3).

Por fim, as deliberações trataram problemáticas que caem no domínio da desinformação, designadamente a difusão de conteúdos manipulados no ambiente digital (cf. 2.4), e a divulgação de sondagens em redes sociais (cf. 2.5).

2. SÍNTESE DAS DELIBERAÇÕES

2.1. APLICAÇÃO DO ARTIGO 14.º DA LEI DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA PARA CORREÇÃO DE SITUAÇÃO DE FALTA DE TRANSPARÊNCIA

A Lei da Transparência dos Media¹ tem como principal objetivo a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e a salvaguarda da independência editorial das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico. No mesmo sentido, os Estatutos da ERC atribuem ao Conselho Regulador a competência para identificar os poderes de influência sobre a opinião pública, visando a defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda².

Nos termos da Lei da Transparência, os titulares de participações, diretas ou indiretas, no capital social de entidades de comunicação social são objeto de dever de reporte à ERC (artigo 2.º e artigo 3.º, n.º 1), incluindo:

- a) Identificação e discriminação das percentagens de participação;
- b) Identificação e discriminação de toda a cadeia de entidades a quem uma participação de pelo menos 5 % deva ser imputada, nos termos do n.º 3 do artigo 11.º;
- c) Indicação das participações sociais daqueles titulares em pessoas coletivas que detenham participações, diretas ou indiretas, noutros órgãos de comunicação social.

O artigo 14.º da Lei da Transparência prevê que, na falta de comunicação, em caso de lacunas na identificação da cadeia de entidades a quem a participação qualificada deve ser imputada, ou perante dúvidas fundadas sobre a identidade daquelas entidades ou sobre o cumprimento cabal dos deveres de comunicação, a ERC notifica os interessados, que dispõem de dez dias para prestar esclarecimentos ou adotar medidas que garantam a transparência da titularidade das participações qualificadas. O incumprimento pode resultar na suspensão do exercício do direito de voto e dos direitos de natureza patrimonial inerentes à participação qualificada em causa.

Em 21 de setembro de 2023, o World Opportunity Fund (WOF) adquiriu uma participação de 51% na empresa Páginas Civilizadas, Lda. (Páginas Civilizadas), proprietária direta da Global Notícias - Media Group, S.A. (Global Media), ficando com 25,628% de participação social e dos direitos de voto na Global Media.

A 9 de outubro de 2023, deu entrada na ERC a comunicação formal relativa às alterações à estrutura de propriedade da Global Media. Analisado o requerimento, verificou-se que o WOF reportava que o seu capital social era detido a 51% pelo UCAP Bahamas Limited (UCAP), faltando reportar a detenção dos restantes 49%. A ERC considerou que tal omissão configurava uma não identificação de toda a cadeia de entidades a quem a participação qualificada deve ser imputada, nos termos do artigo 14.º, n.º 1, da Lei da Transparência. Verificou-se ainda que a UCAP – alegadamente detentora maioritária do capital do WOF e alegadamente detentora de 100% dos direitos de voto deste e, por

¹ Lei n.º 78/2015, de 29 de Julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

² Alínea q), do n.º 3, do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

consequente, detentora indireta das respetivas participações (pelo menos direitos de voto) na Global Media, não havia reportado a sua própria detenção, faltando, por isso, informação acerca da restante cadeia de imputação.

Da informação analisada, concluiu-se que os detentores de unidades de participação no WOF poderiam representar pelo menos 5% de participação social ou dos direitos de voto na Global Media, o mesmo acontecendo aos detentores da UCAP, no respeitante ao capital e a direitos de voto do WOF. Concluiu-se também que subsistiam fundadas dúvidas sobre a identidade das entidades a quem a participação qualificada deveria ser imputada e que era possível que a comunicação feita não identificasse toda a cadeia de entidades às quais a participação qualificada deveria ser imputada.

O Conselho Regulador determinou, através da [Deliberação ERC/2024/6 \(TRP-MEDIA\)](#), aprovada a 8 de janeiro de 2024, a aplicação do procedimento descrito no artigo 14.º da Lei da Transparência, desencadeado para determinação de incumprimento de deveres de transparência. Foram notificados os interessados, tendo o mandatário do WOF remetido documentação adicional, designadamente o *Memorandum of Association of WOF (Company limited by shares)*. Porém, e após múltiplas interpelações da ERC, verificou-se a reiterada recusa em enviar a listagem dos detentores finais do capital do WOF, a quem é atribuível uma participação qualificada na Global Media.

Em 19 de março de 2024, o Conselho Regulador da ERC aprova a [Deliberação ERC/2024/127 \(TRP-MEDIA\)](#), na qual verificou e declarou a falta de transparência da titularidade da participação qualificada de 51 % do WOF na Páginas Civilizadas e, por essa via, da titularidade da participação indireta de 25,628 % na Global Media. A declaração de falta de transparência ocorreu após notificação de todos os interessados para apresentarem prova ou tomarem medidas com vista a esclarecer ou assegurar a transparência da titularidade da participação qualificada em causa. A publicação de tal declaração teve como efeitos automáticos e imediatos:

- A suspensão do exercício dos direitos de voto do WOF na Páginas Civilizadas e, consequentemente, na Global Media;
- A suspensão do exercício dos direitos patrimoniais do WOF, na Páginas Civilizadas e consequentemente, na Global Media;
- A obrigação imediata de o WOF depositar os direitos patrimoniais referidos no número anterior em conta individualizada aberta junto de instituição de crédito habilitada a receber depósitos em território português, sendo proibida a sua movimentação a débito enquanto durasse a suspensão;
- A responsabilização do WOF, enquanto titular da participação qualificada sobre a qual se verifica a falta de transparência, por todas e quaisquer obrigações declarativas ou de registo, ao abrigo de outros regimes jurídicos, pela suspensão dos direitos inerentes à sua participação no capital da Páginas Civilizadas e, consequentemente, na Global Media.

Por fim, a 4 de setembro de 2024, o Conselho Regulador da ERC declarou que se encontrava superada a falta de transparência que afetara a sociedade Páginas Civilizadas, detentora de participação qualificada de 50,25% na Global Media, por via da alienação da participação qualificada de 51% detida pelo WOF naquela sociedade - cf. [Deliberação ERC/2024/432 \(TRP-MEDIA\)](#).

2.2. BOAS PRÁTICAS DE SEPARAÇÃO ENTRE CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS E CONTEÚDOS PUBLICITÁRIOS/ COMERCIAIS (DIRETIVA 2025/1)

A ERC elaborou, ao longo de 2024 – e além do estudo sobre a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/ comerciais, que se apresenta no capítulo intitulado “Qualidade da Informação Jornalística” –, uma diretiva visando incentivar padrões de boas práticas no sector. Assim, ao abrigo do n.º 1 do artigo 63.º dos Estatutos da ERC, foi aprovada a [Diretiva 2025/1](#), que se aplica aos serviços de programas (canais) televisivos e radiofónicos e às publicações periódicas, bem como aos respetivos sítios eletrónicos e páginas de redes sociais. Com esta nova diretiva, ficou revogada a Diretiva 1/2009, sobre publicidade em publicações periódicas.

O regulador reconhece os constrangimentos estruturais financeiros que enfrentam atualmente as empresas de comunicação social e que têm originado a necessidade de diversificação de fontes de receitas, onde se inclui o estabelecimento de relações contratuais, de natureza publicitária/ comercial, com entidades externas.

Importa ainda considerar que a hibridização de conteúdos se acentua, no contexto de rápida evolução tecnológica e, em particular, de não linearidade das plataformas digitais dos órgãos de comunicação social, dificultando o seu enquadramento na legislação sectorial em vigor. Acresce que a comunicação publicitária/ comercial vem assumindo novos formatos, designadamente pela apropriação das modalidades discursivas do jornalismo, sendo cada vez mais frequente o estabelecimento de «parcerias» com entidades terceiras, públicas ou privadas, para a organização de eventos e outras iniciativas.

Assim, a identificação e separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/ comerciais vem ganhando relevância regulatória, designadamente por via do aumento de participações e denúncias junto da ERC. Estas participações e denúncias visam órgãos de comunicação social generalistas e temáticos, de âmbito nacional, regional e local, indiciando uma problemática transversal ao sector.

A ERC é competente para zelar pela independência editorial perante, designadamente, os poderes político e económico, atribuições determinadas na alínea c), artigo 8.º dos seus Estatutos, e na alínea c), n.º 1, artigo 39.º da Constituição da República Portuguesa. Em simultâneo, a ERC encoraja a adoção, em sede de autorregulação, de regras e boas práticas em matéria de separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais, de acordo com a previsão constante do artigo 9.º dos seus Estatutos.

A Diretiva 2025/1 assenta nos seguintes **pressupostos regulatórios**:

- A salvaguarda da independência editorial implica a definição de uma clara esfera de proteção face aos interesses comerciais;
- Independentemente dos novos formatos e designações que podem assumir os conteúdos publicitários/ comerciais, aplica-se aos conteúdos desta natureza que sejam inseridos em órgãos de comunicação social o enquadramento previsto no Código da Publicidade, considerando o disposto nas leis sectoriais e com as necessárias adaptações;

- A publicidade rege-se pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor, tal como determinado no artigo 6.º do Código da Publicidade;
- O exercício de funções jornalísticas é incompatível com atividades publicitárias, nos termos do regime de incompatibilidades definido no artigo 3.º do Estatuto do Jornalista;
- Os titulares de cargos de direção ou de chefia na área da informação têm responsabilidades na salvaguarda da independência e da autonomia editorial, dispondo e podendo recorrer a vários mecanismos legais para esse fim.

A Diretiva inclui quatro conjuntos de **recomendações** – princípios gerais, princípio da identificabilidade dos conteúdos, princípio da incompatibilidade, e regras para suplementos publicitários /comerciais – que de seguida se sintetizam.

a) Princípios gerais

- Os conteúdos de natureza jornalística e os conteúdos publicitários/ comerciais devem ser claramente distintos e distinguíveis.
- Os órgãos de comunicação social devem respeitar o regime de incompatibilidades legais e ético-deontológicas aplicáveis à atividade jornalística.
- O recurso a designações como «parcerias», «colaborações» e «apoios» deve ser complementado com informação adicional que permita ao público compreender suficientemente a natureza do conteúdo divulgado.
- Os conteúdos jornalísticos sobre matérias resultantes de «parcerias» ou «colaborações» entre o órgão de comunicação social e entidades terceiras devem revestir relevância editorial e conter explicitamente essa referência.
- Os órgãos de comunicação social devem criar regras específicas para garantir a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais, como códigos de conduta ou outros documentos de natureza deontológica, que deverão ser disponibilizados publicamente.
- Os Conselhos de Redação (ou os jornalistas, na ausência destes) devem dar parecer sobre potenciais situações de conflito nesta matéria.
- Os/as diretores/as de informação devem abster-se, em qualquer circunstância, de assinar contratos de natureza publicitária/comercial com entidades terceiras.

b) Princípio da identificabilidade nos conteúdos publicitários/comerciais

- A identificabilidade da natureza publicitária/comercial dos conteúdos deve resultar evidente e imediata para os públicos, devendo para tal ser utilizadas designações claras quanto à existência de uma relação de natureza publicitária/comercial, situadas no início da divulgação, com identificação do anunciante e diferenciação gráfica, visual e/ou acústica dos conteúdos.
- A existência de ofertas, tais como viagens e alojamento, no âmbito da realização de um trabalho jornalístico, também deve ser indicada de forma clara e evidente para os públicos.
- Estas regras aplicam-se, com as necessárias adaptações, aos sítios eletrónicos dos órgãos de comunicação social e às suas páginas nas redes sociais. No caso dos sítios eletrónicos dos órgãos de comunicação social, a natureza do conteúdo específico deve também ser indicada nos respetivos destaques na página de abertura e nas secções em que este é publicado.

c) Princípio da incompatibilidade nos conteúdos jornalísticos

- Os detentores de título habilitador para o exercício da profissão de jornalista não podem conceber nem apresentar conteúdos de natureza publicitária/comercial, atento o disposto no n.º 1 do artigo 3.º do Estatuto do Jornalista, estando-lhes ainda vedada a angariação de conteúdos publicitários.
- A participação de jornalistas em iniciativas e eventos que decorrem de relações contratuais entre o órgão de comunicação social e entidades terceiras deve ser determinada por critérios editoriais, sendo, caso contrário, considerada atividade publicitária.
- Os conteúdos jornalísticos sobre matérias relacionadas com eventos que decorrem de relações contratuais entre o órgão de comunicação social e entidades terceiras não podem ser condicionados por qualquer tipo de indicação que restrinja a liberdade editorial.

d) Suplementos publicitários/ comerciais

- As publicações informativas jornalísticas que distribuam suplementos publicitários/ comerciais devem assegurar que estes possuem ficha técnica própria que identifique a sua origem e autoria.
- Tais suplementos e os seus conteúdos devem identificar a sua natureza publicitária ou comercial de forma clara e inequívoca, bem como o respetivo anunciante.
- Tais suplementos não podem ser elaborados por jornalistas, atento o regime legal e ético-deontológico de incompatibilidades, nem fazer referência ao cumprimento das normas do exercício da profissão de jornalista.

2.3. CONTEÚDOS BASEADOS EM SISTEMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO CONTEXTO DE UM PROGRAMA TELEVISIVO DE INFORMAÇÃO

No seguimento de uma participação encaminhada pela CNE – Comissão Nacional de Eleições, relativa a um conteúdo televisivo emitido durante o período eleitoral das eleições legislativas de março de 2024, foi aprovada a [Deliberação ERC/2024/178 \(OUT-TV\)](#). Estava em causa uma rubrica emitida no programa “Decisão 24” da CNN Portugal, o “Pulsómetro”, baseada em conteúdo gerado por um sistema de Inteligência Artificial (IA) em fase experimental.

Segundo o serviço de programas, a ferramenta «mede o sentimento» dos utilizadores de redes sociais em relação aos debates televisivos, analisando o discurso desses utilizadores sobre os intervenientes nos debates, e revelando, sob a forma de percentagem, qual dos candidatos gerou melhor impressão.

Tendo em conta o método de recolha dos dados e a sua origem, o regulador considerou que o Pulsómetro não era um estudo de opinião, nos termos da Lei das Sondagens, por não se ter verificado recolha de informação junto de qualquer conjunto de indivíduos. A rubrica foi assim enquadrada como um conteúdo informativo, e a análise da ERC entroncou nas finalidades e obrigações gerais dos operadores televisivos consagradas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) – nomeadamente, a de «assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção» (alínea b) do artigo 34.º) e a de «promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência» (alínea b) do artigo 9.º). Sendo este um caso prévio à entrada em vigor do Regulamento Inteligência Artificial, a ERC apoiou-se na Carta de Paris sobre Jornalismo e IA.

Considerando que a apresentação de conteúdo gerado por sistemas de IA em programas de cariz jornalístico é uma novidade para a generalidade dos espectadores, a ERC atribui uma importância crítica à transparência. Neste caso, concluiu-se que, apesar de o operador ter informado de forma clara os telespectadores que o Pulsómetro apresentava informação gerada por uma ferramenta de IA, a emissão televisiva não fazia referência às redes sociais analisadas, aos critérios de seleção dos conteúdos, nem à forma como a ferramenta valorava os comentários como positivos ou negativos. Ainda que no sítio eletrónico do operador fosse disponibilizada informação adicional, também se verificou que este sítio nem sempre era referido.

Outro aspeto questionado pela ERC foi a utilização de expressões humanizadoras da tecnologia, como «medir o sentimento das redes sociais» ou «medir o pulso das redes sociais», que atribuem características humanas a uma máquina que produz apenas resultados da programação que dela foi feita. Embora estas expressões possam ser comuns no domínio da investigação académica sobre redes sociais, na comunicação televisiva dirigida ao grande público podem contribuir para que o público atribua capacidades humanas a sistemas artificiais que apenas emulam tais capacidades, favorecendo uma adesão acrítica aos conteúdos gerados.

Por fim, o regulador sublinhou a importância de submeter os sistemas de IA a uma avaliação prévia e independente, que possa demonstrar que são respeitados valores fundamentais da ética jornalística, em consonância com o Princípio 3 da Carta de Paris. No caso concreto, ao dispor-se a fazer uso de uma ferramenta ainda em fase experimental e desconhecida do público, concluiu-se que o operador não atendeu a este princípio.

Em suma, o Conselho Regulador instou o serviço de programas a informar de maneira eficiente os telespectadores sobre a utilização de ferramentas de IA nos seus conteúdos, designadamente remetendo para informação clara e relevante disponibilizada através do seu sítio eletrónico. Instou ainda o operador a, no caso de manter a utilização de ferramentas de IA em contexto jornalístico, elaborar e publicar uma carta de princípios sobre a utilização de IA na sua redação, designadamente tornando transparentes as tarefas executadas por estes sistemas. Considerou-se ainda que deveria ter sido evitado o lançamento de conteúdos gerados com recurso a uma ferramenta de IA em fase experimental, sobretudo em período eleitoral, e com impacto direto na avaliação dos candidatos, dada a especial delicadeza desse contexto para as decisões eleitorais dos cidadãos.

2.4. MANIPULAÇÃO DE IMAGENS DE UMA PEÇA NOTICIOSA E RESPETIVA PUBLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DE UM PARTIDO POLÍTICO

Na deliberação [ERC/2024/492 \(OUT-NET\)](#), estava em causa a utilização de imagens de uma peça noticiosa, emitida pela SIC e pela SIC Notícias, sobre um dia de campanha eleitoral do CHEGA, em publicações deste partido nas redes sociais Instagram e Facebook, divulgadas na véspera do dia de reflexão que antecede o ato eleitoral. Através de truncagem e da inserção de legendas, o vídeo partilhado pelo partido alterava o sentido da mensagem originalmente veiculada pelos serviços de programas televisivos. O caso foi sinalizado à ERC pelo grupo de investigação do LabCom, da Universidade da Beira Interior, ao abrigo de um protocolo de colaboração destinado à identificação de desinformação em período eleitoral.

Uma semana após a publicação do vídeo nas redes sociais, a publicação doutrinária do partido, Folha Nacional, fez manchete com o caso, insistindo nas ideias anteriormente promovidas, designadamente o facto de o imigrante ter mentido acerca da sua nacionalidade e da sua profissão e de ter sido instrumentalizado por outros partidos para prejudicar a campanha eleitoral do CHEGA.

Analisadas as publicações nas redes sociais do partido, verificou-se que o vídeo manipulava os conteúdos jornalísticos da SIC/SIC Notícias, descontextualizando e distorcendo o discurso de um cidadão migrante que abordara o líder do partido, André Ventura, numa ação de campanha. O vídeo editado criava a perceção de que o indivíduo teria afirmado ser do Bangladesh e trabalhador de estufas de cravos, para depois declarar ser indonésio e pescador. Com a frase «IMIGRANTE MENTIROSO USADO PARA ATACAR VENTURA», o vídeo foi partilhado noutras plataformas, como o X, por contas de pessoas associadas ao partido, incluindo altos dirigentes.

A ERC considerou que esta atuação apresentou potencial desinformativo, podendo lançar dúvidas na opinião pública sobre os factos noticiados e descredibilizar a informação jornalística veiculada por um órgão de comunicação social. Importa salientar que o vídeo alcançou um nível relevante de amplificação e potencial impacto num contexto eleitoral e nas vésperas da votação.

Paralelamente, verificou-se que a conduta foi publicamente escrutinada pelos órgãos de comunicação social, quer através de conteúdos noticiosos, quer em espaços de opinião, evidenciando o funcionamento livre e plural do sistema mediático e garantindo aos cidadãos a oportunidade de se esclarecerem sobre a narrativa construída pelo CHEGA. Note-se que um dos mecanismos de combate a ações de desinformação consiste precisamente na sua exposição e desconstrução no espaço público através de fontes de comunicação reconhecidas como credíveis – sendo este caso um bom exemplo da eficácia desse mecanismo.

Assim, o Conselho Regulador deliberou reafirmar a responsabilidade e o empenho da ERC no combate à desinformação, enquanto garante do direito à informação consagrado na Constituição da República Portuguesa. Quanto aos factos analisados, considerou que a publicação pelo partido CHEGA, nas suas contas das redes sociais, de um vídeo que manipulava e alterava o sentido de uma reportagem jornalística emitida por dois órgãos de comunicação social, constituiu uma atuação com potencial desinformativo, descredibilizando o trabalho jornalístico e gerando desconfiança no público, sobretudo em vésperas de um ato eleitoral. Reconheceu, no entanto, que a exposição e desconstrução pública do conteúdo manipulado contribuiu para mitigar os potenciais efeitos desinformativos, salvaguardando o direito à informação dos cidadãos.

2.5.APLICABILIDADE DA LEI DAS SONDAGENS À DIVULGAÇÃO DE INQUÉRITOS DE OPINIÃO EM REDES SOCIAIS

Na deliberação [ERC/2024/324 \(SOND-NET\)](#), estava em causa a publicação de estudos de opinião pela Intrapolls na rede social “X” (ex-Twitter), entre novembro de 2023 e abril de 2024, respeitantes a intenções de voto nas eleições legislativas e europeias de 2024, tendo os mesmos sido apreciados à luz do regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião, constante na Lei nº 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens).

Efetivamente, atendendo a que os estudos de opinião incidem sobre atos eleitorais para órgãos constitucionais (eleições legislativas e europeias), considerou-se que os mesmos se enquadram no âmbito de aplicação da Lei das Sondagens.

Nos termos do artigo 2.º da Lei das Sondagens, e atendendo ao método de recolha utilizado (respostas voluntárias, através de ferramenta online) estes estudos qualificam-se como inquéritos de opinião, e não como sondagens. Assim, embora estejam dispensados de credenciação e depósito prévio, estão sujeitos às exigências legais relativas à sua divulgação, previstas no artigo 8.º da mesma lei. Este preceito exige que os resultados não sejam apresentados como representativos de um universo mais abrangente (n.º 1) e que haja uma advertência clara de que os dados não permitem generalizações científicas, representando apenas a opinião dos inquiridos (n.º 2).

A ERC verificou que essa advertência não foi incluída nas publicações da Intrapolls, sendo os conteúdos apresentados de forma que induz à interpretação generalizável dos resultados — violando os referidos preceitos legais.

O fundador da Intrapolls não contestou as irregularidades apontadas, tendo em sua defesa alegado que as regras previstas pelo n.º 4 do artigo 1.º da Lei das Sondagens não seriam aplicáveis às redes sociais, como é o caso da conta Intrapolls na rede social “X”, pelo facto de estas não utilizarem redes eletrónicas sob domínio nacional. Contudo, a ERC rejeitou esta interpretação, com base no artigo n.º 1 da mesma lei, que estabelece que a lei «regula a realização e a publicação ou difusão pública de sondagens e inquéritos de opinião produzidos com a finalidade de divulgação pública (...)», considerando a ERC que tal é independente da plataforma usada.

A ERC destacou ainda a conduta da Intrapolls, considerando que revelou desconsideração consciente da lei, contribuindo para a desinformação em matéria de estudos de opinião.

Desde modo, a ERC concluiu que os inquéritos de opinião, na forma como foram divulgados, sugerem uma representatividade estatística inexistente, em violação do n.º 1 do artigo 8.º da Lei das Sondagens, e sem inclusão da advertência expressa imposta pelo n.º 2 do citado artigo. Em consequência, foi deliberada, ao abrigo da alínea f) do n.º 1 do artigo 17.º da Lei das Sondagens, a instauração de um processo contraordenacional contra a Intrapolls.

ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL

1. VISÃO GLOBAL

O Direito Contraordenacional constitui um ramo do Direito em que a entidade administrativa acaba por assumir uma função “jurisdicional”, mediante a realização do direito justo e através do processo, visando a proteção de interesses públicos.

No âmbito do poder sancionatório, compete à ERC a instrução dos processos de contraordenação e a aplicação de sanções pela prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos, bem como nos demais diplomas legais que lhe atribuem essa competência em matéria de comunicação social¹. Compete igualmente à ERC comunicar às autoridades competentes a prática de crimes de que tenha conhecimento no exercício das suas funções².

A instrução dos processos de contraordenação instaurados pela ERC obedece ao disposto no Regime Geral das Contraordenações³ (adiante RGCO) e, de forma subsidiária, ao regime previsto no Código de Processo Penal⁴.

Em 2024, o Conselho Regulador concluiu 35 processos de contraordenação, dos quais resultaram 28 deliberações. Destas, 19 determinaram a aplicação de coima, quatro corresponderam à aplicação da sanção de admoestação e cinco culminaram no arquivamento do processo.

O montante global das coimas ascendeu a 361 598,80 euros, tendo sete sido objeto de recurso judicial. De notar que os montantes das coimas aplicadas pelo Conselho Regulador da ERC tendem a situar-se próximos do limite mínimo da moldura legal prevista para cada infração.

A aplicação de coimas incide sobre infrações de especial gravidade e relevância, sendo a maioria – 19 em 28 deliberações apreciadas em 2024 – respeitante à aplicação e cumprimento da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido e à Lei da Transparência.

No caso da primeira, estão sobretudo em causa infrações dos limites à liberdade de programação, designadamente no que se refere à transmissão de conteúdos suscetíveis de influenciar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes.

Por sua vez, as infrações relativas à Lei da Transparência prendem-se, por um lado, com a inobservância da comunicação e da informação sobre os titulares da gestão de participações sociais, composição dos órgãos sociais, relação dos titulares e detentores de capital social, e por outro lado, com o incumprimento da obrigação de envio anual à ERC, do relatório do governo societário.

¹ Artigo 67.º, n.º 1 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

² Artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC.

³ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na redação atual operada pelo Decreto-Lei n.º 91/2024 de 22 de novembro.

⁴ Aprovado pelo Decreto-lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, com a redação dada pela Lei n.º 52/2023, de 28 de agosto.

2.PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO CONCLUÍDOS EM 2024

Em 2024, o Conselho Regulador adotou 571 deliberações relativas a várias matérias da esfera de competências da ERC. Destas, destacam-se 28 deliberações que resultaram em decisões no âmbito de processos de contraordenação.

FIG.1 – ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL DA ERC – 2024	
ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL DA ERC – 2024	Total
Deliberações ERC	571
Decisões em Processos de Contraordenação	28
Deliberações de abertura de processo de contraordenação	34

Fonte: Base de dados interna da ERC

Para além das 28 Decisões finais, o Conselho Regulador da ERC adotou 7 Informações de arquivamento, correspondentes a decisões proferidas na fase inicial de instrução e que determinaram o não prosseguimento do processo. No total, em 2024, foram concluídos 35 processos de contraordenação, dos quais 34 haviam sido instaurados em anos anteriores.

Foram ainda adotadas 34 deliberações de instauração de novos processos de contraordenação.

2.1. SENTIDO DA DECISÃO EM PROCESSO DE CONTRAORDENAÇÃO

FIG.3 – DISTRIBUIÇÃO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO POR TIPO DE SANÇÃO APLICADA EM 2024	
Sentido da Decisão	Processos
Admoestação	4
Arquivamento	5
Coima	19
Total	28

Fonte: Base de dados interna da ERC

Conforme se verifica na figura 3, das 28 deliberações da ERC que consubstanciaram decisões no âmbito de processos de contraordenação, 19 determinaram a aplicação de coima, quatro corresponderam à aplicação da sanção de admoestação e cinco culminaram no arquivamento do processo (não aplicação de qualquer sanção).

Salienta-se que a ERC orienta a sua política sancionatória com base em princípios de prevenção geral e especial. Nesse enquadramento, a aplicação de coimas incide sobre infrações de especial gravidade e relevância. Com efeito, as matérias respeitantes à aplicação e cumprimento da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido⁵ bem como da Lei da Transparência⁶ representam a maioria das infrações apreciadas no ano de 2024, correspondendo ao total de 68% das decisões proferidas.

⁵ Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, com retificação n.º 82/2007, de 21 de setembro e alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.

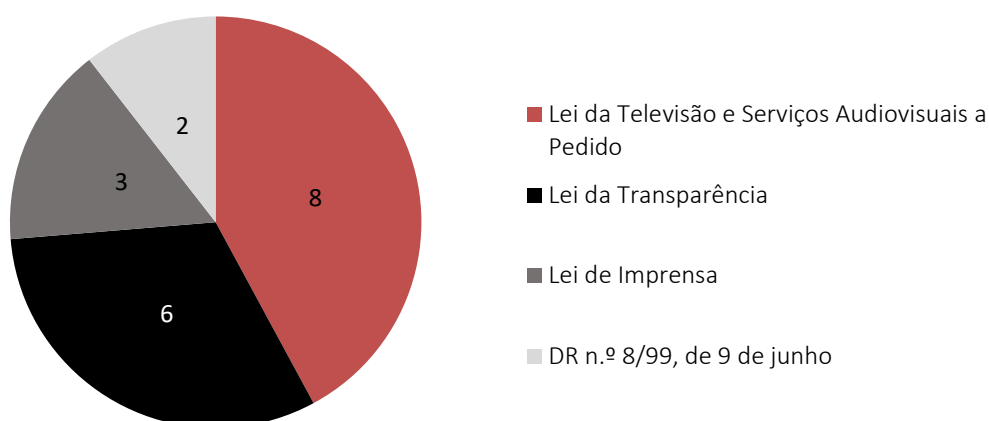
⁶ Aprovada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

FIG.5 – REGIME LEGAL CONTROVERTIDO/SENTIDO DA DECISÃO

Regime Legal Controvertido /Sentido da Decisão	Admoestação	Arquivamento	Coima	Total
Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido	-	2	8	10
Lei da Transparência	-	3	6	9
Lei de Imprensa	2	-	3	5
DR n.º 8/99, de 9 de junho	-	-	2	2
Lei da Rádio	2	-	-	2
Total	4	5	19	28

Fonte: Base de dados interna da ERC

FIG.6 – PROCESSOS SANCIONADOS COM COIMA E REGIME LEGAL CONTROVERTIDO



Fonte: Base de dados interna da ERC

2.2. ANÁLISE TEMÁTICA

Do total de processos de contraordenação relativos ao incumprimento da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), cerca de metade teve por base infrações dos limites à liberdade de programação, designadamente no que se refere à transmissão de conteúdos suscetíveis de influenciar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes.

Neste contexto, dos oito processos de contraordenação instaurados por violação da LTSAP e que resultaram na aplicação de coima (cf. Fig. 5), quatro dizem respeito ao incumprimento do disposto no artigo 27.º, n.º 4 do mesmo diploma. As restantes infrações que resultaram na aplicação de coima envolveram diversas matérias, incluindo o incumprimento do direito a extratos informativos (um processo), a não observância da quota de 20% para obras criativas em língua portuguesa (dois processos) e o incumprimento das regras de patrocínio de programas (um processo).

Por sua vez, o incumprimento das normas previstas na Lei da Transparência que regula a divulgação da titularidade, gestão e meios de financiamento das entidades que exercem atividades de comunicação social, resultou na instauração de nove processos de contraordenação, dos quais seis culminaram na aplicação de coima (cf. Fig. 5).

Dos seis processos que culminaram na aplicação de coima em matéria de transparência, três respeitam à inobservância da comunicação e da informação sobre os titulares da gestão de participações sociais,

composição dos órgãos sociais, relação dos titulares e detentores de capital social. Os restantes três processos de contraordenação respeitam ao incumprimento da obrigação de envio anual à ERC do relatório do governo societário, obrigação que recai sobre todas as entidades que detenham a forma societária e prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado Português.

No que concerne a matérias que configuraram violações à Lei de Imprensa⁷, quatro dos processos versam sobre o incumprimento do princípio da identificabilidade de conteúdos publicitários, uma matéria recorrente na violação das normas previstas no diploma. Com efeito, dois desses processos resultaram na aplicação de uma sanção de admoestação e dois culminaram na imposição de coima.

A violação das normas registais estatuídas no Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho⁸ refere-se sobretudo a alterações supervenientes dos elementos constantes do registo, sem que, no prazo de 30 dias, seja requerido o averbamento dessas alterações, de acordo com o artigo 8.º do diploma, e que resultaram na aplicação de coima.

2.3. COIMAS APLICADAS

Em 2024, o Conselho Regulador da ERC decidiu a aplicação de 19 coimas, no valor global de 361 598,80 euros, conforme se indica:

- Deliberação ERC/2024/3 (CONTPROG-TV-PC) de 4 de janeiro de 2024 – 12 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/38 (TRP-MEDIA-PC) de 18 de janeiro de 2024 – 16 700,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/97 (PUB-I-PC) de 28 de fevereiro de 2024 – 400,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/123 (TRP-MEDIA-PC) de 6 de março de 2024 – 20 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/189 (TRP-MEDIA-PC) de 26 de março de 2024 – 20 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/195 (OUT-TV-PC) de 17 de abril de 2024 – 15 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/197 (OUT-TV-PC) de 24 de abril de 2024 – 25 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/214 (TRP-MEDIA-PC) de 15 de abril de 2024 – 35 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/243 (TRP-MEDIA-PC) de 15 de maio de 2024 – 75 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/246 (CONTPROG-TV-PC) de 15 de maio de 2024 – 15 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/395 (REG-I-PC) de 7 de agosto de 2024 – 500,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/396 (REG-I-PC) de 7 de agosto de 2024 – 500,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/414 (PUB-TV-PC) de 21 de agosto de 2024 – 15 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/458 (PUB-TV-PC) de 18 de setembro de 2024 – 50 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/499 (PUB-I-PC) de 22 de outubro de 2024 – 1 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/558 (OUT-TV-PC) de 11 de dezembro de 2024 – 15 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/516 (TRP-MEDIA-PC) de 6 de novembro de 2024 – 25 000,00 euros;
- Deliberação ERC/2024/554 (CONTPROG-TV-PC) de 11 de dezembro de 2024 – 20 000,00€;
- Deliberação ERC/2024/500 (OUT-PC) de 22 de outubro de 2024 – 498,80€.

Em razão da observância de uma doutrina orientada por princípios pedagógicos, aliada à aplicação de critérios de prevenção geral e especial, os montantes das coimas aplicadas pelo Conselho

⁷ Aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei 18/2003 de 11 de junho, pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

⁸ Aprovado pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, na redação dada pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro.

Regulador da ERC tendem a situar-se próximos do limite mínimo da moldura legal prevista para cada infração.

Contudo, a impugnação judicial das decisões condenatórias pode resultar na redução do valor das coimas pelo Tribunal.

Em 2024, das 19 decisões de aplicação de coima, sete foram objeto de recurso judicial.

Adicionalmente, o pagamento da coima em prestações contribui para que a receita efetivamente cobrada em 2024 seja significativamente inferior ao montante total inicialmente aplicado pelo Conselho Regulador.

2.4. PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO INSTAURADOS EM 2024

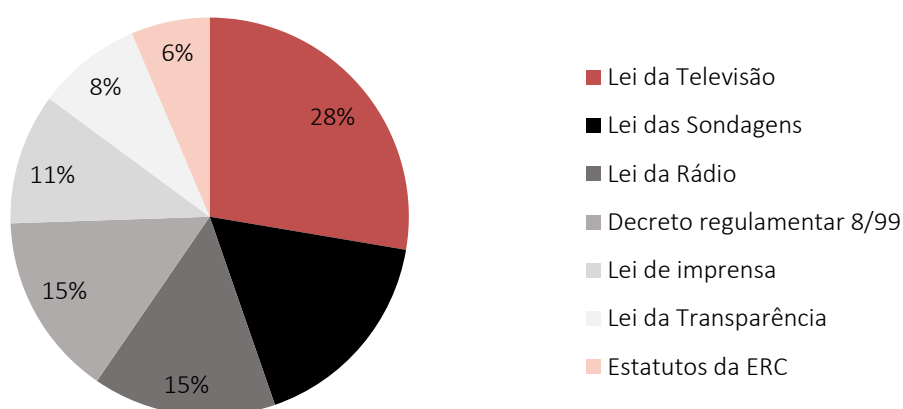
Do total de 571 deliberações proferidas pela ERC em 2024, 34 determinaram a instauração de processos de contraordenação, das quais resultaram na abertura de 47 novos processos, uma vez que algumas deliberações incidiram sobre a apreciação da conduta de vários regulados, o que irá originar a abertura de mais de um processo de contraordenação por deliberação.

FIG.7 – PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO INSTAURADOS POR DIPLOMA LEGAL EM 2024

Processos de contraordenação instaurados por diploma legal - 2024	Nº Processos
Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido	13
Lei das Sondagens	8
Lei da Rádio	7
Decreto regulamentar 8/99	7
Lei de imprensa	5
Lei da Transparência	4
Estatutos da ERC	3
Total	47

Fonte: Base de dados interna da ERC

FIG.8 – PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO INSTAURADOS EM 2024



Fonte: Base de dados interna da ERC

A Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido continua a ser o diploma mais violado, dada a sua complexidade e a abrangência das matérias que regula. Em 2024, foram abertos 13 novos processos, destacando-se infrações relacionadas com direitos a extratos informativos (artigo 33.º), acessibilidades (artigo 34.º-A) e comunicações comerciais audiovisuais (artigos 40.º e seguintes).

Em 2024, destacam-se ainda a instauração de oito processos por indícios de violação do disposto na Lei das Sondagens⁹, em resultado do período eleitoral ocorrido nesse ano.

Após as infrações à Lei da Televisão e à Lei das Sondagens, seguem-se as deliberações que identificaram indícios de infração à Lei da Rádio¹⁰ e ao Decreto Regulamentar n.º 8/99, com sete processos instaurados em 2024 respetivamente (conforme Figura 7).

Por fim, completando o total de 47 processos instaurados no ano de 2024, registaram-se cinco deliberações para abertura de processos de contraordenação por violação da Lei de Imprensa, quatro por incumprimento da Lei da Transparência e três por infração aos Estatutos¹¹ da ERC.

3. RECURSO DE IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

Quanto ao recurso de impugnação judicial da Decisão de aplicação de coima, o tribunal com competência especializada e territorial de âmbito nacional para conhecer das questões relativas ao recurso, revisão e execução das decisões, despachos e demais medidas determinadas em processos de contraordenação pelas entidades administrativas independentes com funções de regulação e supervisão, nas quais se inclui a ERC, é o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (doravante, TCRS).

Quando há indícios que possam, eventualmente, configurar a prática de crime, esses processos são necessariamente objeto de participação ao Ministério Público.

FIG.9 – DECISÕES CONDENATÓRIAS IMPUGNADAS EM 2024	
Decisões condenatórias impugnadas em 2024	Processos
Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido	3
Lei da Transparência	3
Lei de Imprensa	1
Total	7

Fonte: Base de dados interna da ERC

A leitura da Figura 10 revela que, das 28 decisões proferidas pela ERC em 2024, sete foram objeto de recurso de impugnação judicial.

As impugnações incidiram sobre matérias controversas relacionadas com a Lei da Televisão, a Lei da Transparência e a Lei de Imprensa.

⁹ Aprovada pela Lei n.º 31/91, de 20 de julho.

¹⁰ Aprovada pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na redação atual dada pela Lei n.º 16/2024, de 5 de fevereiro.

4. SENTENÇAS PROFERIDAS NO ÂMBITO DE RECURSO DE IMPUGNAÇÃO DE DECISÕES DA ERC

Do conjunto das sentenças proferidas pelo Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém, destacam-se, de forma sucinta, algumas decisões de particular relevância para a consolidação interpretativa da lei que tem vindo a ser aplicada pela ERC, especialmente aquelas relacionadas com matérias mais controvertidas.

Sendo uma das áreas de atuação da ERC, a Lei da Transparência regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social. Na sequência da Deliberação ERC/2024/189 (TRP-MEDIA-PC), de 26 de março de 2024, o Conselho Regulador da ERC procedeu à aplicação de coima no valor de 20 000,00 euros, por violação, a título doloso, do disposto no artigo 5.º da Lei da Transparência, pela falta de comunicação da caracterização financeira.

Esta decisão foi impugnada, tendo o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém¹² considerado que, no caso concreto, não obstante estarem reunidos todos os elementos que provam a prática da contraordenação, seria possível a aplicação de uma atenuação especial, nos termos do artigo 72.º, n.º 2 do Código Penal¹³ aplicável ao processo contraordenacional *ex vi* artigo 32.º do RGCO. A aplicação deste instituto depende da verificação de circunstâncias anteriores ou posteriores à infração, ou contemporâneas dela, que diminuam por forma acentuada a ilicitude do facto, a culpa do agente ou a necessidade da sanção.

Com efeito, a douda Sentença entendeu que existiam circunstâncias supervenientes que justificam a necessidade de aplicação de sanções correspondentes ao mínimo da moldura legal abstrata. Embora reconhecendo a necessidade de aplicação de coima, o Tribunal atendeu ao facto de a Arguida ser primária, apresentar uma situação económico-financeira débil, com um capital próprio muito reduzido e não se terem provado perigos concretos, danos ou consequências associadas à sua conduta. Além disso, verificou que as falhas das quais resultam a prática da infração já tinham sido sanadas.

Assim, concluiu que uma coima única no montante de 10 000,00 euros se revelava adequada, necessária e suficiente para cumprir a finalidade punitiva reclamada pelo caso concreto.

Noutro caso, na sequência da impugnação da Deliberação ERC/2024/243 (TRP-MEDIA-PC), de 15 de maio de 2024 que condenou a Arguida no pagamento de coima de 75 000, 00 euros, o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém¹⁴, revogou a decisão da ERC.

Da douda Sentença resulta que, embora se mostre objetivamente verificada a prática da contraordenação imputada à Arguida por violação do disposto no artigo 3.º da Lei da Transparência, não resultou demonstrado que tenha sido praticada com dolo. Considerando que a Lei da Transparência não prevê a punição das infrações a título de negligência, o Tribunal fica assim impedido de aplicar qualquer sanção, motivo pelo qual absolveu a Arguida da prática da infração em causa.

¹² Sentença datada de 13 de setembro de 2024, proferida no âmbito do Processo N.º 200/24.8YUSTR.

¹³ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 48/95, de 15 de março, na sua redação atual operada pela Lei n.º 15/2024, de 29 de janeiro.

¹⁴ Sentença datada de 13 de dezembro de 2024, proferida no âmbito do Processo N.º 222/24.9YUSTR.

Constata-se que a inexistência de previsão legal na referida Lei que sancione as condutas negligentes representa um sério entrave à aplicação do direito e à eficácia da ação de prevenção geral e especial, comprometendo os objetivos subjacentes à instauração de processos de contraordenação.

O artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante, LTSAP), sob a epígrafe “Limites à liberdade de programação”, é uma das normas mais frequentemente contestadas em sede de impugnação judicial. Nos termos do n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP, os programas suscetíveis de influenciar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes devem ser acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e transmitidos exclusivamente entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.

A título ilustrativo, nas duas Sentenças aqui analisadas, a primeira refere-se à impugnação da Deliberação ERC/2024/3 (CONTPROG-TV-PC), adotada em 4 de janeiro de 2024 pelo Conselho Regulador da ERC, que determinou a aplicação de uma coima, a título negligente, pela violação do artigo 27.º, n.º 4 da LTSAP.

Na Sentença do Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão proferida em 1 de julho de 2024, no âmbito do Processo n.º 73/24.OYUSTR, foi decidido julgar totalmente improcedente o recurso de contraordenação interposto pela Arguida, mantendo-se integralmente a decisão de aplicação da coima proferida pela ERC. Contudo, o Tribunal salientou que, no que se refere ao tipo de infração em causa, vigora o princípio da *proibição da reformatio in pejus*, impedindo que a instância de recurso agrave a sanção aplicada em desfavor do Arguido.

Na Deliberação ERC/2024/414 (PUB-TV-PC), de 21 de agosto de 2024, o Conselho Regulador aplicou coima no valor de 15 000,00 euros pela violação negligente do artigo 27.º, n.º 4 da LTSAP. Esta decisão foi objeto de impugnação judicial, tendo o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão de Santarém¹⁵ confirmado os fundamentos jurídicos invocados pela ERC, bem como o montante da coima aplicada à Arguida, mantendo, assim, a decisão na íntegra.

5. CONCLUSÕES

No ano de 2024, de um total de 35 processos de contraordenação concluídos, foram adotadas 28 deliberações, das quais a maioria – 19 casos, i.e, dois terços daquele total – culminou na aplicação de coima, o que evidencia a gravidade das infrações praticadas.

Além das coimas aplicadas, cinco processos foram arquivados devido à ausência da previsão do elemento subjetivo necessário para a configuração do tipo de ilícito ou por não se verificarem os pressupostos legais necessários à punição da infração. Adicionalmente, em quatro processos, por se entender não haver necessidade de utilizar outra medida para realizar de forma adequada e suficiente as finalidades de punição daquela conduta, foi aplicada a sanção de admoestação, a qual se traduz numa medida sancionatória de carácter não pecuniário, feita ao arguido, sob a forma escrita, na qual se desaprova a conduta deste que não agiu dentro da legalidade.

Este panorama reflete a atuação da ERC na regulação do setor, conciliando medidas pedagógicas e sancionatórias para garantir o cumprimento das disposições legais aplicáveis.

¹⁵ Sentença proferida em 13 de dezembro de 2024, no âmbito do Processo N.º 339/24.OYUSTR.

TEMAS DE INTERVENÇÃO REGULATÓRIA

Direitos Fundamentais

Qualidade da informação jornalística

Combate à desinformação

Regulação das Plataformas Digitais

Pluralismo Político, Eleições e Sondagens

Proteção e Capacitação dos Públicos

Programação de Rádio, Televisão e outros

Serviços Audiovisuais

Transparência dos Media

Publicidade Institucional do Estado

Temas de Intervenção Regulatória

Direitos Fundamentais

- . Diversidade Sociocultural
- . Direitos de Resposta e de Retificação
- . Direitos de Personalidade
- . Direitos de Acesso dos Jornalistas

DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL

1. VISÃO GLOBAL

No presente capítulo apresenta-se uma síntese do relatório autónomo “[Diversidade Sociocultural nos Media](#)”. Cabe salientar a lógica específica deste relatório, que não se foca num único ano, apresentando antes uma análise plurianual que resulta da atividade da ERC em várias áreas, incluindo informação televisiva e radiofónica, programação televisiva e radiofónica e deliberações.

No que se refere à diversidade de origens e etnias, a análise da informação televisiva diária revela que a presença de cidadãos de origem estrangeira e minorias étnicas nos telejornais é reduzida (7,9% do tempo total), sendo predominante a presença de estrangeiros com forte associação a temas como criminalidade, futebol, discriminação, racismo/xenofobia e, nos anos em análise, à pandemia de COVID-19, sendo frequentemente retratados como vítimas em condição de vulnerabilidade. A presença ou referência a grupos minoritários é mais reduzida, com destaque para a comunidade cigana, sobretudo em contexto nacional. Apesar de, em muitos casos, a sua presença ou referência ser central nas peças, a participação ativa como fontes de informação é reduzida.

Verificam-se ocasionalmente opções editoriais que podem contribuir para o reforço de estereótipos, sobretudo através da associação dos grupos representados a delinquência, violência e comportamentos antissociais, bem como pelo uso de expressões linguísticas (“imigrantes ilegais”, “vaga de imigrantes”, “vírus da China”).

A cobertura mediática da diversidade religiosa é escassa (5% do tempo total), com o catolicismo a dominar. A representação das minorias religiosas surge mais em contexto internacional, sendo os temas mais frequentes solidariedade, terrorismo, e conflitos armados. A voz das minorias religiosas como fontes de informação é residual.

Quanto ao género, há uma clara predominância masculina nos telejornais de horário nobre: mais de 70% das fontes e protagonistas são homens, especialmente em setores como desporto, política e defesa. As mulheres têm maior visibilidade em áreas sociais, educação, cultura e saúde. Nos espaços de comentário e opinião, a desigualdade é ainda mais marcada, sendo o “Jornal 2” o único registar certo equilíbrio.

Na análise da programação televisiva, a diversidade cultural e programação dirigida a grupos minoritários têm presença residual.

Na rádio pública, a Antena 1 é a que apresenta maior diversidade sociocultural na sua programação, cobrindo áreas como género, migrações, deficiência e religião, com vários programas originais.

Relativamente à atividade deliberativa (tendo sido analisadas as deliberações emitidas em 2023), foram aprovadas 37 deliberações referentes a conteúdos em que esteve alegadamente em causa a discriminação em razão do género, orientação sexual, etnia, nacionalidade, condições socioeconómicas e incapacidades, tendo alguns destes casos relação com discurso/incentivo ao ódio, bem como acessibilidades nos *media*. Das deliberações aprovadas, a maioria refere-se a conteúdos televisivos ou audiovisuais, seguindo-se as deliberações sobre conteúdos de imprensa.

2. ENQUADRAMENTO

A ERC tem entre as suas competências promover e salvaguardar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento nos meios de comunicação social sob a sua jurisdição; assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral; e garantir a proteção dos direitos de personalidade individuais nos casos em que estes sejam violados pelos prestadores de serviço de conteúdos de comunicação social regulados pela entidade.

Estes são os princípios orientadores que fundamentam as análises desenvolvidas no relatório [“Diversidade Sociocultural nos Media”](#), as quais, nesta edição, se centram no **tratamento informativo** dado aos diferentes grupos sociais e culturais pelos serviços de programas televisivos generalistas, na **programação televisiva e radiofónica** que promove a diversidade sociocultural e na **atividade deliberativa** sobre conteúdos relacionados com estas temáticas.

A avaliação do tratamento informativo sobre os grupos sociais e culturais resultou da monitorização da informação diária dos telejornais de horário nobre dos canais generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV, a qual incidiu sobre questões ligadas à diversidade de origens e etnias, religiosa e de género, nos períodos de 2020 a 2021 e em 2023.

Para analisar a diversidade sociocultural ao nível da programação televisiva e radiofónica, identifica-se a presença de conteúdos destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários na programação dos canais generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI, no período de 2020 a 2023. Pela primeira vez, inclui-se também a análise da programação da Antena 1, Antena 2 e Antena 3, canais de rádio de serviço público, com enfoque nas temáticas e conteúdos dirigidos a minorias étnicas, culturais, religiosas e sociais, entre 2020 e 2023.

A caracterização da atividade deliberativa da ERC, neste domínio, refere-se às deliberações aprovadas em 2023.

A metodologia adotada para a observação sistemática da informação diária consiste na análise de conteúdo de um conjunto de peças obtidas por amostragem. A análise da programação televisiva e radiofónica consiste na identificação dos programas que promovem a diversidade sociocultural e interesses de grupos minoritários (esta análise não contempla as edições específicas de programas que, pontualmente, possam ter abordado temas relacionados com a diversidade sociocultural. Incide, pois, sobre o universo de programas transmitidos por cada serviço de programas).

As análises apresentadas fundamentam-se no enquadramento jurídico vigente, nomeadamente na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), na Lei da Rádio e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão. Estes diplomas obrigam os operadores a assegurar uma programação diversificada e plural, garantindo a difusão de conteúdos que respeitem o pluralismo, a tolerância e a não discriminação.

3.RESULTADOS

3.1 INFORMAÇÃO DIÁRIA (2020-2021)

A monitorização da informação diária entre 2020 e 2021 incide sobre três dimensões: diversidade de origens e etnias, diversidade religiosa e diversidade de género, avaliando a presença destes grupos na informação diária de horário nobre emitida pelo Telejornal (RTP1), Jornal 2 (RTP2), Jornal da Noite (SIC), Jornal das 8 (TVI) e CM Jornal 20H (CMTV).

Diversidade de origens e etnias

- Entre 2020 e 2021, as presenças ou referências a cidadãos de origem estrangeira e minorias étnicas nos telejornais de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV representaram 7,9% do tempo total de peças analisadas. Predominam as presenças ou referências a cidadãos de origem estrangeira, nomeadamente em peças que tratam sobre assuntos nacionais, com maior incidência no “CM Jornal 20H” da CMTV. O “Jornal 2” da RTP2 incluiu mais peças em contexto internacional, muitas delas sobre refugiados, requerentes de asilo e exilados.
- A presença ou referência a grupos minoritários é mais reduzida, com destaque para a comunidade cigana, sobretudo em contexto nacional.
- Grande parte das peças apresenta um registo jornalístico informativo, sendo o “Jornal 2” o que regista a maior proporção de peças de comentário e análise.
- Na representação dos cidadãos de origem estrangeira, mais de metade das suas presenças ou referências são centrais nas peças jornalísticas, com especial destaque para o “Jornal 2”.
- Quando os cidadãos de origem estrangeira são centrais na narrativa jornalística, o tema mais recorrente é a criminalidade ou casos de justiça. Outros contextos relevantes incluem futebol, discriminação, racismo/xenofobia, acolhimento/ integração/ajuda de migrantes, imigração irregular e direitos. Grande parte das notícias nesta categoria baseia-se na denúncia de casos de vulnerabilidade ou exploração, em que os cidadãos estrangeiros surgem maioritariamente na condição de vítimas. No futebol, as peças destacam a contratação de cidadãos estrangeiros ou o desempenho dos jogadores em competições, sendo referida a sua nacionalidade.
- A saúde assume particular relevância nos anos em análise, com a presença de cidadãos estrangeiros associada à cobertura da pandemia de COVID-19. As referências breves enquadram-nos sobretudo como *vox pop*, surgindo em reportagens enquanto utentes vacinados, afetados por restrições nos transportes, presentes em centros de testagem ou especialistas na doença. Por outro lado, as presenças ou referências centrais destacam a situação dos trabalhadores agrícolas imigrantes no Alentejo e no Algarve, que foram colocados em quarentena após testarem positivo à COVID-19.
- Quanto às presenças ou referências a grupos minoritários, a cobertura mediática é reduzida, com o “Jornal da Noite” da SIC a reunir o maior número de peças. Em termos gerais, as peças analisadas destacam o contexto racismo/xenofobia.
- A presença ativa de cidadãos de origem estrangeira e de minorias étnicas como fontes de informação nas peças jornalísticas é reduzida, em aproximadamente um terço das peças.
- Os cidadãos pertencentes a estes grupos aparecem mais frequentemente como fontes diretas de informação do que as associações que os representam.
- O racismo/xenofobia, a crise migratória e a discriminação são os contextos mais recorrentes em que estes grupos aparecem como fontes de informação, frequentemente para relatar, denunciar

ou contestar situações que põem em causa os seus direitos.

- Um número reduzido de peças apresentam expressões e/ou elementos que podem contribuir para o reforço de estereótipos.
- A associação destes grupos a delinquência, violência e comportamentos antissociais foi uma das formas mais recorrentes de reforço de estereótipos, além do uso de expressões como “imigrantes ilegais”, “vaga de migrantes”, “massa de imigrantes” ou “vírus da China”.
- Considerando as presenças ou referências em peças sobre assuntos nacionais, nas quais é explicitado o país de origem ou a pertença a uma minoria étnica, destacam-se, em primeiro lugar, os cidadãos de origem brasileira, seguidos pelos cidadãos dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) e pelos provenientes de países da Europa de Leste.
- Nesta edição analisaram-se as presenças ou referências aos portugueses no estrangeiro. Verifica-se que as peças com estas presenças ocupam um tempo reduzido nos telejornais (aproximadamente 2,4%), sendo os noticiários da CMTV e da RTP1 os que dedicaram maior tempo, enquanto o “Jornal 2” da RTP2 apresentou a menor percentagem.
- Grande parte destas presenças ou referências são centrais e o futebol é o contexto mais comum em que os cidadãos portugueses residentes no estrangeiro surgiram, seguido do tema da saúde, com grande incidência nas notícias sobre a pandemia de COVID-19.

Diversidade religiosa

- Entre 2020 e 2021, a presença ou referência a confissões religiosas nos telejornais de horário nobre foi reduzida, representando 5,0% do tempo analisado. A visibilidade das minorias religiosas foi ainda menor, atingindo apenas 1,3%. O “Jornal das 8” da TVI destacou-se como o noticiário com maior proporção de referências religiosas.
- A representação das confissões religiosas nos telejornais ocorre, na maioria, em contexto nacional, exceto do “Jornal 2”, onde sobressaem as peças de temas internacionais. O “CM Jornal 20H” é o serviço noticioso com maior presença de peças sobre confissões religiosas em contexto nacional.
- O catolicismo é a religião mais presente nos noticiários, principalmente quando surge em contexto nacional. As minorias religiosas aparecem mais em contexto internacional. Entre elas, o islamismo, o cristianismo (excluindo o catolicismo) e o judaísmo têm maior visibilidade.
- As peças com presenças ou referências de confissões religiosas tendem a ter um registo informativo. As peças de comentários são mais frequentes no “Jornal 2”.
- Por outro lado, o elemento religioso é, na maior parte das peças analisadas, um aspeto central na construção da narrativa jornalística.
- As peças com presenças ou referências ao catolicismo assumem, na maioria dos casos, um papel central na construção da narrativa. Esta centralidade é particularmente evidente no “CM Jornal 20H” e no “Jornal das 8”. Os assuntos cobertos, independentemente da centralidade que assumem, remetem para diversas celebrações, como o Natal, a Páscoa e as peregrinações a Fátima em contexto de COVID-19.
- Nas peças com presença do islamismo, esta é predominantemente central na narrativa. Destacam-se os temas apoio social, caridade, beneficência e solidariedade; celebrações/evocações religiosas; conflitos armados/atentados e terrorismo e relação Estado/poder político e religião.
- Relativamente ao cristianismo, excluindo o catolicismo, estas presenças surgem principalmente de forma breve e têm maior visibilidade no “CM Jornal 20H”. Sobressai a Igreja Baptista em contexto de apoio social, caridade, beneficência e solidariedade.

- As presenças ou referências ao judaísmo são apenas identificadas nos serviços noticiosos do operador de serviço público, no “Jornal das 8” e no “Jornal da Noite”. O tema mais frequente nestas peças é celebrações/evocações religiosas, relacionadas com datas comemorativas em memória das vítimas do holocausto.
- A participação de confissões religiosas como fontes de informação é mais expressiva no “Jornal da Noite” da SIC, seguido pelo “Jornal 2” da RTP2 e pelo “Telejornal” da RTP1. Quanto ao catolicismo, a SIC apresentou a maior participação ativa de crentes ou representantes institucionais. No que se refere às vozes de minorias religiosas, o “Jornal 2” destaca-se com a maior percentagem.

Diversidade de género

- A presença masculina nos telejornais de horário nobre é dominante, representando mais de 70% das fontes de informação e protagonistas da cobertura noticiosa. Os homens estão amplamente distribuídos por vários setores da sociedade, com maior destaque para as áreas do desporto, crença e religião, comunidade internacional, defesa e política nacional.
- Por outro lado, as mulheres têm uma representação menor, constituindo apenas 16% dos protagonistas e 28% das fontes consultadas. A sua presença concentra-se sobretudo nas áreas da sociedade, saúde e ação social, educação, ambiente e cultura.
- Relativamente aos espaços de comentário e opinião dos serviços noticiosos, evidencia-se a maior presença de comentadores e especialistas do sexo masculino. O “Jornal 2” apresenta uma maior participação feminina, nunca superando, porém, a masculina.

3.2 PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA (2020-2022)

- Apenas 1% do tempo total de emissão da RTP1, RTP2, SIC e TVI (1076 horas) foi dedicado a programas dedicados à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários. Não foram identificados na CMTV quaisquer programas dedicados a estas temáticas.
- A RTP2 ocupou 82,1% do total de horas dedicadas a este tipo de programação, principalmente com “A Fé dos Homens” e “Repórter África”. A RTP1, apesar de um volume menor (2,5%), apresenta maior diversidade de programas, com destaque para “Começar de Novo”.
- Os operadores privados, SIC e TVI, emitiram um programa cada, “Etnias” e “Todos Iguais”, representando 7,8% e 7,6%, respetivamente, do total de horas analisadas.
- Observou-se uma redução no número de programas dedicados à diversidade entre 2015 e 2022, com a RTP1 e RTP2 a registar maior variação, pois a TVI e a SIC têm mantido os mesmos títulos.
- A RTP2 destaca-se por abordar múltiplas dimensões da diversidade sociocultural, incluindo religião e deficiência, enquanto RTP1, SIC e TVI focam principalmente questões relacionadas com migrantes e grupos étnicos.

3.3 PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO (2020-2022)

- A Antena 1 ofereceu uma programação diversificada, com programas sobre género (“Um Homem e Uma Mulher”, “As Mulheres Não Existem”, “O Amor É”), migrações (“O Baile das Palavras”, “O Esplendor de Portugal”, “SOS Refugiados”), deficiência (“Rádio Aurora”, “Oriente Paralímpico”), religião (“A Fé dos Homens”, “E Deus Criou o Mundo”) e outros temas relacionados com minorias (“Cidade Invisível”, “Eu Digo e Pronto”, “Antídoto”, “Efeito Borboleta”). Destaca-se ainda a inclusão da língua gestual portuguesa e legendas em algumas reportagens divulgadas *online*.

- A Antena 2 abordou a diversidade através de programas como "Casos da Amnistia" (focado em direitos humanos e refugiados) e "Da Costela de Adão" (destacando a contribuição feminina).
- A Antena 3 não apresentou programas dedicados à diversidade sociocultural.

3.4 COMPORTAMENTO DAS TENDÊNCIAS EM 2023

- As tendências identificadas quanto à diversidade de origens e etnias e diversidade religiosa, nas secções anteriores, são confirmadas pelos dados obtidos na mais recente monitorização da informação diária, relativa a 2023. Verifica-se que a presença de pessoas pertencentes a grupos minoritários, como fontes ou protagonistas, ocorre num número reduzido de peças, sendo que, quando surgem, os próprios indivíduos são essenciais para a construção da narrativa jornalística. Relativamente à diversidade de género, as tendências anteriores também se mantêm, registando-se uma predominância acentuada de fontes e protagonistas do sexo masculino.
- A análise efetuada em 2023 à programação destinada à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários destaca novamente a RTP2 como o canal com maior número de horas dedicadas a estes conteúdos. A SIC e a TVI continuam a emitir um programa cada.
- Na programação da rádio de serviço público, a Antena 1 destaca-se entre as rádios de serviço público analisadas pela atenção dada a diferentes dimensões da diversidade sociocultural, sendo os programas dedicados à diversidade religiosa aqueles que ocupam maior tempo de emissão.

3.5 ATIVIDADE DELIBERATIVA

As deliberações incluídas tomam como referência a presença de elementos discriminatórios num sentido alargado contra grupos de pessoas ou membros desses grupos.

- Durante o ano de 2023, o Conselho Regulador aprovou 37 deliberações relativas a conteúdos em que esteve alegadamente em causa a discriminação em razão do género, orientação sexual, etnia/nacionalidade, condições socioeconómicas e incapacidades, sendo que no tratamento de alguns destes casos esteve em causa o discurso/incentivo ao ódio. Algumas das deliberações referem-se ainda à questão das acessibilidades nos media.
- Das 37 deliberações, 23 incidem em questões da discriminação nos termos da LTSAP, em especial do artigo 27.º, relativo aos limites à liberdade de programação, e no artigo 34.º, a respeito das obrigações gerais dos operadores. Foram apreciadas duas deliberações ao abrigo do disposto no artigo 9.º (Fins da atividade de televisão). De entre essas, destacam-se as que se referem a alegada discriminação étnica, identidade de género e discurso/incentivo ao ódio.
- As demais 15 deliberações relativas às mesmas matérias incidiram sobre conteúdos de imprensa, quatro exclusivamente em papel e as restantes em meio eletrónico, ou conteúdos publicados em ambos os formatos, e tiveram por fundamento o disposto no artigo 3.º da Lei de Imprensa a respeito dos limites à liberdade de imprensa e no artigo 20.º, nº.1, do mesmo diploma, referente ao estatuto do diretor. Os conteúdos publicados em que os participantes consideraram estar em causa direitos fundamentais relacionaram-se com questões de género, discriminação em razão da orientação sexual e discriminação étnica. Em algumas das participações recebidas, os participantes consideraram ainda a presença de discurso/incentivo ao ódio.
- Finalmente, apenas duas deliberações incidiram sobre conteúdos radiofónicos (discriminação étnica e discurso/incentivo ao ódio).

DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Os direitos de resposta e de retificação constituem garantias fundamentais constitucionalmente protegidas, cujo exercício é assegurado pela ERC nos termos da legislação setorial da comunicação social. O presente capítulo sintetiza o regime legal aplicável, o volume processual em 2024, as principais tendências identificadas e a prática decisória do Conselho Regulador nesta matéria.

Em 2024, foram proferidas 37 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador, o que representa uma diminuição significativa face às 59 Deliberações aprovadas em 2023. Destas, foi reconhecido o direito de resposta ou de retificação em cerca de 78% dos recursos.

Quanto à distribuição por meios, 19% dos recursos apresentados visaram operadores de televisão, 67,5% a imprensa, 32% o *online* e, continuando a tendência de anos anteriores, não foi apresentado nenhum recurso contra operadores de rádio.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

De acordo com a Constituição e as Leis de Imprensa, da Rádio e da Televisão, uma das atribuições previstas nos Estatutos¹ da ERC consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. São, pois, direitos constitucionalmente consagrados² e a sua apreciação representa uma parte significativa dos processos tramitados neste regulador.

Sucintamente, pode dizer-se que tem **direito de resposta** quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa fama e tem **direito de retificação** quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto em especial nas leis setoriais, Leis de Imprensa, da Rádio e da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à Internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenha com a situação concreta em causa (a um jornal online aplicar-se-á a Lei da Imprensa, por exemplo)³. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na Internet só estão sujeitos à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado Português⁴.

Ainda a ter em conta na apreciação de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta é a Diretiva da ERC 2/2008, sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

Os recursos interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica⁵ e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em tempo útil. É por essa razão que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso deve ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido»⁶.

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do Recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recursos, ou seja, «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»⁷. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de um processo de contraordenação cuja instrução cabe igualmente à ERC⁸.

¹ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

² Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

³ Com exceção do caso das rádios online, situação para a qual o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da Rádio (artigo 84.º da Lei da Rádio).

⁴ Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

⁵ Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC

⁶ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

⁷ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC

⁸ Artigo 24.º, n.º 3, alínea ac) dos Estatutos da ERC.

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE

Ao longo do ano em análise, foram proferidas 37 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador. É, assim, de salientar uma diminuição significativa de deliberações face a 2023, ano em que foram aprovadas 59 Deliberações.

À semelhança do que foi feito nos relatórios anteriores, apresenta-se de seguida uma análise das deliberações adotadas, procurando identificar algumas tendências verificadas nestes recursos no ano em questão.

Em 2024, constatou-se uma percentagem de 19% de recursos apresentados contra operadores de televisão, face a 67,5% na imprensa, 32% no online e, continuando a tendência de anos anteriores, não foi apresentado nenhum recurso contra operadores de rádio⁹.

Tendo em conta a tipologia em termos de área geográfica, verificou-se que em 2024 cerca de 51% dos recursos foram apresentados contra órgãos de comunicação social de cobertura nacional e 49% contra órgãos locais ou regionais.

Quanto ao Recorrente, em 2024 cerca de 51% dos recursos foram apresentados por indivíduos e cerca de 49% foram-no por pessoas coletivas.

SENTIDO DAS DECISÕES

Relativamente ao sentido das decisões proferidas em 2024 pelo Conselho Regulador, em cerca de 78% dos recursos foi reconhecido o direito de resposta ou de retificação, determinando-se a publicação ou republicação do respetivo texto, e em cerca de 22% dos recursos foi deliberada a sua improcedência, determinando-se o arquivamento do processo com um dos seguintes fundamentos:

- i) extemporaneidade do exercício do direito,
- ii) ilegitimidade do Recorrente,
- iii) falta de prévia tentativa de exercício, no termos legais, do direito de resposta junto do órgãos de comunicação social visado,
- iv) inexistência de qualquer ofensa ao bom nome ou reputação, informação falsa, inexata ou incompleta que sustentasse a titularidade do direito.

Estes dados evidenciam uma tendência afirmativa da ERC no reconhecimento dos direitos em causa, desde que reunidos os pressupostos legais, revelando simultaneamente uma aplicação exigente dos critérios legais quando estes não se encontram verificados.

CASOS CONCRETOS

- **Deliberação ERC/2024/546 (DR-I):** a ERC reconheceu o direito de resposta e retificação em recurso interposto contra o jornal *Notícias de Tábua*, concluindo que houve denegação ilegítima. A decisão reforça a exigência de publicação integral do texto quando preenchidos os requisitos legais e constitui uma reafirmação do princípio da reposição da verdade factual.

⁹ A soma das percentagens indicadas no texto é superior a 100% visto que o mesmo recurso pode ser apresentado contra a edição impressa do jornal, ou contra o operador de televisão e, simultaneamente, contra o respetivo sítio na internet, razão pela qual acaba por ser contabilizado duas vezes.

- **Deliberação ERC/2024/211 (DR):** em resposta a recurso de Wilson Bicalho contra a revista *Nova Gente*, a ERC decidiu pela procedência parcial do pedido, clarificando os limites admissíveis da linguagem utilizada em respostas e reforçando o papel da tentativa prévia junto do órgão de comunicação social.
- **Deliberação ERC/2024/489 (DR-NET):** a ERC indeferiu o recurso interposto pela Associação das Testemunhas de Jeová contra a CNN Portugal, por intempestividade na apresentação do pedido de resposta. A decisão sublinha a necessidade de cumprimento rigoroso dos prazos legais e a sua aplicabilidade a meios exclusivamente digitais.
- **Deliberação ERC/2024/294 (DR-NET):** a ERC considerou procedente o recurso apresentado pelo Sindicato S.T.O.P. contra a RTP, determinando a publicação do texto de resposta num conteúdo noticioso online. O órgão recusara previamente a publicação sem justificação legalmente válida, verificando-se a violação do direito de resposta.
- **Deliberação ERC/2024/460 (DR):** na sequência de recurso interposto pelo partido Juntos Pelo Povo e pelo deputado Élvio Sousa contra o *Diário de Notícias da Madeira*, a ERC considerou que o texto de resposta, embora contundente, não era desproporcionadamente desprimoroso face ao conteúdo original, determinando a sua publicação.
- **Deliberação ERC/2024/511 (DR-TV):** a ERC decidiu pelo arquivamento de recurso apresentado por Susana Cláudia Torres contra a CMTV, tendo verificado que a transmissão do conteúdo de resposta foi efetuada dentro do prazo legal previsto (24 horas), não se verificando fundamento para intervenção sancionatória.

CONSEQUÊNCIAS SANCIONATÓRIAS

Por último, quanto à existência de consequências sancionatórias, ou seja, processo de contraordenação ou sanção pecuniária compulsória, só aconteceu em cinco processos, que representam cerca de 13,5% do total, pelo que nos restantes 86,5% não houve quaisquer consequências sancionatórias.

INTERPRETAÇÃO QUANTO AOS MEIOS DIGITAIS

A ERC tem reiterado que, à luz do princípio da analogia funcional, o regime da Lei da Imprensa é aplicável às publicações exclusivamente digitais, nomeadamente websites informativos ou plataformas que exerçam atividade regular de natureza jornalística.

NOTAS SOBRE A LIBERDADE EDITORIAL

Os casos analisados revelam que a delimitação entre o legítimo exercício da liberdade editorial e a violação dos direitos de resposta e de retificação continua a gerar fricções. A ERC tem reafirmado que a concessão destes direitos não pode ser vista como censura, mas como mecanismo de equilíbrio no espaço público informativo, sendo que em alguns recursos foi suscitada a questão de a exigência de publicação do direito de resposta parecer integrar estratégias dilatórias ou litigância abusiva, o que exige do regulador uma análise particularmente rigorosa quanto à proporcionalidade e à boa-fé dos intervenientes.

Um dos aspetos que a ERC tem vindo a procurar esclarecer é que o reconhecimento da titularidade do direito de resposta invocado pelo recorrente e da legitimidade para o exercer não significa o

reconhecimento da veracidade dos factos por este sustentados, nem, em contrapartida, a qualificação como falsas das referências que fundamentam o direito. «[P]ode acontecer que determinados factos, ainda que verdadeiros, sejam lesivos dos direitos [e interesses] protegidos pelo direito de resposta, pela forma como são noticiados ou pelo contexto onde foram inseridos»¹⁰.

O instituto do direito de resposta não tem por escopo um juízo de censura ou reprovação sobre um dado trabalho jornalístico, antes é animado do propósito de assegurar um equilíbrio de forças «no contexto de uma relação vertical essencialmente desigualitária»¹¹, porque marcada por uma profunda disparidade de forças – e de meios – entre os sujeitos nela envolvidos, e garantir a existência de «uma equivalência comunicacional entre a resposta e a informação ou opinião que a motiva»¹².

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os direitos de resposta e de retificação são direitos consagrados constitucionalmente, integrados no grupo dos chamados “direitos, liberdades e garantias fundamentais”.

Qualquer pessoa, individual ou coletiva, que seja objeto de referências em órgãos de comunicação social, no caso de considerar que possa ser afetada a sua reputação e boa fama, ou no caso de tais referências serem, no seu entender, inverídicas ou incorretas, pode requerer que o mesmo órgão de comunicação publique um texto, da sua autoria, a título de resposta ou de retificação.

O exercício deste direito não envolve qualquer espécie de censura ao órgão de comunicação social ou ao jornalista autor da notícia/peça respondenda.

O texto jornalístico que o origina pode ter cumprido rigorosamente todas as *leges artis* do jornalismo e ser exemplar no que toca ao respeito pelas obrigações legais que impendem sobre os órgãos de comunicação e os jornalistas, designadamente as que estão enumeradas na Lei de Imprensa e no Estatuto do Jornalista.

O seu titular pode ter sido previamente contactado pelo autor da notícia e ter prestado todas as informações solicitadas, ou pode pura e simplesmente ter-se recusado a fazê-lo: a aquisição do direito de resposta ou de retificação não depende em nada do que sucedeu anteriormente, nasce imediata e originariamente na esfera jurídica do Respondente no momento em que são publicadas/emitidas pelo órgão de comunicação social as referências que o atingem, direta ou indiretamente.

O que o legislador pretende é atribuir ao Respondente o direito de tornar pública a sua versão dos factos, atribuir-lhe a faculdade, que doutro modo nunca teria, de beneficiar da audiência do órgão de comunicação social em causa e, através deste, chegar potencialmente ao mesmo público que tenha lido a notícia original, dando-lhe a conhecer as explicações, o contexto e a sua visão do sucedido.

¹⁰ Deliberação ERC/2021/1 (DR-TV), cit., n.º 19.

¹¹ Vital Moreira, *Ibidem*, página 180

¹² Gomes Canotilho e Vital Moreira, *Constituição da República Portuguesa Anotada*, Vol. I, Coimbra Editora, 4ª ed., p. 576

Nesse momento fugaz em que se esgota o exercício do direito de resposta, é-lhe concedida pela lei uma “igualdade de armas” no acesso ao espaço mediático, permitindo-lhe publicar/emitir o seu texto utilizando, para o efeito, o órgão de comunicação social em que foram publicadas/emitidas as referências que lhe deram origem.

Este direito conflitua claramente com a liberdade de expressão e, sobretudo, com o seu principal corolário que é a liberdade editorial, na medida em que o órgão de comunicação social está obrigado a publicar/emitir um texto que não é da sua autoria.

De acordo com a doutrina dos Direitos Fundamentais, quando dois direitos colidem deve sempre procurar-se a maior compatibilização possível entre ambos, privilegiando-se a solução que implique a menor contração possível de cada um, mas sem nunca sacrificar completamente um em favor do outro, preservando-se sempre o núcleo fundamental dos direitos em causa. Significa isto também que o exercício dos direitos de resposta e de retificação nunca pode eliminar completamente a liberdade editorial.

Se, por um lado, o órgão de comunicação social fica obrigado a publicar/emitir um texto que não resulta de qualquer decisão editorial sua, também é verdade, por outro lado, que ainda assim conserva o núcleo fundamental da sua liberdade e responsabilidade editoriais.

Conforme o Conselho Regulador da ERC tem vindo a salientar, o direito de resposta esgota-se na exigência de publicação de um texto da autoria do Respondente, efetuada no respeito pelas respetivas exigências legais.

Mas a escolha da paginação, do tipo e tamanho da letra utilizada, do estilo dos títulos e entretítulos, dos grafismos de apresentação dos textos publicados, das cores, tudo isso cabe em exclusivo à direção editorial, *maxime* ao diretor da publicação, não sendo legítimo que o titular do direito de resposta ou de retificação se possa substituir por completo à direção editorial e lhe imponha as suas escolhas nessas matérias. Isso é que seria a negação por completo da liberdade editorial, o total sacrifício da liberdade de imprensa em favor do direito de resposta.

Ora, nem a Constituição, nem as Leis setoriais (de Imprensa, da Rádio e da Televisão) concedem ao titular do direito de resposta o poder de se sobrepor inteiramente à direção editorial da publicação, negando-lhe o poder de determinar o modo como pretende proceder à publicação do texto de resposta, o que resultaria no esmagamento integral desse direito fundamental que é a liberdade de imprensa/liberdade editorial.

DIREITOS DE PERSONALIDADE NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. VISÃO GLOBAL

Os direitos de personalidade assumem um papel central na atividade de regulação da comunicação social, fazendo a sua proteção parte das competências da ERC sempre que sejam postos em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdos de comunicação social sujeitos à sua regulação.

O presente capítulo propõe-se fazer o enquadramento legal das competências e atribuições da ERC em matéria de direitos de personalidade, concretizando-se a natureza do procedimento de intervenção do Regulador, primordialmente mediante apresentação de queixa, mas podendo também ter natureza oficiosa.

Durante o ano de 2024, foram proferidas 13 deliberações, sendo a maioria dos procedimentos relativos aos direitos de personalidade que foram iniciados a partir de queixa dos próprios visados, incidindo essencialmente sobre peças noticiosas publicadas na imprensa escrita. O direito de personalidade mais recorrentemente invocado foi a lesão do direito ao bom nome e reputação.

Neste capítulo analisa-se ainda o teor de algumas destas deliberações, à luz da problemática da colisão de direitos.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

No âmbito das atribuições e competências da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC) constitui objetivo da regulação, nos termos do artigo 7.º, alínea f), dos seus Estatutos, «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais sempre que os mesmos estejam em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdos de comunicação social sujeitos à sua regulação».

Esta competência é reafirmada no artigo 8.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, que investe a ERC na atribuição de «garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias» e no artigo 24.º, n.º 3, alínea a), o qual atribui ao Conselho Regulador da ERC a competência para «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção de direitos, liberdades e garantias pessoais».

Os direitos de personalidade são direitos que incidem sobre a própria pessoa e devem ser respeitados por todos, abrangendo o bom nome, reputação, imagem, palavra e reserva da vida privada. Têm previsão constitucional, no artigo 26.º da CRP, sendo esta previsão desenvolvida, no plano civilístico, nos artigos 70.º e seguintes do Código Civil.

3. NATUREZA DO PROCEDIMENTO DE PROTEÇÃO DOS DIREITOS DE PERSONALIDADE

No que respeita ao impulso inicial nos procedimentos destinados à defesa dos direitos de personalidade este ocorre, por regra, na sequência de um procedimento de queixa, nos termos do artigo 55.º e seguintes dos Estatutos da ERC, exercida pelo titular do direito, tendo em conta a natureza pessoal dos direitos de personalidade que visam, em primeira linha, satisfazer interesses próprios dos visados.

Contudo, mesmo nos casos em que não existe apresentação de queixa por parte do detentor do direito, a ERC, ainda assim, poderá ter competência para atuar, uma vez que as suas atribuições relativas à proteção de direitos, liberdades e garantias dos cidadãos têm também em vista a realização do interesse público e não apenas a defesa do interesse privado do titular do direito. É hoje pacífico que os preceitos relativos aos direitos fundamentais não podem ser pensados apenas da perspetiva dos indivíduos, enquanto posições jurídicas de que estes são titulares, mas também do ponto de vista da comunidade, como valores que esta se propõe prosseguir através da ação do Estado¹.

A ERC tem assim a faculdade de desencadear o procedimento sem dependência de queixa do próprio, sempre que entenda que, para além do interesse pessoal na proteção do direito fundamental, exista uma dimensão objetiva, do ponto de vista comunitário, que justifique essa intervenção.

¹ Vieira de Andrade, Os Direitos de Personalidade na Constituição Portuguesa de 1976, 4.ª edição, Coimbra, 2009, pág. 107 e ss.

Durante o ano de 2024, a maioria dos procedimentos relativos aos direitos de personalidade foram iniciados a partir de queixa dos próprios visados e incidiram essencialmente sobre peças noticiosas publicadas na imprensa escrita. O direito de personalidade mais recorrentemente invocado foi a lesão do direito ao bom nome e reputação.

4. COLISÃO DE DIREITOS

Os direitos de personalidade, no contexto da comunicação social, têm o papel de princípio regulador da atividade dos órgãos de comunicação social encontrando-se, nessa medida, sujeitos ao escrutínio da ERC.

Tal conclusão resulta do artigo 3.º da Lei de Imprensa, que dispõe que «[a] liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objetividade 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». Neste sentido, também preceituam os artigos 27.º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido e o artigo 30.º, n.º 1, da Lei da Rádio.

O artigo 26.º, n.º 1, da CRP, estabelece que «a todos são reconhecidos os direitos à identidade pessoal, à capacidade civil, à cidadania, ao bom nome e reputação, à imagem, à palavra, à reserva da intimidade da vida privada e familiar e à proteção legal contra quaisquer formas de discriminação». Por sua vez, o artigo 37.º, n.º 1, da CRP dispõe que «todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informado, sem impedimentos e discriminações».

Frequentemente, nos procedimentos relativos aos direitos de personalidade, verificam-se situações de colisão de direitos, uma vez que, como resulta do parágrafo anterior, a Constituição protege, simultaneamente, valores que muitas vezes entram em contradição na atividade da comunicação social.

Em caso de conflito de direitos fundamentais, o princípio consagrado da doutrina constitucional para a sua resolução é o da harmonização ou da concordância prática (artigo 18.º, n.º 2, da CRP). Assim, partindo do pressuposto de que nenhum dos direitos é absoluto - podendo, por isso, ser objeto de restrições - as limitações aos direitos fundamentais devem cingir-se ao necessário para salvaguardar outros direitos e interesses constitucionalmente protegidos.

Destacam-se, a título de exemplo, algumas deliberações de 2024, nas quais foi patente a colisão de direitos fundamentais na atividade da comunicação social.

Nas deliberações **ERC/2024/48 (CONTJOR-I), de 23 de janeiro de 2024**, e **ERC/2024/114 (CONTJOR-I), de 6 de março de 2024**, estiveram em conflito o direito ao bom nome e reputação dos Queixosos e o direito à liberdade de expressão e de informação do órgão de comunicação social denunciado. Nos casos referidos, considerou-se que o exercício da liberdade de informação deverá pressupor a realização de um interesse legítimo que será, em regra, um interesse público, enquanto conceito normativo e não apenas um «interesse do público».

Apesar do interesse noticioso das peças jornalísticas assinaladas, verificou-se que esse interesse não podia subalternizar a observância da *legis artis* aplicável à prática jornalística que, em parte, pretende contribuir para evitar a lesão de direitos de terceiros merecedores de proteção. Observou-se que a ausência de contraditório, por um lado, mas também a existência de elementos opinativos nas notícias, permitiram concluir que não tinham sido observadas as cautelas necessárias, em termos de rigor informativo, para um legítimo e correto exercício do direito de informar, tendo-se por isso lesado, de forma desproporcionada, o direito ao bom nome e reputação dos Queixosos.

Já na **Deliberação ERC/2024/184 (CONTJOR)**, de 10 de abril de 2024, verificou-se que um artigo de opinião confundia-se com os conteúdos noticiosos alojados na mesma página, aparecendo de forma sequencial, sem qualquer característica distintiva. Concluiu-se que tal circunstância dificultava a distinção da natureza opinativa e informativa dos textos, prejudicando o rigor informativo e lesando o direito ao bom nome e reputação do visado, ao poder ser entendido pelo leitor como factual um conteúdo de natureza opinativa.

Ainda no âmbito da proteção do direito ao bom nome e reputação, na **Deliberação ERC/2024/322 (CONTJOR-I)**, de 26 de junho de 2024, destacou-se que parte das notícias visadas na queixa eram suportadas em factos ultrapassados do ponto de vista da atualidade jornalística. Sendo a atualidade um dos valores notícia mais pertinentes no jornalismo, entendeu-se ser legítimo esperar que o conjunto de factos que eram noticiados se identificassem com o tempo presente. Tal atuação, a par da ausência de contraditório, resultou numa violação do dever de rigor informativo e dos limites ao direito de informar, resultando, em consequência, numa violação do direito ao bom nome e reputação da Queixosa.

No âmbito da intervenção oficiosa do Regulador, assinala-se a **Deliberação ERC/2024/323 (CONTJOR)**, de 26 de junho de 2024, na qual estava em causa a violação do direito à imagem de um comissário policial. Considerou-se que o jornal denunciado deveria ter-se absterido de publicar a imagem e identificação do agente da PSP, uma vez que a notícia resultaria perceptível para os leitores, mesmo que não tivesse sido incluída essa identificação. Adicionalmente, entendeu-se que tal opção editorial poderia representar um risco acrescido para a integridade física do visado, tendo em conta as ameaças que, segundo a notícia, era alvo, não sendo por isso justificada à luz do interesse noticioso.

5. CONCLUSÃO

Em 2024, resulta da análise das 13 deliberações aprovadas que a intervenção da ERC em matéria de direitos de personalidade foi predominantemente motivada por queixas de particulares, tendo-se centrado na violação do direito ao bom nome e reputação. Em todos os casos analisados, afirmou-se o papel da ERC enquanto garante do equilíbrio entre a liberdade de informação e os direitos fundamentais, reafirmando a necessidade de observância rigorosa das boas práticas jornalísticas.

DIREITOS DE ACESSO DOS JORNALISTAS

1. VISÃO GLOBAL

O direito de acesso dos jornalistas à informação é um direito fundamental constitucionalmente protegido, que integra o núcleo da liberdade de imprensa, sendo regulado no Estatuto do Jornalista, e na Lei de Imprensa., e abrangendo o direito de acesso a fontes oficiais de informação e o direito de acesso a locais abertos ao público para fins de cobertura informativa, bem como a locais não acessíveis ao público mas abertos à generalidade da comunicação social.

Os jornalistas não podem ser impedidos de entrar ou permanecer nos locais referidos quando a sua presença for exigida pelo exercício da respetiva atividade profissional, sem outras limitações além das decorrentes da lei.

Nos espetáculos ou outros eventos com entrada paga em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos de acesso, poderão ser estabelecidos sistemas de credenciação de jornalistas por órgão de comunicação social, em condições de igualdade por quem controle o acesso. Nestes casos, quando os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento.

Em caso de desacordo entre os organizadores do espetáculo e os OCS, qualquer dos interessados pode requerer intervenção prévia da ERC para arbitrar o litígio, tendo as suas deliberações natureza vinculativa e o seu não acatamento configurando crime de desobediência.

O regime sancionatório para a violação do direito de acesso dos jornalistas prevê o crime de atentado à liberdade de informação, punido com pena de prisão até um ano ou com multa até 120 dias, podendo ir até dois anos ou multa até 240 dias se o infrator for agente ou funcionário do Estado ou de uma entidade pública e agir nessa qualidade.

De notar que a apresentação de queixa à ERC após a realização do evento inviabiliza a efetivação coerciva do direito de acesso, limitando-se a intervenção do Regulador à apreciação de factos pretéritos e, sendo caso disso, à respetiva participação ao Ministério Público.

Em 2024, a ERC pronunciou-se oito vezes sobre a denegação do exercício do direito de acesso, tendo a queixa sido considerada procedente em seis delas, tendo três dado origem a decisões vinculativas e uma remetida ao Ministério Público. Sete deliberações foram respeitantes ao acesso a locais públicos ou a locais não acessíveis ao público mas abertos à generalidade da comunicação social, com particular incidência em questões relacionadas com sistemas de credenciação.

2. ENQUADRAMENTO

O direito de acesso dos jornalistas à informação é um direito fundamental constitucionalmente protegido, integrando o núcleo da liberdade de imprensa [artigos 37.º, n.º 1, e 38.º, n.º 2, alínea b), da CRP]. Este direito é regulado no Estatuto do Jornalista, doravante EJ (artigos 6.º, alínea b), 8.º, 9.º e 10.º) e na Lei de Imprensa, doravante LI [artigo 22.º, alínea b)], e abrange o direito de acesso a fontes oficiais de informação e o direito de acesso a locais abertos ao público para fins de cobertura informativa, extensivo aos locais que, embora não acessíveis ao público, sejam abertos à generalidade da comunicação social.

Não podem os jornalistas ser impedidos de entrar ou permanecer nos locais referidos quando a sua presença for exigida pelo exercício da respetiva atividade profissional, sem outras limitações além das decorrentes da lei (artigos 9.º e 10.º, n.º 1, do EJ).

Nos espetáculos ou outros eventos com entrada paga em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos de acesso, poderão ser estabelecidos sistemas de credenciação de jornalistas por órgão de comunicação social, em condições de igualdade por quem controle o acesso (artigo 9.º, n.ºs 3 e 4, do EJ). Nestes casos, quando os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento (artigo 10.º, n.º 3, do EJ).

Em caso de desacordo entre os organizadores do espetáculo e os OCS, qualquer dos interessados pode requerer intervenção prévia da ERC para arbitrar o litígio, tendo as suas deliberações natureza vinculativa e o seu não acatamento configurando crime de desobediência [artigo 10.º, n.º 4, do EJ, e artigo 39.º, n.º 1, al. a) da CRP, artigo 8.º, alíneas a) e d), e artigo 24.º, n.º 3, alínea t), dos Estatutos da ERC].

Por outro lado, o regime sancionatório para a violação do direito de acesso dos jornalistas, prevê o crime de atentado à liberdade de informação, punido com pena de prisão até um ano ou com multa até 120 dias, ou, se o infrator for agente ou funcionário do Estado ou de uma pessoa coletiva pública e agir nessa qualidade, com prisão até dois anos ou com multa até 240 dias (artigo 19.º do EJ).

De notar que a apresentação de queixa à ERC após a realização do evento inviabiliza a efetivação coerciva do direito de acesso, limitando-se a intervenção do Regulador à apreciação de factos pretéritos e, sendo caso disso, à respetiva participação ao Ministério Público.

3. DELIBERAÇÕES EMITIDAS

Em 2024, [a ERC pronunciou-se oito vezes](#) sobre a denegação do exercício do direito de acesso, tendo a queixa sido considerada procedente em seis delas, tendo duas dado origem a decisões vinculativas, por terem sido apresentadas previamente à realização do evento, o que permitiu à ERC atuar nesses moldes. Assinale-se ainda uma deliberação remetida ao Ministério Público.

3.1 DIREITO DE ACESSO A LOCAIS PUBLICOS

Sete deliberações foram respeitantes ao acesso a locais públicos ou a locais não acessíveis ao público mas abertos à generalidade da comunicação social, com particular incidência em questões relacionadas com sistemas de credenciação. As situações seguidamente retratadas consubstanciam casos de desacordo em matéria de direito de acesso que a ERC foi chamada a dirimir.

Deliberação ERC/2024/24 (DJ) - Exposição do jornalista Miguel Carvalho por recusa de acreditação para a V Convenção do partido político CHEGA – Adoção de decisão vinculativa

A ERC analisou a exposição apresentada por um jornalista, relativa à recusa de acreditação para cobertura da V Convenção do partido CHEGA. O jornalista alegava que estaria a ser dada prioridade de acesso a jornalistas vinculados a órgãos de comunicação social o que, dada a sua qualidade de freelancer, poderia constituir um obstáculo à sua credenciação, ainda que não tivesse recebido resposta formal por parte da organização do evento.

A ERC reconheceu que o evento reunia os requisitos legais para o estabelecimento de um sistema de credenciação, devendo este garantir condições de igualdade, não discriminação e transparência, conforme previsto no EJ, pelo que considerou ilegítimo o estabelecimento de regras ou critérios de primazia na acreditação de jornalistas com base no tipo de vínculo laboral. A ERC instou o CHEGA a adotar critérios de acreditação objetivos, não discriminatórios e publicamente conhecidos. Alertando que a violação do direito de acesso dos jornalistas pode configurar crime de atentado à liberdade de informação, a ERC assinalou o caráter vinculativo e os efeitos imediatos da decisão, configurando o seu não acatamento crime de desobediência.

Deliberação ERC/2024/36 (DJ) - Exposição do jornalista Pedro Almeida Vieira – Exigência de pagamento para cobertura do Congresso dos Jornalistas

O queixoso alegou que a exigência de pagamento para aceder ao 5.º Congresso dos Jornalistas, constituía tratamento discriminatório dos jornalistas que apenas tivessem como objetivo realizar cobertura noticiosa sem participar dos trabalhos.

A ERC considerou justificada a não existência de um sistema de acreditação de jornalistas, tratando-se de um evento organizado por jornalistas e para jornalistas, e sendo os sistemas de acreditação uma faculdade da qual a organização do evento entendeu legitimamente prescindir. Considerou ainda que a exigência de pagamento de uma inscrição não constituía tratamento discriminatório, e sim um critério legítimo e uniforme que visava viabilizar o acesso ao Congresso por parte de todos os jornalistas interessados e, simultaneamente, contribuir para o seu financiamento. Pelo exposto, a ERC considerou improcedente a queixa do jornalista.

Deliberação ERC/2024/40 (DJ) - Queixa da publicação Maia Hoje contra a Federação Portuguesa de Futebol – Recusa de acreditação para a final da Taça de Portugal Placard 2023

O queixoso alegou que a recusa, pela Federação Portuguesa de Futebol, de acreditação e acesso de um seu jornalista à final da Taça de Portugal Placard 2024, com vista a assegurar o relato informativo deste evento, carecia de justificação e constituía tratamento discriminatório.

A ERC reconheceu que o evento reunia os requisitos legais para a implementação de um sistema de credenciação. Contudo, assinalou diversos problemas nos critérios adotados pela FPF, como o facto de assentarem em formulações discricionárias passíveis de induzir decisões arbitrárias, a prerrogativa de atribuir lugares na tribuna de imprensa aos ‘meios próprios’ da FPF, entre outros. Verificou-se ainda alguma incoerência na aplicação daqueles critérios relativamente a uma parte dos lugares na tribuna de imprensa. Por fim, além de não ter fundamentado a decisão relativa ao queixoso, quando solicitada por este para o fazer, a FPF não prestou à ERC informações relativas à fundamentação aduzida para recusar as creditações solicitadas para o evento.

Em conclusão, a ERC reconheceu a legitimidade da FPF para o estabelecimento de um sistema de credenciação, o qual deveria garantir as necessárias condições de igualdade e não discriminação a todos os órgãos de comunicação social potencialmente interessados na cobertura informativa daquele, bem como respeitar as demais exigências legais aplicáveis e devendo estes ser objeto de divulgação pública. No caso vertente, ainda que à queixosa não se aplicasse a prioridade de credenciação com base no âmbito geográfico, por se encontrar sedeadada num concelho diferente daquele em que o evento decorreu, a ERC considerou os critérios estabelecidos pela FPF largamente desconformes com o quadro legal vigente, e prestando-se a sua aplicação prática a reparos de diversa ordem, recordando que a violação do direito de acesso dos jornalistas pode configurar crime de atentado à liberdade de informação.

Em virtude da gravidade da situação, a deliberação foi remetida ao Ministério Público, nos termos do artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC.

Deliberação ERC/2024/220 (DJ) - Queixa da Centro TV contra o ACP e o WRC – Recusa de acreditação para a cobertura do Rally de Portugal

A queixa foi apresentada na sequência da recusa de acreditação para a cobertura do Rally de Portugal 2024, por parte do Automóvel Clube de Portugal e do WRC Promoter, enquanto entidade responsável pelo processo de acreditação. Estas entidades vieram fundamentar a decisão com base na conduta dos jornalistas do mesmo órgão no ano anterior, por terem violado termos e condições para a acreditação do evento, ao efetuar e difundir gravações vídeo da sua autoria.

A ERC esclareceu que a eventual violação, pelo queixoso, de direitos exclusivos relativos à cobertura do Rally de Portugal, na edição de 2023, poderia ter motivado a apresentação de uma queixa à ERC, sendo que essa conduta poderia mesmo ser passível de procedimento contraordenacional, enquanto contraordenação muito grave, nos termos da alínea a), do n.º 1, do artigo 77.º da Lei da Televisão – não sendo, em contrapartida, admissível a recusa de acreditação no ano seguinte, a título de “sanção”.

A ERC reconheceu que o evento reunia os requisitos legais para a implementação de um sistema de credenciação pelas entidades organizadoras, sublinhando que esse sistema deve respeitar os princípios da igualdade, da não discriminação e da legalidade, conforme o Estatuto do Jornalista, sendo ilegítima qualquer regra que condicione a acreditação ao comportamento anterior dos jornalistas em eventos similares. Alertando que a violação do direito de acesso dos jornalistas pode configurar crime de atentado à liberdade de informação, a ERC assinalou o caráter vinculativo e os efeitos imediatos da decisão, configurando o seu não acatamento crime de desobediência.

Deliberação ERC/2024/424 (DJ) - Recusa de acreditação da TunetRádio para a cobertura do Festival MEO Kalorama – Adoção de decisão vinculativa

Na sequência da denegação de acreditação para cobertura informativa do Festival Meo Kalorama, com base no elevado número de solicitações e no reduzido número de creditações disponíveis, o queixoso participou à ERC o sucedido.

A ERC verificou que o evento reunia os requisitos legais para a implementação de um sistema de credenciação, contudo, o sítio institucional do evento não disponibilizava qualquer informação sobre os critérios ou regras de acreditação, tendo o organizador mantido a mesma opacidade na comunicação à ERC, em resposta ao pedido de informações que esta entidade lhe dirigiu.

Quanto à pretensão do órgão de comunicação social, o facto de o pedido de acreditação ter sido submetido fora do prazo estabelecido pela organização inviabilizou a legitimidade da pretensão de acesso ao evento por parte dos jornalistas. A ERC reforçou a importância de os promotores adotarem e divulgarem critérios objetivos, transparentes e não discriminatórios, que permitam aos jornalistas conhecer antecipadamente os requisitos aplicáveis e gerir as suas expectativas adequadamente.

Deliberação ERC/2024/440 (DJ) - Reapreciação da queixa da RC Chaves contra a Federação de Patinagem de Portugal e a World Skate Europe – Recusa de acreditação

O queixoso veio pedir à ERC para reapreciar a sua queixa inicial, em que alegava que a organização da Final Four da WSE Champions League recusou injustamente a acreditação dos seus jornalistas, ao impor um formulário em inglês e de difícil acesso como meio para solicitar acreditação, e ao solicitar dados pessoais além do número da carteira profissional.

A ERC considerou que o evento reunia os requisitos legais para credenciação. Do mesmo modo, entendeu que as exigências de preenchimento de formulário em inglês e apresentação de um “ID Card” não violavam os princípios de igualdade e não discriminação. Concluiu ainda que a ausência de acreditação resultou da não submissão do pedido pela via indicada, sendo, por isso, legítima.

Deliberação ERC/2024/541 (DJ) - Queixa do Diário do Distrito contra a Câmara Municipal da Moita – Alegada exclusão de evento público

O queixoso alegou ter sido deliberadamente excluído da cobertura do evento “Tarde do Fogareiro”. A Câmara Municipal, na qualidade de organizador, demonstrou ter enviado comunicações gerais a

todos os órgãos de comunicação social do distrito, incluindo o queixoso, e garantido o acesso livre ao evento.

A ERC concluiu que não se verificaram indícios de violação dos direitos invocados, não tendo sido identificadas condutas que configurassem obstrução ao exercício da atividade jornalística ou à liberdade de informação. Face à inexistência de fundamentos que sustentassem a queixa, a ERC deliberou proceder ao seu arquivamento.

3.2 DIREITO DE ACESSO A FONTES OFICIAIS DE INFORMAÇÃO

O direito de acesso às fontes oficiais de informação está regulado no artigo 8.º do EJ, e deve ser respeitado pelos órgãos da Administração Pública, pelas empresas de capitais total ou maioritariamente públicos, pelas empresas controladas pelo Estado, pelas empresas concessionárias de serviço público ou do uso privativo ou exploração do domínio público e ainda por quaisquer entidades privadas que exerçam poderes públicos ou prossigam interesses públicos, quando o acesso pretendido respeite a atividades reguladas pelo direito administrativo. O respeito deste direito contribui para garantir a transparência das entidades públicas e o seu escrutínio democrático.

Embora a inobservância do disposto no artigo 8.º do EJ pareça configurar uma contraordenação por cuja instrução a ERC seria responsável, à face do previsto no n.º 6 do seu artigo 20.º, a verdade é que tal contraordenação não se encontra expressamente consagrada na lei, nem, consequentemente, se prevê o montante da coima que seria aplicável, o que inviabiliza a abertura do respetivo processo contraordenacional. Trata-se de uma incongruência inexplicável e grave, para que a ERC tem alertado com insistência, mas que à data continua por corrigir por parte do legislador.

Veja-se como estas questões se refletem no caso seguinte.

Deliberação ERC/2024/328 (DJ) - Queixa de José António Cerejo contra o Instituto da Segurança Social – Recusa de resposta a questões jornalísticas

Na queixa apresentada, estava em causa a alegada violação do direito de acesso à informação por parte da Presidente do Instituto da Segurança Social, I.P. (ISS), por não ter fornecido resposta completa e atempada a questões colocadas pelo jornalista, em múltiplos contactos.

A ERC considerou a queixa procedente, reconhecendo que o ISS violou o direito à informação ao não responder, ou ao responder tardiamente, a questões colocadas pelo jornalista sobre matérias diretamente relacionadas com a atividade e responsabilidades do instituto. Tal conduta foi considerada uma indiscutível ilegalidade, não obstante ser desprovida de qualquer sanção.

A ERC instou o ISS e os seus responsáveis a assegurarem, no futuro, o respeito pontual e integral do direito de acesso às fontes oficiais de informação legalmente assegurado aos jornalistas.

Temas de Intervenção Regulatória

Qualidade da Informação Jornalística

QUALIDADE DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

1. VISÃO GLOBAL

Da intervenção da ERC nas matérias relacionadas com a qualidade da informação jornalística, em 2024 merecem destaque duas vertentes: um estudo temático, intitulado “[Separação entre Conteúdos Jornalísticos e Conteúdos Publicitários/Comerciais - Abordagem Regulatória](#)”, e a atividade deliberativa em questões relacionadas com os deveres jornalísticos de rigor e isenção.

No âmbito do **estudo temático**, foi realizado um inquérito ao setor que permitiu concluir que, além das disposições legais e deontológicas já existentes, a maioria dos respondentes não dispõe de mecanismos específicos internos que norteiem a atividade jornalística e que informem os seus públicos quanto à separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais. Cerca de metade dos respondentes considera pertinente a intervenção da ERC, sobretudo nas vertentes de fiscalização e literacia (diretrizes, recomendações e ações de formação).

No mesmo âmbito, a análise do quadro legal nacional revelou dispersão por diversos diplomas, resultando em discrepâncias entre as soluções legislativas adotadas e dúvidas na interpretação de conceitos legais, decorrentes da transformação dos formatos publicitários. Na UE, a maioria dos países dispõe de legislação, em muitos casos resultante da transposição da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA). Regras comuns a todas são a exigência de identificação da natureza comercial dos conteúdos e a garantia da independência editorial.

Quanto à **atividade deliberativa**, cabe salientar que, em 2024, 66 das 571 deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador incidiram sobre rigor informativo, tendo este sido o tema com maior expressão no âmbito de procedimentos de participação e queixa. A imprensa e a televisão foram os meios mais visados e os conteúdos que deram origem a procedimentos foram, na maioria, notícias. Os temas mais frequentes foram política nacional, ordem interna e urbanismo. Na política nacional, comparativamente, há uma elevada proporção de queixas, muitas em períodos eleitorais.

O rigor informativo e a garantia de isenção pressupõem o cumprimento do princípio do contraditório – i.e, a audição das partes com interesses atendíveis –, a rejeição do sensacionalismo, a separação entre factos e opinião e a correta identificação e citação das fontes.

Entre as falhas de rigor informativo, a mais recorrente é a identificação deficiente das fontes, seguida pela ausência de contraditório, pelo sensacionalismo e pela falta de separação entre informação e opinião. Casos envolvendo conteúdos gerados por utilizadores, como vídeos e comentários de redes sociais, evidenciaram a fragilidade na verificação de factos e a influência da desinformação.

Por fim, associadas a falhas de rigor surgem por vezes outras violações, como o desrespeito do direito ao bom nome, da presunção de inocência e do princípio da não discriminação, sobretudo em deliberações originadas por queixas.

2. SEPARAÇÃO ENTRE CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS E CONTEÚDOS PUBLICITÁRIOS/COMERCIAIS

O [estudo elaborado pela ERC](#) visou enquadrar, do ponto de vista regulatório, a separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais. Foi impulsionado por um conjunto de deliberações nas quais o regulador apreciou a publicação/ transmissão de conteúdos editoriais elaborados no âmbito de contratos celebrados com entidades externas às empresas de *media*.

No âmbito dessas deliberações, a ERC detetou várias situações de conteúdos produzidos por jornalistas, incluídos em espaços jornalísticos ou sob responsabilidade das direções de informação, em que não foram identificadas de modo adequado e suficiente as relações comerciais firmadas e as entidades adjudicantes.

Adicionalmente, os casos que o regulador tem apreciado permitem perceber a transversalidade do problema e avaliar, no quadro das dificuldades económicas, que os meios de comunicação social estão mais sujeitos a pressões para publicar certos conteúdos publicitários em formatos confundíveis com notícias.

A profusão de certos conteúdos de natureza híbrida poderá comprometer a independência e o livre exercício do direito à informação, que exigirá como resposta um contexto jurídico-normativo claro e transparente, bem como mecanismos corregulatórios e autorregulatórios eficazes.

Para consolidar este propósito regulatório definiu-se no estudo uma abordagem assente numa concertação de metodologias, materializadas em quatro pilares de análise. Este exercício analítico contribuiu para a elaboração de um conjunto de recomendações aos órgãos de comunicação social, que dão corpo à diretiva da ERC sobre esta matéria (cf. secção 2.2 do capítulo “Deliberações Doutrinárias”).

2.1 DO INQUÉRITO AO SECTOR

Consultado o sector, evidencia-se, em primeiro lugar, que a maioria dos órgãos de comunicação social manifesta preocupação no que diz respeito à separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais, afirmando dispor de mecanismos específicos para salvaguardar esta separação. Porém, tais mecanismos correspondem essencialmente àqueles já previstos nas disposições legais e deontológicas que visam garantir a independência editorial e a integridade do trabalho jornalístico: os aspetos mais comumente referidos são a «identificação clara de conteúdos comerciais» e a «separação orgânica das áreas editorial e comercial».

Apesar de quase metade dos órgãos de comunicação social referirem a existência de diretrizes específicas para a produção de conteúdos jornalísticos, no âmbito de contratos comerciais com entidades externas, públicas ou privadas, apenas uma pequena fatia afirma dispor de «códigos internos» para orientar as atividades dos seus profissionais e/ ou esclarecer os seus públicos no que a esta problemática diz respeito. Mesmo entre estes, destacam-se os respetivos estatutos editoriais,

verificando-se que raramente abordam de forma explícita o princípio da identificabilidade e separação dos conteúdos publicitários/comerciais.

Entre os respondentes que afirmam não dispor de mecanismos específicos estabelecidos, prevalecem aqueles que não consideram a separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais uma preocupação. No entanto, quando questionados sobre os procedimentos a adotar para a prevenção de eventuais conflitos de interesse no âmbito do estabelecimento de parcerias com entidades externas, uma parte significativa destes órgãos de comunicação social revela desconhecimento.

Conclui-se que, na prática, além das disposições legais e deontológicas já existentes, a maioria dos respondentes não dispõe de mecanismos específicos internos que norteiem a atividade jornalística sobre a separação entre conteúdos jornalísticos e publicitários/comerciais e que informem os seus públicos sobre os procedimentos adotados nestas situações.

Por fim, apesar de uma parte dos órgãos de comunicação social defender que a autorregulação é suficiente, para cerca de metade dos respondentes, a intervenção regulatória da ERC é vista como pertinente, sobretudo para a fiscalização do cumprimento legal e condução de iniciativas de literacia sobre o tema, através da elaboração de diretrizes, recomendações e ações de formação.

2.2 DO ENQUADRAMENTO LEGAL E REGULATÓRIO

As leis do sector da comunicação social em vigor salvaguardam os alicerces essenciais no que respeita à independência editorial e à separação e identificabilidade dos conteúdos publicitários/comerciais. Adicionalmente, o [Código da Publicidade](#) estabelece os princípios gerais da publicidade, como o da identificabilidade; e o [Estatuto do Jornalista](#) define um regime de incompatibilidades da atividade jornalística face à publicitária/ comercial.

Porém, a análise detalhada do enquadramento jurídico aplicável à problemática em estudo permitiu observar três aspetos essenciais que se repercutem na atuação regulatória. O primeiro refere-se à dispersão do quadro normativo por leis sectoriais, o qual manifesta assimetrias legislativas, acentuadas pela transposição da [Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual \(DSCSA\)](#), que integrou novas noções de publicidade relacionadas com a comunicação comercial audiovisual.

Depois, evidencia-se uma clivagem temporal entre os vários enquadramentos normativos aplicáveis, com especial incidência na [Lei de Imprensa](#), que data de 1999, trazendo dificuldades acrescidas na sua aplicação face à evolução do sector mediático.

Por fim, encontram-se amiúde dúvidas terminológicas e conceptuais, decorrentes da transformação dos formatos publicitários, face aos conceitos constantes da legislação, a qual não evolui ao mesmo ritmo que o sector.

2.3 DAS PRÁTICAS REGULATÓRIAS NA EUROPA

Quase todos os reguladores de *media* europeus, membros do ERGA - European Regulators Group for Audiovisual Media Services (atualmente, EBMS - European Board for Media Services), respondendo a um questionário da ERC, afirmaram dispor de legislação nacional sobre a separação

entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais, muitos deles remetendo para a transposição da DSCSA.

Pese embora se observe que os enquadramentos legais são bastante distintos entre países, identificam-se dois aspetos transversais, também contidos na legislação portuguesa: a exigência de identificação da natureza publicitária/ comercial dos conteúdos; e a garantia da independência editorial.

Esta problemática constitui uma preocupação regulatória para as entidades consultadas, as quais dizem combinar iniciativas regulatórias distintas, como a monitorização regular, os procedimentos inspetivos, a intervenção casuística, e iniciativas de literacia.

Note-se ainda que é no ambiente digital, segundo os reguladores respondentes, que se identificam os maiores problemas a respeito desta matéria, seja pela profusão de conteúdos, seja pela necessidade de revisão do quadro legislativo.

2.4 DA ATIVIDADE DELIBERATIVA DA ERC

Desde que iniciou funções, em 2006, até 2023, a atividade deliberativa da ERC mostra que a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais é matéria de preocupação dos públicos, acentuando-se a partir de 2021.

A problemática é identificada em todos os meios de comunicação social, mas encontra uma expressão mais acentuada na imprensa. Evidencia-se também que cerca de um terço dos conteúdos analisados é elaborado por jornalistas.

Os tipos de publicidade mais frequentes nos conteúdos controvertidos nas deliberações podem ser organizados em dois grandes grupos: a publicidade redigida e a publireportagem, que são conceitos amiúde equivalentes; e o patrocínio e a colaboração/ parceria/ apoio. Estes últimos são formatos publicitários com características semelhantes ao patrocínio, mas que começam a surgir nas deliberações da ERC mais recentemente, a partir de 2020.

Mais de metade destas deliberações culminou em decisão condenatória do regulador, o que traduz práticas jornalísticas que contrariam as determinações legais e deontológicas. As categorias de decisão mais penalizadoras estão predominantemente associadas a conteúdos publicados na imprensa.

Da análise às pronúncias da ERC, evidencia-se um princípio regulador assente na necessidade de evitar a confundibilidade entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais, garantindo, por um lado, a transparência para com os públicos na comunicação publicitária e, por outro lado, o rigor da informação.

3. RIGOR INFORMATIVO: ATIVIDADE DELIBERATIVA

3.1. ENQUADRAMENTO

O rigor informativo e a garantia de isenção são dois pilares do trabalho jornalístico, estreitamente associados à qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação. Uma informação rigorosa é aquela que é relatada de forma isenta, imparcial, com clareza e com o enquadramento e a contextualização necessários à sua compreensão. Para que seja isenta, pressupõe um esforço de distanciamento, de neutralidade e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento ou intervenientes que são objeto de cobertura informativa.

Os dois deveres em causa pressupõem o cumprimento do princípio do contraditório – i.e, a audição das partes com interesses atendíveis –, a rejeição do sensacionalismo, a clara separação entre factos e opinião e, regra geral, a correta identificação e citação das fontes que sustentam a informação divulgada. Outros aspetos inerente a estes dois deveres é a adoção de uma conduta não discriminatória, o respeito pelo bom nome e reputação, bem como o respeito pela presunção de inocência.

A análise das deliberações permite identificar tendências relevantes na atuação da ERC, evidenciando os temas, meios e formatos que mais frequentemente motivam intervenção regulatória, bem como caracterizar o tipo de irregularidades.

Em 2024, 66 das 571 deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador incidiram sobre rigor informativo, tendo este sido o tema com maior expressão no âmbito de procedimentos de participação e queixa, refletindo a importância que a qualidade e a fiabilidade da informação veiculada pelos meios de comunicação social assume, enquanto tema de intervenção do regulador.

Quanto à metodologia, o corpus de análise foram as deliberações emitidas pela ERC em 2024 e classificadas no repositório institucional sob a categoria “rigor informativo”, tendo sido analisado, de forma sistemática, o conteúdo daquelas deliberações. Das 66 deliberações emitidas, foram analisadas 63 deliberações¹, tendo sido excluídas do corpus três deliberações sem conteúdo adequado para a análise proposta. Foi assim criada numa base de dados na qual cada deliberação foi codificada e registada, com base em variáveis previamente definidas (como o tipo de procedimento, meio visado, tipo de conteúdo, área temática, sentido da decisão, e segmentação de dimensões relevantes de problemas de rigor informativo e irregularidades conexas).

O tratamento da informação recolhida visou identificar padrões, tendências e áreas de maior incidência, com vista a fundamentar as leituras. Esta metodologia, ao conjugar rigor documental com ferramentas de análise estruturada, garante a robustez dos resultados apresentados.

¹ As deliberações ERC/2024/249 (CONTJOR-NET), ERC/2024/479 (CONTJOR-I) e ERC/2024/80 (CONTJOR-NET) não foram consideradas para efeitos de análise, por se tratar de duas decisões de anulação, sem ter conteúdo substantivo passível do tratamento metodológico conferido às restantes deliberações, e de uma deliberação posteriormente anulada que, pelos efeitos jurídicos dessa anulação, também não foi considerada.

3.2.ANÁLISE DAS DELIBERAÇÕES

São analisadas 63 deliberações aprovadas em 2024, com fundamentação substantiva em torno do rigor e da isenção dos conteúdos visados. A análise visa caracterizar, na ótica do regulador, as principais questões suscitadas em torno do rigor informativo e da isenção, enquanto deveres legais dos meios de comunicação social. Na primeira parte da análise, propõe-se uma caracterização geral das deliberações, por tipo de meio, género informativo, tema e sentido da decisão.

FIG.1 – DISTRIBUIÇÃO DAS DELIBERAÇÕES POR TIPO DE MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

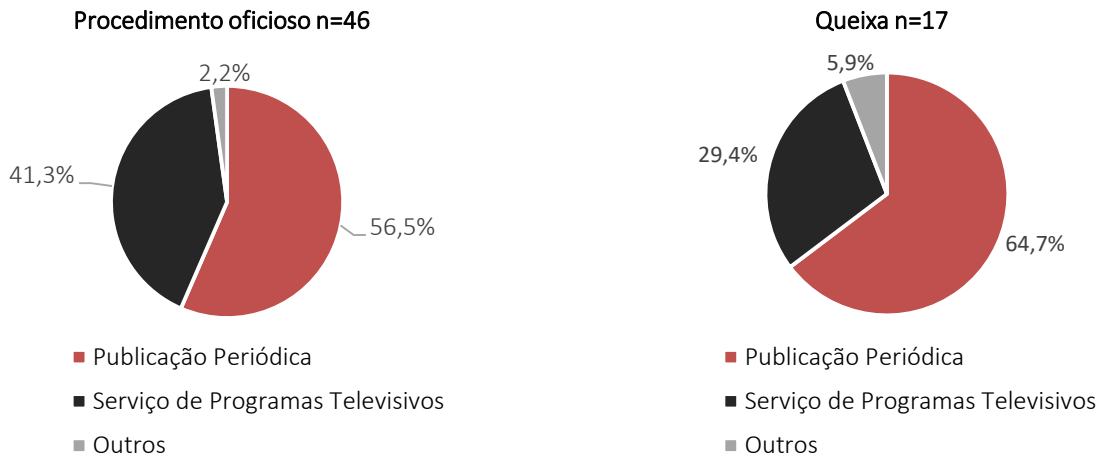
Tipo de Meio	Total
Publicação Periódica	37
Serviço de Programas Televisivos	24
Empresa Noticiosa	1
Operadores de Rádio	1
Total	63

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC

Mais de metade das deliberações incide sobre conteúdos de imprensa (publicações periódicas), com a televisão (serviços de programas televisivos) em segundo lugar. Com menor expressão, os operadores de rádio e as empresas noticiosas registam apenas uma ocorrência cada.

Adicionalmente, refira-se que a atuação foi de natureza oficiosa em 46 deliberações, o que significa que, por regra, a ERC tomou conhecimento dos factos por denúncia de terceiros em sete em cada dez procedimentos concluídos por deliberação, sendo uma parcela minoritária a que resulta de queixas de indivíduos ou entidades.

FIG.2 – DISTRIBUIÇÃO POR TIPO DE MEIO JORNALÍSTICO



A grande maioria dos procedimentos de queixa sobre rigor informativo incidiu em publicações periódicas, seguidas pelos serviços de programas televisivos, visando pontualmente outros meios de comunicação social. Nos procedimentos oficiosos, ainda que mais de metade (56,5%) também tenha incidido sobre publicações periódicas, a diferença relativamente à televisão (41,3%) é menos pronunciada, verificando-se também aqui uma presença residual de outros meios.

Quanto aos conteúdos visados, as deliberações incidem predominantemente sobre conteúdos de natureza jornalística (59), sendo raras as intervenções que incidem sobre espaços de opinião (quatro casos). Este dado reflete a orientação doutrinária da ERC, segundo a qual os espaços de opinião, salvo quando colidem com os limites legais e constitucionais, estão protegidos pela liberdade de expressão, o que leva a concluir, em muitos casos, que não justifica a abertura de procedimento.

Os procedimentos envolvendo conteúdos de opinião podem apresentar dois tipos de problema: problemas no conteúdo – juízos opinativos em conteúdo de natureza jornalística – ou problemas formais, em que o que está em causa é a separação entre informação e opinião entre duas peças distintas, sendo uma delas uma notícia e a outra um artigo de opinião, e podendo não ser perceptível, para o leitor, a distinção clara entre as duas peças. Na tabela seguinte, apresenta-se a segmentação das deliberações que incidem sobre conteúdos informativos de carácter jornalístico.

FIG.3 – DISTRIBUIÇÃO POR GÉNERO²

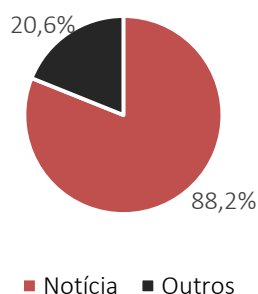
Registo jornalístico	Total
Notícia	43
Reportagem	5
Entrevista	4
Verificação de factos (<i>Fact-checking</i>)	3
Debate	1
Infografia (em programa televisivo)	1
Publicação de OCS em rede social	1
Texto informativo (jornal doutrinário)	1
Outros	
Conteúdos de opinião	4
Total	63

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

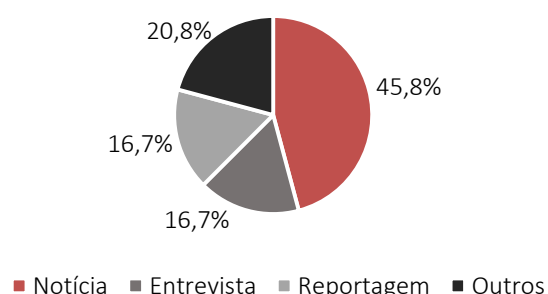
A notícia destaca-se como formato dominante, representando 43 casos, ou seja perto de sete em cada 10 deliberações. De seguida, veja-se como este dado varia em função do meio analisado.

FIG.4 – PRINCIPAIS GÉNEROS JORNALÍSTICOS VISADOS NA IMPRENSA E TELEVISÃO

Publicação Periódica n=37



Serviço de Programas Televisivos n=24



² Os restantes tipos de meio, que totalizam um número reduzido de ocorrências, distribuem-se por formatos como Debate (1), Programa Informativo (1), Publicação na rede social Facebook (1) e Texto Informativo (doutrinário) (1). Esta dispersão, sem concentração significativa em nenhum formato específico, não revela padrões de incidência relevantes, que justifique uma análise aprofundada destes casos.

O gráfico mostra que, nas deliberações da ERC, referentes a publicações periódicas (n=37), há uma predominância esmagadora do formato "notícia", que representa 88,2% dos conteúdos analisados³.

Comparativamente, no caso da televisão (n=24) revela-se uma maior diversidade de formatos jornalísticos. Embora o formato "notícia" continue a ser predominante (45,8%), verifica-se uma maior dispersão, com a presença significativa de entrevistas (16,7%), reportagens (16,7%) e outros⁴ (20,8%).

FIG.5 – TEMAS POR TIPO DE PROCEDIMENTO⁵

Temas	Total
Política nacional	25,4% (16)
Ordem interna	14,3% (9)
Urbanismo	11,1% (7)
Sociedade	11,1% (7)
Saúde e ação social	7,9% (5)
Desporto	6,3% (4)
Política local	6,3% (4)
Economia, finanças e negócios	4,8% (3)
Política internacional (incluindo UE)	4,8% (3)
Justiça	3,2% (2)
Ciência e Tecnologia	1,6% (1)
Educação	1,6% (1)
Relações laborais	1,6% (1)
Total	100% (63)

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

No que diz respeito aos temas abordados, destacam-se a política nacional (25,4%), a ordem interna (14,3%), o urbanismo (11,1%) e a sociedade (11,1%), enquanto temas mais sensíveis e recorrentes. A política nacional destacou-se, não só pelo maior número de ocorrências, mas também pelo elevado número de queixas, sobretudo por parte de partidos políticos. A temática da política nacional refere-se à atividade dos principais órgãos de soberania, à formulação e debate de políticas públicas, à atuação dos partidos políticos e representantes eleitos, bem como às relações institucionais, campanhas eleitorais, escândalos e episódios marcantes da vida política portuguesa. Na esfera da política local, as queixas são frequentemente apresentadas por autarcas.

As deliberações sobre conteúdos subordinados a temas de ordem interna e urbanismo foram quase exclusivamente resultantes de procedimentos oficiosos. O tema "ordem interna" abrange notícias sobre crimes, acidentes, catástrofes e outros acontecimentos imprevisíveis ou ilícitos. O tema "urbanismo" engloba transportes, infraestruturas e desenvolvimento urbano, incluindo habitação e grandes obras públicas. O tema "sociedade" engloba assuntos relacionados com pessoas e grupos sociais, pela ótica das condições de vida, práticas, estatuto, direitos, comportamentos ou características identitárias, incluindo assim temas como igualdade, minorias, grupos vulneráveis, discriminação e coesão social.

³ Os formatos "reportagem" e "verificação de factos" surgem de forma residual.

⁴ Esta categoria inclui verificação de factos (Fact-checking), programa informativo, debate e comentário desportivo.

⁵ As restantes 12 ocorrências distribuem-se por temáticas como Ciência e Tecnologia, Economia, Finanças e Negócios, Educação, Justiça, Política Europeia, Política Internacional, Relações Laborais e Sociedade, sem concentração significativa em nenhum deles. Esta dispersão temática não revela padrões de incidência relevantes, pelo que não se justifica uma análise aprofundada destes casos.

FIG.6 – DISTRIBUIÇÃO DO SENTIDO DA DECISÃO DAS DELIBERAÇÕES POR TIPO DE PROCEDIMENTO

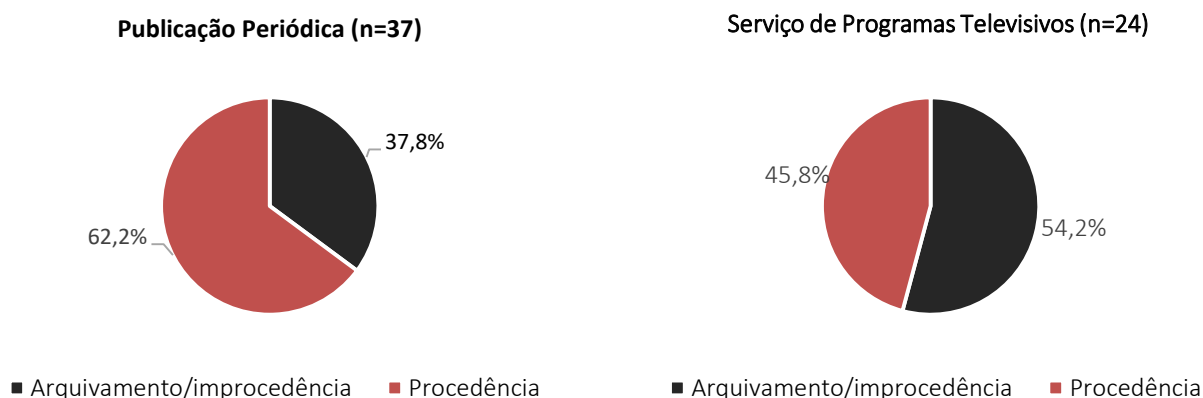
Sentido da decisão	Procedimento oficioso	Queixa	Total
Procedência	52,2% (24)	64,7% (11)	55,6% (35)
Arquivamento	47,8% (22)	35,3% (6)	44,4% (28)
Total	73% (46)	27% (17)	100% (63)

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

Quanto ao sentido das decisões, globalmente a maioria das deliberações culminou na verificação de irregularidades, i.e, precedência (55,6%).

No cruzamento deste dado com o tipo de procedimento, evidenciam-se duas tendências distintas: os procedimentos oficiosos apresentam uma divisão equilibrada entre decisões de arquivamento (47,8%) e procedência (52,2%). Já nas queixas, observa-se uma tendência mais marcada para a confirmação de irregularidades (64,7%), o que indica que as denúncias/queixas apresentadas pelos interessados diretos tendem a ser mais eficazes na identificação de infrações.

FIG.7 – DISTRIBUIÇÃO POR GÉNERO JORNALÍSTICO



Cruzando o sentido da decisão com dois tipos de meio principais, destacam-se as publicações periódicas, onde seis em cada dez deliberações foi detetada alguma irregularidade. Nos serviços de programas televisivos a distribuição é mais equitativa, mas os arquivamentos superam ligeiramente a metade dos casos analisados.

A título complementar, refira-se que em 88,9% das deliberações (56 casos), foi exercido o direito de oposição. Nas sete restantes, os visados não apresentaram qualquer pronúncia, sendo todas relativas a procedimentos oficiosos. Em cinco destes casos, os visados eram operadores televisivos.

DIMENSÕES DO RIGOR INFORMATIVO

Conforme referido anteriormente, das 63 deliberações analisadas, foram detetadas irregularidades em 35. Neste subcapítulo procede-se à análise detalhada das deliberações consideradas procedentes, com o objetivo de melhor caracterizar as irregularidades efetivamente identificadas.

Foram aplicadas as mesmas dimensões de análise utilizadas na monitorização regular do rigor e isenção da informação televisiva realizada pela ERC (cf. ["Relatório de avaliação dos deveres de rigor e isenção na informação televisiva diária de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2023"](#)),

designadamente: identificação de fontes de informação, respeito pelo princípio do contraditório, rejeição do sensacionalismo e separação entre informação e opinião.

Considera-se que há **identificação de fontes de informação** quando se explicita a origem das informações apresentadas, podendo ser por meio de citação direta ou menção a documentos, instituições, especialistas, testemunhas ou outros meios.

O **respeito pelo princípio do contraditório** verifica-se quando são apresentadas diferentes versões ou pontos de vista sobre os fatos noticiados, especialmente quando envolvem acusações, denúncias ou críticas a pessoas, instituições ou grupos.

O **sensacionalismo** compromete a função informativa do jornalismo ao favorecer a exploração emocional (música, imagens fortes, dramatização, emoção, edição dramática, adjetivação, etc....) em detrimento da objetividade.

Quanto à **separação entre informação e opinião**, pode estar em causa um problema formal - quando o conteúdo opinativo não está suficientemente identificado (por exemplo, editorial, coluna, artigo de opinião), por forma a permitir ao público distinguir fatos de interpretações ou juízos de valor. Noutras situações, pode estar em causa um problema de conteúdo, quando numa peça de jornalística há presença de elementos juízos subjetivos, sustentados na primeira pessoa e que apenas vinculam o seu autor. A atitude opinativa, além do discurso, também pode manifestar-se, por exemplo, pela entoação ou pelo uso de figuras de estilo, como a ironia.

A análise das deliberações **procedentes** evidenciou que os problemas ligados ao rigor informativo se manifestam, sobretudo, na identificação das fontes de informação, apontada como a falha mais recorrente. Em seguida, destaca-se a ausência do respeito pelo princípio do contraditório, seguida pela presença de sensacionalismo e, por fim, pela falta de separação entre conteúdos de informação e opinião.

FIG.8 – TABELA SÍNTESE DOS PROBLEMAS

Tipo de irregularidades (n=35)	% (n.º)
Identificação de fontes de informação	62,8% (22)
Respeito pelo princípio do contraditório	37,1% (13)
Sensacionalismo	20% (7)
Separação entre conteúdos de informação e opinião	17,1% (6)

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

Segmentando os 22 casos em que foi detetado algum problema com a identificação das fontes, em 63,6% (14 casos) a informação foi parcialmente atribuída, enquanto em 36,4% (8 casos) não houve qualquer atribuição de fonte.

FIG.9 – IDENTIFICAÇÃO DE FONTES DE INFORMAÇÃO PRESENTES NAS DELIBERAÇÕES

Identificação das Fontes de Informação	% (n.º)
Informação parcialmente atribuída	63,6% (14)
Informação não atribuída	36,4% (8)
Total	100 % (22)

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

A atribuição parcial indica que, embora haja alguma referência à origem da informação, esta é insuficiente para permitir ao público avaliar a sua fiabilidade. Já a ausência total de atribuição compromete gravemente a credibilidade da peça jornalística, impedindo a verificação independente dos factos apresentados.

Dentro destes casos, merecem especial atenção os conteúdos produzidos pelos utilizadores, pois trata-se de um tipo de fonte que exige cuidados redobrados na verificação da fiabilidade e autenticidades das respetivas informações. Apresenta-se de seguida uma descrição mais detalhada das deliberações em que essa é a problemática em causa e que incidem sobre peças jornalísticas centradas em temas de ordem interna.

FIG.10 – DELIBERAÇÕES/PEÇAS EM CAUSA

Nº da deliberação	Assunto
ERC/2024/368	Participações contra o jornal Correio da Manhã - dia 05/05/2024 - Notícia: "Retaliação motivou ataque a imigrantes no Porto" – rigor informativo
ERC/2024/380	Participação contra o jornal Correio da Manhã, relativa às notícias intituladas “Mulher morta à facada no Martim Moniz em Lisboa” e “Sem-abrigo morre na sequência de confrontos com outra mulher em Lisboa” – rigor informativo
ERC/2024/412	Participações contra a edição de 19 de outubro de 2023 do noticiário “Jornal de Portugal” transmitido pela CMTV
ERC/2024/429	Participação contra uma peça emitida no programa “Fala Portugal”, transmitido pela RecordTV, e divulgada no canal de YouTube do programa, em 14 de março de 2024

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

Na **Deliberação ERC/2024/368 (CONTJOR-NET)**, a notícia do Correio da Manhã recorreu a vídeos amadores e comentários anónimos publicados na rede social X, como base para sustentar a tese de que os ataques a imigrantes no Porto teriam sido atos de retaliação; contudo, a ERC concluiu que esses conteúdos, por não estarem devidamente contextualizados nem verificados, comprometeram o rigor informativo e contribuíram para uma narrativa potencialmente estigmatizante.

Na **Deliberação ERC/2024/380 (CONTJOR-NET)**, a ERC identificou que o Correio da Manhã divulgou, nas suas redes sociais, uma versão inicial da notícia com o título 'Mulher morta à facada no Martim Moniz em Lisboa', baseada em informação preliminar e não verificada, que circulava online — incluindo imagens e atualizações partilhadas por utilizadores —, mantendo-a publicada mesmo após já ter sido atualizada no site oficial com dados que desmentiam a existência de esfaqueamento, comprometendo o rigor informativo e gerando desinformação entre os leitores.

Na **Deliberação ERC/2024/412 (CONTJOR-TV)**, a CMTV transmitiu no 'Jornal de Portugal' imagens enviadas por um telespectador, que supostamente mostravam um carro submerso devido ao mau tempo, mas que posteriormente se verificou serem retiradas de um vídeo onde uma criança brincava com um carrinho, e que não correspondiam à realidade que estava a ser noticiada. A ERC concluiu que, ao adotar acriticamente este conteúdo gerado por utilizador sem verificação prévia, a estação comprometeu o rigor informativo e contribuiu para disseminar conteúdos com potencial desinformativo, instando a CMTV a estabelecer mecanismos internos que orientem a prática jornalística quanto a regras de utilização de conteúdos enviados pelos telespectadores, de forma a verificar a sua veracidade, em conformidade com a Diretiva 2/2014 sobre a “Utilização jornalística de conteúdo gerado pelo utilizador”.

Na **Deliberação ERC/2024/429 (CONTJOR)**, a RecordTV baseou-se num vídeo amplamente partilhado através da aplicação WhatsApp — cuja origem não foi verificada — para construir uma peça jornalística sobre um alegado assalto em Lisboa. A ERC concluiu que a utilização deste conteúdo gerado por utilizadores, sem confirmação da sua proveniência ou atualidade, comprometeu o rigor informativo e evidenciou a fragilidade das fontes, alertando para a necessidade de maior cuidado na validação de materiais não profissionais.

De acordo com os princípios deontológicos do jornalismo, os profissionais têm o dever de identificar as fontes utilizadas nas suas peças informativas, devendo recorrer ao anonimato apenas quando existam razões justificadas e devidamente fundamentadas. No entanto, em 2024, a ERC identificou uma situação de incumprimento deste princípio na deliberação **ERC/2024/48 (CONTJOR-I)**, relativa ao jornal Nacer do Sol. Nesta deliberação, a ERC concluiu que a notícia em causa atribuía declarações ao queixoso sem apresentar provas ou garantir o contraditório, baseando-se exclusivamente em fontes anónimas não identificadas, sem qualquer justificação para o anonimato.

Analisando agora a segunda dimensão em que se regista maior número de irregularidades, o **princípio do contraditório**, verifica-se que em 13 casos (37,1%) não foi cumprido o dever jornalístico de auscultar todas as partes com interesses atendíveis, o que evidencia fragilidades no cumprimento das obrigações deontológicas do jornalismo.

Destas 13, quase metade incide sobre temas políticos (quatro sobre política nacional e duas sobre política local). As restantes sete deliberações dispersam-se por economia, finanças e negócios, saúde, ordem interna, sociedade e urbanismo). Uma distribuição equilibrada entre tipos de procedimento (sete com origem em procedimento oficioso e seis queixas.)

A terceira irregularidade mais frequente é o **sensacionalismo**, embora não tenha emergido como uma preocupação predominante no conjunto geral das irregularidades (sete deliberações). Das sete deliberações (20%) em que se identificou a presença de sensacionalismo, cinco tiveram origem em procedimentos oficiosos e duas resultaram de queixas formais. No que respeita à temática das, duas referem-se a casos de ordem interna (criminalidade), duas a questões de saúde, uma à política nacional, uma à sociedade, uma ao urbanismo.

Por fim, a análise da **separação entre conteúdos de informação e opinião** revela que essa distinção não foi claramente assegurada em seis situações (17,1%). O problema da ausência de separação entre informação e opinião pode manifestar-se de duas formas distintas. A primeira ocorre quando, entre dois conteúdos diferentes — um informativo e outro de opinião — não é feita uma demarcação formal clara para o leitor ou espectador, nomeadamente através de elementos visuais. Os dois casos desse tipo dizem respeito ao mesmo título de imprensa regional (O Mirante), em que, pelas opções de paginação, a notícia se confunde com o texto de opinião.

Outra manifestação do problema verifica-se quando um conteúdo de teor informativo, redigido por um jornalista, contém juízos opinativos que prejudicam a objetividade da abordagem ao assunto. Com este tipo de problema, identificaram-se duas notícias - uma sobre urbanismo e outra sobre política nacional - e uma peça de verificação de factos relativa a relações laborais.

Destaca-se um caso de hibridização, que traduz um terceiro tipo de manifestação do problema, resultante da crescente interpenetração do entretenimento e da informação. Este caso, registado num serviço de programas televisivo generalista, foi detetado num espaço informativo (reportagem com comentário) dentro de um *talk-show*, sob o tema ordem interna (crime).

O infoentretenimento, que [tem merecido particular atenção por parte da ERC](#), evidencia uma diluição de fronteiras entre informação, opinião e entretenimento, dificultando a categorização dos conteúdos e comprometendo a transparência da relação com os públicos. Nesta análise, identificou-se uma situação desta natureza, caracterizada na **Deliberação ERC/2024/241 (CONTJOR-TV)**, alusiva a questões de ordem interna, sendo o visado a TVI. Além da presença de elementos híbridos, identificam-se falhas de rigor informativo, nomeadamente ausência de diversificação e atribuição de fontes. A peça inclui ainda comentários estereotípicos sobre cidadãos estrangeiros e insinuações de culpabilização da vítima, violando o princípio da não discriminação e a ética de antena.

RELAÇÃO COM OUTRAS IRREGULARIDADES

No universo das deliberações em que se confirmou a existência de irregularidades no domínio do rigor informativo — conforme analisado na secção anterior — verificou-se que essas falhas foram, em vários casos, acompanhadas por outras irregularidades.

Embora estas não sejam diretamente enquadráveis, desde logo do ponto de vista legal, como questões de rigor informativo, mantêm com ele uma relação estreita, surgindo frequentemente associadas aos problemas anteriormente identificados.

IG.12 – OUTRAS IRREGULARIDADES CONFIRMADAS PELA ERC

Problemas n=35 irregularidades	Número de irregularidades
Direito ao bom nome e reputação	17,1% (6)
Respeito pela não discriminação	11,4% (4)
Respeito pela presunção de inocência	8,6% (3)

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

Além de problemas de rigor informativo já descritos anteriormente, verificou-se o desrespeito pelo **direito ao bom nome e reputação** em seis casos (17,1% dos casos). Importa salientar que todas as situações em que se confirmou que o direito ao bom nome e à reputação foi violado resultaram sempre de queixas apresentadas por cidadãos ou entidades, não se tendo verificado qualquer ocorrência em procedimentos officiosos. Quanto aos temas abordados, verifica-se dispersão por seis temas distintos, com uma deliberação cada: ordem interna, política local, política nacional, relações laborais, saúde e ação social, e sociedade. Quanto ao género jornalístico, registaram-se quatro notícias, um artigo de opinião e uma peça de verificação de factos (*fact-checking*).

No que diz respeito ao **princípio da não discriminação**, apenas se confirmaram irregularidades em quatro deliberações (11,4% do total de deliberações com decisão de procedência), todas provenientes de procedimentos officiosos. Nesses casos, incluem-se conteúdos noticiosos, um texto informativo divulgado numa publicação doutrinária e uma reportagem (mencionada anteriormente como exemplo de hibridização). Os conteúdos visados nas deliberações incidiram sobre temas de ordem interna (2) e política nacional (2).

Foram identificados indícios de violações ao respeito pela **presunção de inocência** em três deliberações (8,6%). As situações em que este princípio não foi respeitado ocorreram, predominantemente, no contexto de procedimentos oficiosos. Quanto ao tema, duas deliberações dizem respeito a conteúdos relacionados ordem interna e uma a justiça. Quanto ao género jornalístico, trata-se de duas notícias e uma reportagem.

RELAÇÃO ENTRE RIGOR E PLURALISMO POLÍTICO-PARTIDÁRIO

Das 63 deliberações analisadas, a questão do pluralismo e da igualdade de tratamento das candidaturas foi suscitada pelos expoentes e apreciada pela ERC seis vezes.

Nos seis casos em que a questão foi apreciada, três resultaram na verificação de irregularidades — sendo todas provenientes de queixas, no âmbito de um debate, uma entrevista e uma notícia sobre assuntos relacionados com política nacional.

Duas deliberações (ERC/2024/228 (CONTJOR-NET) e ERC/2024/300 (CONTJOR-TV), ainda que potencialmente enquadráveis na Lei n.º 72-A/2015, por se referirem a situações ocorridas em período eleitoral e alegarem eventual tratamento desigual entre candidaturas, não foram submetidas por representantes das candidaturas, carecendo por isso de legitimidade para se dar seguimento ao procedimento de queixa previsto no n.º 1 do artigo 9.º da referida Lei. Não obstante, foram apreciadas à luz dos direitos e dos deveres consagrados na legislação setorial, concretamente, as exigências gerais de rigor e isenção previstas na LTSAP e na Lei de Imprensa.

FIG.11 – DELIBERAÇÕES/PEÇAS EM CAUSA		
Nº da deliberação	Assunto	Sentido da decisão
ERC/2024/96 (PLU-TV)	Queixa da CDU – Coligação Democrática Unitária contra a Correio da Manhã TV por falta de pluralismo, rigor, isenção e independência na entrevista realizada ao candidato Paulo Raimundo, a 05 de fevereiro 2024	Procedência
ERC/2024/228 (CONTJOR-NET)	Participação contra a publicação Santo Tirso Digital por alegada falta de rigor e isenção no tratamento jornalístico das candidaturas às eleições legislativas de 10 de março de 2024	Arquivamento
ERC/2024/295 (OUT-TV)	Queixa do Volt Portugal contra RTP por alegada falta de rigor e de pluralismo e por discriminação de candidaturas às eleições europeias de 2024, na edição de 14 de maio do programa “É ou não é?- O grande debate”, da RTP1	Procedência
ERC/2024/300 (CONTJOR-TV)	Participação contra a SIC Notícias por violação do dever de rigor informativo em entrevista com Joana Amaral Dias, no “Jornal de Sábado”, emitido a 11 de maio de 2024	Arquivamento
ERC/2024/301 (CONTJOR-R)	Queixa do partido Volt Portugal contra a Rádio Observador por alegada violação do dever de igualdade de oportunidades no tratamento das diversas candidaturas, na sua emissão de dia 29 de abril	Procedência
ERC/2024/387 (PLU-NET)	Participação contra o Expresso por alegada falta de rigor e de igualdade de tratamento das candidaturas às eleições europeias de 9 de junho de 2024, a propósito da edição de 26 de abril do podcast “Expresso da Manhã”, intitulada “Bugalho comenta Bugalho”	Arquivamento

Fonte: Elaboração própria com base na análise sistemática das deliberações da ERC.

Para um aprofundamento do teor das deliberações com origem em queixa de representantes de candidaturas, tendo por isso sido apreciadas à luz da Lei n.º 72-A/2015, cf. capítulo intitulado “Cobertura Jornalística em Período Eleitoral”.

Temas de Intervenção Regulatória

Combate à Desinformação

COMBATE À DESINFORMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

A desinformação é um fenómeno de natureza sistémica de elevada complexidade, que se apresenta com diferentes graus de gravidade e com múltiplos objetivos - desde tentativas de manipulação da opinião pública até à difusão massiva de mensagens falsas com motivações políticas, ideológicas, religiosas, ou ainda com fins meramente lucrativos. É um fenómeno intrinsecamente ligado às plataformas em linha, que ganhou novos contornos com o uso crescente de tecnologias de inteligência artificial na sua criação e disseminação.

Quanto à pronúncia sobre casos concretos subsumíveis ao âmbito das suas atribuições e competências, o Conselho Regulador da ERC tem entendido que a sua intervenção no combate à desinformação difundida através de plataformas online se situa na esfera do cumprimento do direito à informação, que cabe ao Estado assegurar, e do qual decorre por inerência a necessidade de proteção dos cidadãos contra a desinformação. Efetivamente, pugnar por um ambiente mediático credível, sobretudo no campo jornalístico, é um dos pontos cruciais para a proteção do direito fundamental à informação. Por conseguinte, sem fazer perigar os limites da sua atuação, considera-se que a ERC, enquanto garante do direito à informação, deve averiguar as situações que possam fazer perigar os direitos, liberdades e garantias que lhe compete proteger, conforme explicitamente determinado pela CRP (artigo 39.º, n.º 1, alínea d)) e pelos Estatutos (artigo 8.º). Acresce que qualquer entidade, pública ou privada, tem o dever de colaborar com a ERC na obtenção de informações e documentos solicitados para prosseguimento das suas atribuições (cf. artigo 10.º dos Estatutos da ERC).

A desinformação, enquanto ameaça ao direito à informação, assume diversas formas: a circulação de falsas sondagens em períodos eleitorais; a manipulação de conteúdos jornalísticos; a utilização abusiva de grafismos idênticos aos de órgãos de comunicação social, a criação de *sites* de notícias falsas suscetíveis de serem confundidos com órgãos de comunicação social e, mais pontualmente, a disseminação de conteúdos de desinformação pelos próprios órgãos de comunicação social.

No presente capítulo, sistematiza-se a abordagem da ERC ao fenómeno da desinformação, incluindo o enquadramento do conceito, a fundamentação das competências e do papel da ERC, e a sistematização das diferentes manifestações do fenómeno, pela ótica do regulador de *media*.

2.0 CONCEITO DE DESINFORMAÇÃO

Um dos fenómenos que mais têm preocupado este regulador no ambiente *online* é a desinformação enquanto fenómeno amplificador de falsas narrativas, suscetíveis de semear desconfiança e prejudicar a formação da opinião pública, e assim gerar tensões sociais nocivas, ameaçando os processos democráticos, a segurança, a saúde e a ordem públicas.

A desinformação é um fenómeno de natureza sistémica de elevada complexidade, que se apresenta com diferentes graus de gravidade e com múltiplos objetivos – desde tentativas de manipulação da opinião pública até à difusão massiva de mensagens falsas com motivações políticas, ideológicas, religiosas, ou ainda com fins meramente lucrativos. É um fenómeno intrinsecamente ligado às plataformas em linha, que ganhou novos contornos com o uso crescente de tecnologias de inteligência artificial na sua criação e disseminação.

O conceito de desinformação tem vindo a evoluir ao longo dos anos, sobretudo no quadro das políticas da União Europeia, mas também em ações desenvolvidas por entidades internacionais como a ONU¹. No âmbito do Código de Conduta sobre Desinformação, o conceito é alargado para incluir «a informação incorreta, a desinformação, as operações de influência da informação e a interferência estrangeira no espaço de informação»².

Para a ERC, entende-se por desinformação «toda a informação comprovadamente falsa ou enganadora, que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é suscetível de causar um prejuízo público. O prejuízo público abrange ameaças aos processos políticos democráticos e aos processos de elaboração de políticas, bem como a bens públicos (...) A desinformação não abrange erros de comunicação de informações, sátiras, paródias ou notícias e comentários identificados como partidários(...)»³.

Importa salientar que este fenómeno ocorre, maioritariamente, fora da esfera de comunicação social, sobretudo nas plataformas digitais, onde as mensagens chegam aos destinatários sem a intermediação editorial dos órgãos de comunicação social. Ainda que os OCS possam contribuir para disseminar desinformação, sobretudo devido a falhas de rigor informativo relacionadas com a verificação de fontes, estas situações são pontuais, pelo que não constituem a face mais preocupante do problema.

3. PRONÚNCIA SOBRE CASOS CONCRETOS E OUTRAS COMPETÊNCIAS DO REGULADOR

O âmbito de intervenção da ERC está tacitamente delimitado no artigo 6.º dos seus Estatutos, o qual determina que estão sujeitas à supervisão e intervenção do Conselho Regulador todas as entidades que, sob jurisdição do Estado Português, prossigam atividades de comunicação social,

¹ Ver mais em “Our Common Agenda Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms”, pág. 5, disponível em <https://indonesia.un.org/en/236014-our-common-agenda-policy-brief-8-information-integrity-digital-platforms>

² «Disinformation, which for the rest of the Code is considered to include misinformation, disinformation, information influence operations and foreign interference in the information space» (cf. Code of Conduct on Disinformation [as amended in October 2024], Preamble, (a), pág. 5, disponível em https://disinfocode.eu/assets/pdfs/2025_Code_of_Conduct_on_Disinformation.pdf)

³ ERC (2019), [A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional](#).

independentemente do suporte utilizado, incluindo as plataformas de comunicação em linha. Assim, a ERC tem vindo a considerar que a atividade desenvolvida pelos órgãos de comunicação social (OCS) no âmbito das suas páginas oficiais nas plataformas de redes sociais está sob escrutínio regulatório, na medida em que estes espaços funcionam como canal de difusão de conteúdos decorrentes do exercício da atividade de comunicação social.

A intervenção regulatória da ERC no domínio da desinformação concretiza-se em múltiplas vertentes, desde logo, na pronúncia sobre casos concretos, no estudo do fenómeno (artigo 24.º, n.º 3, alínea ab), dos Estatutos da ERC), na pronúncia sobre iniciativas legislativas que lhe são obrigatoriamente submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo (artigo 25.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC) e no acompanhamento das iniciativas que envolvam os organismos internacionais congéneres junto da Comissão Europeia.

Quanto à pronúncia sobre casos concretos subsumíveis ao âmbito das suas atribuições e competências, o Conselho Regulador da ERC tem entendido que a sua intervenção «no combate à desinformação difundida através de plataformas *online* se situa na esfera do cumprimento do direito à informação, que cabe ao Estado assegurar, e do qual decorre por inerência a necessidade de proteção dos cidadãos contra a desinformação⁴, direito, por sua vez, estabelecido na Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital.⁵

O fenómeno da desinformação convoca, deste modo, a ERC na sua responsabilidade de garante do direito à informação (cf. artigo 8.º, alínea a), dos Estatutos da ERC e artigo 39.º, n.º 1, alínea a) da CRP), direito este consagrado no artigo 37.º, n.º 1, da CRP: «[t]odos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações».

Como refere Arons de Carvalho, o direito a ser informado «a par da sua componente individual (...) assume uma dimensão política democrática acentuada, consistindo no direito de todas as pessoas a serem adequada e verdadeiramente informadas, não apenas pelos órgãos de comunicação social, mas também pelos poderes públicos. Não se trata de um mero direito individual, pois ao cidadão deve ser proporcionado o serviço de informação necessário, 'quer para a satisfação de necessidades próprias, quer, numa perspetiva mais funcional, para o esclarecido exercício dos deveres de cidadania que a CRP impõe. A consagração deste direito (...) representou uma inovação de grande alcance, **ao colocar a questão no plano dos destinatários da informação, e não apenas na perspetiva do emissor** (...). Deste modo, o conteúdo da informação transmitida no exercício concreto da liberdade de comunicação, que apenas preocupava os regimes autoritários, com finalidades

⁴ Acompanhando a visão da Provedora de Justiça que defendeu ser «inquestionável que o combate à desinformação é uma política pública de primordial relevância. Não só não é [tal combate] estranho a uma ordem constitucional de liberdade como, pelo contrário, é instrumental à sua não corrupção. Com efeito, é legítimo sustentar-se que do próprio conteúdo da liberdade de expressão e de informação se retira um dever do Estado de proteger o indivíduo contra a desinformação. Esse dever legitima, desde logo, que o Estado atue na identificação das causas da desinformação e que procure contrariar os seus efeitos, designadamente criando condições para um ambiente digital seguro ou para melhorar a literacia mediática dos cidadãos». Cf. Requerimento da Provedora de Justiça ao Tribunal Constitucional para a «fiscalização abstrata da constitucionalidade das normas constantes dos n.ºs 5 e 6 do artigo 6.º, da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que aprovou a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital, ponto 19, disponível em:

<https://www.provedor-jus.pt/documentos/Requerimento%20ao%20Tribunal%20Constitucional%20-%20Carta%20de%20Direitos%20Humanos%20na%20Era%20Digital.pdf>

⁵ Aprovada pela Lei n.º 27/2021, de 17 de maio

persecutórias e de manipulação, passa a interessar também ao Estado democrático, em ordem a uma informação, tanto quanto possível, verdadeira e plural».⁶

Deste modo, pugnar por um ambiente mediático credível, sobretudo no campo jornalístico, é um dos pontos cruciais para a proteção do direito fundamental à informação. Por conseguinte, sem fazer perigar os limites da sua atuação, considera-se que a ERC, enquanto garante do direito à informação, deve averiguar as situações que possam fazer perigar os direitos, liberdades e garantias que lhe compete proteger, conforme explicitamente determinado pela CRP (artigo 39.º, n.º 1, alínea d)) e pelos Estatutos (artigo 8.º).

Acresce que qualquer entidade, pública ou privada, tem o dever de colaborar com a ERC na obtenção de informações e documentos solicitados para prosseguimento das suas atribuições (cf. artigo 10.º dos Estatutos da ERC). Com este enquadramento, o direito de proteção contra a desinformação integra-se no direito fundamental à informação cujo livre exercício cabe à ERC assegurar, nos termos constitucionais referidos *supra*, considerando-se, assim, afastadas quaisquer reservas que pudessem existir quanto à legitimidade do regulador quando está em causa a proteção do direito fundamental à informação.

O combate à desinformação não pode prejudicar o direito fundamental da liberdade de expressão e de informação. Isto é, sob o desiderato da proteção dos cidadãos contra a desinformação, enquanto decorrência do direito à informação, não se pode limitar de forma desproporcional a liberdade de expressão e de informação, na sua tríplice vertente de informar, de se informar, e de ser informado.

No plano europeu, importa salientar que o Código de Conduta sobre Desinformação foi incorporado no Regulamento dos Serviços Digitais a 13 de fevereiro de 2025, abrangendo seis áreas de ação, desde a supervisão da colocação de anúncios até à capacitação de utilizadores e *fact-checkers* (para mais detalhes sobre a incorporação do Código de Conduta no DSA, cf. “Ambiente legal e regulatório”, na secção 2.2 do capítulo intitulado “Contexto europeu e nacional”).

3. TIPOS DE AMEAÇA DESINFORMATIVA AO DIREITO À INFORMAÇÃO

Circulação de falsas sondagens em períodos eleitorais: Nestes casos, o problema radica na publicação de alegados estudos de opinião eleitorais, nas redes sociais, que não correspondem a sondagens realizadas por empresas credenciadas junto da ERC. Estas situações têm alto potencial desinformativo, podendo constituir uma forma de interferência nos processos eleitorais.

Na lei portuguesa, a realização e divulgação de sondagens obedece a regras legais, previstas na Lei das Sondagens, sendo a ERC a principal entidade competente para sua supervisão. Assim, além de averiguar as situações enquadráveis naquela lei (cf. capítulos “Sondagens e Inquéritos de opinião” e “Deliberações Doutrinárias”, na secção 2.5), em 2024 a ERC elaborou recursos informativos, no

⁶ Alberto Arons de Carvalho *et al.*, «Direito da Comunicação Social», 2012, Texto Editora, pp. 137-138.

contexto eleitoral, para ajudar os cidadãos a avaliarem a legalidade e a fiabilidade estatística de sondagens (cf. capítulo “Literacia Mediática”).

Manipulação de conteúdos jornalísticos: Nestes casos, conteúdos originalmente produzidos e divulgados por órgãos de comunicação social são alterados, mudando assim o sentido da mensagem originalmente veiculada. A manipulação pode ocorrer sob diversas formas, através de truncagem, da inserção de legendas, pela descontextualização de elementos de discurso, entre outras.

Ao apresentar versões alternativas (e não verdadeiras) de factos anteriormente noticiados pela comunicação social, estas situações podem lançar dúvidas na opinião pública sobre esses factos concretos e, de forma mais ampla, contribuir para desacreditar a informação jornalística veiculada por órgãos de comunicação social.

A [Deliberação ERC/2024/492 \(OUT-NET\)](#), que incide numa situação desta natureza, é apresentada detalhadamente na secção 2.4 do capítulo intitulado “Deliberações Doutrinárias”.

Utilização de grafismos idênticos aos de órgãos de comunicação social. Nestes casos, os promotores de mensagens baseadas em factos fabricados utilizam a imagem de órgãos de comunicação social conhecidos do público para credibilizar aquelas mensagens.

Tendo em conta que um dos meios mais eficazes de combater a desinformação é o seu escrutínio e exposição públicos, de modo a tornar claro aos olhos dos cidadãos quais as narrativas falsas, enganadoras ou manipuladas que circulam no espaço público com intenção de influenciar os cidadãos e quais os seus promotores, a ERC tem entendido que deve expor tais situações, atendendo a que tem no seu leque de atribuições no domínio da comunicação social «assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa» e que a apropriação do grafismo de OCS afeta necessariamente essa liberdade.

Cabe ressaltar que na estrita dimensão da propriedade intelectual (que inclui os direitos de autor e conexos e a propriedade industrial) associada a estas situações ultrapassa o âmbito de competências da ERC, cabendo ao autor/proprietário do bem em causa diligenciar junto das entidades competentes, tendo em vista obter proteção de tais direitos e, eventualmente, apresentar queixa-crime. Neste sentido, a ERC tem incentivado os seus regulados a assumirem uma posição ativa, denunciando e expondo estes casos, por reconhecer que a credibilidade dos OCS é essencial para proteger a atividade de comunicação social, enquanto bem público, e garantir o direito constitucional à informação, não devendo ser posta em causa por mensagens que usam abusivamente a sua imagem com fins manipulativos.

Sites de notícias falsas suscetíveis de serem confundidos com órgãos de comunicação social: O ambiente digital proporcionou o surgimento de novas realidades que não se enquadram na definição e modelo tradicionais de órgão de comunicação social. Concretamente, estão em causa *sites* que disponibilizam informação aparentemente noticiosa e que, na forma, se assemelham a órgãos de comunicação social, mas que visam disseminar conteúdos com fins de manipulação no quadro de uma campanha de desinformação. Estes *sites* são suscetíveis de serem confundidos pelo público com órgãos de comunicação social, e publicam informação não confirmada, sem fontes

identificadas ou com recurso a fontes “anónimas”, e que não cumpre as exigências de rigor informativo. Trata-se de matéria complexa, que convoca diversas competências do regulador, desde logo a do registo de órgãos de comunicação social, e que evidencia o anacronismo das leis setoriais, em particular da Lei de Imprensa. A ERC tem vindo, por isso, a analisar casuisticamente as situações desta natureza.

Disseminação de conteúdos de desinformação por órgãos de comunicação social: Os jornalistas e os órgãos de comunicação social têm um papel preponderante na mitigação do fenómeno da desinformação; possuem o *know-how* e as ferramentas necessárias para o prosseguimento do rigor informativo exigível à prática jornalística e não podem demitir-se desse papel, sob pena de veicularem mensagens fabricadas.

O risco de disseminação de conteúdos de desinformação por OCS é mais intenso quando são utilizados conteúdos retirados de redes sociais, gerados por utilizadores daquelas, e quando a mediação jornalística é menos rigorosa quanto à confirmação da veracidade e autenticidade dos conteúdos. Como já referido em diversas deliberações da ERC, a Internet alberga incontáveis recursos informativos, em diferentes plataformas, com fiabilidades distintas. Perante esta vastidão, deve ser identificada a concreta origem da informação. A preocupação em indicar onde foi encontrada implicará sempre um juízo crítico sobre a sua credibilidade. Acresce que, ao identificar não só a página específica onde os conteúdos foram consultados, bem como a data da sua publicação. Na sua maioria, estas situações são reconduzíveis a falhas de rigor, sendo a análise de casos concretos enquadrada na legislação setorial aplicável.

4. ABORDAGEM INTEGRADA NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

A ERC tem vindo, no quadro das suas competências, a consolidar a atuação no combate à desinformação, estruturando-a em torno de três eixos principais:

1. *Prevenção*, assente sobretudo na literacia mediática, incluindo campanhas de sensibilização dos cidadãos, alertando para a necessidade de adotarem uma atitude crítica face aos conteúdos que consomem, privilegiarem fontes credíveis e partilharem informação de forma responsável;
2. *Cooperação*, assente na criação de redes de comunicação e partilha de informação com autoridades nacionais e internacionais, bem como através de conversações com plataformas digitais;
3. *Monitorização*, através do acompanhamento sistemático da cobertura jornalística e do estabelecimento de parcerias com observatórios e unidades de investigação para monitorização efetiva de ações de desinformação nas plataformas digitais.

A atuação do regulador no contexto das Eleições Europeias de junho de 2024 é já um claro exemplo desta atuação integrada. Neste caso, no âmbito do eixo “prevenção”, a ERC elaborou e disponibilizou ao público recursos informativos específicos sobre desinformação em contexto eleitoral. A ERC contribuiu igualmente, no âmbito da sua participação no ERGA, e em articulação com a Comissão Europeia, para a preparação de uma campanha de sensibilização para o problema

da manipulação de informação em ambiente digital. (cf. capítulo “Literacia Mediática”, para maior detalhe sobre esta campanha).

No eixo “monitorização”, além de assegurar o acompanhamento sistemático da cobertura jornalística (cf. capítulo cobertura eleitoral), a ERC assinou um protocolo de cooperação com a Universidade da Beira Interior (UBI), com o objetivo de analisar e identificar conteúdos de desinformação publicados nas redes sociais dos partidos candidatos, no contexto daquelas eleições.

Ao longo da campanha eleitoral, o LabCom da UBI identificou cinco casos⁷, que foram relatados à ERC em tempo útil – um número reduzido se tivermos em conta que os partidos realizaram, no total, 6327 publicações, e concentrado em apenas duas candidaturas, Chega e ADN. O conhecimento destas situações conduziu à intervenção regulatória, através da abertura de processos administrativos tendo em vista a apreciação dos factos à luz das competências da ERC.

A situação mais vezes repetida (em três dos cinco casos) foi o recurso a inquéritos da Intrapolls com o intuito aparente de transmitir a ideia de ser uma sondagem. Estas situações foram enquadradas no grupo de publicações de “contexto falso” porque os partidos procuravam transmitir a ideia de ser uma sondagem. Obviamente, em todas as publicações os partidos envolvidos surgiam com valores muito superiores aos que efetivamente obtiveram.

As outras duas situações identificadas correspondem a manipulações de conteúdos, uma forma de desinformação onde a intencionalidade é mais evidente do que nos casos anteriores porque não se resume à republicação de conteúdos produzidos por terceiros, mas implica uma ação efetiva dos partidos:

- O ADN acrescentou a fotografia de Joana Amaral Dias a uma imagem da SIC em que eram avaliados os desempenhos dos intervenientes num determinado debate entre candidatos. Este conteúdo manipulado falsificou uma imagem verdadeira pré-existente, atribuindo a classificação máxima a uma candidata que nem participou nesse debate.
- O Chega manipulou um vídeo de uma conversa entre André Ventura e um imigrante, truncando uma reportagem da SIC e SIC Notícias para criar a perceção de que o imigrante tinha mentido e reforçar declarações que o líder do partido tinha proferido – o que foi objeto da Deliberação ERC/2024/492 (OUT-NET), tratada no capítulo “Deliberações doutrinárias”.

Para além deste trabalho, o grupo elaborou ainda uma caracterização das publicações efetuadas por todos os partidos concorrentes. Alguns dos dados mais destacados são a pequena percentagem de publicações com links para notícias (3,3%), o equilíbrio de publicações nas três redes com mais seguidores (Facebook, X e Instagram), e o facto de os temas europeus (68,5%) serem mais discutidos do que os temas de política nacional (31,5%).

⁷ Análise detalhada no relatório “Desinformação nas Eleições Europeias 2024: Atividade dos Partidos nas Redes Sociais”

Temas de Intervenção Regulatória

Regulação das Plataformas Digitais

REGULAÇÃO DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEO

1. VISÃO GLOBAL

Os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeo sujeitos à jurisdição portuguesa e atuação da ERC só podem iniciar a sua atividade após efetuarem o respetivo registo.

O artigo 69.º-A da LTSAP impõe a esses fornecedores, nos serviços que disponibilizam, a adoção de medidas adequadas para a proteção de crianças e menores e o público em geral, no que respeita a «programas, vídeos gerados pelos utilizadores e comunicações comerciais audiovisuais» que integrem determinados conteúdos. A adoção de tais medidas implica a implementação de um conjunto de funcionalidades obrigatórias, previstas no artigo 69.º-C, sendo que a avaliação da sua adequação cabe à ERC, ao abrigo do artigo 69.º-D da LTSAP e dos seus Estatutos – Lei n.º 53/2008, de 8 de novembro (artigo 24.º, n.º 3, alínea ac)).

Ao longo dos últimos três anos, a ERC recebeu diversas comunicações/pedidos de colaboração, respeitantes ao cumprimento das disposições indicadas, com referência à proteção de crianças e jovens, face à disponibilização de plataformas com conteúdos pornográficos, que culminaram em deliberações adotadas em 2024. Estava em causa o cumprimento de obrigações, quer de registo quer de adoção de funcionalidades obrigatórias, por parte do fornecedor Fedrax, Lda., com sede no Funchal, relativamente à plataforma de partilha de vídeo www.tukif.com, através da qual era disponibilizados conteúdos pornográficos sem qualquer restrição de acesso.

Em 2024, e após a inscrição dos serviços geridos pela Fedrax, Lda., nos registos da ERC, a ERC verificou a alteração e melhoria dos sistemas implementados nessas plataformas, embora se mantivessem irregularidades, incluindo nos serviços disponibilizados noutros países.

Na sequência de múltiplas diligências anteriores, envolvendo não apenas a ERC de modo isolado, mas em articulação com o regulador francês (CSA, atual ARCOM), a entidade espanhola CNMC, a ANACOM e a Procuradoria-Geral da República, a ERC determinou instaurar um processo de contraordenação contra a Fedrax, Lda., face à insuficiência das medidas implementadas para proteção de menores. Posteriormente, a Fedrax cancelou o seu registo na ERC, cessando a respetiva atividade e das suas plataformas, tendo estas sido adquirida por empresa sediada no Chipre e deixado de estar disponíveis em Portugal, desde 30 de março de 2025.

2.ENQUADRAMENTO

Os **fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeo** (serviços que se encontram definidos no artigo 2.º, alínea aa), da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido¹ (LTSAP)) – sujeitos à jurisdição portuguesa e atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)² só podem iniciar a sua atividade após efetuarem o respetivo **registo**³ junto da ERC.

O artigo 69.º- A da LTSAP impõe a esses fornecedores, nos serviços que disponibilizam, a adoção de medidas adequadas para a proteção de crianças e menores e o público em geral, no que respeita a «programas, vídeos gerados pelos utilizadores e comunicações comerciais audiovisuais» que integrem determinados conteúdos.

Assim, estabelece-se a obrigatoriedade de serem tomadas **medidas que permitam essa proteção**:

- a) De crianças e menores face a conteúdos suscetíveis de prejudicar o seu desenvolvimento integral, físico, mental ou emocional;
- b) Do público em geral, face a conteúdos que incentivem à violência ou ao ódio, nos termos indicados no artigo 27 n.º 2 da mesma lei («em razão do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a um minoria nacional, riqueza, deficiência, deficiência , idade, orientação sexual ou nacionalidade»);
- c) Do público em geral, face a conteúdos cuja divulgação configure uma infração penal («incitamento público à prática de infrações terroristas»; «pornografia infantil» e «infrações de carácter racista e xenófobo».

A adoção de tais medidas implica a implementação de um conjunto de **funcionalidades obrigatórias**, previstas no artigo 69.º-C, sendo que a avaliação da sua adequação cabe à ERC, ao abrigo do artigo 69.º-D da LTSAP e dos seus Estatutos – Lei n.º 53/2008, de 8 de novembro (artigo 24.º, n.º 3, alínea ac)).

A violação das disposições referenciadas, ou seja, a divulgação, através dessas plataformas, de conteúdos com as características descritas - sem que tenham sido tomadas as necessárias medidas - configura contraordenação imputável aos fornecedores desses serviços, punível com coima.

Ao longo dos últimos três anos, a ERC recebeu diversas comunicações/pedidos de colaboração, respeitantes ao cumprimento das disposições indicadas, com referência à proteção de crianças e jovens, face à disponibilização de plataformas com conteúdos pornográficos, que culminaram em deliberações adotadas em 2024.

Para enquadrar a atividade desenvolvida em 2024, importa sintetizar a ação desenvolvida anteriormente:

¹ Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, com as alterações introduzidas pela Retificação n.º 82/2007, de 21 de setembro; Lei n.º 8/2011, de 11 de abril; Lei n.º 40/2014, de 9 de julho; Lei n.º 78/2015, de 29 de julho; Lei n.º 7/2020, de 10 de abril e Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.

² Ou seja, os que se encontrem estabelecidos em Portugal e nessa medida sob a sua jurisdição, ou que, embora não se encontrem estabelecidos em Portugal detenham uma empresa-mãe ou uma filial aí estabelecida (alínea b) do n.º 2 do artigo 3.º da LTSAP e artigo 28.º- A da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA).

³ Nos termos do disposto no Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, com a redação dada pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro.

1) Em 14 de dezembro de 2021 deu entrada na ERC um pedido da CSA (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*) – atual **ARCOM** – Autoridade de Regulação da Comunicação Audiovisual e Digital - relativo à verificação da existência de cinco) *sites*, disponíveis em França, com conteúdo pornográfico, sendo referido que um deles se encontrava sediado em Portugal.

A ERC pronunciou-se através das seguintes informações/deliberações:

- **Deliberação ERC/2023/10 (OUT-TV), de 4 de janeiro de 2023** – O Conselho Regulador da ERC deliberou notificar a Fedrax, Lda., com sede no Funchal - que disponibilizava conteúdos pornográficos em linha através da plataforma de partilha de vídeo www.tukif.com – (i) sobre a provável abertura de contraordenação e (ii) para que desse conhecimento à ERC do seguimento dado à notificação relativa à disponibilização de conteúdos pornográficos sem qualquer restrição de acesso, bem como sobre se a ordem de restrição requerida pelo tribunal francês teria sido aplicada. O Conselho Regulador deliberou ainda notificar a Cloudflare Portugal, Unipessoal, Lda., enquanto prestador de armazenagem principal (nos termos dos artigos 16.º 17.º e 37.º da Lei do Comércio Eletrónico que atualmente correspondem aos artigos 4.º a 8.º do Regulamento dos Serviços Digitais) sobre a ilicitude do conteúdo armazenado.
- **Deliberação ERC/2023/332 (OUT-TV), de 6 de setembro de 2023** - O Conselho Regulador da ERC deliberou notificar a Fedrax, Lda. para a regularização do registo da plataforma www.tufik.com (regularização do disposto no n.º 1 do artigo 9.º do Regulamento dos Serviços Digitais) e para que desse conhecimento à ERC da restrições de acesso implementadas e sua fiabilidade.

2) Em 16 de março de 2023, foi recebido na ERC um pedido de cooperação, proveniente da **CNMC** (*Request for Cooperation (CNMCEspanha)*), indicando que a “*Virality Media*” informou ter vendido 14 *sites*, que disponibilizavam conteúdo pornográfico em Espanha, à *Fedrax LDA*. - entidade registada com o número 511 285 469 e com sede na Rua Encosta dos Piornais, N.º 4, 1AL, São Martinho, Funchal (Portugal).

A ERC pronunciou-se através das seguintes informações/deliberações:

- **Deliberação ERC - ERC/2023/348 (OUT-NET), de 20 de setembro de 2023** - O Conselho Regulador da ERC deliberou: i) instar a Fedrax, Lda., ao registo de todos os domínios explorados e que possam ser enquadráveis nos conceitos legais de plataforma de partilha de vídeo ou de serviços audiovisuais a pedido; ii) alertar a referenciada entidade para a necessidade de dispor de um sistema verdadeiramente eficaz de verificação de idades e aperfeiçoamento do mesmo, independentemente da localização geográfica do acesso; iii) a instauração de processo de contraordenação por inobservância das regras de registo (por violação do 36.º- H do DRR); e iv) que fosse facultado o acesso à ERC, sem encargos ou restrições, aos sítios eletrónicos por si geridos para efeitos de fiscalização.

3) Em 4 de outubro de 2023 deu entrada na ERC, através do Memorando de Entendimento (MoU) do **ERGA**, um pedido de cooperação *Request for assistance* (Anexo 14 e Anexo14 a) - proveniente da CNMC (Espanha) - tendo sido determinada a abertura de um processo de averiguações contra a referenciada entidade - Fedrax, Lda.

A ERC pronunciou-se através das seguintes informações/deliberações:

- **Deliberação ERC/2024/81 (OUT-NET), de 15 de fevereiro de 2024** – O Conselho Regulador verificou, após a inscrição dos serviços geridos pela Fedrax, Lda., nos registos da ERC (em face de deliberação anterior da ERC) a alteração e melhoria dos sistemas implementados nessas plataformas, embora se mantivessem irregularidades, incluindo nos serviços disponibilizados noutros países. O incumprimento de anterior Deliberação da ERC corresponde à violação do dever de colaboração previsto no artigo 53.º, n.º 5, dos Estatutos da ERC. O Conselho Regulador destacou ainda que a divulgação de conteúdos pornográficos é passível de configurar crime. A ERC deliberou (i) instar a Fedrax, Lda., a dar cumprimento à anterior Deliberação da ERC, realçando que as restrições a implementar devem ser aplicadas independentemente do país de receção de tais conteúdos; e (ii) a eventual remessa ao Ministério Público e comunicação à entidade espanhola participante.
- 4) Em 7 de agosto de 2024, deu entrada na ERC, no âmbito do Memorando de Entendimento (MoU) do **ERGA**, um pedido de cooperação do regulador francês **ARCOM**. Foram remetidos pedidos de contributos/esclarecimento à Anacom, PGR e à Fedrax.

A ERC pronunciou-se através das seguintes informações/deliberações:

- **Deliberação ERC/2024/562 (OUT-NET), de 11 de dezembro de 2024** – O Conselho Regulador deliberou (i) instaurar processo de contraordenação contra a Fedrax, Lda., face à insuficiência das medidas implementadas para proteção de menores, atendendo a que se encontravam disponíveis conteúdos pornográficos em plataformas de partilha de vídeo; (ii) bem como dar conhecimento à Anacom da situação exposta, mantendo a continuidade das investigações. Posteriormente, a Fedrax cancelou o seu registo na ERC, cessando a respetiva atividade e das suas plataformas. As plataformas em questão foram adquiridas por empresa sediada no Chipre e deixaram de estar disponíveis em Portugal, desde 30 de março de 2025, não figurando atualmente na plataforma Mavise⁴ (<https://mavise.obs.coe.int/>) como estando registados em qualquer país europeu.
- 5) O Conselho Regulador da ERC determinou que se desse seguimento a diligências, no sentido de a ERC proceder, ao abrigo da Lei do Comércio Eletrónico e demais legislação aplicável, ao possível bloqueio das plataformas de partilha de vídeo sob jurisdição de Portugal, que partilham conteúdo pornográfico, sem garantir mecanismos de verificação da idade dos utilizadores.

Em 2024, a ERC reuniu ainda com a Procuradoria-Geral da República, para analisar o enquadramento adequado à divulgação de conteúdos com esta natureza e procedimentos a adotar com vista à proteção das crianças e jovens.

⁴ Base de dados sobre serviços audiovisuais e sua jurisdição na Europa

Temas de Intervenção Regulatória

Pluralismo Político, Eleições e Sondagens

- . Acompanhamento do Pluralismo Político
- . Cobertura jornalística em período eleitoral
- . Sondagens e Inquéritos de Opinião

ACOMPANHAMENTO DO PLURALISMO POLÍTICO

O pluralismo político refere-se à representação equitativa das diferentes correntes de expressão ou de opinião e ao acesso dos partidos políticos e grupos ideológicos, incluindo minoritários, aos *media*. O pluralismo político compreende uma dupla dimensão: por um lado, a capacidade ou possibilidade de todos os segmentos sociais e ideológicos acederem à propriedade dos *media* e, por outro, a garantia de que todos os espectros partidários e ideológicos, opiniões e interesses democráticos, possam ser representados ou merecer atenção por parte dos meios de comunicação social.

Considerando que numa democracia a informação política deve estar disponível através dos meios de comunicação social, entre eles, a televisão, principal plataforma de acesso à informação para um vasto número de cidadãos, entende a ERC que o princípio do pluralismo político, estabelecido, desde logo, na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), pressupõe que os diversos atores políticos tenham acesso à televisão e que esta assegure uma informação plural, de modo a que os cidadãos possam, em momentos eleitorais e nas suas decisões quotidianas, fazer escolhas informadas.

De modo a assegurar valores constitucionalmente consagrados e que constituem pilares fundamentais da democracia portuguesa e europeia, a ERC aprecia participações e queixas que lhe são dirigidas por cidadãos ou representantes dos partidos políticos, ou encaminhadas pela Comissão Nacional de Eleições. Em 2024, devido à realização de múltiplos atos eleitorais, a maioria das deliberações relacionadas com questões de pluralismo político foram apreciadas à luz da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho (Lei da cobertura jornalística em período eleitoral), cuja análise se apresenta no próximo capítulo.

Paralelamente, a ERC conduz, de forma regular, uma avaliação anual à observância do princípio do pluralismo político na informação diária e não-diária dos serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, RTP3, SIC, TVI e CMTV. Esta análise incide sobre uma amostra de blocos informativos diários de horário nobre e sobre o universo de programas autónomos de informação não-diária (debate, entrevista e comentário). Centra-se na identificação da presença das formações e dos atores políticos enquanto representantes das diferentes correntes de expressão e opinião, mas também abarca os diferentes atores e forças sociais que surjam representados na informação televisiva a interagir com os atores da esfera político-partidária. Os resultados dessa avaliação anual são divulgados no [sítio eletrónico da ERC](#), após envio à Assembleia da República e aos respetivos serviços de programas.

Entre os objetivos e atribuições da ERC constam o de “[p]romover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (...)” e garantir “a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social” (artigos 7.º, alínea a) e 8.º, alínea e) dos Estatutos da ERC).

As principais disposições legais nacionais sobre o pluralismo político são os artigos 39º e 40.º da Constituição da República Portuguesa, os artigos 12.º, 16.º, 29.º, 32.º e 49.º da Lei da Rádio e os artigos 9.º, 26.º, 34.º, 50.º e 51.º da LTSAP. Refira-se ainda a Lei n.º 72-A/2015 de 23 de julho que estabelece o Regime jurídico da cobertura jornalística em período eleitoral, regula a propaganda eleitoral através de

meios de publicidade comercial e revoga o Decreto-Lei n.º 85-D/75, de 26 de fevereiro. O dever qualificado de respeito do pluralismo por parte do Serviço Público de Televisão é ainda consagrado no art. 51.º, n.º 2, al. c), da LTSAP, assim como no CCSPRT, (cláusula 5.ª, als. a) e f) cláusula 6.ª, als. c) e m)).

COBERTURA JORNALÍSTICA EM PERÍODO ELEITORAL

1. VISÃO GLOBAL

No âmbito das suas atribuições, a ERC procura garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias e garantir a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social», nomeadamente através do [acompanhamento sistemático do pluralismo político-partidário na informação diária e não diária televisiva](#)¹.

Além de supervisionar as normas gerais que os órgãos de comunicação social devem observar relativamente ao pluralismo político, em períodos eleitorais, as competências da ERC são reforçadas por via da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, que estabelece regras especiais para a cobertura jornalística nesses períodos.

Em 2024, a atividade regulatória no contexto das eleições legislativas e das eleições europeias desenvolveu-se em torno de cinco eixos: monitorização sistemática da informação diária e não diária; apreciação de queixas e participações; aplicação da Lei das Sondagens; ferramentas de literacia mediática e combate à desinformação, sendo estes temas tratados no presente relatório, nos respetivos capítulos.

O presente capítulo sumariza os resultados dos [relatórios de monitorização da cobertura eleitoral](#)² das eleições legislativas de 10 de março e das eleições europeias de 9 de junho, na rádio e na televisão, bem como a síntese da atividade deliberativa da ERC neste âmbito.

Na cobertura das eleições legislativas de 2024, como das eleições europeias desse ano, as candidaturas do PS, AD e Chega dominaram em presença, tanto na rádio como na televisão. Nas legislativas, a atenção mediática centrou-se principalmente no desempenho das candidaturas e na descrição das ações de campanha. Nas europeias, foram considerados separadamente temas de âmbito nacional e temas de âmbito europeu. Nos temas de âmbito nacional destacaram-se as políticas sociais e migratórias e as manifestações de apoio e nos temas de enfoque europeu, a defesa e segurança da UE e os populismos/nacionalismos. Todos os operadores cumpriram a suspensão da colaboração de candidatos em espaços de opinião durante a campanha eleitoral.

No contexto das eleições legislativas, e ao abrigo da Lei n.º 72-A/2015, a ERC apreciou 41 queixas e participações ao abrigo da referida Lei, das quais resultaram 20 deliberações. Destas, três tiveram origem em queixas apresentadas por representantes das candidaturas.

No contexto das eleições europeias, a ERC apreciou 22 queixas e participações, das quais 12 resultaram em deliberações. Destas, seis resultaram de queixas de representantes de candidaturas.

¹ Relatórios do pluralismo político disponíveis em <https://www.erc.pt/pt/estudos/relatorios-do-pluralismo-politico/>

² Relatórios de monitorização da cobertura eleitoral disponíveis em <https://www.erc.pt/pt/estudos/cobertura-jornalistica-de-eleicoes/>

2. INFORMAÇÃO DIÁRIA E NÃO DIÁRIA

Neste âmbito, foi analisada a cobertura jornalística realizada por quatro serviços de programas de rádio – Antena 1, Rádio Observador, Rádio Renascença e TSF - e nove serviços de programas de televisão, generalistas e temáticos informativos – RTP1, RTP2, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI, CNN Portugal, CMTV e Porto Canal.

Esta monitorização englobou três dimensões de análise:

- I) Análise dos noticiários de horário nobre e dos diários de campanha, no período da campanha eleitoral (de 11 de fevereiro a 8 de março³ e de 27 de maio a 7 de junho, respetivamente);
- II) Registo de entrevistas e debates entre representantes das candidaturas, ao longo de todo o período eleitoral, ou seja, pré-campanha e campanha eleitoral (de 15 de janeiro a 8 de março e de 4 de abril a 7 de junho, respetivamente);
- III) Verificação da presença de candidatos em programas ou espaços de comentário, durante todo o período eleitoral, ou seja, pré-campanha e campanha eleitoral (de 25 de fevereiro a 8 de março e de 4 de abril a 7 de junho de 2024).

A primeira dimensão, relativa aos noticiários de horário nobre, foca-se na identificação das presenças dos partidos políticos candidatos a este ato eleitoral, bem como dos seus representantes (candidatos e outros). A partir da identificação das presenças destas formações procede-se à caracterização da atenção mediática atribuída a cada candidatura, identificando eventuais situações de desequilíbrio no acesso ao espaço mediático. Além do registo das presenças das candidaturas, a ERC considera também o enfoque temático evidenciado, tendo em vista que este é um indicador fundamental para observar a agenda que presidiu à campanha eleitoral.

Nas outras duas dimensões, o acompanhamento cinge-se à contabilização de presenças, com vista a garantir o equilíbrio da representatividade partidária, bem como o cumprimento das normas específicas da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho sobre a participação de candidaturas em debates em função da sua representatividade política e social (cf. artigo 7.º) a suspensão da colaboração de candidatos em espaços de opinião durante a campanha eleitoral (cf. artigo 5.º, n.º 3).

Nas eleições legislativas apresentaram-se 18 candidaturas à Assembleia da República: Aliança Democrática (AD), Partido Socialista (PS), Chega (CH), Iniciativa Liberal (IL), Bloco de Esquerda (BE), Coligação Democrática Unitária (CDU), Pessoas–Animais–Natureza (PAN), Livre (L), Reagir, Incluir, Reciclar (R.I.R), Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses (PCPT/MRPP), Alternativa Democrática Nacional (ADN), Juntos Pelo Povo (JPP), Aliança 21 (A21), Volt Portugal (VP), Ergue-te! (E!), Nós, Cidadãos! (NC), Partido Trabalhista Português (PTP), Nova Direita (ND).

Nas eleições europeias, foram 17 as candidaturas ao Parlamento Europeu: Partido Socialista (PS), Aliança Democrática (AD), Chega (CH), Iniciativa Liberal (IL), Bloco de Esquerda (BE), Coligação Democrática Unitária (CDU), Livre (L), Alternativa Democrática Nacional (ADN), Pessoas–Animais–Natureza (PAN), Volt Portugal (VP), Ergue-te! (E!), Nova Direita (ND), Reagir, Incluir, Reciclar (R.I.R.), Movimento Alternativa Socialista (MAS), Partido da Terra (MPT), Partido Trabalhista Português (PTP), Nós, Cidadãos! (NC).

³ Nas eleições legislativas, o corpus abrange o período de campanha eleitoral e os 15 dias que antecedem o seu início.

2.1. ELEIÇÕES LEGISLATIVAS 2024

RÁDIO

I) Na dimensão de análise que incide sobre a **cobertura jornalística nos blocos informativos** dos horários de maior audiência (8h e 9h da manhã) e nos diários de campanha da Antena 1, Rádio Renascença (RR), Rádio Observador (RO) e TSF, sobressaem os seguintes resultados:

- As candidaturas do PS, da coligação AD e do Chega destacaram-se em número de presenças em todos os serviços de programas (Fig. 1).
- A Antena 1 cobriu acontecimentos ligados a todas as candidaturas, incluindo as dos partidos extraparlamentares, contrariamente à Renascença, que na totalidade dos noticiários analisados não registou qualquer presença dos partidos sem assento parlamentar. Quanto ao tratamento dado pela Rádio Observador às candidaturas destes partidos, só houve referências ao ADN e sempre por relação com a coligação AD e o potencial de confusão entre as duas siglas. A TSF acompanhou seis partidos extraparlamentares durante o período da campanha eleitoral, deixando de fora a Alternativa 21, o Ergue-te!, o Nós, Cidadãos e o PCTP/MRPP.

FIG.1 – PRESENÇA DE CANDIDATURAS: RÁDIO (11 DE FEVEREIRO A 8 DE MARÇO)

	Antena 1 Presenças = 920	Observador Presenças = 276	TSF Presenças = 722	Renascença Presenças = 249
Coligação AD	25,2%	28,6%	25,1%	25,7%
PS	23,0%	25,0%	23,1%	24,9%
Chega	12,8%	12,7%	13,4%	12,4%
BE	9,0%	9,1%	9,3%	10,0%
CDU	7,9%	8,3%	8,7%	6,4%
Iniciativa Liberal	7,7%	6,5%	7,5%	8,8%
Livre	6,0%	5,8%	6,2%	6,4%
PAN	5,0%	3,6%	5,7%	5,2%
Nova Direita	0,5%		0,1%	
ADN	0,3%	0,4%	0,1%	
RIR	0,4%		0,1%	
JPP	0,2%		0,3%	
Nós, Cidadãos!	0,4%			
Volt Portugal	0,3%		0,1%	
Coligação Alternativa 21	0,3%			
PTP	0,2%		0,1%	
PCTP/MRPP	0,2%			
MAS	0,1%			
Ergue-te	0,1%			

O tema mais frequente (fig.3) foi o “desempenho das candidaturas”, seja pelo lado da crítica feita pelos adversários, seja pela exaltação das suas qualidades feita pela própria candidatura. Na pré-campanha, destacou-se a temática dos “cenários pós-eleitorais”.

FIG.2 – TEMAS DOMINANTES, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE RÁDIO (11 DE FEVEREIRO A 8 DE MARÇO)

Temas	Antena 1	Observador	Renascença	TSF
Desempenho dos Partidos/Candidaturas	1º	1º	1º	1º
Manifestações de apoio a Candidato/Candidatura	2º	-	-	-
Cenários Pós-Eleitorais	3º	2º	2º	3º
Descrição de Ações/Agenda de Campanha	-	3º	-	2º
Sondagens	-	-	3º	-

Fonte: ERC - Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2024 - Rádio”

Além dos dados apresentados nas figuras anteriores, a análise incluiu outros indicadores – como sejam tipo de protagonista das peças, géneros jornalísticos, duração média das peças, existência de diretos e presença de comentadores com pertença partidária –, cujas conclusões que se sintetizam de seguida, sendo aprofundadas no respetivo [relatório de acompanhamento](#).

Os líderes das candidaturas são os protagonistas da maioria das peças, correspondendo esta liderança à do partido ou, no caso das coligações, ao partido de maior relevo (PSD e PCP). Foi dado relevo aos “notáveis” do PPD/PSD e do CDS-PP que participaram na campanha da coligação AD.

O género jornalístico dominante na cobertura é a notícia, em todas as rádios. A RR sobressai por ter sido a que dedicou mais tempo de emissão a espaços de comentário. Os diretos tiveram pouca expressão enquanto modalidade de transmissão. As peças transmitidas pelos serviços de programas Antena 1 e TSF foram, em média, mais longas e ambos os operadores, além dos noticiários, realizaram espaços de programação diários dedicados à cobertura da campanha eleitoral.

A presença de comentadores com pertença partidária é residual, estando totalmente ausentes no caso da Antena1.

II) Na dimensão da análise que incide sobre as **entrevistas e debates** entre representantes das candidaturas, quantificadas na figura seguinte, destacam-se os seguintes resultados:

- As quatro estações de rádio em análise realizaram em conjunto um debate com todos os partidos com assento parlamentar. As coligações CDU e AD foram representadas pelos líderes, respetivamente, do PCP e do PSD. O Chega recusou estar presente por motivos de agenda.
- A Rádio Observador distinguiu-se por ter dado visibilidade a uma maior diversidade de candidatos dos partidos parlamentares ao realizar 24 debates frente-a-frente, durante o período eleitoral.
- Foram emitidas entrevistas aos líderes das candidaturas, por todos os serviços de programas, nos diários de campanha, nos noticiários ou em programas autónomos. Em alguns casos, as entrevistas não foram realizadas devido à agenda dos candidatos.

FIG.3 – DEBATES E ENTREVISTAS REALIZADOS: RÁDIO (15 DE JANEIRO A 8 DE MARÇO)

	Antena 1	Renascença	Observador	TSF
Entrevistas	7	7	5	15
Debates	1	1	25	1

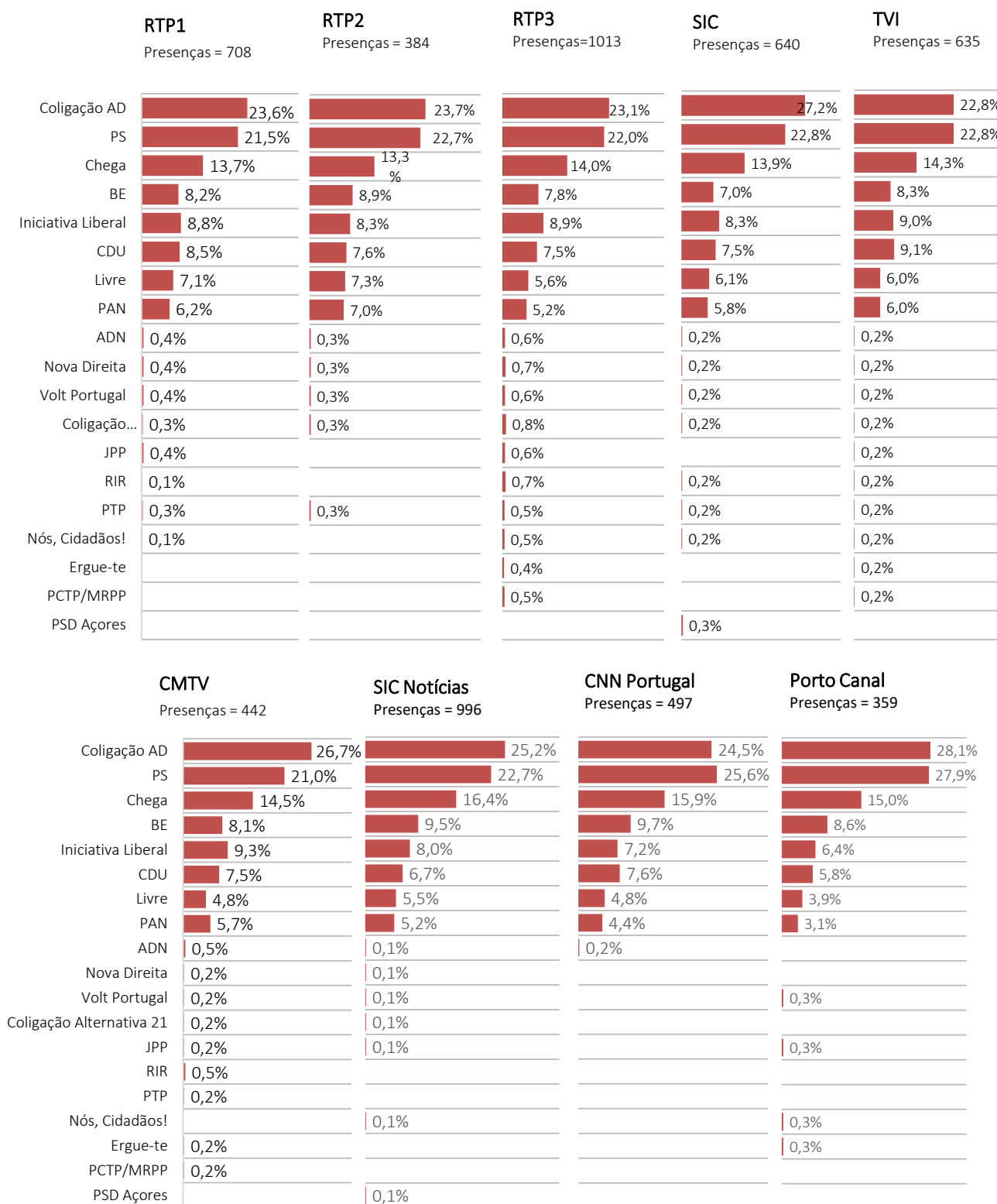
Fonte: ERC - Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2024 - Rádio”

III) Quanto à verificação da **presença de candidatos em programas ou espaços de comentário no período da campanha eleitoral**, verificou-se o cumprimento por todos os serviços de programas da suspensão da participação de candidatos nos espaços e/ou programas de comentário.

TELEVISÃO

I) Na dimensão de análise que incide sobre a informação emitida nos **noticiários de horário nobre** da RTP1, RTP2, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI, CNN Portugal, CMTV e Porto Canal, destacam-se os seguintes resultados:

FIG.4 – PRESENÇA DE CANDIDATURAS, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (11 DE FEVEREIRO A 8 DE MARÇO)



Como resulta da figura 4, as candidaturas do PS, da coligação AD e do Chega destacaram-se em número de presenças em todos os serviços de programas.

A RTP 1, a RTP2, a SIC, a SIC Notícias, a TVI e a CMTV cobriram acontecimentos ligados a partidos extraparlamentares somente no período da campanha eleitoral e de modo residual. A RTP 3 foi o serviço de programas que noticiou maior número de candidaturas dos partidos extraparlamentares no período de campanha eleitoral (8 das 10 candidaturas extraparlamentares).

O tema mais frequentemente abordado (Fig. 5), em todos os serviços de programas, foi o “desempenho das candidaturas”, seja pelo lado da crítica feita pelos adversários, seja pela exaltação das suas qualidades feita pela própria candidatura.

A temática dos “cenários pós-eleitorais” surge em destaque na fase de pré-campanha, dando lugar na fase de campanha à “descrição de ações de campanha”.

FIG.5 – TEMAS DOMINANTES, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO (11 DE FEVEREIRO A 8 DE MARÇO)

Temas	RTP1	RTP2	RTP3	SIC	TVI	CMTV	SIC Notícias	CNN Portugal	Porto Canal
Desempenho dos Partidos/ Candidaturas	1º	1º	1º	1º	1º	1º	1º	1º	1º
Descrição de Ações/ Agenda de Campanha	2º	-	2º	2º	3º	-	2º	-	2º
Cenários Pós-Eleitorais	3º	2º	3º	3º	-	3º	3º	3º	-
Sondagens	-	3º	-	-	2º	2º	-	2º	3º

Fonte: ERC - Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2024 - Televisão”

Dos restantes indicadores incluídos na análise – apresentados mais detalhadamente no respetivo [relatório de acompanhamento](#) – e destacam-se os seguintes dados:

- Os líderes das candidaturas são os protagonistas da maioria das peças, correspondendo esta liderança à do partido ou, no caso das coligações, ao partido de maior relevo (PSD e PCP). Foi dado relevo aos “notáveis” do PPD/PSD e do CDS-PP que participaram na campanha da coligação AD.
- Porto Canal distinguiu-se por ter dado visibilidade aos cabeças de lista candidatos pelos círculos eleitorais dos distritos da região Norte, nomeadamente Braga, Bragança, Viana do Castelo, Vila Real e Porto.
- género jornalístico dominante na cobertura é a notícia, em quase todos os serviços de programas, com exceção dos serviços de programas temáticos informativos SIC Notícias e CNN Portugal, que concederam mais tempo de emissão a espaços de comentário. As peças transmitidas pelos serviços de programas RTP3, SIC Notícias, CNN Portugal e Porto Canal foram, em média, mais longas. Os diretos tiveram pouca expressão enquanto modalidade de transmissão.
- Os comentadores tenderam a ser escolhidos entre personalidades sem pertença partidária. No entanto, nos serviços de programas onde o espaço de comentário tem maior destaque – SIC Notícias e CNN Portugal – foi mais frequente a presença de comentadores com pertença partidária, designadamente da coligação AD, do PS e do BE. Na RTP2 e na CMTV não foram identificados comentadores com pertença partidária.

II) Na dimensão de análise que incide sobre as **entrevistas e debates** entre representantes das candidaturas, verificou-se que:

- Foram emitidos, na globalidade dos serviços de programas, 44 debates. RTP, SIC e TVI, e os respetivos serviços de programas informativos, RTP3, SIC Notícias e CNN Portugal, organizaram e transmitiram 28 debates frente-a-frente entre os líderes de todos os partidos candidatos com representação parlamentar, sorteados e distribuídos de forma equitativa entre eles.
- A RTP foi o único operador que realizou dois debates fora do modelo frente-a-frente, um com representantes das candidaturas de partidos parlamentares e outro com as candidaturas de partidos sem assento parlamentar, transmitidos na RTP1/RTP3. A RTP2 não transmitiu debates eleitorais.
- O Porto Canal procurou realizar 23 debates frente-a-frente com os representantes das candidaturas pelos círculos eleitorais de Braga, Bragança, Viana do Castelo, Vila Real e Porto. Por motivos de agenda alguns dos candidatos não compareceram, tendo o operador optado por converter essas emissões em entrevista. Assim, transmitiu 14 debates e nove entrevistas.
- A RTP1/RTP3, a CMTV e o Porto Canal entrevistaram todos os líderes das candidaturas de partidos com assento parlamentar. A RTP2, no seu bloco informativo, entrevistou a líder do PAN.

FIG.6 – DEBATES E ENTREVISTAS REALIZADOS: TELEVISÃO (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)

	RTP1	RTP2	RTP3	SIC	SIC Notícias	TVI	CNN Portugal	CMTV	Porto Canal
Entrevistas	8	1	8	-	-	-	-	8	9
Debates	7	-	12	5	9	5	10	-	14

III) Quanto à verificação da **presença de candidatos em programas ou espaços de comentário durante a campanha eleitoral**, conclui-se que todos os serviços de programas respeitaram a obrigação de suspender a participação de candidatos nos espaços e/ou programas de comentário.

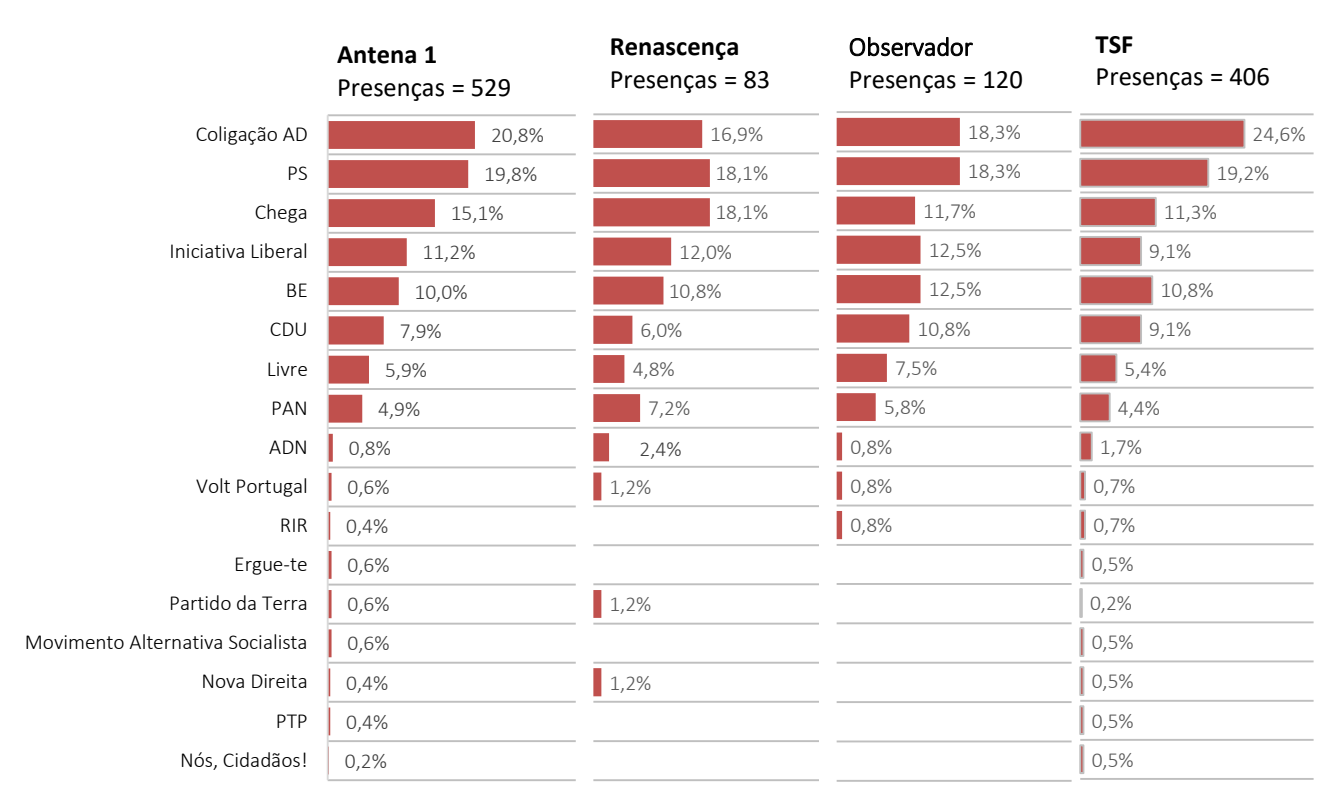
2.2 ELEIÇÕES EUROPEIAS 2024

RÁDIO

I) Da análise da informação nos **blocos informativos** dos horários de maior audiência (8h e 9h da manhã) e nos **diários de campanha** da Antena 1, Rádio Renascença (RR), Rádio Observador (RO) e TSF, há a salientar os seguintes resultados:

- As candidaturas do PS, da coligação AD e do Chega destacaram-se em número de presenças em todos os serviços de programas. Na rádio Observador o PS e a coligação AD foram as candidaturas mais presentes, secundadas pelas dos BE e IL.
- Todos os serviços de programas cobriram acontecimentos ligados às candidaturas com assento parlamentar (Parlamento Europeu e Assembleia da República). A Antena 1 e a TSF também deram visibilidade às ações de campanha dos partidos extraparlamentares. A Renascença registou referências ao ADN, MPT, ND e VP, enquanto a Observador acompanhou o ADN, o RIR e o VP.

FIG.7 – PRESENÇA DE CANDIDATURAS, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)



Globalmente, destacam-se na cobertura da campanha eleitoral, como temas nacionais, as “políticas para as migrações”, o “desempenho das candidaturas” e as “manifestações de apoio à candidatura”.

Quanto aos temas com enfoque europeu, destaca-se a abordagem às questões de “defesa e segurança na UE”, em primeiro lugar na Antena 1 e TSF. Os temas e âmbito europeu tiveram presença residual na Renascença e Observador, o que não permite hierarquizar.

FIG.8 – TEMAS DOMINANTES, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE RÁDIO (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)

Temas	Antena 1	Renascença	Observador	TSF
Temas nacionais				
Política para as migrações (n=56)	2º	2º	2º	1º
Políticas sociais (n=44)	2º	-	-	2º
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos (n=43)	1º	-	-	2º
Desempenho dos partidos e seus candidatos (n=38)	-	1º	-	-
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (n=33)	-	-	1º	-
Impacto dos resultados das eleições europeias na estabilidade governativa (n=19)	-	2º	3º	-
Temas europeus				
Defesa e Segurança na EU (n=34)	1º	-	-	1º
Cenários pós-eleitorais (n=24)	2º	-	-	
Populismos e nacionalismos (n=22)				2º
Migrações (n=20)	3º	-	-	-
Políticas sociais europeias (n=14)				3º
Projeto europeu (n=13)				3º

N = 418 (total de peças com um tema de âmbito nacional); N = 207 (total de com um tema de âmbito europeu)

Dos restantes indicadores incluídos na análise – apresentados mais detalhadamente no respetivo [relatório de acompanhamento](#) – quanto aos protagonistas das peças, são os cabeças de lista das

candidaturas que surgem na maioria dos casos. Excetua-se a cobertura do Chega feita pela Antena 1, Rádio Renascença e TSF, em que o líder do partido protagonizou mais peças do que o candidato cabeça de lista às Eleições Europeias.

O relatório revela ainda que o género jornalístico dominante na cobertura é a notícia. A Rádio Renascença concedeu, comparativamente às suas congéneres, mais tempo de emissão a espaços de comentário. As peças transmitidas pelo serviço de programas da Rádio Renascença tenderam a ser, em média, as mais curtas. A Antena 1 e a TSF, além dos noticiários, realizaram espaços dedicados aos diários de campanha, nomeadamente o “Vamos a Votos”, “GPS Bruxelas” e “TSF Europa”. Os diretos tiveram pouca expressão enquanto modalidade de transmissão, à exceção da TSF, operador onde em cerca de 1/5 das peças se recorreu ao direto.

No período de campanha não se registou a presença de comentadores com pertença partidária em qualquer dos serviços analisados.

II) Na dimensão de análise que incide sobre as **entrevistas e debates** entre representantes das candidaturas, verificou-se que:

- As quatro estações de rádio realizaram em conjunto um debate com todos os partidos com assento parlamentar no Parlamento Europeu e na Assembleia da República. A Rádio Observador distinguiu-se ao realizar sete debates no modelo frente-a-frente entre os cabeças de lista das candidaturas durante o período eleitoral. O PS recusou comparecer por motivos de agenda.
- Todas as rádios entrevistaram os cabeças de lista dos partidos candidatos com assento parlamentar, com exceção da Rádio Observador que, por motivos de agenda dos candidatos, não entrevistou o BE e a IL. A Rádio Renascença foi o único operador que também entrevistou os candidatos dos partidos sem assento parlamentar.
- A Antena 1 e a TSF realizaram entrevistas com todos os cabeças de lista dos partidos com representação na Assembleia da República. A Rádio Renascença entrevistou representantes de todas as candidaturas, parlamentares e extraparlamentares. A Rádio Observador convidou todos os partidos com representação parlamentar. Por motivos de agenda, IL e BE recusaram o convite.

FIG.9 – DEBATES E ENTREVISTAS REALIZADOS: RÁDIO (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)

	Antena 1	Renascença	Observador	TSF
Entrevistas	8	20	6	8
Debates	1	1	8	1

III) Relativamente à verificação da **presença de candidatos em programas ou espaços de comentário durante a campanha eleitoral**, todos os serviços de programas cumpriram a suspensão da participação de candidatos nos espaços de comentário a que estão obrigados por lei.

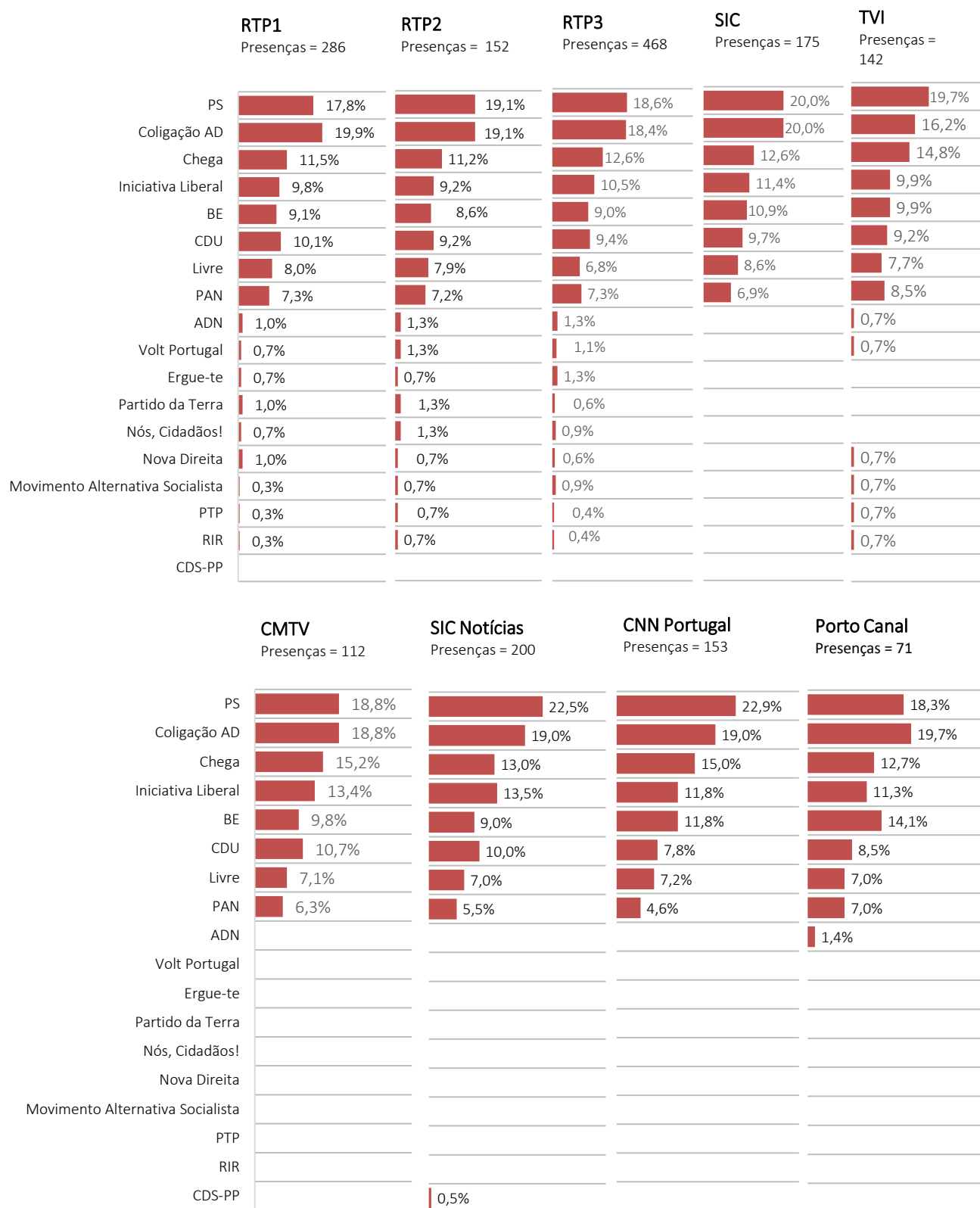
TELEVISÃO

I) Da análise da **cobertura jornalística nos noticiários** de horário nobre (de 27 de maio a 7 de junho) da RTP1, RTP2, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI, CNN Portugal, CMTV e Porto Canal, das Eleições Europeias 2024, releva que:

- As candidaturas do PS, da coligação AD e do Chega destacaram-se em número de presenças.

- A RTP 1, a RTP2, a RTP3, a TVI e o Porto Canal cobriram, de modo residual, acontecimentos ligados aos partidos extraparlamentares. Os canais de serviço público deram visibilidade a todas as candidaturas destes partidos.

FIG.11 – PRESENÇA DE CANDIDATURAS, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)



Os temas nacionais que se destacam na cobertura da campanha eleitoral são as “políticas sociais”, o “desempenho das candidaturas” e as “manifestações de apoio à candidatura”. Na CMTV o tema mais destacado foi o da “política para as migrações” e no Porto Canal estiveram a par a temática das “sondagens” e da “ação governativa”.

Quanto aos temas com enfoque europeu, destaca-se a abordagem à questão dos “populismos/nacionalismos”, à apresentação de “cenários pós-eleitorais” e de “políticas sociais europeias”. A CMTV e o Porto Canal salientam a “defesa e segurança da UE”.

FIG.12 – TEMAS DOMINANTES, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)

Temas	RTP1	RTP2	RTP3	SIC	TVI	CMTV	SIC Notícias	CNN Portugal	Porto Canal
Temas nacionais									
Política para as migrações (n=69)	2º	2º	3º	-	2º	1º	2º	-	-
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos (n=68)	2º	-	-	1º	1º	-	1º	2º	-
Políticas sociais (n=64)	1º	1º	-	2º	3º	2º	3º	3º	-
Desempenho dos partidos e seus candidatos (n=62)	-	-	1º	3º	-	-	-	1º	-
Ação governativa (n=33)	-	-	3º	-	-	-	-	-	1º
Igualdade de género (n=31)	-	2º	-	-	-	-	-	-	1º
Sondagens sobre candidaturas nacionais (n=28)	-	-	2º	-	-	-	-	-	1º
Política económica (n=25)	-	-	-	-	-	3º	-	-	-
Temas europeus									
Políticas sociais europeias (n=44)	1º	3º	2º	1º	1º	2º	2º	1º	1º
Populismos e nacionalismos (n=43)	1º	1º	1º	-	-	2º	3º	1º	-
Defesa e Segurança na UE (n=41)	2º	2º	-	2º	2º	1º	-	-	1º
Cenários pós-eleitorais (n=33)	2º	-	-	1º	3º		1º	2º	-
Migrações (n=22)	-	-	2º	-				2º	-
Fundos comunitários (n=21)	-	-	-	2º	-	2º	3º	-	-
Projeto europeu (n=17)	-	3º	-	-	-	-	-	-	1º

N= 665 (peças com temas de âmbito nacional); N=320 (peças com temas de âmbito europeu)

Os cabeças de lista das candidaturas são os protagonistas da maioria das peças. Foi dado relevo aos “líderes” dos partidos parlamentares.

Na SIC, SIC Notícias, TVI e CMTV a representação da candidatura do Chega é protagonizada maioritariamente pelo líder do partido.

O género jornalístico dominante na cobertura é a notícia. No entanto, na CNN Portugal mais de um terço das peças analisadas é dedicado ao comentário político.

As peças transmitidas pelos serviços de programas CNN Portugal, Porto Canal, RTP3 e SIC Notícias tenderam a ser, em média, mais longas. Os diretos tiveram expressão enquanto modalidade de transmissão na RTP3.

Os comentadores tenderam a ser escolhidos entre personalidades sem pertença partidária. No entanto, nos serviços de programas SIC e CNN Portugal observa-se a presença de comentadores com pertença partidária, designadamente do PSD, do PS, da IL e do Chega.

- II) Do registo de **debates e entrevistas** entre representantes das candidaturas, há a destacar que:
- No âmbito de um acordo prévio, RTP, SIC e TVI, e os respetivos serviços de programas informativos, RTP3, SIC Notícias e CNN Portugal, organizaram e transmitiram seis “debates a quatro” entre os líderes dos partidos candidatos com representação parlamentar (no Parlamento Europeu e na Assembleia da República).
 - A RTP foi o único operador que realizou dois debates fora deste modelo, um com os representantes de todas as candidaturas de partidos parlamentares e outro com todas as candidaturas de partidos sem assento parlamentar, transmitidos na RTP1/RTP3.
 - Porto Canal realizou três debates com representantes dos partidos extraparlamentares, nomeadamente com a presença do VP, MAS, Ergue-te!, ND, RIR, MPT e NC. O candidato do PTP não respondeu ao convite desta estação televisiva.
 - A RTP1, a RTP3 e a CMTV realizaram entrevistas com todos os cabeças de lista dos partidos com representação no Parlamento Europeu e na Assembleia da República.
 - A SIC Notícias entrevistou todos os partidos com assento parlamentar, exceto o Chega. Convidou ainda para ser entrevistada a cabeça de lista do ADN, Joana Amaral Dias.
 - A TVI entrevistou os cabeças de lista da coligação AD e do PS, tendo os restantes cabeças de lista dos partidos parlamentares sido entrevistados na CNN Portugal. O Porto Canal convidou todos os partidos com representação parlamentar. Por motivos de agenda, AD e Chega recusaram o convite. A RTP2 e a SIC não realizaram entrevistas.

FIG.13 – DEBATES E ENTREVISTAS REALIZADOS: TELEVISÃO (4 DE ABRIL A 7 DE JUNHO)									
	RTP1	RTP2	RTP3	SIC	SIC Notícias	TVI	CNN Portugal	CMTV	Porto Canal
Entrevistas	8	-	8	-	10	2	5	8	6
Debates	4	-	8	2	2	2	2	-	3

- III) Quanto à verificação da **presença de candidatos em programas ou espaços de comentário** durante a campanha eleitoral, de 4 de abril a 7 de junho de 2024, assinala-se o cumprimento por todos os serviços de programas da suspensão da participação de candidatos nos espaços.

3.ATIVIDADE DELIBERATIVA: APLICAÇÃO DA LEI DA COBERTURA ELEITORAL

À ERC compete apreciar queixas e participações respeitantes à cobertura jornalística em período eleitoral, ao abrigo da referida Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho. À luz do disposto no artigo 9.º deste diploma, os representantes das candidaturas que se considerem prejudicadas pela atuação dos órgãos de comunicação social podem apresentar queixa à CNE - Comissão Nacional de Eleições, que emite parecer e remete o processo à ERC, no prazo de 48 horas. A ERC procederá à análise da reclamação no quadro das competências previstas nos seus Estatutos e que visam assegurar o respeito pelo princípio do pluralismo, equilíbrio e igualdade no tratamento das diversas correntes de opinião.

Em diversos pareceres emitidos pela CNE, esta entidade manifesta que as pronúncias dos órgãos de comunicação transparecem uma convicção generalizada de que a representação parlamentar pode ser critério suficiente para a escolha das candidaturas a noticiar ou a convidar para debates e entrevistas, e que este entendimento não encontra correspondência no espírito dos princípios eleitorais constitucionalmente consagrados. Nesses casos, a CNE interpreta tal convicção como um indício de tratamento diferenciado das candidaturas, sem fundamento constitucional.

Quanto à apreciação da ERC, além da análise casuística adequada a cada caso, à luz das disposições especiais da Lei da Cobertura Eleitoral, tem sido entendimento que o pluralismo político é um fenómeno dificilmente apreensível através de ocorrências isoladas, motivo pelo qual o regulador realiza uma monitorização sistemática deste princípio ao longo de um intervalo temporal alargado. Assim, em muitas das deliberações seguidamente apresentadas, é reiterado este entendimento, acompanhado de uma remissão para os relatórios de monitorização da cobertura eleitoral, apresentados no início deste capítulo.

O regulador relembra regularmente, nas deliberações emitidas sobre este tema, que a Lei da Cobertura Eleitoral deveria ter sido objeto de revisão no prazo de um ano após a sua entrada em vigor, conforme determinado no seu artigo 13.º, o que poderia permitir a correção das fragilidades que têm sido identificadas.

Apresenta-se de seguida a quantificação dessa atividade e, com maior detalhe, a síntese das deliberações que tiveram origem em queixas de candidaturas, no contexto dos dois atos eleitorais que tiveram lugar em 2024.

3.1. ELEIÇÕES LEGISLATIVAS 2024

No contexto das eleições legislativas de 10 de março de 2024, a ERC apreciou 41 queixas e participações ao abrigo da referida Lei, das quais resultaram 20 deliberações.

Deliberação	Origem	Assunto	Sentido da Decisão
ERC/2024/92 (OUT-TV)	Participação	Participação contra a RTP, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI e CNN Portugal a propósito do horário dos debates televisivos para as eleições para a Assembleia da República de 2024	Arquivamento
ERC/2024/95 (PLU-TV)	Participação	Participações a propósito da duração do debate entre os representantes das candidaturas do PS e da AD às eleições para a Assembleia da República, realizado pela RTP, SIC e TVI	Arquivamento
ERC/2024/96 (PLU-TV)	Queixa	Queixa da CDU contra a Correio da Manhã TV por falta de pluralismo, rigor, isenção e independência na entrevista realizada ao candidato Paulo Raimundo, a 05 de fevereiro de 2024	Cf. análise detalhada na página seguinte
ERC/2024/108 (OUT-TV)	Participação	Participação visando os serviços de programas RTP1, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI e CNN Portugal a propósito dos debates televisivos para as eleições para a Assembleia da República de 2024	Arquivamento
ERC/2024/109 (PLU-TV)	Queixa	Queixa de Ossanda Liber dos Santos, líder do partido Nova Direita, contra a RTP, SIC e TVI, por tratamento discriminatório na cobertura noticiosa e debates da candidatura da Nova Direita às eleições legislativas de 2024	Cf. análise detalhada na página seguinte
ERC/2024/132 (PLU-TV)	Participação	Participações a propósito do debate de 9 de fevereiro de 2024, na CNN Portugal, entre os representantes das candidaturas da CDU e do CHEGA às eleições para a Assembleia da República	Advertência
ERC/2024/135 (CONTJOR)	Participação	Queixa de José Coelho, cabeça de Lista por Lisboa do Partido Trabalhista Português contra a agência de notícias Lusa	Arquivamento
ERC/2024/157 (CONTJOR-TV)	Participação	Participações contra a RTP3, a SIC Notícias e a CNN Portugal, a propósito da cobertura jornalística de 2 de março de 2024 da campanha eleitoral para a Assembleia da República	Arquivamento
ERC/2024/163 (CONTJOR-TV)	Participação	Participações contra a SIC, a SIC Notícias e a TVI, relativas a notícias sobre a confusão no boletim de voto entre a AD e o ADN	Arquivamento
ERC/2024/165 (OUT-TV)	Participação	Participações contra a RTP por alegado tratamento discriminatório em debates entre candidaturas às eleições para a Assembleia da República	Arquivamento
ERC/2024/172 (CONTJOR)	Queixa	Queixa do PTP contra a RTP, SIC, TVI, CNN Portugal, Correio da Manhã, Público, Expresso, Diário de Notícias, Observador, Sábado e Visão por tratamento jornalístico discriminatório no período eleitoral para a Assembleia da República, com votação marcada para 10 de março de 2024	Cf. análise detalhada na página seguinte
ERC/2024/178 (OUT-TV)	Participação	Participação contra a CNN Portugal por apresentar num programa de informação uma rubrica baseada em Inteligência Artificial acerca dos debates dos candidatos às Eleições Legislativas, o “Pulsómetro”	Cf. Deliberações doutrinárias
ERC/2024/191 (CONTPROG-TV)	Participação	Participações contra a RTP, a propósito de um cartoon relativo à campanha eleitoral para a Assembleia da República exibido no “Jornal da Tarde” da RTP1, a 1 de março de 2024	Arquivamento
ERC/2024/192 (CONTJOR-NET)	Participação	Participação contra o Folha Nacional pela publicação de um texto sobre alegado ataque a tiro à caravana eleitoral do CHEGA	Advertência
ERC/2024/193 (OUT-NET)	Participação	Participação contra o Observador por apresentar um jogo sobre as eleições Legislativas 2024, designado “Previsómetro”	Arquivamento
ERC/2024/194 (CONTJOR-TV)	Participação	Participação contra a TVI e a CNN Portugal, tendo como objeto a crónica “A Fila Anda” de 7 de março de 2024	Arquivamento
ERC/2024/210 (PLU-TV)	Participação	Eleições Legislativas 2024 – Participações contra a RTP2 a propósito da transmissão do programa “Memória Fotográfica”, da autoria de Rui Tavares, líder do partido LIVRE, candidato às eleições legislativas, no horário das 20h30h em período de campanha eleitoral	Outros
ERC/2024/218 (CONTJOR-TV)	Participação	Participação contra a SIC Notícias, a propósito de um espaço de comentário incluído na edição de 7 de março do serviço noticioso “Edição da Manhã”, no âmbito das eleições para a Assembleia da República	Arquivamento
ERC/2024/228 (CONTJOR-NET)	Participação	Participação contra a publicação Santo Tirso Digital por alegada falta de rigor e isenção no tratamento jornalístico das candidaturas às eleições legislativas de 10 de março de 2024	Arquivamento
ERC/2024/300 (CONTJOR-TV)	Participação	Participação contra a SIC Notícias por violação do dever de rigor informativo em entrevista com Joana Amaral Dias, no “Jornal de Sábado”, emitido a 11 de maio de 2024	Arquivamento

Fonte: Repositório interno da ERC

Das deliberações emitidas, sintetizam-se de seguida as três que tiveram origem em queixas apresentadas por representantes das candidaturas.

- I) A queixa⁴ apresentada pela CDU – Coligação Democrática Unitária, contra a Correio da Manhã TV (CMTV), alegava falta de pluralismo, rigor, isenção e independência numa entrevista emitida no programa “Grande Jornal da Noite” com o Secretário-Geral e candidato da coligação, Paulo Raimundo. A CDU contestou a opção da CMTV de dar grande destaque ao Chega e ao seu candidato, André Ventura, tanto no conteúdo da entrevista, como nas imagens utilizadas.

A CNE, no seu parecer, considerou que, no decurso de uma entrevista com uma candidatura, a inserção de imagens de outra força política concorrente nos respetivos eventos de propaganda política não corresponde ao espírito das normas constitucionais. No entender da CNE, considerando que, das seis entrevistas realizadas no programa, só duas incluíram imagens de representantes de outras candidaturas, teria ocorrido um tratamento diferenciado das candidaturas.

A ERC verificou que, nas entrevistas emitidas pela CMTV, no período eleitoral, foram adotadas formas de tratamento distintas entre as diversas candidaturas, uma vez que apenas em algumas – incluindo a entrevista ao líder da CDU – foram exibidas imagens de candidatos concorrentes.

Considerou-se que a exibição de imagens de outros candidatos, nos moldes realizados, disputa a atenção que deveria estar centrada no entrevistado, numa emissão que visa apresentar o seu projeto político, a sua personalidade e a capacidade de responder a questões, podendo assim comprometer a qualidade da informação disponibilizada aos cidadãos, necessária ao exercício esclarecido do seu direito de voto. Alertou-se, assim, a CMTV para a necessidade de observar o rigoroso cumprimento do princípio da igualdade de tratamento das diversas candidaturas, tal como consagrado na alínea b) do n.º 3 do artigo 113.º da CRP e do artigo 56.º da Lei Eleitoral da Assembleia da República, bem como do n.º 1 do artigo 5.º da Lei da Cobertura Eleitoral.

Nas outras duas deliberações, foi apreciado o eventual tratamento discriminatório de candidaturas na cobertura noticiosa e em debates. Estavam em causa duas queixas apresentadas por partidos sem representação parlamentar, o partido Nova Direita (ND) e o PTP – Partido dos Trabalhadores.

- II) A queixa apresentada pelo partido Nova Direita⁵ visou a RTP, SIC e TVI, tendo o queixoso alegado não ter havido qualquer cobertura jornalística relativa à sua candidatura, seus candidatos ou propostas, em nenhum dos canais das operadoras denunciadas, o que configuraria gritante discriminação e desigualdade de tratamento e de oportunidades.

No entender da ERC, a cobertura noticiosa da candidatura, bem como a respetiva participação em debates, pautam-se pelo princípio de igualdade de oportunidades e de tratamento das diversas candidaturas, sem prejuízo da liberdade editorial que assiste aos diferentes órgãos de comunicação social, sobretudo considerando as possibilidades efetivas de cobertura de cada órgão. Assim, não tendo sido detetados indícios de violação das normas aplicáveis por parte das operadoras visadas, o Conselho Regulador deliberou não dar seguimento ao processo.

- III) Na queixa apresentada pelo PTP - Partido Trabalhista Português contra a RTP, SIC, TVI, CNN Portugal, Correio da Manhã, Público, Expresso, Diário de Notícias, Observador, Sábado e Visão,

⁴ Deliberação ERC/2024/96 (PLU-TV)

⁵ Deliberação ERC/2024/109 (PLU-TV)

denunciava-se a exclusão das candidaturas sem assento parlamentar dos debates e entrevistas promovidos por aqueles órgãos.

A ERC decidiu, relativamente à cobertura jornalística em sentido amplo e aos debates entre candidaturas, não dar seguimento ao processo, por não terem sido fornecidos elementos concretos que permitissem identificar indícios de violação, por parte dos órgãos visados, das regras aplicáveis à cobertura jornalística em período eleitoral previstas na Lei n.º 72-A/2015, de 3 de julho.

3.2. ELEIÇÕES EUROPEIAS 2024

No contexto das eleições europeias de 2024, e ao abrigo da Lei n.º 72-A/2015 de 23 de julho, a ERC apreciou 22 procedimentos de queixa e participação, das quais 12 resultaram em deliberações.

Deliberação	Origem	Assunto	Sentido da Decisão
ERC/2024/258 (CONTJOR-TV)	Queixa	Queixa do partido R.I.R. contra os operadores televisivos, por inclusão de candidatos por partidos sem representatividade no Parlamento Europeu nos debates às eleições europeias de 2024	Arquivamento
ERC/2024/259 (CONTJOR-TV)	Queixa	Queixa do partido Volt Portugal contra os operadores televisivos RTP, SIC, TVI/CNN e CMTV, por alegada discriminação nos debates entre candidaturas às eleições europeias de 2024	Arquivamento
ERC/2024/260 (CONTJOR-TV)	Queixa	Queixa do partido ADN contra a RTP por alegada violação do princípio da igualdade de tratamento das diversas candidaturas às eleições europeias de 2024	Arquivamento
ERC/2024/283 (PLU-TV)	Queixa	Queixa da CDU contra a SIC e TVI por alegada violação do dever de pluralismo, em período eleitoral, no âmbito das eleições para a Assembleia Legislativa Regional da Madeira e para o Parlamento Europeu de 2024	Arquivamento
ERC/2024/295 (OUT-TV)	Queixa	Queixa do Volt Portugal contra a RTP por alegada falta de rigor e de pluralismo e por discriminação de candidaturas às eleições europeias de 2024, na edição de 14 de maio do programa “É ou não é? - O grande debate”, da RTP1	Procedência
ERC/2024/301 (CONTJOR-R)	Queixa	Queixa do partido Volt Portugal contra a Rádio Observador por alegada violação do dever de igualdade de oportunidades no tratamento das diversas candidaturas, na sua emissão de dia 29 de abril	Procedência
ERC/2024/387 (PLU-NET)	Participação	Participação contra o Expresso por alegada falta de rigor e de igualdade de tratamento das candidaturas às eleições europeias de 9 de junho de 2024, a propósito da edição de 26 de abril do podcast “Expresso da Manhã”, intitulada “Bugalho comenta Bugalho”	Arquivamento
ERC/2024/388 (OUT-TV)	Participação	Participações contra a RTP1 a propósito da exibição de uma entrevista a Marta Temido, cabeça de lista pelo PS às eleições europeias	Procedência
ERC/2024/411 (PLU-NET)	Participação	Participação contra o Observador por apresentar um questionário sobre as eleições Europeias 2024, “Votómetro”, que relaciona as ideias e preferências manifestadas pelos eleitores através da resposta ao questionário com as defendidas pelas diversas candidaturas	Improcedência
ERC/2024/492 (OUT-NET)	Procedimento oficioso	Procedimento de averiguações sobre a manipulação de imagens de uma peça noticiosa da SIC/SIC Notícias publicada nas contas de redes sociais do partido CHEGA	Cf. Deliberações doutrinárias -
ERC/2024/498 (CONTJOR)	Participação	Participações relativas a alegado incumprimento do dever de rigor informativo e falta de isenção na cobertura noticiosa pela SIC, pela SIC Notícias e pelo Expresso de um episódio em que um cidadão migrante abordou André Ventura numa ação de campanha eleitoral	Arquivamento
ERC/2024/528 (CONTJOR-TV)	Participação	Participação contra a RTP1 a propósito da exibição da peça “Investigação Europa – Geografia do Descontentamento”	Arquivamento

Fonte: Repositório interno da ERC

Das deliberações emitidas, sintetizam-se de seguida as seis que tiveram origem em queixas de representantes das candidaturas.

Na queixa do partido R.I.R. – Reagir, Incluir, Reciclar contra os operadores televisivos RTP, SIC e TVI, contestou-se a inclusão, nos debates às eleições europeias de 2024⁶, de três candidatos por partidos sem representatividade política e social nas eleições anteriores para o Parlamento Europeu, pedindo a intervenção da ERC no sentido de proibir essa participação.

A ERC verificou que, ao critério mínimo de representatividade em debates exigido por lei, os órgãos acrescentaram um critério editorial, alargando o debate aos partidos que, após as eleições europeias de 2019, obtiveram representação política e social em três eleições legislativas, tornando o debate mais plural. Tal opção editorial encontra fundamento no disposto no n.º 3 do artigo 7.º da Lei da Cobertura Eleitoral, que admite a inclusão de outras candidaturas, para além das que obtiveram representatividade política e social nas últimas eleições (no caso, europeias). Entendeu-se que o critério adotado era transparente e objetivo, cumprindo por isso os pressupostos exigidos por lei para a realização de debates em período eleitoral, pelo que foi indeferida a pretensão do queixoso.

O partido Volt Portugal apresentou três queixas, a primeira das quais contra os operadores televisivos RTP, SIC, TVI/CNN e CMTV, por alegada discriminação nos debates⁷. O queixoso entendia que, por ter elegido, nas últimas eleições europeias, um eurodeputado para o Parlamento Europeu (ainda que não pelo círculo eleitoral português), os órgãos estariam obrigados a incluir o partido nos debates televisivos entre os partidos que, de facto, elegeram para o Parlamento Europeu.

À semelhança do caso anterior, a ERC considerou que o critério adotado era transparente e objetivo, cumprindo os pressupostos legais para a realização de debates em período eleitoral. Adicionalmente, entendeu que ao Volt Portugal devem aplicar-se as mesmas regras que regem os demais partidos que concorrem pelo círculo eleitoral português. Nesse sentido, o facto de o Volt ter um eurodeputado eleito pelo círculo eleitoral de outro país europeu não era pertinente para obrigar os órgãos visados a inclui-lo nos debates, à luz do critério de representatividade previsto na lei.

A ERC decidiu não dar seguimento a esta queixa, por não se terem verificado indícios de violação das regras aplicáveis à cobertura jornalística em período eleitoral. Não obstante, reiterou que a Constituição da República Portuguesa consagra o princípio da igualdade de oportunidades e de tratamento das diversas candidaturas em período eleitoral. Remeteu para os resultados da monitorização da presença nos órgãos de comunicação social das diversas candidaturas concorrentes às eleições europeias de 2024, feita pela ERC (apresentada no início deste capítulo).

A segunda queixa do Volt Portugal visou a RTP, por alegada falta de rigor e pluralismo, e discriminação de candidaturas às eleições europeias, na edição de 14 de maio do programa “É ou não é? - O grande debate”, da RTP⁸. Alegava-se que na introdução do programa, durante a apresentação das candidaturas ao Parlamento Europeu, foram excluídos vários partidos concorrentes.

⁶ Deliberação ERC/2024/258 (CONTJOR-TV)

⁷ Deliberação ERC/2024/259 (CONTJOR-TV)

⁸ Deliberação ERC/2024/295 (OUT-TV)

A ERC verificou que o programa deu visibilidade a oito candidaturas, sem que ficasse claro que estas não representavam a totalidade das forças políticas concorrentes às eleições europeias, que somava 17 candidaturas. Considerando que essa omissão contribuiu para o apagamento do espaço público e mediático de um conjunto de candidaturas sem assento no Parlamento Europeu e na Assembleia da República, a ERC concluiu pela falta rigor na contextualização jornalística do debate da RTP1.

No contexto das mesmas eleições, o Volt Portugal apresentou ainda uma queixa contra a rádio Observador⁹, pela emissão do dia 29 de abril. Considerou o queixoso que existiu uma desigualdade de tratamento das candidaturas, na forma como foi noticiada a entrega das listas dos partidos concorrentes no Tribunal Constitucional, por ter sido omitido o Volt Portugal nessa peça noticiosa.

A ERC considerou a queixa parcialmente procedente, tendo concluído que a Rádio Observador e as suas rádios associadas violaram o dever de rigor informativo, previsto no artigo 32.º, n.º 2, alínea c), da Lei da Rádio, aplicável por remissão expressa do artigo 5.º, n.º 1, da Lei da Cobertura Eleitoral, ao omitir a candidatura do partido Volt Portugal entre as candidaturas que tinham apresentado as suas listas às eleições europeias junto do Tribunal Constitucional.

A CDU apresentou uma queixa contra a SIC e TVI, por alegada violação do dever de pluralismo, em período eleitoral, no âmbito das eleições para o Parlamento Europeu de 2024 e para a Assembleia Legislativa Regional da Madeira¹⁰, alegando repetida ausência da coligação dos alinhamentos dos principais noticiários destas estações.

À parte da queixa relativa às eleições para o Parlamento Europeu de 2024 não foi dado seguimento, por não se terem verificado indícios de violação, por parte dos órgãos visados, das regras aplicáveis à cobertura jornalística em período eleitoral, e uma vez que a verificação do pluralismo entre as diversas candidaturas dificilmente consegue ser aferido através de uma análise casuística.

Relativamente à queixa do partido ADN (Alternativa Democrática Nacional) contra a RTP, por alegada violação do princípio da igualdade de tratamento das diversas candidaturas às eleições europeias de 2024¹¹, a mesma focou-se no facto de o operador não ter comparecido à apresentação da candidatura do partido.

A ERC verificou que, ainda que não tenha feito a cobertura do momento de apresentação da candidatura, a RTP noticiou, em diferentes peças, a candidatura deste partido às eleições europeias. Numa delas, que consistiu numa reportagem sobre a entrega no Tribunal Constitucional das listas de candidatos dos vários partidos às eleições europeias, foi abordada a candidatura de Joana Amaral Dias como cabeça de lista pelo ADN, acompanhada por imagens da candidata e do presidente do partido a entrar naquele organismo para proceder à entrega da respetiva lista. Assim, a ERC considerou que não se verificaram indícios de violação, por parte da RTP, das regras aplicáveis à cobertura jornalística em período eleitoral, pelo que decidiu não dar seguimento à queixa.

⁹ Deliberação ERC/2024/301 (CONTJOR-R)

¹⁰ Deliberação ERC/2024/283 (PLU-TV)

¹¹ Deliberação ERC/2024/260 (CONTJOR-TV)

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

1. VISÃO GLOBAL

O objetivo da presente análise é caracterizar o panorama de produção e publicação de sondagens submetidas à ERC em 2024, procurando delinear as principais tendências deste setor.

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise desenvolvida resultam do tratamento da informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens.

Foram depositadas 83 sondagens em 2024, o que representa um aumento de 38,3 % em relação a 2023, justificado pelos quatro atos eleitorais realizados no ano. Quanto ao número de entidades responsáveis pela realização das sondagens, em 2024 existiu mais uma empresa a depositar sondagens junto da ERC, em comparação com 2023. Do lado da procura, registou-se um aumento do número de clientes, de 25 em 2023, para 33 em 2024, devido ao número de clientes institucionais, que passou de 6 para 13.

Os órgãos de comunicação social continuam a ser os grandes responsáveis pela contratação de sondagens; os órgãos de difusão nacional representam 84,9 % dos clientes. De assinalar a existência de consórcios, o que justifica que, para os 83 depósitos, tenham existido 166 clientes distintos.

Num ano com eleições legislativas, europeias e regionais, na Madeira e nos Açores, a “Intenção e sentido de voto” destaca-se como o grande grupo temático com a maior presença nas sondagens depositadas em 2024, presente em 90,4 % do total de sondagens. Também com presença expressiva se registaram os grupos temáticos “Atividade dos órgãos e atores políticos” (abordada em 65,1 % das sondagens) e “Avaliação dos órgãos e atores políticos” (representado em 63,9 %).

As entidades credenciadas apresentam, em geral, diversidade metodológica na construção das suas amostras, empregando diferentes combinações de métodos e técnicas, cientificamente validadas. A entrevista telefónica continua a ser a técnica de recolha de informação mais utilizada.

Foram desencadeados em 2024 36 processos, número muito superior aos dois anos precedentes. Os pedidos de parecer sobre sondagens foram o motivo mais comum dos procedimentos (9), seguido pelos pedidos de informação sobre as regras aplicáveis aos estudos de opinião (8) e queixas (7). Destas, destaca-se uma deliberação em que a ERC fixa doutrina sobre a questão da aplicabilidade da lei das sondagens à divulgação de inquéritos de opinião em redes sociais.

A abordagem da ERC é preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. Complementarmente, foram lançados materiais informativos de literacia mediática, dirigidos tanto aos órgãos de comunicação social, como ao público em geral, sobre sondagens e inquérito de opinião em contexto eleitoral.

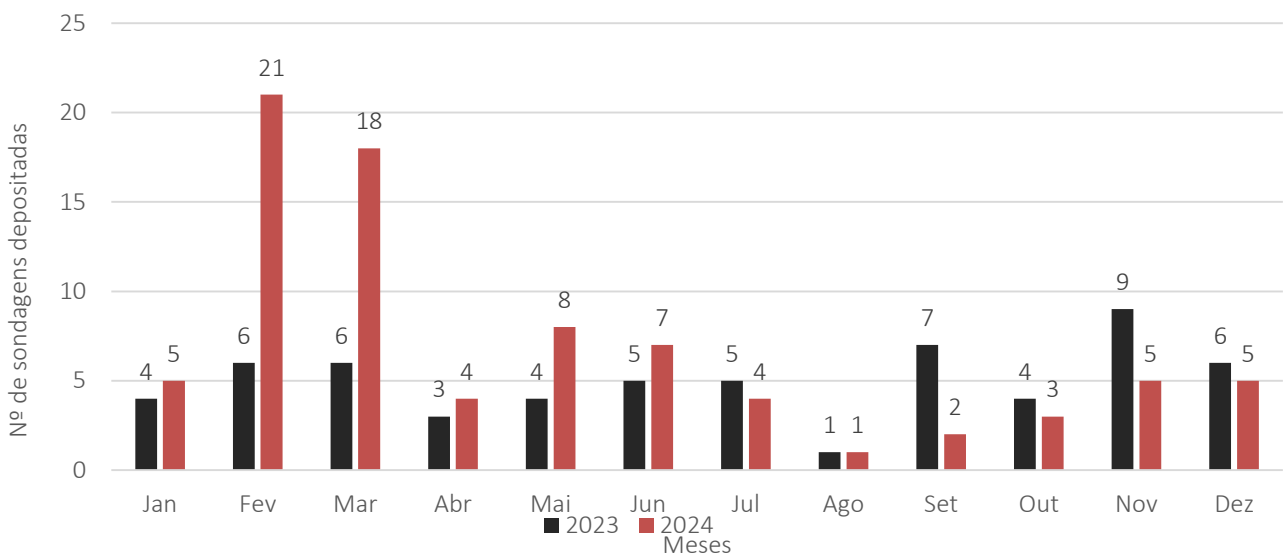
2. DEPÓSITOS E CLIENTES DE SONDAGENS

Considerando que em 2024 ocorreram quatro atos eleitorais, sendo dois delas eleições antecipadas – Assembleia da República e Regionais da Madeira – era expectável um aumento substancial no número total de depósitos quando comparado com o ano anterior. No total, foram depositadas 83 sondagens em 2024, observando-se um aumento de 38,3 % em relação ao total de sondagens registadas em 2023.

Apesar do elevado número de atos eleitorais, o número de sondagens depositadas continuou abaixo da média global (95,5) apurada para o período de 2006 (início de atividade da ERC) a 2024. Analisado esse período, vemos que os anos com mais depósitos são aqueles em que ocorrem eleições autárquicas.

Nos anos em que ocorreram eleições gerais para os órgãos locais (2009, 2013, 2017 e 2021), a média de depósitos foi de 169,8, baixando para 75,7 nos anos em não ocorreram eleições autárquicas.

FIG.1 – DEPÓSITOS DE SONDAGENS POR MÊS (2023-2024)



Total de depósitos N=60 (2023); N=83 (2024).

Consideradas as especificidades dos anos e do calendário eleitoral, pode concluir-se que 2024 foi um ano de maior dinamismo no que concerne à produção de sondagens para divulgação pública quando comparado com o ano anterior.

A realização de eleições antecipadas tende a promover picos de estudos pré-eleitorais na tentativa de encontrar dados que ajudem a compreender a reação dos eleitores face a um evento inesperado. No entanto, também no caso de eleições regulares se verifica a ocorrência de picos de depósitos com a aproximação da data das eleições, sobretudo se houver aposta na publicação de *tracking polls*, como foi o caso das Presidenciais em 2006 e 2021 e das Legislativas em 2011, 2015 e 2019.

Assim se explica a concentração de depósitos de sondagens entre o início do ano e o dia 10 de março de 2024, data em que se realizaram as eleições legislativas. Nesse período, foram

contabilizados 43 depósitos, 51,8 % do total de depósitos efetuados em 2024. Fevereiro registou o maior número de depósitos (21). Eleitoralmente, este mês foi marcado pelo começo dos debates entre líderes partidários, no dia 5, e o início oficial do período de campanha, no dia 25 (Figura 1).

FIG.2 – NÚMERO DE SONDAgens DEPOSITADAS POR EMPRESA (2023-2024)

	2023		2024		Var. Absoluta
	N	%	N	%	2023-2024
Intercampus	16	26,7	18	21,7	↑
Aximage	26	43,3	16	19,3	↓
Duplimétrica	-	-	16	19,3	↑
UCP-CESOP	7	11,7	13	15,7	↑
ICS-ISCTE	4	6,7	5	6,0	↑
Pitagórica	1	1,7	4	4,8	↑
Metris	1	1,7	4	4,8	↑
Consulmark2	2	3,3	3	3,6	↑
Markttest	-	-	3	3,6	↑
Domp	2	3,3	1	1,2	↓
Multidados	1	1,7	-	-	↓
Total	60	100	83	100	

Total de entidades que depositaram sondagens: N=9 (2023); N=10 (2024).

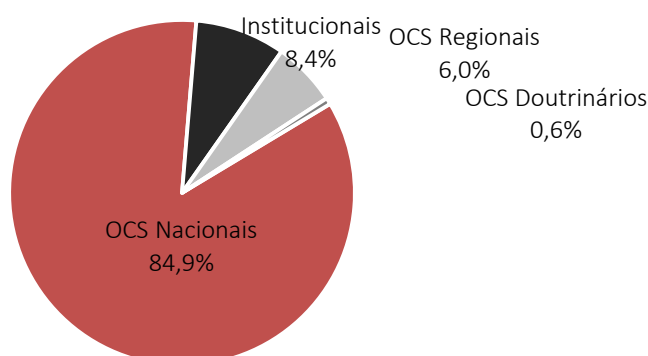
Na comparação com 2023 do número de entidades responsáveis pela realização das sondagens, verifica-se que existiu em 2024 mais uma empresa a depositar sondagens junto da ERC (Figura 2).

Oito empresas fizeram depósitos em ambos os anos (Aximage, Consumark2, Domp, ICS-ISCTE, Intercampus, Metris, Multidados, Pitagórica e UCP/CESOP). A Markttest, depois de não depositar sondagens em 2023, registou duas sondagens em 2024. Em sentido contrário, a Multidados, que tinha realizado um depósito em 2023, absteve-se de o fazer em 2024. Nota para a entrada da Duplimétrica, que, após obter a primeira credenciação no início de 2024, realizou 16 depósitos durante o ano – a maioria das quais (14) no âmbito de uma *tracking poll* legislativa.

À semelhança dos anos anteriores, verificou-se pluralidade nas empresas que realizaram tanto barómetros políticos regulares, como sondagens temáticas pré-eleitorais nacionais. Verifica-se um cenário de diversificação face a 2023, quando apenas duas empresas (Aximage e Intercampus) acumulavam 70 % dos depósitos. Em 2024 observa-se que as três empresas com maior número de depósitos (Intercampus, Aximage e Duplimétrica) acumularam apenas 60,3 % da quota dos estudos depositados.

A Intercampus, que em 2023 tinha sido responsável por 26,7 % dos depósitos, detendo o segundo lugar, passou em 2024 a ser, em números absolutos (n=18), a maior depositante, apesar de a sua quota ter descido para 21,7 %. Em sentido inverso, a Aximage, que esteve na origem de 43,3 % dos depósitos em 2023, passou em 2024 para segundo lugar, a par com a Duplimétrica, com 19,3 % do total de depósitos.

FIG.3 – TIPO DE CLIENTES DE SONDAGENS EM 2024 (%)



Total de depósitos N=83 (2024).

Total de clientes referenciados em depósitos N=166 (2024).

Total de clientes distintos N=33 (2024).

Do lado da procura, registou-se um aumento do número de clientes, de 25 em 2023, para 33 em 2024. Este aumento deveu-se ao leque mais alargado de clientes institucionais, que passaram de 6 em 2023 para 13 em 2024. Este aumento volta a colocar o número de clientes mais próximo da média, quando observado o período de atividade da ERC (desde 2006), que se cifra nos 32 clientes.

Os órgãos de comunicação social continuam a ser os grandes responsáveis pela contratação de sondagens (Figura 3). Destes, os órgãos de difusão nacional representam 84,9 % dos clientes de sondagens. De assinalar a existência de consórcios, o que leva a que para os 83 depósitos efetuados em 2024 existam 166 clientes distintos.

O número de sondagens encomendadas pelos serviços de programas de rádio e de televisão públicos aumentou significativamente. Em 2023, a RTP e a Antena 1 figuraram como contratantes em cinco e três depósitos de sondagens, respetivamente, um número que cresceu para 13 no caso da RTP e 9 no caso da Antena 1. Juntamente com o jornal Público, os serviços de programas de televisão e rádio da RTP encomendaram à UCP-CESOP oito sondagens pré-eleitorais de âmbito nacional e uma sondagem na região autónoma dos Açores. A RTP, no papel de contratante única, encomendou ainda à UCP-CESOP quatro sondagens à boca da urna (legislativas, europeias e regionais dos Açores e da Madeira).

O Grupo Media Capital (TVI e CNN Portugal) foi aquele que encomendou mais estudos de opinião durante 2024, num total de 19 estudos. A Duplimétrica foi a entidade responsável pela realização de 16 destes estudos, tendo os restantes sido contratados à Pitagórica (2) e à Aximage (1).

A Media Livre (Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios) foi o terceiro maior contratante, com 12 sondagens, das quais 10 correspondem ao barómetro mensal, produzido pela Intercampus, e duas a sondagens à boca da urna (legislativas e europeias).

Verificaram-se poucas alterações no panorama das sondagens encomendadas por órgãos de comunicação locais e regionais, à exceção da adição do Açoriano Oriental à lista de clientes.

Nota ainda para a existência de um órgão de comunicação social doutrinário, a Folha Nacional – propriedade do partido Chega – como cliente de estudos de opinião.

FIG.4 – CLIENTES REGISTRADOS NAS SONDAGENS DEPOSITADAS (2024)

OCS Nacionais (84,9 %)	N	OCS Regionais (8,4 %)	N	Institucionais (6,0 %)	N	OCS Doutrinários (0,6 %)	N
CNN Portugal	19	DN Madeira	3	Marktest, Marketing. Organização, Formação Lda.	2	Folha Nacional	1
TVI	19	88.8 FM	2	António Henriques, Consultores Lda.	1	--	--
RTP	13	JM-Madeira	2	Associação Nacional de Municípios Portugueses	1	--	--
Correio da Manhã	12	TSF Madeira	2	Fundação Francisco Manuel dos Santos	1	--	--
CMTV	12	Açoriano Oriental	1	Fundação Friedrich Ebert	1	--	--
Jornal de Negócios	12	--	--	Hill & Knowlton Portugal, S.A.	1	--	--
Antena 1	9	--	--	Instituto de Políticas Públicas – IPP/ISCTE	1	--	--
Diário de Notícias	9	--	--	Liga Bombeiros Portugueses	1	--	--
Público	9	--	--	Manuel António Fernandes Domingues	1	--	--
Jornal de Notícias	7	--	--	Ondas & Outeiros - Associação	1	--	--
TSF	7	--	--	Instituto Paraná Pesquisas	1	--	--
SIC	6	--	--	Povaddo	1	--	--
Expresso	4	--	--	SEDES	1	--	--
Nascer do Sol	3	--	--	--	--	--	--

Total de clientes distintos N=33 (2024);

Total de depósitos N=83 (2024);

Total de clientes referenciados em depósitos N=166 (2024);

Subtotais dos clientes referenciados em depósito por tipo de cliente: OCS Nacionais=141; Institucionais=14; OCS Regionais=10; OCS Doutrinários=1.

De entre os clientes institucionais, apenas a Fundação Francisco Manuel dos Santos aparece na listagem de clientes tanto em 2023 como em 2024. Observa-se diversidade de clientes, em que se incluem empresas privadas, associações e outras organizações sem fins lucrativos e, em um dos casos, a contratação de um estudo por um cidadão titular de um cargo político (Figura 4). Apesar deste acréscimo no número de clientes institucionais, estes continuam a representar uma fatia relativamente pequena (8,4 %) do total de sondagens depositadas.

Das dinâmicas acima explanadas, são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2024:

- A manutenção de um cenário de pluralismo ao longo do ano, no domínio da realização e publicação de barómetros políticos de âmbito nacional, mantendo-se algumas das parcerias observadas em 2023 (ICS-ISCTE para SIC e Expresso; Intercampus para Correio da Manhã TV, Correio da Manhã e Jornal de Negócios; CESOP-UCP para RTP e Público);
- A continuação da produção de sondagens pré-eleitorais pela Consulmark2 para o jornal Nascer do Sol até às eleições legislativas de março;
- A produção pela Duplimétrica de um tracking poll legislativo para a TVI e a CNN Portugal;
- Contexto de diversidade e pluralismo, idêntico ao observado nas sondagens pré-eleitorais legislativas, no âmbito das eleições para o Parlamento Europeu;
- O fim, em julho de 2024, da parceria entre o Diário de Notícias, Jornal de Notícias e TSF, iniciada em dezembro de 2020, para a contratação de sondagens regulares e temáticas à Aximage;
- A contratação pelo Diário de Notícias à Aximage, a partir de outubro, de sondagens políticas regulares;
- A manutenção do pluralismo na produção de sondagens de cariz regional, no âmbito das eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira, através de parcerias

distintas (Aximage para Diário de Notícias da Madeira e TSF Madeira; Intercampus para JM-Madeira e 88.8 FM; GFK/Metris para O Jornal Económico);

- A aceleração de depósitos de sondagens políticas relativas às eleições presidenciais e autárquicas calendarizadas para 2025.
- Foram sinalizadas para análise, em 2024, mais de 4500 peças publicadas por órgãos de comunicação social nas suas diversas plataformas (imprensa, televisão, rádio e internet), representando um aumento na casa dos 12 % face às peças sinalizadas em 2023.

3.TEMAS ABORDADOS

Num ano com eleições legislativas, europeias e regionais, na Madeira e nos Açores, a “Intenção e sentido de voto” destaca-se como o grande grupo temático com a maior presença nas sondagens depositadas em 2024, presente em 90,4 % do total de sondagens.

FIG.5 – PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS PELAS SONDAgens EM 2024

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos	(%)
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto (Presente em 90,4% dos depósitos)	Intenção de ir votar	56	67,5%
	Voto legislativo	53	63,9%
	Rejeição de voto	16	19,3%
	Voto europeu	13	15,7%
	Motivação/justificação do voto	12	14,5%
Grupo 1 - Atividade dos órgãos e atores políticos (Presente em 65,1% dos depósitos)	Expectativas em relação à ação governativa	21	25,3%
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos (Presente em 63,9% dos depósitos)	Imagem do Presidente da República	28	33,7%
	Imagem dos líderes partidários	27	32,5%
	Imagem do Primeiro-Ministro	22	26,5%
	Imagem do Governo	17	20,5%
	Imagem dos Tribunais	12	14,5%
	Imagem dos Ministros	11	13,3%
	Imagem do Parlamento	11	13,3%
	Imagem do Ministério Público (PGR)	11	13,3%
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios (Presente em 61,4% dos depósitos)	Previsão de resultados eleitorais	23	27,7%
	Expectativas eleitorais	18	21,7%
	Cenários Pós-Eleitorais	15	18,1%
	Posicionamento ideológico	14	16,9%

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 10 ocorrências.
Total de depósitos N=83 (2024). Total de temas distintos registados N=111 (2024).

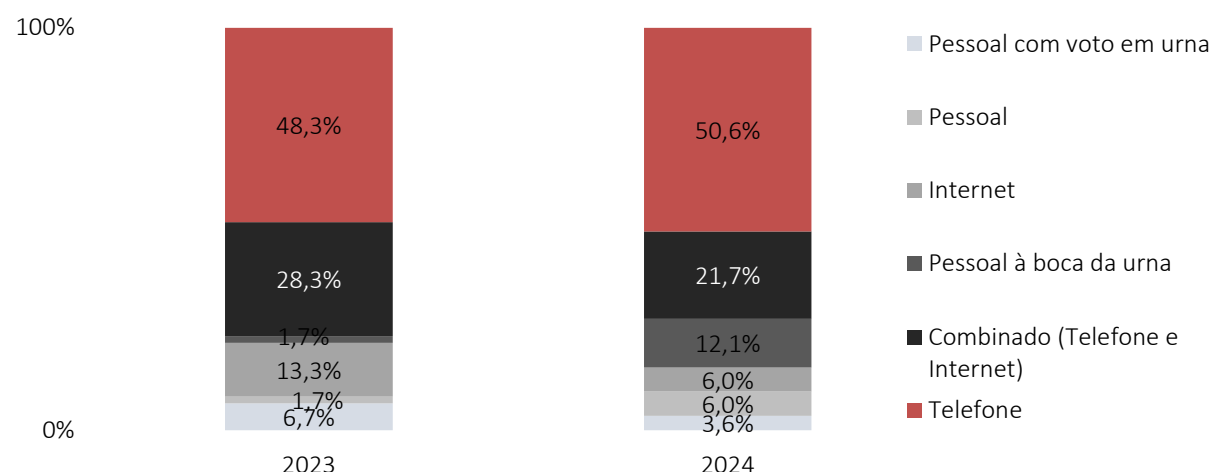
A “Atividade dos órgãos e atores políticos” foi abordada em 65,1 % das sondagens depositadas. Dentro deste grupo, “Expectativas em relação à ação governativa” foi o tema mais sondado, presente em 25,3 % de todas as sondagens depositadas.

O grande grupo temático “Avaliação dos órgãos e atores políticos” está representado em 63,9 % das sondagens. Ao contrário de 2023, quando a “Imagem dos líderes partidários” foi o tema mais representado dentro deste grupo, a “Imagem do Presidente da República” foi em 2024 o tema mais repetido, com uma frequência de 33,7 %, passando a “Imagem dos líderes partidários” para segundo lugar (32,5 %), seguido da avaliação das imagens do primeiro-ministro (26,5 %), do governo (20,5 %) e dos ministros (13,3 %) (Figura 5).

4. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

De uma forma geral, observa-se que as entidades credenciadas apresentam diversidade metodológica na construção das suas amostras, empregando diferentes combinações de métodos e técnicas, cientificamente validadas.

FIG.6 – PERCENTAGEM DE SONDAGENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (2023-2024)



Total de depósitos: N=60 (2023); N=83 (2024).

No que concerne às técnicas de recolha da informação utilizadas nas sondagens depositadas, 2024 seguiu o padrão dos anos precedentes, observando-se que 78,3 % dos estudos depositados foram realizados através de entrevistas não presenciais (Figura 6). No total, foram realizadas 261 671 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas produzidas para divulgação pública, tendo sido efetuadas e validadas mais 210 073 entrevistas do que no ano precedente.

A maioria destas entrevistas, perto de 75 %, foram conduzidas no âmbito de sondagens realizadas à boca da urna, nos dias das eleições legislativas (Assembleia da República e Assembleias Regionais dos Açores e Madeira) e das eleições para o Parlamento Europeu.

A entrevista telefónica continua a ser a técnica de recolha de informação mais utilizada, presente em metade das sondagens depositadas em 2024 (50,6 %). A Intercampus e o CESOP-UCP utilizam, normalmente, a entrevista telefónica nas sondagens regulares realizadas no âmbito das suas parcerias com órgãos de comunicação social. Ainda no domínio das entrevistas não presenciais, uma categoria que tem vindo a ganhar peso nos últimos anos são as sondagens através de técnicas combinadas (entrevistas telefónicas, através de CATI, com entrevistas online, via CAWI). A Aximage continua a ser a entidade credenciada que mais recorre à combinação de técnicas na recolha da informação, sendo, no entanto, manifesto o aumento do número de empresas a depositar sondagens com amostras combinadas. De uma forma geral, as entrevistas *online* ocorrem junto dos mais jovens, sendo as entrevistas telefónicas utilizadas nos escalões etários mais avançados.

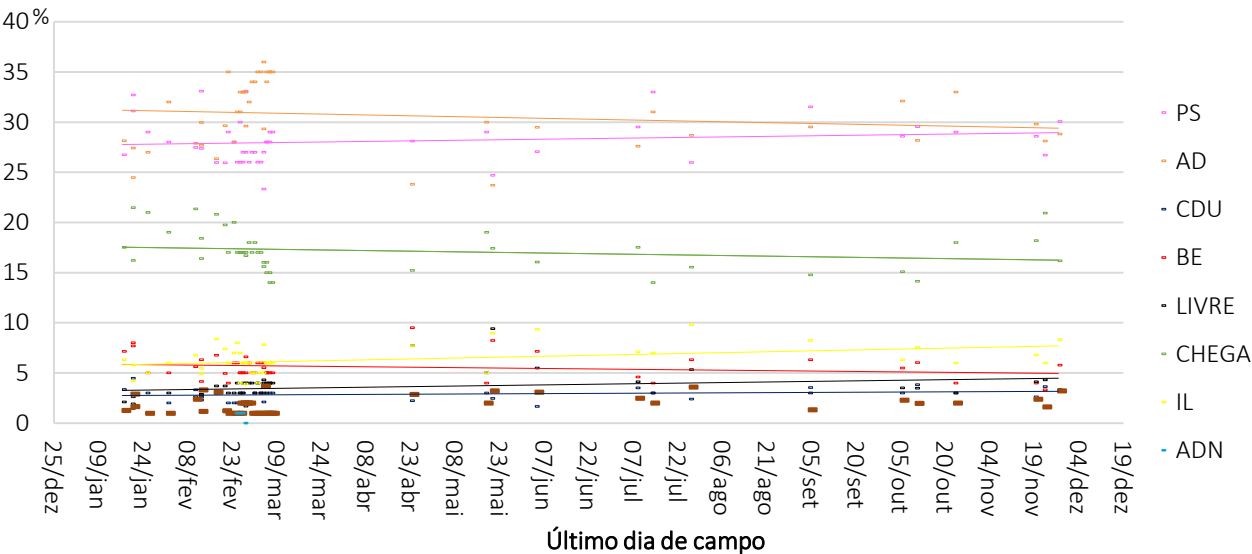
Quanto aos métodos presenciais, as técnicas de recolha de informação mais utilizadas foram as entrevistas pessoais à boca da urna (em 12,1 % dos depósitos), realizadas em dias de atos eleitorais pelo CESOP/UCP, Intercampus, Metris e Pitagórica. Destaque para o ICS/ISCTE, por ser a única entidade a realizar regularmente sondagens de âmbito continental através de entrevistas pessoais.

5.OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2024

Refletindo o elevado número de atos eleitorais que se realizaram em 2024, 75 das 83 sondagens depositadas na ERC durante o ano abordaram a intenção e o sentido do voto dos eleitores (90,4 %), um substancial aumento comparado com os 71,7 % registados em 2023.

A maioria visou o voto legislativo (53), duas de âmbito regional, conduzidas pela Aximage na Madeira, e as restantes de âmbito continental ou nacional. Tendo as eleições legislativas decorrido a 10 de março, verifica-se uma concentração na realização de sondagens nas últimas três semanas até ao dia do ato eleitoral (31).

FIG.7 – TENDÊNCIA DA EVOLUÇÃO DAS INTENÇÕES DE VOTO LEGISLATIVO EM 2024



Depósitos de sondagens, com trabalho de campo realizado em 2024 e com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas para a Assembleia da República: N=46 (2024). Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes. No caso onde existem resultados espontâneos e estimulados, são apresentados os resultados espontâneos.

Seis empresas depositaram sondagens pré-eleitorais sobre a intenção de voto legislativo: Aximage, Consulmark2, ICS-ISCTE, Intercampus, Duplimétrica e UCP-CESOP (Figura 7). No conjunto de empresas que fizeram sondagens sobre as legislativas de 10 de março, juntam-se ainda a Metris e a Pitagórica, responsáveis pela realização de duas sondagens à boca da urna.

A Duplimétrica depositou 15 sondagens pré-eleitorais com intenção de voto legislativo, 14 das quais no âmbito da *tracking poll* conduzida, para a TVI e CNN Portugal, nas duas semanas que antecederam o dia da eleição.

A Intercampus depositou 11 sondagens pré-eleitorais, 10 das quais como parte do barómetro mensal realizado regularmente para o Correio da Manhã, a CMTV e o Jornal de Negócios.

As intenções de voto nas eleições regionais foram alvo de oito sondagens, seis delas realizadas em período pré-eleitoral. Na Madeira, foram realizadas quatro sondagens pré-eleitorais, duas pela Aximage para o DN Madeira e TSF Madeira e duas pela Intercampus para o JM-Madeira e a rádio 88.8 FM. Já nos Açores, as duas sondagens pré-eleitorais foram conduzidas pela Aximage para a

Açormedia. Foi também depositada uma sondagem à boca da urna em cada uma das Regiões Autónomas, ambas contratadas pela RTP ao CESOP-UCP.

Aos estudos centrados nas eleições legislativas, nacionais ou regionais, acresce a presença de quatro estudos sobre o sentido de voto em eleições presidenciais, três da responsabilidade da Intercampus, para o Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios e uma da Aximage para a TVI e CNN Portugal.

Relativamente às eleições para o Parlamento Europeu foram realizadas 13 sondagens, incluindo quatro estudos à boca da urna, depositadas junto da ERC no período entre 18 de abril e 9 de junho (a data em que se realizaram as eleições).

FIG.8 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA AS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS DE 2024

		%								
		AD	PS	Chega	IL	BE	CDU	L	PAN	ADN
		28,02	28,00	18,07	4,94	4,36	3,17	3,16	1,95	1,58
Projeções sondagens à boca da urna	Intercampus	[27,2;33,2]	[23,8;29,8]	[15,6;20,6]	[3,3;7,3]	[2,7;6,7]	[1,2;5,2]	[2,1;6,1]	[0,5;3,5]	[0,0;2,9]
	Metris	[27,6;31,8]	[24,2;28,4]	[16,6;20,8]	[4,1;7,3]	[3,2;6,4]	[1,3;4,5]	[2,3;4,9]	[0,5;3,1]	
	Pitagórica	[28,0;33,0]	[24,5;29,5]	[16,6;21,6]	[3,3;6,3]	[3,0;6,0]	[2,3;5,3]	[2,2;5,2]	[0,8;2,8]	
	UCP/CESOP	[29,0;33,0]	[25,0;29,0]	[14,0;17,0]	[5,0;7,0]	[4,0;6,0]	[2,0;4,0]	[3,0;5,0]	[1,5;2,5]	[0,5;1,5]

Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-Geral da Administração Interna. Acedido a 13 de maio de 2025 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/legislativas2024/resultados/globais>

FIG.9 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA AS ELEIÇÕES EUROPEIAS DE 2024

		%								
		PS	AD	Chega	IL	BE	CDU	L	ADN	PAN
Resultados eleitorais_		32,08	31,11	9,79	9,08	4,26	4,12	3,76	1,37	1,22
Projeções sondagens à boca da urna	Intercampus	[27,2;33,2]	[26,9;32,9]	[7,5;11,5]	[8,3;12,3]	[3,1;6,1]	[2,3;5,3]	[3,0;6,0]	[0,4;2,4]	[0,3;2,3]
	Metris	[29,2;33,6]	[28,4;32,8]	[7,5;10,9]	[8,1;11,5]	[2,8;5,8]	[2,8;5,8]	[2,9;5,9]	--	[0,4,0;2,0]
	Pitagórica	[27,7;33,7]	[26,0;32,0]	[6,6;12,6]	[8,3;12,3]	[3,0;7,0]	[2,0;6,0]	[2,5;6,5]	--	[0,7;2,7]
	UCP/CESOP	[28,0;34,0]	[28,0;33,0]	[8,0;12,0]	[8,0;12,0]	[3,0;5,0]	[3,0;5,0]	[3,0;5,0]	[1,0;2,0]	[1,0;2,0]

Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-Geral da Administração Interna. Acedido a 13 de maio de 2025 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/europeias2024/resultados/globais>

FIG.10 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA AS ELEIÇÕES REGIONAIS DA MADEIRA 2025

		%								
		PPD/PSD	PS	JPP	Chega	CDS	IL	PAN	CDU	BE
Resultados eleitorais		36,13	21,32	16,89	9,23	3,96	2,56	1,86	1,63	1,41
Projeções sondagens à boca da urna	UCP/ CESOP	[33,0;38,0]	[21,0;25,0]	[16,0;19,0]	[8,0;11,0]	[2,0;5,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]

Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-Geral da Administração Interna. Acedido a 13 de maio de 2025 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/regionais-madeira2024/resultados/territorio-nacional>

FIG.11 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA AS ELEIÇÕES REGIONAIS DOS AÇORES 2025

		%						
		PSD/CDS/PPM	PS	Chega	BE	IL	PAN	CDU
Resultados eleitorais		42,08	35,91	9,19	2,54	2,15	1,65	1,58
Projeções sondagens à boca da urna	UCP/ CESOP	[40,0;45,0]	[32,0;37,0]	[8,0;11,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]

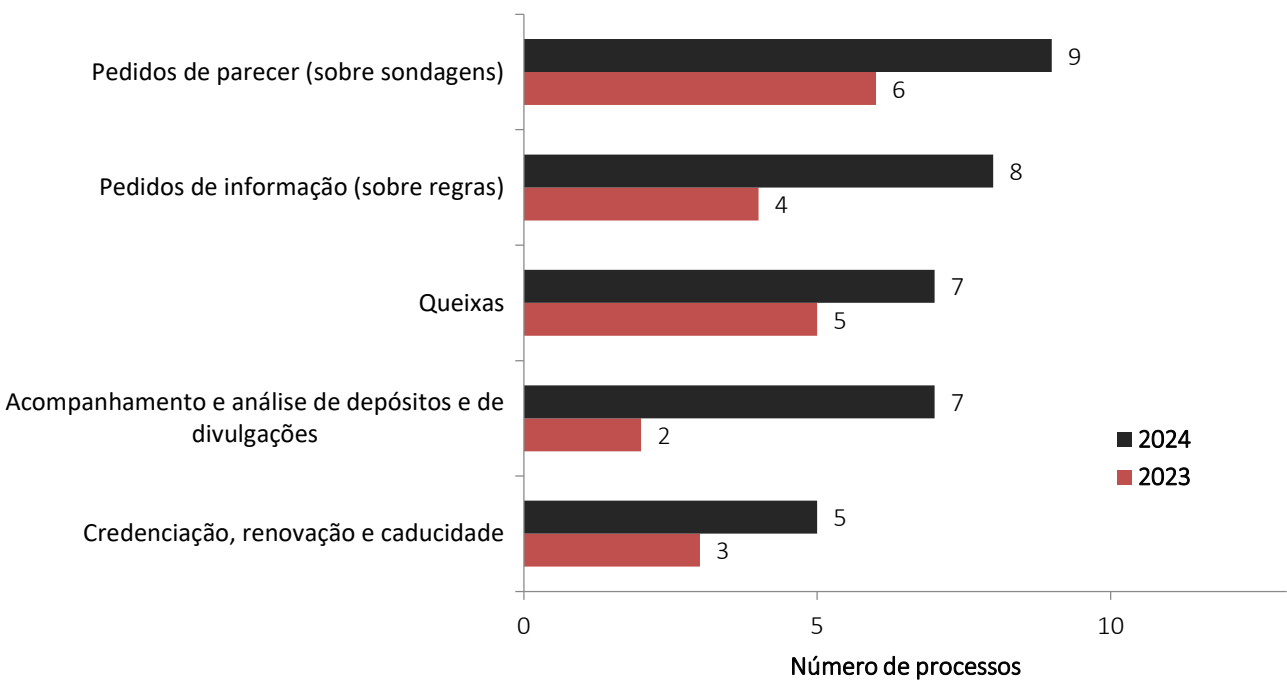
Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-Geral da Administração Interna. Acedido a 13 de maio de 2025 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/regionais2024/resultados/territorio-nacional>

Foram realizadas, em 2024, 10 sondagens pós-eleitorais (boca da urna) (Figuras 8, 9, 10 e 11). Em todas as eleições realizadas, a média global das diferenças entre o ponto médio dos intervalos das sondagens à boca da urna e os resultados finais foi inferior a um ponto percentual, o que é um indicador de elevada precisão. O valor da média global dos desvios situou-se nos 0,8 p.p., no caso das eleições legislativas, 0,6 p.p., nas eleições para o Parlamento Europeu e nas legislativas da Madeira e 0,5 p.p., nas legislativas dos Açores.

5. PROCEDIMENTOS

Em 2024 foram desencadeados 36 processos, número expressivamente superior aos dois anos precedentes (20 em 2023 e 21 em 2022) (Figura 12).

FIG.12 – NÚMERO DE PROCESSOS DESENCADEADOS (2023 E 2024)



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=20 (2023); N=36 (2024).

Os pedidos de parecer sobre sondagens foram o motivo mais frequente para o desencadeamento destes processos (9), seguidos pelos pedidos de informação relativos às regras aplicáveis aos estudos de opinião (8) e pelas queixas (7).

Merece destaque a deliberação ERC/2024/324 (SOND-NET), resultante de uma das queixas analisadas, e em que estava em causa a publicação de estudos de opinião pela Intrapolls na rede social "X" (ex-Twitter), entre novembro de 2023 e abril de 2024, respeitantes a intenções de voto nas eleições legislativas e europeias de 2024. O teor desta deliberação é apresentado em detalhe no capítulo deste relatório "Deliberações doutrinárias", na secção 2.5, relativa à aplicabilidade da lei das sondagens à divulgação de inquéritos de opinião em redes sociais.

Face ao ano anterior, 2024 registou um aumento de dois para sete no número de processos desencadeados pelo acompanhamento dos serviços da ERC aos depósitos e divulgações de estudos de opinião.

Aumentou também o volume de processos encerrados – de 16 em 2023 para 39 em 2024. Desses, 33 tinham sido iniciados em 2024, o que resulta em uma taxa de conclusão dos processos no mesmo ano de 84,6 %, valor superior ao apurado para 2023 (80 %). Entre os processos encerrados, destacam-se os iniciados por queixas (7), os pedidos de informação relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (6) e os pedidos de parecer sobre sondagens (6).

À semelhança de anos anteriores, a ERC procurou atuar com uma lógica preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. Complementarmente, e com conteúdos dirigidos tanto aos órgãos de comunicação social, como ao público em geral, foram lançados materiais informativos, de literacia mediática, sobre sondagens e inquérito de opinião em contexto eleitoral¹.

¹ <https://www.erc.pt/pt/eleicoes-2024/materiais-informativos/>

GLOSSÁRIO

Âmbito geográfico das amostras	Nacional - sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas; Continente - sondagens realizadas em Portugal continental; Regional - sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores); Local - sondagens de âmbito concelhio; Lisboa e Porto - sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto; Lista - sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa que consubstancia a divulgação de determinada sondagem previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel; Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular; CATI - Entrevistas telefónicas assistidas por computador; CAWI - Entrevistas web assistidas por computador; CAPI - Entrevistas pessoais assistidas por computador; Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada; Pessoal - sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal; Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral; Postal - estudos com entrega e receção dos questionários por via postal; Correio electrónico - estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico; Internet - estudos realizados online através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de seleção das amostras	Aleatório - método de seleção 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; Quotas - método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública.
Tipo de suporte	Imprensa - órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local; Rádio - órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais; Televisão - serviços de programas, generalistas ou temáticos; Internet - portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet.

Temas de Intervenção Regulatória

Proteção e Capacitação dos Públicos

- . Literacia Mediática
- . Acessibilidade dos serviços televisivos
e serviços audiovisuais a pedido
- . Publicidade televisiva e níveis de volume sonoro

LITERACIA MEDIÁTICA

1. VISÃO GLOBAL

Uma retrospectiva relativa à intervenção da ERC no campo da literacia mediática em 2024 faz sobressair, alinhada com os ["10 eixos estratégicos para o mandato 2023-2028"](#), a decisão do Conselho Regulador, no final do ano, de fortalecer uma área de trabalho com cerca de 15 anos através da autonomização da Unidade de Literacia Mediática.

No âmbito da cooperação estratégica em termos de políticas públicas, o regulador é convocado para o Conselho Consultivo do [Plano Nacional de Literacia Mediática \(PNLM\)](#), revogado em agosto e substituído, já em 2025, pelo [Plano Nacional de Literacia Mediática - Estratégia 2025-2029](#).

No que respeita o foco temático das iniciativas da ERC, prevaleceram as que abordaram o discurso de ódio (sobretudo ações de sensibilização) e a desinformação *online* (destaque para uma campanha europeia no contexto das eleições para o Parlamento Europeu e para a produção de recursos informativos a propósito das legislativas nacionais).

O retrato do ano também se fez com a manutenção do investimento em iniciativas assentes em colaborações nacionais (sobretudo realizadas com o Grupo Informal sobre Literacia Mediática – GILM) e internacionais (maioritariamente no contexto do ERGA - European Regulators Group for Audiovisual Media Services, atual EBMS ou European Board for Media Services). No caso das primeiras, salienta-se a Operação "7 Dias com os Media 2024". No das segundas, a participação no [Media Literacy Best Practices in the European Union – A Handbook of inspirational initiatives](#), com partilha de práticas de literacia mediática dos reguladores.

No plano nacional iniciou-se um processo de maior colaboração com as bibliotecas públicas, através das instituições mais representativas (a nível nacional)¹, e realizaram-se novas iniciativas de literacia fílmica e audiovisual com o Plano Nacional de Cinema (PNC), que passou a integrar o GILM como membro permanente. No plano internacional, a ERC colaborou com as entidades congéneres de países com expressão portuguesa - [Angola](#), [Cabo Verde](#), [Moçambique](#) ². A convite do European Digital Media Literacy Observatory (EDMO), o regulador decidiu subscrever as *EDMO Guidelines for Effective Media Literacy Initiatives*³.

1 A Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas (DGLAB) e, através desta, com a Rede Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP), e com a Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas, Profissionais da Informação e Documentação (BAD). A ERC realizou esses contactos em parceria com a Rede de Bibliotecas Escolares (RBE), com reflexo em iniciativas conjuntas em 2025.

2 Convidadas a integrar, na qualidade de embaixadores, a Operação "7 Dias com os Media", em que também participou [Rita Rola, vogal do Conselho Regulador da ERC](#).

3 Um conjunto de princípios práticos e flexíveis, elaborado pelo próprio EDMO com contribuições de especialistas e redes europeias e os EDMO Hubs, cujo objetivo principal é orientar qualquer pessoa ou organização da sociedade civil a formuladores de política, dos media às tecnológicas —na conceção, execução e avaliação de projetos de literacia mediática..

2. POLÍTICAS PÚBLICAS

No percurso realizado até então é possível identificar momentos em que o regulador colaborou diretamente com a formulação de projetos e iniciativas que podem ser enquadrados na área das políticas públicas de literacia mediática.⁴ Relativamente a 2024, destaca-se a aprovação do Plano Nacional de Literacia Mediática (PNLM) 2024-2029 (cf. “Ambiente legal e regulatório”, capítulo “Contexto Europeu e Nacional”, secção 3.3).

No âmbito do Conselho Consultivo de Acompanhamento, a ERC participou na formulação do [Plano Estratégico](#) do PNLM e do respetivo [Plano de Atividades para 2024](#). O Plano Estratégico foi assente em quatro eixos estratégicos – 1) Educação e Formação; 2) Participação e Inclusão; 3) Cooperação 4) Monitorização e Inclusão. A RCM que determinou a criação deste primeiro PNLM apresentava um conjunto de nove linhas orientadoras que determinaram a organização do Plano Estratégico acima referido, onde sobressaía o compromisso com o investimento na promoção da literacia mediática da comunidade educativa (alunos de todos os níveis e ciclos de ensino, bem como do pessoal docente) e segmentos da população com menores índices de literacia mediática, a valorização da comunicação social (e a aproximação ao setor dos *media*), a participação dos cidadãos, com uma preocupação particular para a participação crítica e isenta de discurso de ódio.

Ficou estabelecido que a ERC integraria a equipa de instituições que formalmente iriam contribuir para a sua execução, quer através da coordenação de iniciativas, com destaque para o mapeamento de medidas e atividades de promoção e desenvolvimento da literacia mediática em Portugal (no contexto da sua competência prevista no artigo 93.º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), bem como através de iniciativas desenvolvidas em colaboração com o GILM – a operação “7 Dias com os *Media*”, o Congresso Literacia, *Media* e Cidadania e os FILM - Fóruns Informais sobre Literacia Mediática. Nesse âmbito, a ERC participaria ainda iniciativas a desenvolver entre o PNLM e os parceiros.

Do trabalho do Conselho de Acompanhamento, resultou a proposta de criação de seis grupos de trabalho, a saber:

- 1) Livro branco com orientações para o ensino superior
- 2) Atualização de classificações do agregador LEME e modo de funcionamento
- 3) Regulamentação relativa a acesso, linguagem e segurança; Linhas orientadoras para públicos de diferentes sectores; linhas orientadoras para empresas
- 4) Linhas orientadoras para famílias
- 5) Campanhas publicitárias – discurso de ódio, verificação de factos, pirataria, cibersegurança, inteligência artificial
- 6) Definição de critérios de qualidade para ações no âmbito da literacia mediática

⁴ Em anos anteriores, destaca-se a participação da ERC no projeto de criação do agregador de conteúdos [LEME – Literacia e Educação para os Media em Linha](#) (cf. Relatórios de Regulação 2020 e 2021) e a colaboração com a revisão do Referencial de Educação para os Media, documento orientador da área da educação para os media em Portugal (vide Relatórios de Regulação 2021 e 2022)

O objetivo destes grupos de trabalho era concretizar propostas no quadro das áreas do PNLM identificadas como de maior necessidade de investimento, bem como às iniciativas previstas no âmbito da ação conjunta entre o PNLM e os parceiros do Conselho Consultivo.

Com a revogação do primeiro PNLM, coordenado pelo Plano Nacional de Leitura, e a criação de um novo Plano Nacional atribuída à #PortugalMediaLab, o processo de definição de uma política de âmbito nacional viria a ser retomado já em 2025, com o lançamento de uma consulta pública em fevereiro (a pronúncia da ERC sobre o novo projeto de PNLM será abordada no próximo Relatório de Regulação).

Pelas suas atribuições legais em matéria de literacia mediática e pelo percurso realizado em prol da defesa da literacia mediática como política pública fundamental, a articulação com o PNLM é de interesse para a ação do regulador, bem como para a multiplicidade de agentes que atuam ou pretendem atuar com vista à melhoria das competências de literacia mediática.

Relativamente ao PNLM, a ERC teve oportunidade de partilhar o avanço desta política pública no contexto das plataformas de reguladores em que participa, de modo a atualizar as entidades congéneres quanto ao enquadramento que a área passou a receber no contexto nacional.

3. DESINFORMAÇÃO E DISCURSO DE ÓDIO

Sendo certo que desde o início da sua intervenção na área da literacia mediática, a ERC procurou diversificar essa intervenção no que respeita as temáticas abordadas nas iniciativas que passou a promover, também é verdade que, sobretudo a partir de 2019/2020 passou a haver um maior investimento em iniciativas com foco na temática da **desinformação**. Essa orientação resulta das exigências contextuais vividas desde então (desinformação em torno da pandemia de COVID-19, desinformação associada a processos eleitorais, a conflitos armados), bem como do alinhamento com as políticas da União Europeia no combate à desinformação *online*.

3.1. DESINFORMAÇÃO: CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO EUROPEIA E DISPONIBILIZAÇÃO DE RECURSOS INFORMATIVOS

Uma das dimensões da literacia mediática previstas nos “10 eixos estratégicos para o mandato 2023-2028” é a prevenção e o combate à desinformação. Na atuação da ERC, em 2024, além das tendências se acima identificadas, que marcam os últimos quatro anos (e sobre as quais foram desenvolvidas múltiplas iniciativas para públicos diversificados), salientaram-se duas novidades: a participação numa **campanha de combate à manipulação de âmbito europeu** e a disponibilização no site do regulador de **recursos informativos** de sensibilização para o tema.

Com efeito, no âmbito da participação do regulador nos grupos de trabalho do ERGA – em particular no Subgrupo 3 (designado “Countering disinformation and strengthening democracy”) e no Grupo de Ação dedicado à literacia mediática – foi preparada, em articulação com a Comissão Europeia – uma **campanha de sensibilização relativamente à manipulação de informação em particular em ambiente digital**. A iniciativa foi tornada pública em maio, sensivelmente um mês antes das eleições para o Parlamento Europeu, realizadas entre 6 e 9 de junho de 2024. Aliás, esse ato eleitoral serviu de contexto à campanha, com o objetivo de contribuir para consciencializar os

cidadãos da União Europeia para a existência de campanhas de manipulação informativa e os impactos que as mesmas podem trazer para a democracia.

Os grupos de trabalho do ERGA acima especificados em que a ERC participou tiveram a seu cargo participar na definição e revisão da proposta de *script* para o vídeo da campanha e na sua tradução para os idiomas dos diferentes Estados Membros. A inclusão de *voz off* nas diferentes línguas da União Europeia foi assegurada através de um sistema de inteligência artificial.

Inicialmente pensada para ser disseminada através (e com o apoio) das principais plataformas digitais, a ERC propôs que a mesma pudesse ser divulgada também através dos operadores de televisão, partindo do entendimento que a televisão continua a ter um papel fundamental no alcance de diferentes públicos, considerando-se essencial para alcançar e alertar nomeadamente aqueles que possam ter menor acesso aos *media* digitais e/ou um menor conhecimento do modo como funciona a disseminação de desinformação *online*. Tendo sido aceite a inclusão das televisões, a equipa da Comissão Europeia que apoiou a conceção do vídeo de suporte à campanha teve o cuidado de o disponibilizar em formatos que pudessem ser por elas exibidos.

Em Portugal, a ERC decidiu convidar todos os **operadores de televisão com serviços de programas classificados como generalistas** – RTP, SIC, TVI, CMTV e Porto Canal – sendo que todos aceitaram colaborar na disseminação do vídeo, ficando o número e horário das exibições ao critério de cada operador.

A tabela seguinte contém dados disponibilizados à data pelos operadores televisivos nacionais que difundiram a campanha.

FIG.1 – INFORMAÇÕES RELATIVAS À DIVULGAÇÃO POR OPERADORES DE TELEVISÃO NACIONAIS DA CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO CONTRA A MANIPULAÇÃO PROMOVIDA EM 2024 PELA COMISSÃO EUROPEIA E O ERGA

Designação dos operadores aderentes à campanha	Tipo de operador	Período de disseminação da campanha	Outros comentários
RTP	Operador de serviço público	23 a 29 de maio	Exibido como publicidade institucional
SIC	Operador privado	23 de maio a 7 de junho	Exibido como publicidade institucional (em espaços de spots promocionais)
TVI	Operador privado	30 de maio a 7 de junho	Exibido como publicidade institucional; Ofereceram visibilidade nos seus canais digitais: 25.000 impressões de preroll
CMTV	Operador privado	21 de maio a 7 de junho	Exibido como publicidade institucional
Porto Canal	Operador privado	22 de maio a 7 de junho	Exibidos como publicidade institucional

Ainda no que respeita a disseminação da versão portuguesa do vídeo da campanha, a pedido do regulador do Luxemburgo, a ERC disponibilizou o vídeo aos operadores televisivos daquele país, visando alcançar diretamente as comunidades portuguesas a viver no Luxemburgo.

A temática da desinformação também foi trabalhada no contexto da *task-force* interna do regulador, a propósito das **eleições legislativas antecipadas marcadas para 10 de março de 2024**. Foram criados materiais informativos dirigidos a diferentes públicos, que a ERC passou a disponibilizar no seu *site*.

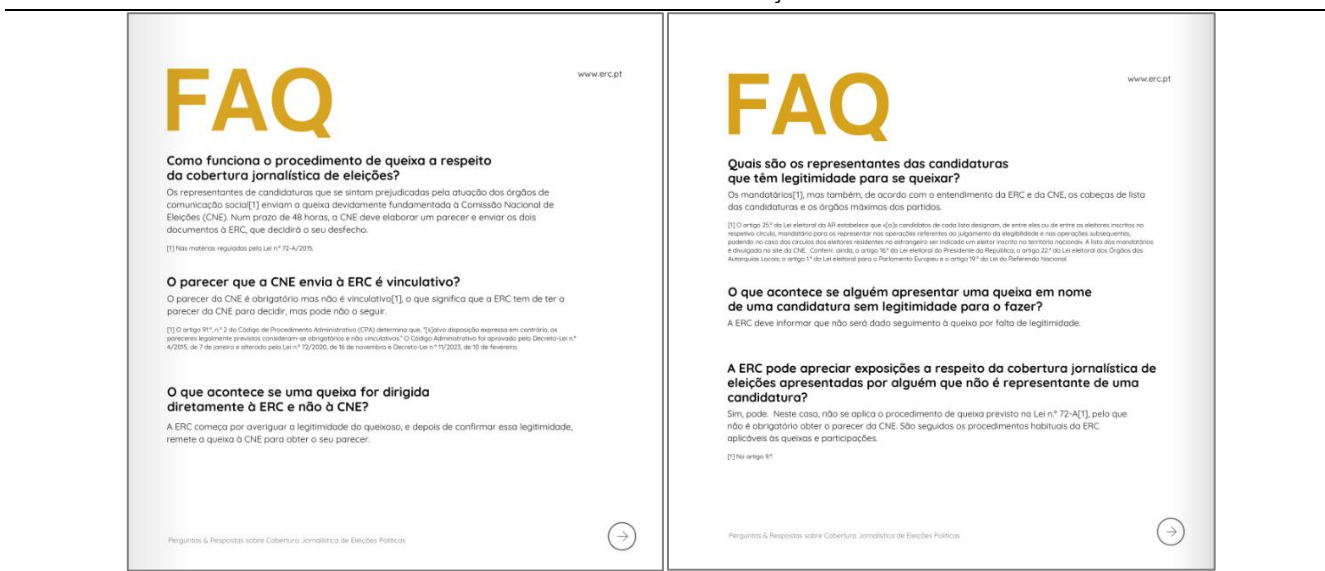
No que respeita explicitamente os que abordam a temática da desinformação, foram criados:

- O cartaz - "Protege-te da Desinformação!" – destinado a públicos mais jovens
- O post para redes sociais - "Usa o Teu Sentido Crítico contra a desinformação" – destinado a públicos mais jovens
- O cartaz - "Proteja-se da Desinformação Online" – destinado ao público adulto
- O post para redes sociais "Proteja-se da Desinformação"

Foi também criado um recurso sobre a legislação inerente à cobertura jornalística de eleições e três materiais informativos com o intuito de ajudar a perceber melhor o modo como funcionam as sondagens políticas, nomeadamente o processo inerente à sua divulgação pelos órgãos de comunicação social e à leitura das mesmas, como forma do cidadão se poder proteger, entre outros, relativamente a fenómenos como o da disseminação de falsas sondagens.

Foi proposto um documento de [FAQ \(Frequently Asked Questions\)](#): O objetivo deste recurso é ajudar a clarificar, em particular junto da comunicação social com atividade jornalística, as principais perguntas e respostas referentes à aplicabilidade da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, que estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística de eleições. Foi partilhada uma versão deste documento com os operadores de rádio e televisão que, nesse contexto, participaram em reuniões com a ERC.

FIG.2 – EXEMPLOS DE PERGUNTAS QUE CONSTAM DO DOCUMENTO DE FAQ SOBRE A COBERTURA JORNALÍSTICA DE ELEIÇÕES



Na área das sondagens, os três materiais informativos disponibilizados foram os seguintes:

- O cartaz – "Como saber se uma sondagem política é credível?" – destinado ao público em geral
- O cartaz – "Como divulgar sondagens políticas?" – destinado à comunicação social, mas considerado de interesse para o público em geral
- O cartaz - "Como ler uma sondagem política?" – destinado ao público em geral

3.2. DISCURSO DE ÓDIO: INICIATIVAS DE SENSIBILIZAÇÃO

Sobretudo a partir de 2023, a ERC também passou a investir na realização de ações de sensibilização relacionadas com a temática do **discurso de ódio nos *media***, em particular em ambientes *online*.

Em termos da abordagem regulatória, este tema surge naturalmente ligado, uma vez mais, ao contexto europeu de regulação das grandes plataformas digitais que, recorde-se, em maio de 2016, como prevenção da disseminação de discursos de ódio, foram incentivadas pela Comissão Europeia a estabelecer um compromisso – o Código de Conduta para combater o discurso de ódio ilegal *online*. Desde então a lista de empresas que aderiram ao código alargaram-se e, a partir de janeiro de 2025, o Código que passou ter uma versão revista (Código de Conduta para combater o discurso de ódio ilegal *online* +), na sequência de uma avaliação positiva da Comissão Europeia e do European Board for Digital Services, passou a fazer parte do quadro regulamentar subjacente ao Regulamento dos Serviços Digitais (RSD).

Em 2024, a temática é abordada no trabalho de literacia mediática do regulador também ao nível da organização e dinamização de iniciativas promovidas no contexto do GILM. Com efeito, o grupo decidiu evidenciar a temática como foco da edição desse ano da operação “7 Dias com os *Media*” com o mote “Discursos de ~~ódio~~ (paz) em tempos de guerra”. Recorde-se que esta operação- que se apresenta como a semana portuguesa de promoção da literacia mediática - é uma iniciativa anual (promovida desde 2013) em que toda sociedade é convidada a dinamizar e/ou a participar em iniciativas/projetos de literacia mediática, simbolicamente dando-lhes particular destaque sempre na mesma semana: 3 a 9 de maio, 3 dia mundial da liberdade de imprensa e dia 9, dia da Europa. No contexto das atividades GILM, em 2024 a ERC voltou a ser parte ativa na organização e dinamização, através da integração do grupo de trabalho que o Grupo dedicou à operação. Entre as atividades que acolheram um maior envolvimento por parte do regulador destacam-se:

- O evento de lançamento da operação no dia 23 de janeiro, numa sessão pública de apresentação da edição do ano realizada a partir da Biblioteca Orlando Ribeiro, em Lisboa e disseminada *online* no canal Youtube do GILM.
Além de se chamar a atenção para os objetivos e oportunidades da iniciativa, foi promovido um debate moderado pelo jornalista Francisco Sena Santos em que participaram António Mateus, jornalista da RTP, Maria Inácia Rezola, Comissária Executiva da Comissão Comemorativa 50 Anos 25 de Abril, Tomás Grencho da Linha Internet Segura e Marisa Torres da Silva, Professora da FCSH / Universidade Nova⁵. Presencialmente participaram na iniciativa mais de 100 alunos de quatro agrupamentos escolares de Lisboa: Agrupamento de Escolas das Piscinas, Agrupamento de Escolas Vergílio Ferreira, Agrupamento de Escolas de Benfica, Agrupamento de Escolas das Laranjeiras e Agrupamento de Escolas D. Filipa de Lencastre. A iniciativa foi acompanhada em direto, *online*, por participantes de outras regiões de país, sobretudo agrupamentos escolares.
- Na organização, em parceria com o Plano Nacional de Cinema, de uma *Matiné de Cinema e Literacia Fílmica - Arranque 7 dias com os *media* 2024*, com exibição do filme francês “Uma turma difícil” (título original “Les Héritiers”), uma realização da cineasta Marie-Castille

⁵ Recorde-se que esta investigadora colaborou com a ERC precisamente a propósito da temática do discurso de ódio através do desenvolvimento do estudo “Discurso de Ódio, Jornalismo e Participação das Audiências - Enquadramento, Regulação e Boas Práticas”, apresentado publicamente no dia 31 de março de 2022.

Mention-Schaar recomendada pelo PNC. Realizada no dia 3 de maio de 2024, no auditório da Escola Secundária Vergílio Ferreira, em Lisboa, a iniciativa, igualmente partilhada online como recurso, incluiu um debate para desconstrução do filme com os alunos e professores da escola. Para esse debate foram convidados Andreia Friaças, jornalista e apresentadora do programa Radar XS, Eduardo Amado, realizador, fotógrafo e formador, e Ricardo Presumido, historiador e professor de História, fundador e vice-presidente da fundação Memoshoá.

Em outubro de 2024, após um balanço positivo do formato escolhido para o arranque da operação “7Dias com os *Media*”, a ERC, a DGE e o PNC, enquanto membros do GILM, envolveram-se na organização de uma iniciativa semelhante, no caso destinada a trabalhar o discurso de ódio associado ao combate ao *bullying* e ao *cyberbullying* em contexto escolar. “BULLYING: debater sobre o modo como é retratado no cinema e em outros *media*” foi a designação escolhida a nova matiné de literacia fílmica, no caso dinamizada no dia 22 de outubro a partir da Escola Secundária Camões, em Lisboa e igualmente partilhada como recurso online.

Em termos concetuais o objetivo desta sessão foi precisamente partir de um filme sobre a temática (disponível na plataforma do PNC) - “Recreio” (“Un Monde” no original, 2021) da realizadora belga Laura Wandel – para proporcionar uma sessão de reflexão crítica acerca do modo como este fenómeno é representado não só em conteúdos audiovisuais (em particular no cinema e televisão), mas também em conteúdos jornalísticos. Para ajudar a essa desconstrução foi convidado um painel multidisciplinar moderado pela jornalista Fernanda Freitas: Diogo Camões, Diretor da Academia Portuguesa de Cinema, João Faria, Psicólogo Clínico, Coordenador do Núcleo de Intervenção no Comportamento *Online*, Pin – Partners in Neuroscience e do Projeto Bullying.pt e Sílvia Maia, jornalista da Lusa com experiência na cobertura noticiosa de matérias sensíveis como o *bullying*.

Também neste caso, o balanço da adesão presencial à iniciativa foi positivo, com os mais de 200 lugares do auditório da Escola Secundária Camões completamente preenchidos. Esta atividade foi associada à Global Media e and Information Literacy Week 2024 e ao Dia de Combate ao Bullying.

3.1.1. AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO DA ERC SOBRE DISCURSO DE ÓDIO

Associada à operação 7 Dias com os *Media*, a ERC teve ainda a oportunidade de dinamizar o workshop intitulado “A tua voz conta: #NãoEspalhesÓdio”, em que participaram cerca de 20 alunos do 10.º ano da Escola Secundária Henriques Nogueira (Torres Vedras), numa dinâmica realizada no espaço da Biblioteca Escolar.

Para esta atividade, conforme vem sendo habitual neste tipo de dinâmicas promovidas pelo regulador, seguiram-se os princípios/métodos da educação não formal e dos trabalhos em colaboração, convidando os alunos para participarem em alguns exercícios práticos para desconstruir o tema do discurso de ódio nos *media*:

- 1) Como quebra-gelo foi realizado um jogo de “Rótulos sobre quem eu sou”, que visa facilitar a identificação de estereótipos;
- 2) Os alunos analisam a existência (ou não) de discurso de ódio a partir de exemplos de conteúdos de órgãos de comunicação social que deram origem a deliberações da ERC;

- 3) É proposta a produção de um cartaz que tenha como objetivo sensibilizar para a temática do discurso de ódio e de formas criativas e éticas de o reconhecer e contrariar.

A par dos exercícios vão sendo introduzidos os conceitos centrais à sessão: estereótipo, preconceito, discriminação, discurso de ódio, liberdade de expressão, direitos fundamentais. Há uma reflexão conjunta em torno desses conceitos, a partir dos resultados dos próprios exercícios realizados. Na apresentação que guia toda a dinâmica, são ainda sugeridos alguns materiais/recursos que possam ajudar ao aprofundamento da temática e à dinamização de novas propostas de atividades.

Utilizando uma proposta semelhante, mas adaptada ao *online* e dirigida a professores, no dia 9 de maio, foi dinamizado o workshop *online* "Combate ao Discurso de Ódio?" dirigido a professores participantes no 7.º Encontro Nacional de Educação para os Media que teve como mote "Jovens, redes sociais, desinformação e intolerância. Participaram na sessão cerca de 40 professores.

Também na vertente da produção de recursos, o regulador disponibilizou no seu *website* o Cartaz - "Não dê Voz a Estereótipos e Preconceitos!", o qual foi associado ao Dia Internacional de Combate ao Discurso de Ódio.

3.1.2. OUTRAS ABORDAGENS

Para robustecer o conhecimento acerca da temática, entre os dias 21 e 25 de outubro 2024, duas técnicas da ERC diretamente envolvidas na dinamização de iniciativas de literacia mediática participaram na **Ação de Formação "Discurso de Ódio e Narrativas Alternativas / Direitos Humanos *online*"**, promovida pelo Instituto Português do Desporto e Juventude (IPDJ) e dinamizada pela Amnistia Internacional.

O objetivo de desenvolvimento de competências (mobilizando conhecimentos, valores, atitudes, disposições e capacidades) que se traduzam em comportamentos de promoção e proteção dos Direitos Humanos e o objetivo de refletir sobre o papel e implicações da Inteligência Artificial no Discurso de Ódio *online* captaram o interesse na mesma, em particular por poderem contribuir para o desenvolvimento do trabalho de sensibilização (e a respetiva abordagem) que vem sendo seguida em relação a esta temática.

A formação respeitou os princípios pedagógicos de educação não-formal, sendo que a equipa desenhou o programa de modo a ir ao encontro das expectativas e necessidades dos participantes, a estimular a aprendizagem e partilha das suas experiências, através de diferentes métodos como trabalhos de grupo, reflexões individuais, *brainstorming*, jogos de aprendizagem, debates, etc.

Internacionalmente, no âmbito da participação do regulador na *task-force* da European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) também é de salientar o facto do 15.º encontro ter sido dedicado à reflexão e debate sobre a temática "Literacia Mediática e Discurso de ódio *online*".

Três intervenções principais abordaram diferentes aspetos dessa questão: o papel das plataformas alternativas ("Alt Tech"), projetos contra o ódio religioso, e a promoção de práticas mediáticas inclusivas. A primeira apresentação, conduzida pela Professora Eugenia Siapera, da University College Dublin, destacou os riscos associados às chamadas plataformas alternativas como 4Chan, BitChute, Truth Social e Telegram. Estas plataformas vêm ganhando força após a exclusão de figuras públicas de redes convencionais — como o ex-presidente Donald Trump — e são caracterizadas

pela ausência de moderação de conteúdo, pouca coleta de dados dos utilizadores e um foco forte em privacidade. No entanto, essas características têm sido exploradas para a propagação de narrativas racistas, antifeministas, anti-LGBTQ e anti-imigração, especialmente com uma abordagem mais centrada em disputas culturais do que políticas diretas.

Essas plataformas formam o que Siapera chama de uma “esfera pública reacionária”, que busca desmontar narrativas progressistas por meio de discursos travestidos de análises científicas ou objetivas, com o objetivo de moldar um senso comum mais conservador e excludente. Ela ressalta que o simples foco nos fatos não é suficiente, já que essas redes são movidas por emoções e afetos. A recomendação, portanto, é que projetos de literacia mediática utilizem ferramentas como mapas conceituais para confrontar essas narrativas, demonstrando erros factuais e ajudando o público a “recuperar” o senso comum diante da manipulação ideológica.

A segunda apresentação foi feita por Hana Kojaković, do Media Diversity Institute, que apresentou o projeto “Get The Trolls Out!”, uma iniciativa europeia voltada ao combate ao discurso de ódio religioso. O projeto atua em diversos países (como Bélgica, Alemanha, França, Hungria, Moldávia, Polônia e Reino Unido) e tem como objetivos reduzir a discriminação religiosa, fortalecer a sociedade civil, e construir redes de defesa dos direitos humanos. Entre as atividades desenvolvidas estão: monitorização dos *media* tradicionais e *online* (com uso de inteligência artificial), denúncias formais contra conteúdos ofensivos, vídeos que desmistificam estereótipos religiosos, campanhas em redes sociais e eventos presenciais como exposições.

Além disso, o projeto desenvolveu campanhas como “Shared Voices”, que promove o diálogo inter-religioso entre jovens afetados por conflitos, e “Echoes of Hope”, voltada a desconstruir narrativas negativas sobre migração. Também foram produzidos guias linguísticos sobre antisemitismo e islamofobia, que podem ser usados em formação para jornalistas e educadores. Kojaković destacou que enfatizar narrativas positivas é essencial, especialmente para o engajamento de jovens e a preservação da saúde mental diante da exposição constante a conteúdos negativos.

A terceira contribuição foi apresentada por Sally Galiana, representante da rádio comunitária NearFM de Dublin, que apresentou dois recursos de capacitação desenvolvidos com foco em diversidade e inclusão na produção de conteúdo mediático. O primeiro é o EMAC (*Ethical Media for Active Citizenship*), um curso tradicional dirigido a jornalistas que cobre temas como uso adequado de terminologia, reconhecimento de privilégios e busca por perspectivas alternativas. O segundo é o LEMON, uma versão *online*, interativa e mais curta do EMAC, que surgiu durante a pandemia da COVID-19 e se destaca por oferecer autoavaliações, atividades com maior capacidade de engajamento e estar disponível em vários idiomas (inglês, espanhol e alemão). Ambos os cursos têm como foco principal a consciencialização sobre preconceitos sistêmicos e interiorizados, propondo uma mudança no modo como os criadores de conteúdo veem o mundo e contam histórias.

Em resumo, essas apresentações ajudaram a evidenciar a diversidade de abordagens no combate ao discurso de ódio *online*, desde a capacidade de fazer face a plataformas tóxicas, passando pela construção de narrativas alternativas positivas, até a capacitação ética de produtores de conteúdos mediáticos. Todas reforçam a importância de uma literacia mediática crítica, afetiva e inclusiva para lidar com os desafios contemporâneos da informação digital.

5. ARTICULAÇÃO COM AS BIBLIOTECAS PÚBLICAS

O Relatório de Regulação de 2023 (cf. capítulo sobre as atividades de literacia mediática) referia a participação da ERC no 16.º Encontro da Rede Nacional de Bibliotecas Públicas para uma mesa redonda sobre «As novas literacias em bibliotecas públicas». Foi uma oportunidade para falar aos bibliotecários do seu trabalho na área da literacia mediática, bem como para recordar experiências pontuais de iniciativas realizadas pela ERC em colaboração com bibliotecas. O momento do debate foi fundamental para evidenciar os pontos em comum entre a missão do regulador e o das bibliotecas públicas, em particular o facto de trabalharem para o público em geral, nomeadamente através do contributo para a sua capacitação em relação ao consumo crítico de conteúdos.

No segundo semestre de 2024, no contexto dos trabalhos preparatórios da operação 7 Dias com os *Media* de 2025, a ERC, em parceria com a Rede Nacional de Bibliotecas Escolares (RBE) propuseram-se dinamizar um minigrupo de trabalho com o objetivo de estimular um maior envolvimento das bibliotecas públicas e dos seus profissionais na iniciativa. Note-se que a RBE já trabalha com muitas bibliotecas públicas, no contexto da aproximação dos públicos escolares. Neste caso, o objetivo passava por expandir o envolvimento a públicos de outras idades.

Para estabelecer a parceria foram realizadas reuniões com a Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas (DGLAB) e, através desta, com a Rede Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP), e com a Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas, Profissionais da Informação e Documentação (BAD), as instituições nacionais mais representativas.

Nesses primeiros encontros, através dos representantes destas instituições, foi possível conhecer melhor a realidade das bibliotecas públicas, o tipo de atividades por elas desenvolvidas e constatar que a literacia mediática – em que os profissionais das bibliotecas, nomeadamente pela sua relação direta com as comunidades, podem ter um papel determinante – é uma das áreas mais sensíveis em termos de capacitação para os próprios. Considerou-se que, baseadas na sua experiência, a ERC e a RBE poderiam procurar contribuir para essa capacitação através da realização de *workshops* especificamente destinados a estes profissionais, algo que viria a acontecer em 2025, experiência de que dará conta o Relatório de Regulação 2025.

6. ENVOLVIMENTO NO ÂMBITO DO ERGA

A participação da ERC em grupos de trabalho de literacia mediática de plataformas/redes de reguladores, embora remonte ao início da intervenção do regulador nesta área, tornou-se mais sólida e recorrente a partir de 2020. Em 2024, sobressaiu o maior investimento no envolvimento no Grupo de Ação de Literacia Mediática do European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA), que teve como principal objetivo a produção de uma **publicação digital** com exemplos de iniciativas de literacia mediática de entidades reguladoras da comunicação social dos Estados Membros sobre as atividades e medidas aplicadas para o desenvolvimento da literacia mediática.

O referido Grupo de Ação, através do qual a ERC também colaborou no desenvolvimento de uma campanha de sensibilização conjunta acima mencionada, considerou relevante a criação dessa

publicação como forma de sistematizar e dar visibilidade à ação dos reguladores no campo da literacia mediática e de inspirar outros reguladores a iniciar/fortalecer a sua própria intervenção.

Em termos de antecedentes importa constatar que a ideia para essa publicação surge na sequência do *ERGA Media Literacy Report 2023 (Experiences on the reporting exercise pursuant to Article 33a (2) of the AVMSD)*, em que o grupo de reguladores sistematizou a sua experiência sobre o primeiro exercício de relatório sobre as medidas e atividades de promoção e desenvolvimento da literacia mediática partilhado com a Comissão Europeia, e em que começou a mapear a *expertise* e as atividades em literacia mediática dos reguladores.

No final de 2024 seria aprovado pelo ERGA o texto do *Media Literacy Best Practices in the European Union – a Handbook of inspirational initiatives by audiovisual media regulators*, que seria publicado com a sua versão gráfica final já no decorrer de 2025, na sequência de um trabalho de edição coordenado pelo regulador húngaro (regulador que liderou esta grupo do ERGA) e em que a ERC participou como membro da equipa de drafters, ou seja, a equipa responsável por pensar e dar corpo à estrutura da publicação.

Organizada a partir do tipo de atividades identificadas, a publicação constata na sua introdução que, no caso da ação dos reguladores do audiovisual, a ação de literacia mediática não tem ficado circunscrita à urgente e necessária ação de combate à desinformação: «como demonstra claramente a colorida variedade de iniciativas e melhores práticas deste manual, a literacia mediática é muito mais do que reconhecer e combater a desinformação. Ela demonstra uma ampla gama de competências, incluindo a compreensão das diferentes formas de comunicação social, o seu funcionamento, a sua finalidade e o seu impacto na sociedade. Ensina as pessoas a comunicar eficazmente, a utilizar ferramentas de forma criativa, a respeitar os direitos de autor e os princípios éticos, como bem como a participar em comunidades *online* com uma atitude respeitosa e responsável em relação aos outros.».

Como critérios comuns de seleção das atividades foram propostas todas as que tivessem coordenação e/ou envolvimento direto por parte dos reguladores, implementadas entre 2020 e 2024, ou, no caso de terem início anterior a essas datas, que se tenham mantido ativas até ao momento presente.

Para a publicação contribuíram 17 entidades reguladoras a colaborar no contexto do ERGA, num total de 42 iniciativas consideradas com potencial de inspirar outras. Considerando que, sobretudo por falta de recursos, boa parte dessas iniciativas não tem métricas e outros dados que as avaliem do ponto de vista dos resultados, o grupo de *drafters* considerou que o mais indicado seria apresentá-las como práticas inspiradoras ao invés de as referir somente como boas práticas.

Tal como explicado na introdução da publicação, cada iniciativa é apresentada a partir de um mesmo *template*. Cada descrição inclui detalhes sobre o título (em inglês e no idioma original), público-alvo, tipo ou gênero e tema(s) da prática de literacia mediática. Além disso, é apresentada uma breve visão geral e os objetivos da prática são resumidos, seguidos pelas competências específicas de literacia mediática que ela visa desenvolver, bem como a data, frequência, formato e idioma da prática. Informações adicionais abrangem resultados, alcance, abrangência geográfica e

impacto, informações básicas sobre a entidade reguladora nacional responsável pela prática, bem como o elenco de quaisquer organizações parceiras envolvidas em sua implementação e financiamento. Também é fornecida uma hiperligação, detalhes de contato para os interessados em saber e uma breve nota que indica se a iniciativa em causa foi referenciada no primeiro ciclo de relatórios de literacia mediática realizados pelos Estados Membros.

Tendo por base os critérios de seleção acima especificados, a ERC partilhou as seguintes iniciativas:

- Experiências de literacia mediática da ERC nas “Escolas EPIS” (disponível na secção formação e workshops)
- Cooperação do regulador com o projeto europeu “Team up” – Media for Adult Education (disponível na secção formação e workshops)
- Avaliação de competências de literacia mediática de alunos portugueses (realizada no âmbito do projeto europeu Edumediatest, surge na secção relativa a pesquisa)
- Desafio de Literacia Mediática para Professores Portugueses (realizado no âmbito do projeto com o mSchools e os reguladores da PRAI, surge na secção outras atividades de comunicação)
- Participação no Grupo Informal sobre Literacia Mediática (surge na secção relativa à participação em grupos/plataformas de trabalho).

No que respeita a estrutura e navegação do leitor pelo manual é explicado que muitas das práticas apresentadas englobam tipos de atividades que poderiam ser especificadas em outras categorias. Um exemplo claro é o da participação no GILM, que engloba iniciativas como a semana dos “7 Dias com os *Media*” (criada em 2013) ou o Congresso Literacia, *Media* e Cidadania (criado em 2011), ambas iniciativas que se destacam, tal como próprio grupo pela sua longevidade e permanência.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS TELEVISIVOS E SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

1. VISÃO GLOBAL

As obrigações de acessibilidade das emissões televisivas às pessoas com necessidades especiais, mormente com deficiência visual e auditiva, previstas no Plano Plurianual (doravante, Plano) abrangem os serviços de programas de televisão de serviço público e privados generalistas de acesso não condicionado livre e generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, sob jurisdição do Estado Português, estando ainda abrangidos os serviços audiovisuais a pedido.

Na RTP1 e na RTP2 foram cumpridas as obrigações de legendagem trabalhada. Excecionalmente, na semana 2, a RTP1 registou um ligeiro incumprimento. Quanto à legendagem em direto, a RTP1 excedeu significativamente o mínimo exigido. A RTP 2 não atingiu as horas estipuladas, o que justificou alegando insuficiente programação em direto, tendo sido aplicado o princípio da liberdade de programação, nos termos descritos no Plano. O número de horas de acessibilidade através de audiodescrição, previsto no Plano, foi largamente ultrapassado pela RTP1 e RTP2.

A RTP3 deve emitir duas horas semanais de legendagem trabalhada ou quatro horas semanais de legendagem em direto, tendo ultrapassado o mínimo exigido para a legendagem em direto. Não foram emitidos programas com legendagem trabalhada.

Na SIC e na TVI, foi transmitida programação com recurso à Língua Gestual Portuguesa, excedendo os mínimos fixados no Plano. Quanto à legendagem, a TVI cumpriu as metas, de modo consistente. Já a SIC ficou ligeiramente abaixo do exigido em três semanas. Os operadores privados generalistas devem emitir cinco horas de programas com audiodescrição por trimestre. A TVI cumpriu a obrigação em todos os trimestres. A SIC também teve um bom desempenho, exceto no 3.º trimestre.

Os serviços de programas temáticos de informação SIC Notícias e CNN Portugal cumpriram as horas previstas no Plano para a legendagem trabalhada. A CMTV ainda não recorre à legendagem trabalhada, mas compensa emitindo legendagem em direto. O Porto Canal não disponibilizou a legendagem em 2024, originando à abertura de dois processos de contraordenação.

Os noticiários foram acompanhados de acessibilidades, nos diversos serviços de programas.

Os serviços audiovisuais a pedido devem apresentar à ERC planos de incorporação progressiva de ferramentas de acessibilidade nos seus catálogos, integrando, sempre que possível, legendagem, língua gestual portuguesa ou audiodescrição. De forma geral, apesar de alguns aumentos na disponibilização de conteúdos acessíveis, os relatórios dos operadores não evidenciam progressos significativos em relação aos planos de 2023, o que justifica intervenção da ERC, nomeadamente pela adoção de medidas adequadas no âmbito da revisão do Plano Plurianual, em curso em 2025.

2. ENQUADRAMENTO

A Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido determina, nos números 1 a 3, do artigo 34.º-A, o seguinte:

«1- Os operadores de televisão e de serviços audiovisuais a pedido têm obrigação de tornar os serviços de comunicação social audiovisual por si fornecidos contínua progressivamente mais acessíveis às pessoas com necessidades especiais.

2- Para efeitos do disposto no número anterior, a ERC define, com base num plano plurianual que preveja o aumento gradual dos padrões de acessibilidade, o conjunto de obrigações dos operadores de televisão e de serviços audiovisuais a pedido relativas às acessibilidades dos serviços de comunicação audiovisual por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente, e atenta a natureza do serviço, o recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa à audiodescrição, à utilização da língua portuguesa falada ou a outras técnicas que se revelem adequadas (...).».

O referido artigo acrescenta ainda, no seu n.º 3 que, «[n]a preparação do plano a que se refere o número anterior, a ERC:

- a) Ouve o Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P., as demais entidades representativas das pessoas com deficiência, os operadores de televisão e os operadores de serviço audiovisuais a pedido;
- b) Tem em conta as condições técnicas e de mercado».

O Conselho Regulador da ERC deliberou aprovar o Plano Plurianual, em vigência de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025, segmentado em dois períodos temporais, uma primeira fase entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2023 e uma segunda fase que decorre entre 1 de janeiro de 2024 e 31 de dezembro de 2025.

O presente Relatório tem por base os deveres previstos para o segundo período, de 1 de janeiro de 2024, a 31 de dezembro de 2025.

O Plano contém obrigações diferenciados para os serviços generalistas consoante se trate do operador público ou dos operadores privados, e para os serviços temáticos de informação. Encontram-se ainda previstos no Plano os deveres específicos dos serviços audiovisuais a pedido.

O presente relatório analisa os dados de 2024, face às exigências previstas no Plano, quanto à disponibilização das acessibilidades de Legendagem (LEG -trabalhada ou em direto), Língua Gestual Portuguesa (LGP) e Audiodescrição (AUD), nas emissões televisivas.

O atual Plano impõe, no Ponto 29.1 do Capítulo V - Regras Complementares, que «[n]o final de cada trimestre e no prazo de 20 dias, os operadores remetem os dados que contenham os programas por dias, horário, duração, género e ferramenta(s) disponibilizadas ao público no trimestre em referência.»

2.1. METODOLOGIA

A ERC analisa os dados através da ferramenta Yumi/Marktest, recorrendo a uma semana de amostra aleatória por mês na legendagem trabalhada¹ e/ou em direto² e língua gestual portuguesa e o universo total, na audiodescrição. Estes dados são confrontados com os disponibilizados pelos operadores³.

Analizadas as informações remetidas pelos operadores no cumprimento da referida regra identificaram-se algumas discrepâncias entre os dados apresentados pelos operadores e os apuramentos da ERC. Uma das causas das divergências detetadas, relaciona-se com critérios na contabilização do tempo dos programas acompanhados das acessibilidades, bem como na ausência ou incorreta sinalização das emissões.

3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO RTP - RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

FIG.1 – OBRIGAÇÕES DO OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO RTP - RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

RTP1	RTP2
(60% - 08/00h)	(60% - 08/00h)
LEG trabalhada -30h semanais	LEG trabalhada -30h semanais
LEG em direto - 30h semanais	LEG em direto-14h semanais
LGP -20h semanais incluindo um serviço noticioso noturno integral /semana	LGP-20h semanais, incluindo um serviço noticioso noturno integral /semana
AUD -20h trimestrais	AUD - 6h trimestrais
RTP3	RTP Madeira e RTP Açores
(60% - 08/00h)	(60% - 08/00h)
LEG trabalhada - 2h semanais ou LEG em direto - 4h semanais	LEG trabalhada - 2h semanais ou LEG em direto - 4h semanais
LGP - 10h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação integral de dois serviços noticiosos/semana	LGP - 10h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação integral de um dos serviços noticiosos/semana com janela de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6

3.1. SERVIÇO PÚBLICO - RTP1 / RTP 2/ RTP3/ RTP MADEIRA/RTP AÇORES

3.1.1. LEGENDAGEM

Nos serviços de programas RTP1 e RTP2 foram cumpridas as obrigações de legendagem trabalhada tendo sido **superado o número mínimo de horas indicado no Plano**.

Excecionalmente, apenas na semana 2, o número de horas de legendagem trabalhada emitido na RTP 1, foi ligeiramente inferior ao mínimo indicado no Plano.

¹ Legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva com base na tradução e adaptação de todas as componentes: sonora (verbal e não-verbal) do texto audiovisual e sua apresentação visual em forma de legendas compostas por conteúdos verbais e icónicos. Legendas inseridas e gravadas previamente e adicionadas sobre as peças/programas antes de serem exibidas.

² Processo automatizado de criar legendas em tempo real para programas que transmitidos em direto, como noticiários, transmissões desportivas, debates, entre outros.

³ Cf. n.º4 do artigo 34.º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

Quanto à legendagem em direto constatou-se o seu cumprimento no primeiro canal do serviço público, em que foi excedido significativamente o mínimo exigido.

FIG.2 – RTP 1 - LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	30:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	28:23:20	15:33:06
7	37:08:43	23:25:15
12	38:26:18	21:41:38
16	37:12:55	22:06:24
21	34:16:44	24:41:13
26	39:03:43	22:44:48
28	31:07:06	22:32:02
32	48:40:29	29:49:28
38	38:13:32	22:13:09
41	35:40:50	18:41:32
46	34:56:22	20:29:17
51	34:33:38	17:49:05

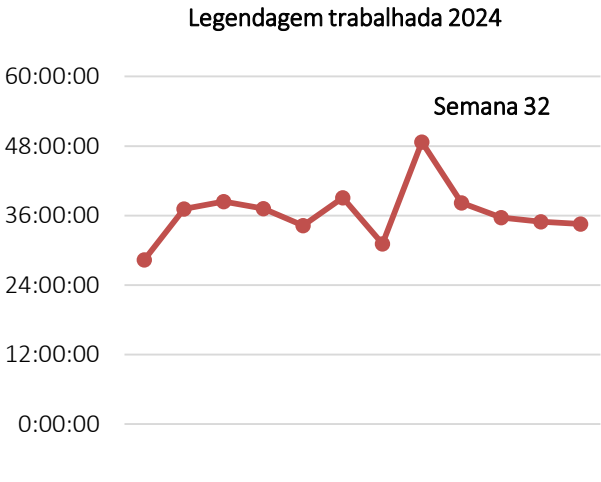
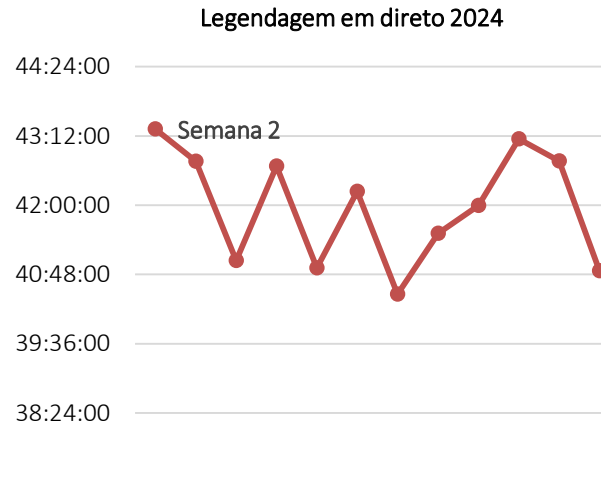


FIG.3 – RTP 1 - LEGENDAGEM EM DIRETO

Obrigação semanal	30:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	43:19:04	33:18:55
7	42:45:32	32:45:23
12	41:02:17	31:02:07
16	42:40:36	32:40:24
21	40:54:46	30:54:36
26	42:14:25	32:14:16
28	40:27:32	30:27:24
32	41:30:33	31:30:22
38	41:59:44	31:29:43
41	43:09:01	33:08:55
46	42:45:49	32:45:41
51	40:51:37	30:51:28



Já quanto ao segundo serviço do operador embora seja cumprida a obrigação de legendagem trabalhada, persistem dificuldades em alcançar o tempo mínimo de legendagem em direto estipulado no Plano. Tal situação deve-se, segundo o operador, ao tipo de programação emitida neste canal. Já em anos anteriores, o operador havia justificado que a escassa oferta de conteúdos transmitidos em direto na RTP2 não permite o cumprimento integral do tempo previsto para esta obrigação.

Por este facto, considera-se, assim, adequada a aplicação do Princípio da liberdade de programação, nos termos descritos no Plano, no ponto 27.3 do Capítulo V. das “Regra Complementares”.

FIG.4 – RTP 2 - LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	30:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	41:24:02	37:06:41
7	46:58:57	41:33:42
12	48:34:16	46:15:40
16	58:52:59	56:16:25
21	46:56:49	42:10:21
26	65:54:26	53:53:16
28	44:20:04	29:54:13
32	20:03:47	6:47:56
38	65:19:10	41:46:23
41	79:50:04	56:05:43
46	70:12:35	48:46:39
51	81:00:54	58:46:59

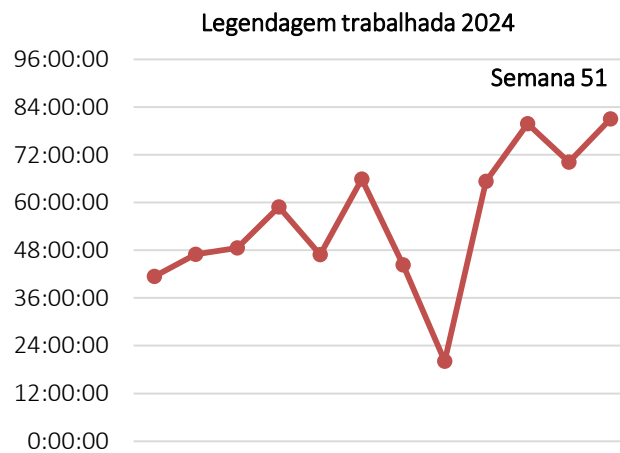
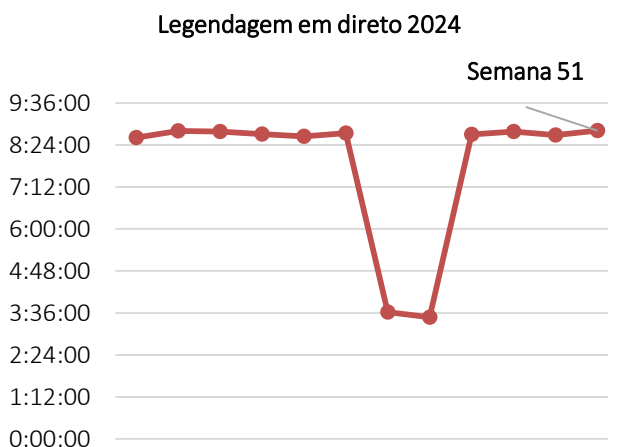


FIG.5 – RTP 2 - LEGENDAGEM EM DIRETO

Obrigação semanal	14:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	8:36:29	8:36:29
7	8:47:56	8:47:56
12	8:47:07	8:47:07
16	8:42:49	8:42:49
21	8:38:46	8:38:46
26	8:44:24	8:44:24
28	3:37:30	3:37:30
32	3:28:53	3:28:53
38	8:42:10	8:42:10
41	8:46:46	8:46:46
46	8:40:42	8:40:42
51	8:48:26	8:48:26

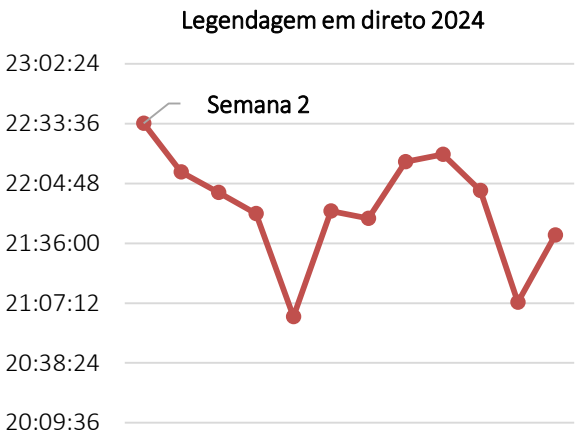


O serviço temático de informação do operador público, RTP3, tem por obrigação emitir 2 horas semanais de legendagem trabalhada ou 4 horas semanais de legendagem em direto.

Nas semanas da amostra foram acompanhados de **legendagem em diretos programas** que preencheram um número de horas semanal **muito superior ao mínimo de 4 horas** indicado no Plano. Não foram emitidos programas com legendagem trabalhada.

FIG.6 – RTP 3 - LEGENDAGEM EM DIRETO

Obrigação semanal	04:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	22:33:41	12:33:34
7	22:10:22	12:10:20
12	22:00:24	12:00:16
16	21:50:13	11:50:05
21	21:00:37	11:00:27
26	21:51:31	11:51:32
28	21:47:53	11:47:47
32	22:15:15	12:15:12
38	22:18:45	11:49:31
41	22:01:20	12:01:18
46	21:07:39	11:07:38
51	21:39:55	11:39:50



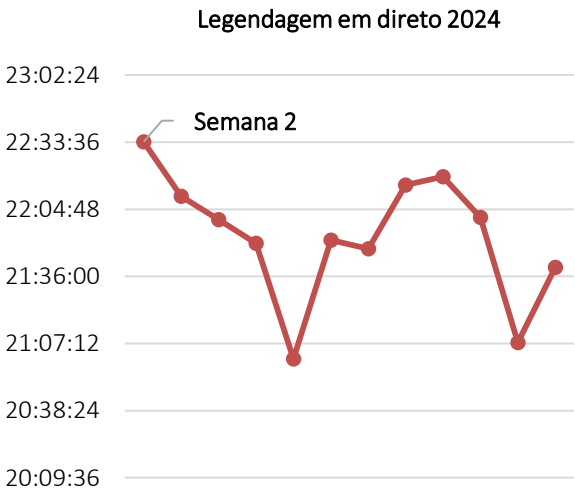
No que respeita aos dois serviços destinados às Regiões Autónomas, **RTP Madeira e RTP Açores**, os deveres são idênticos aos da RTP3, isto é, devem emitir um mínimo de 2 horas de legendagem trabalhada ou 4 horas de legendagem em direto, por semana.

Tanto na RTP Madeira como na RTP Açores foi emitida programação acompanhada de legendagem em direto que excedeu as 4 horas semanais exigidas, em particular na RTP Madeira.

Verificou-se ainda que, em 2 das 12 semanas da amostra (7 e 21), os valores registados na RTP Açores se situaram ligeiramente aquém do exigido.

FIG.7 – RTP MADEIRA/RTP AÇORES - LEGENDAGEM EM DIRETO

Obrigação semanal	4:00:00	
	RTP Madeira	RTP Açores
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	
2	09:57:21	4:58:22
7	17:47:36	3:55:39
12	10:02:34	4:58:49
16	09:13:49	4:57:41
21	14:52:23	3:59:20
26	10:12:08	4:58:24
28	12:03:39	4:10:56
32	12:22:02	4:25:30
38	10:44:53	4:06:52
41	12:07:19	5:06:26
46	11:06:06	4:57:15
51	07:41:48	4:59:41



3.2. SERVIÇO PÚBLICO - RTP1 / RTP2/ RTP3/ RTP MADEIRA/RTP AÇORES

3.2.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

As obrigações de acompanhamento da programação com interpretação em **língua gestual portuguesa** nos serviços de programas, **RTP1 e RTP2, foram cumpridas e largamente ultrapassados** os tempos mínimos indicados no Plano.

FIG.8 – RTP1 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	20:00:00	Horário	
	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)	00h-08h
2	55:39:33	55:15:21	0:24:12
7	46:39:20	46:20:41	0:18:39
12	53:44:10	53:25:31	0:18:39
16	54:39:20	54:18:23	0:20:57
21	50:58:32	50:39:25	0:19:07
26	52:50:31	52:25:54	0:24:37
28	52:51:46	51:41:47	1:09:59
32	50:23:39	50:23:39	0:00:00
38	46:36:27	46:16:20	0:20:07
41	57:48:57	56:14:20	1:34:37
46	56:45:15	55:17:57	1:27:18
51	54:13:17	53:50:13	0:23:04

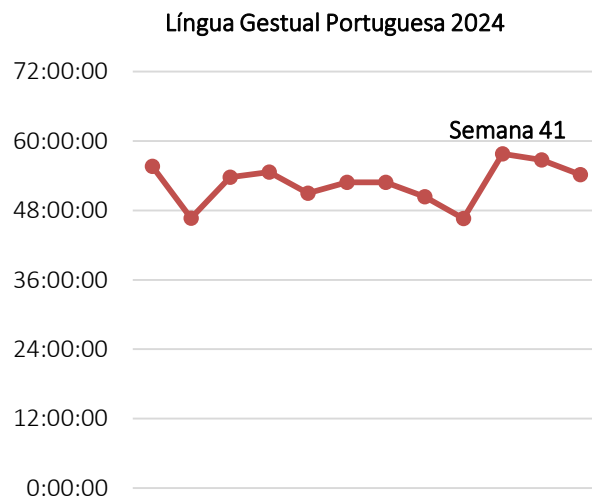
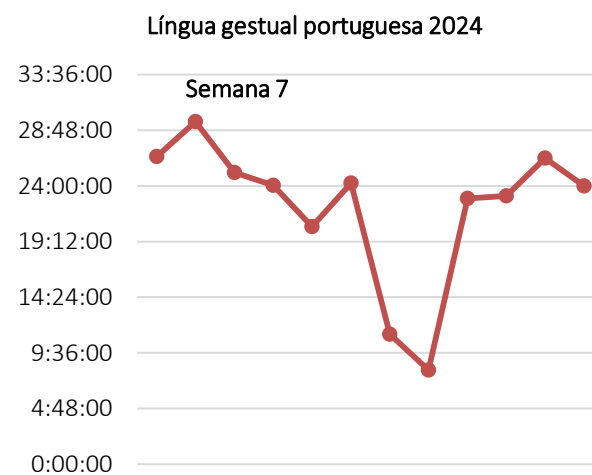


FIG.9 – RTP2 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	20:00:00	Horário
SEMANAS	Total hh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	26:31:20	14:48:57
7	29:32:13	17:17:58
12	25:08:45	14:47:30
16	24:02:22	14:30:20
21	20:29:25	12:27:25
26	24:14:52	15:15:32
28	11:11:55	7:56:37
32	8:07:05	3:28:53
38	22:54:53	12:54:09
41	23:07:57	14:10:03
46	26:23:51	17:36:52
51	23:59:23	14:47:44



O serviço temático de informação, RTP3, bem como os serviços destinados às Regiões Autónomas, RTP Madeira e RTP Açores cumpriram os deveres de emitir programação acompanhada de legendagem e obtiveram resultados muito superiores ao exigido no Plano. Exceção apenas para a semana 2, em que a RTP Madeira se situou ligeiramente aquém.

FIG.10 – RTP3 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigaçãosemanal	10:00:00	Horário
SEMANAS	Totalhh:mm:ss	08h-00h (60%)
2	32:25:52	18:00:46
7	44:54:09	21:04:03
12	33:31:17	12:40:09
16	33:43:24	19:05:50
21	34:55:50	17:48:13
26	30:54:21	16:04:41
28	38:12:01	18:04:54
32	32:53:49	19:01:50
38	37:17:26	22:55:59
41	33:37:20	18:59:30
46	32:05:48	17:26:49
51	32:29:35	18:46:13

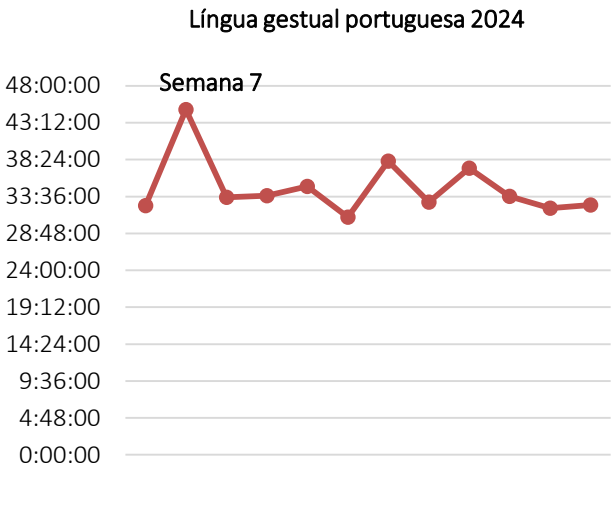
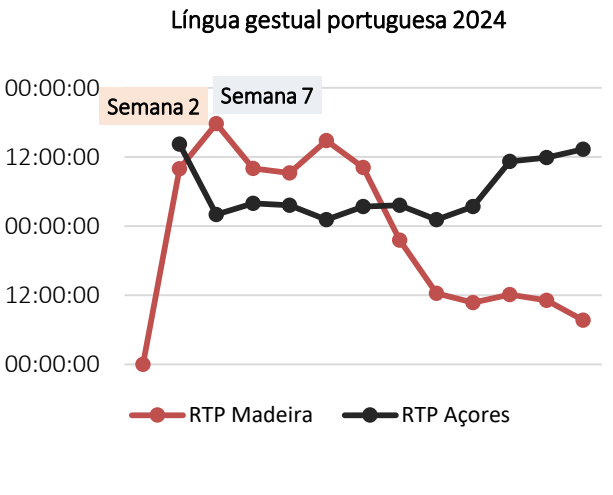


FIG.11 – RTP MADEIRA/RTP AÇORES – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigaçãosemanal	10:00:00	
	RTP Madeira	RTP Açores
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	
2	09:57:21	38:15:51
7	17:47:36	26:02:32
12	10:02:34	27:56:07
16	09:13:49	27:37:09
21	14:52:23	25:06:37
26	10:12:08	27:24:20
28	12:03:39	27:37:09
32	12:22:02	25:06:37
38	10:44:53	27:24:20
41	12:07:19	35:13:29
46	11:06:06	35:53:46
51	07:41:48	37:21:36



3.3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO - RTP1 E RTP2

3.3.1. AUDIODESCRIÇÃO

O recurso à audiodescrição nos programas é uma obrigação que abrange apenas os serviços de programas generalistas, quer do operador público, quer dos privados - RTP1, RTP2, SIC e TVI. O número de horas previsto no Plano para a RTP1 e RTP 2 foi cumprido e largamente ultrapassado, em particular no primeiro canal de serviço público. Este serviço destacou-especialmente no 2.º trimestre, em que emitiu mais de 56 horas de conteúdos acompanhados de audiodescrição.

Por sua vez, a RTP 2 atingiu o valor mais elevado no primeiro trimestre, com mais de 26 horas de programas apoiados por esta acessibilidade.

FIG.12 – RTP1 – AUDIODESCRIÇÃO

Obrigação trimestral	20:00:00	Horário
	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
1.º TRIM	45:52:50	26:14:30
2.º TRIM	56:18:21	40:12:33
3.º TRIM	30:19:11	28:26:19
4.º TRIM	35:30:43	27:10:42

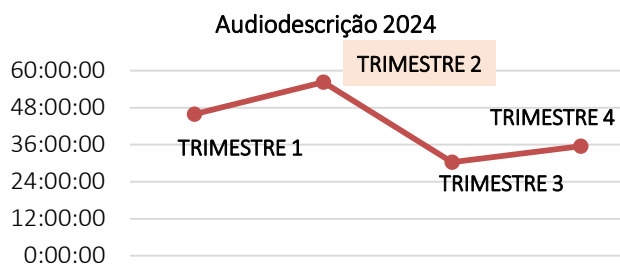
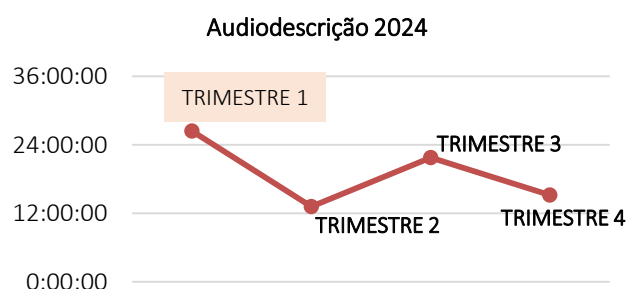


FIG.13 – RTP2 – AUDIODESCRIÇÃO

Obrigação trimestral	06:00:00	Horário
	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
1.º TRIM	26:26:42	6:26:43
2.º TRIM	13:11:38	6:38:37
3.º TRIM	21:46:46	7:05:36
4.º TRIM	15:13:35	11:32:55



4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO - SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE - SIC e TVI

FIG.14 – OBRIGAÇÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

SIC e TVI
(60% - 08/00h)
LEG trabalhada - 22h semanais
LGP - 12h semanais, incluindo a interpretação integral de um serviço noticioso noturno/semana
AUD - 5h trimestrais

4.1. SIC e TVI

4.1.1. LEGENDAGEM

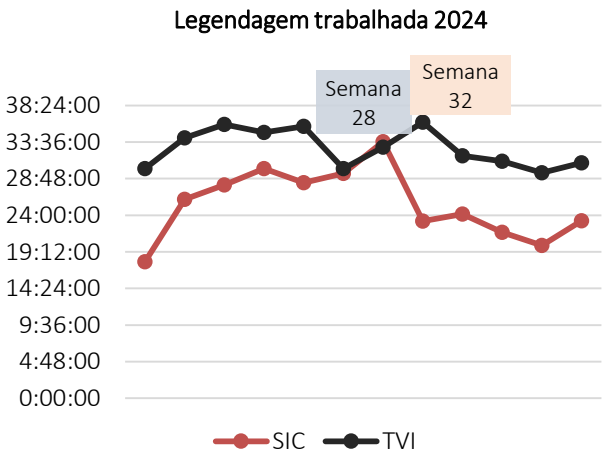
No serviço de programas generalistas SIC foram cumpridas, maioritariamente as obrigações contidas no Plano, com exceção das semanas 2, 41 e 46, nas quais não foram atingidas as 22 horas mínimas de legendagem trabalhada.

Na sequência da identificação das três semanas irregulares, o operador foi informado dos factos ocorridos e sensibilizado para a necessidade de pleno cumprimento dos seus deveres nesta matéria, recomendação que foi manifestamente acolhida.

A semana 28 registou o melhor desempenho nesta matéria, com mais de **33 horas**, enquanto na TVI o valor mais elevado ocorreu na semana 32, com mais de **36 horas**. Em todas as semanas da amostra, foi cumprido o mínimo de horas previstas no Plano.

FIG.15 – SIC E TVI - LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	22:00:00	
	SIC	TVI
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	
2	17:52:48	30:08:02
7	26:04:48	34:08:27
12	27:59:01	35:55:24
16	30:06:01	34:50:28
21	28:15:24	35:39:11
26	29:28:52	30:08:02
28	33:37:17	32:56:17
32	23:12:48	36:12:43
38	24:09:32	31:47:12
41	21:46:32	31:05:42
46	20:03:09	29:33:24
51	23:16:29	30:53:12



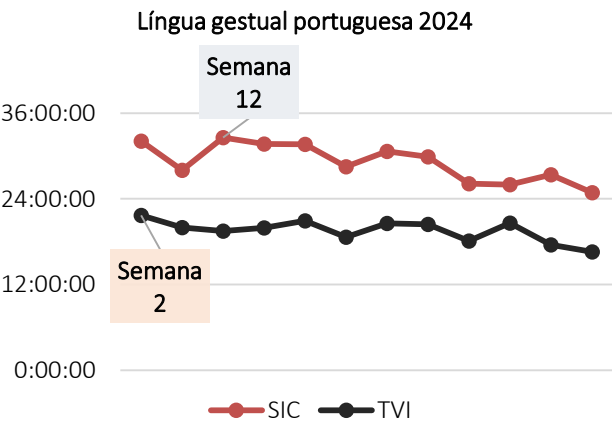
4.1.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Nos serviços generalistas SIC e TVI, a programação acompanhada em Língua Gestual Portuguesa (LGP) superou significativamente o mínimo estabelecido no Plano.

Importa destacar que, nesta área, os valores elevados registados, especialmente pela SIC, resultam da longa duração dos programas com esta acessibilidade.

FIG.16 – SIC E TVI – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	12:00:00	
	SIC	TVI
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	
2	32:03:54	21:42:08
7	27:59:19	19:59:07
12	32:33:11	19:28:12
16	31:39:32	19:57:09
21	31:39:19	20:54:53
26	28:29:20	18:39:06
28	30:37:48	20:34:00
32	29:52:09	20:26:48
38	26:08:07	18:06:50
41	25:59:33	20:35:55
46	27:21:28	17:34:17
51	24:52:03	16:33:21



Relativamente à dimensão da janela de LGP, todos os operadores, públicos e privados, cumpriram o previsto no Plano em vigor, tendo a proporção evoluído de 1/16 para 1/15.

Contudo, importa destacar que, conforme indicado no Plano, seria recomendável avançar com progressos adicionais nesta área.

Verificou-se igualmente que os **noticiários** foram acompanhados das acessibilidades, nos diversos serviços de programas, conforme indica o Plano.

4.1.3. AUDIODESCRIÇÃO

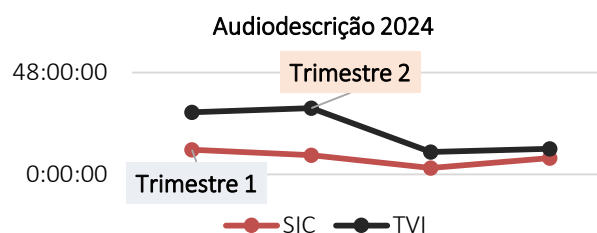
A ferramenta de audiodescrição é uma obrigação específica dos serviços de programas generalistas, de acesso não condicionado livre, quer sejam do operador público ou de privados e é essencialmente usada em programas de ficção ou documentários.

Os operadores privados devem emitir pelo menos **5 horas de programas** acompanhados de audiodescrição, em cada trimestre.

A TVI cumpriu esta obrigação tendo ultrapassado em todos os trimestres o mínimo indicado no Plano. A SIC também teve um bom desempenho exceto no 3.º trimestre.

FIG.17 – SIC E TVI – AUDIODESCRIÇÃO

Obrigação trimestral	5:00:00	
SEMANAS	SIC	TVI
1.º TRIM	11:30:28	29:15:49
2.º TRIM	9:00:17	31:06:39
3.º TRIM	2:58:02	10:27:25
4.º TRIM	7:43:48	12:04:53



5. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE INFORMAÇÃO - SIC NOTÍCIAS, CNN PORTUGAL, CMTV, PORTO CANAL, NEWS NOW e V+TVI

FIG.18 – OBRIGAÇÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE INFORMAÇÃO DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA

SIC Notícias, CNN PORTUGAL, CMTV, Porto Canal
(60% - 08/00h)
LEG trabalhada -2h semanais ou LEG em direto -4h semanais
LGP - 6h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação integral de um dos serviços noticiosos.

5.1. SIC NOTÍCIAS /CNN/CMTV/PORTO CANAL/NEWS NOW/V+TVI

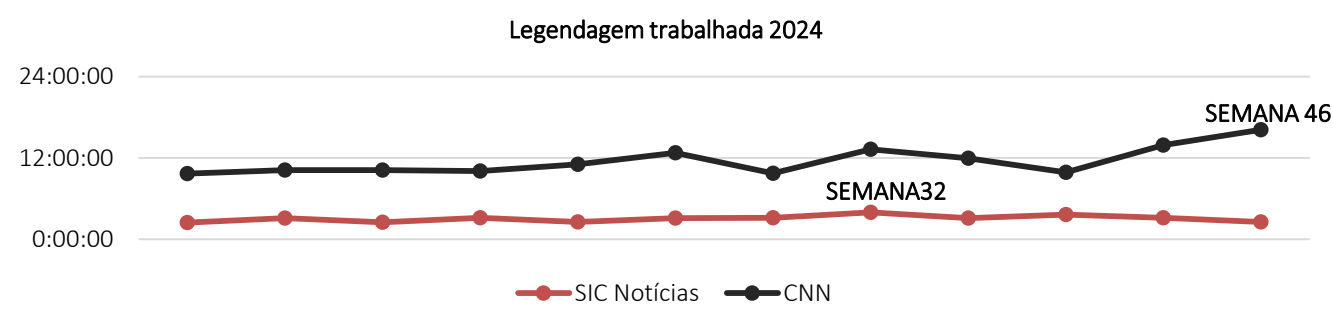
5.1.2. LEGENDAGEM

Os serviços de programas temáticos de informação estão sujeitos à obrigação de incluir semanalmente 2 horas de programação com legendagem trabalhada ou 4 horas com legendagem em direto.

Na SIC Notícias e CNN Portugal, o número de horas de legendagem trabalhada transmitidas superou, em todas as semanas da amostra, as previstas no Plano.

FIG.19 – SIC NOTÍCIAS/CNN PORTUGAL – LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	02:00:00	Horário	Obrigação semanal	02:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)	SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	2:28:54	1:16:53	2	9:42:31	6:40:14
7	3:08:27	1:14:58	7	10:12:35	7:39:29
12	2:30:07	1:15:12	12	10:13:42	6:19:26
16	3:10:17	1:16:38	16	10:04:37	7:24:24
21	2:34:16	1:16:45	21	11:04:39	9:13:45
26	3:08:53	1:15:16	26	12:44:31	9:44:00
28	3:09:30	1:16:15	28	9:43:52	7:17:07
32	3:58:50	1:23:25	32	13:17:52	8:06:43
38	3:08:56	1:14:54	38	11:58:51	10:25:03
41	3:38:41	1:09:28	41	9:54:11	7:25:47
46	3:09:28	1:15:07	46	13:52:48	11:38:27
51	2:35:04	1:18:26	51	16:10:06	12:45:13



No serviço de programas CMTV, a legendagem em direto cumpriu e ultrapassou significativamente o tempo mínimo estipulado no Plano, alcançando o dobro da duração exigida em todas as semanas da amostra. A legendagem trabalhada não foi implementada nas emissões deste serviço.

FIG.20 – CMTV - LEGENDAGEM EM DIRETO

Obrigação semanal	04:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	8:41:40	8:41:40
7	8:39:40	8:39:40
12	8:05:42	8:05:42
16	8:03:38	8:03:38
21	7:55:53	7:55:53
26	7:53:13	7:53:13
28	7:51:34	7:51:34
32	6:57:29	6:57:29
38	9:15:38	9:15:38
41	7:28:29	7:28:29
46	8:57:25	8:57:25
51	6:40:01	6:40:01

A ERC não identificou programas acompanhados com a acessibilidade de legendagem trabalhada e/ou legendagem em direto no serviço de programas **Porto Canal**, nas verificações efetuadas.

Notificado para o cumprimento do dever em causa, o operador já tinha requerido à ERC o prazo para implementação do sistema de legendagem, até ao final do ano de 2023.

Por uma questão de igualdade de tratamento, existindo outros operadores/serviços abrangidos pela obrigação, o Conselho Regulador não deferiu o pedido do Porto Canal de prorrogação de prazo para a entrada em vigor da referida obrigação (de acordo com Informação CREG-INF/2023/286).

Durante o ano transato, 2024, não se tendo verificado a resolução desta lacuna, após ações de verificação da incorporação de acessibilidades no serviço de programas Porto Canal, no 1.º, 2.º e 3.º trimestre do ano em apreço, o Conselho Regulador deliberou instaurar dois processos de contraordenação, respetivamente, constantes da Deliberação ERC/2024/417 (OUT-TV) e Deliberação ERC/2024/560 (OUT-TV).

As verificações dos serviços de programas NEWS NOW e V+TVI, realizadas após o início das suas emissões, consideraram apenas os dados recolhidos nas semanas 41, 46 e 51 de 2024.

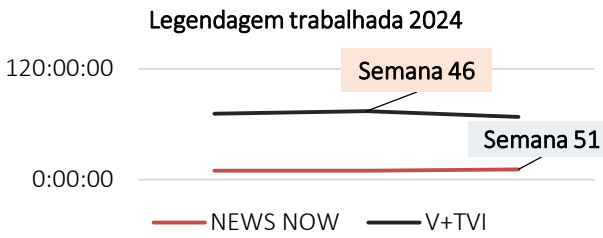
Ambos os serviços excedem significativamente o âmbito de aplicação exigido no Plano, com especial destaque para o serviço V+TVI.

FIG.21 – NEWSNOW - LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	02:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
41	9:45:38	2:24:53
46	9:46:16	9:46:16
51	11:03:29	2:46:29

FIG.22 – V + TVI - LEGENDAGEM TRABALHADA

Obrigação semanal	02:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
41	71:20:37	48:33:45
46	74:04:37	50:44:38
51	68:00:51	43:50:39



5.1.3. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Quanto às obrigações de LGP, a SIC Notícias **cumpriu** consistentemente a obrigação semanal, com valores variando entre cerca de 6h40m e 9h14m por semana, sempre acima do mínimo exigido. A CNN também alcançou as metas, na maioria das semanas, embora tenha apresentado algumas semanas ligeiramente abaixo do mínimo (exemplo: semana 12 com 5h24m).

O News Now e V +TVI excederam as obrigações nas semanas analisadas (41, 46 e 51)

FIG.23 – SIC NOTÍCIAS, CNNPORTUGAL – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	6:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	7:24:00	7:24:00
7	8:39:46	8:39:46
12	7:44:45	7:44:45
16	7:22:46	7:22:46
21	7:44:48	7:44:48
26	9:14:00	9:14:00
28	6:57:03	6:57:03
32	8:38:00	8:38:00
38	7:21:10	7:21:10
41	7:06:14	7:06:14
46	7:13:53	7:13:53
51	6:41:47	6:41:47

FIG.24 – CNNPORTUGAL – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	06:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	7:46:44	7:46:44
7	6:29:30	6:29:30
12	5:24:56	5:24:56
16	7:08:19	7:08:19
21	6:04:09	6:04:09
26	6:23:11	6:23:11
28	7:13:55	7:13:55
32	7:27:29	7:27:29
38	6:11:21	6:11:21
41	6:30:59	6:30:59
46	6:30:45	6:30:45
51	6:30:07	6:30:07

FIG.25 – CMTV – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	06:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	8:33:05	8:33:05
7	9:38:29	9:38:29
12	7:01:10	7:01:10
16	6:59:38	6:59:38
21	7:59:30	7:59:30
26	8:50:00	8:50:00
28	7:28:29	7:28:29
32	8:57:25	8:57:25
38	6:40:01	6:40:01
41	7:49:59	7:49:59
46	7:25:33	7:25:33
51	6:37:40	6:37:40

FIG.26 – PORTO CANAL – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	06:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
2	8:23:14	7:03:37
7	12:16:50	11:20:46
12	13:13:51	12:16:25
16	10:30:54	9:35:18
21	9:47:40	7:59:37
26	10:33:17	10:08:02
28	8:50:58	7:03:58
32	14:05:45	9:29:33
38	15:20:46	10:16:11
41	19:06:42	14:48:14
46	21:36:25	16:51:59
51	16:15:44	13:10:59

FIG.27 – SIC NOTÍCIAS, CNNPORTUGAL, CMTV, PORTO CANAL – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA 2024

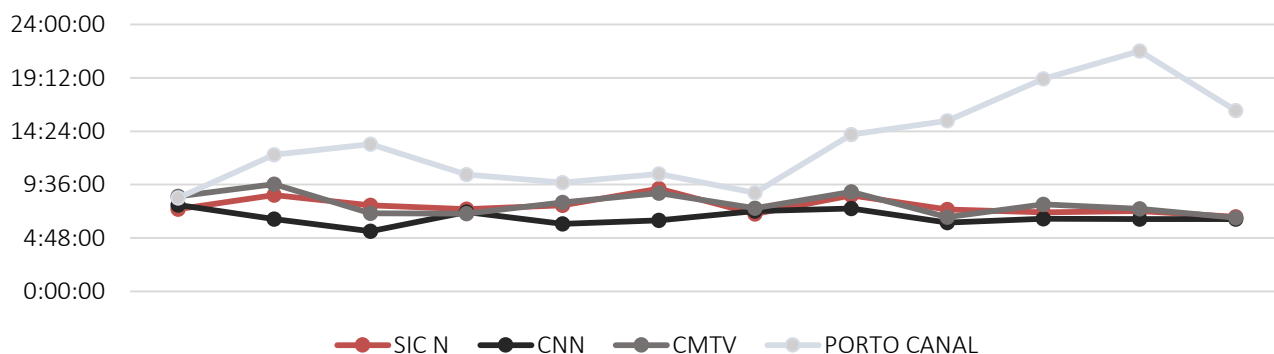


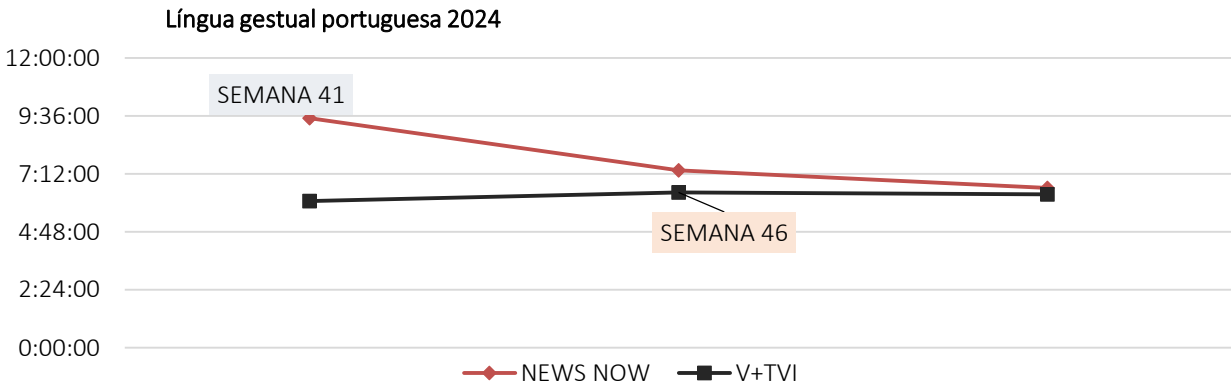
FIG.28 – NEWS NOW– LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	06:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
41	9:30:36	9:30:36
46	7:20:56	7:20:56
51	6:37:12	6:37:12

FIG.29 – V+ E TVI – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

Obrigação semanal	06:00:00	Horário
SEMANAS	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60%)
41	6:04:17	5:58:17
46	6:25:43	6:18:43
51	6:21:23	6:12:08

FIG.30 – NEWS NOW/V+ E TVI – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA



6. ACESSIBILIDADES NO WEBSITE DOS OPERADORES SIC /TVI

De acordo com os pontos 13 e 14 do atual Plano, os operadores de serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional deverão garantir que os programas de est dio que tiveram interpretação em língua gestual portuguesa nos dois serviços de programas generalistas em sinal aberto, SIC e TVI, sejam exibidos no *website* do operador numa modalidade que consiga garantir uma proporção de 1/4 do ecrã.

Nesta matéria, os operadores SIC e TVI foram advertidos para a necessidade de dar cumprimento aos citados deveres, assim como do ponto 27.5 das Regras Complementares, relativo à obrigatoriedade de sinalizar, na emissão, as acessibilidades que acompanham os programas.

A ERC informou ainda que os operadores deverão efetuar as adaptações tecnológicas ou outras, no sentido de cumprir plenamente as referidas obrigações até ao primeiro trimestre de 2025.

7. PROGRAMAS COM ACESSIBILIDADES NOS SERVIÇOS TELEVISIVOS

Nos serviços de programas generalistas, a programação acompanhada de acessibilidades abrangeu programas de conteúdo diversificado, designadamente: concursos; documentários; entretenimento; filmes/séries; humor; magazines; noticiários; programas políticos; programas religiosos; *reality shows*; musicais; novelas e *talk shows*.

No que respeita aos serviços temáticos de informação, verificou-se igualmente uma relativa diversidade, apesar de relacionada com a temática dos serviços, abrangendo as seguintes tipologias

de programas: noticiários; magazines; magazines informativos; debates/entrevistas; documentário; programas políticos e de informação desportiva.

8. SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

8.1. CONTEXTO

No âmbito da verificação do cumprimento das obrigações previstas no n.º 3 do artigo 34.º -A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido⁴ (doravante LTSAP), procedeu-se a um balanço da implementação de ferramentas diversas de acessibilidade destinadas ao acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais - nomeadamente a legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a interpretação por meio de língua gestual e a audiodescrição.

O Plano estabelece que os serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição portuguesa devem apresentar à ERC planos de **incorporação de ferramentas de acessibilidade nos catálogos com carácter progressivo de integração**.

Em 2024, verificou-se que os operadores envidaram esforços no sentido de progredir na acessibilidade dos conteúdos audiovisuais e integrá-los nos catálogos que disponibilizam. Os planos devem integrar ferramentas de acesso aos conteúdos e, prever, sempre que possível, o uso da legendagem, língua gestual portuguesa ou audiodescrição nos conteúdos.

Na tabela infra apresenta-se, resumidamente, a análise dos elementos remetidos, colocando à contraluz o plano proposto e os esforços encetados durante 2024.

⁴Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril, n.º 40/2014, de 9 de julho, n.º 78/2015, de 29 de julho e n.º 74/2020, de 19 de novembro (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, LTSAP).

FIG.31 – PLANOS/RELATÓRIOS DE INCORPORAÇÃO DE FERRAMENTAS DE ACESSIBILIDADE – 2024

Serviços Audiovisuais a Pedido		Acessibilidade Catálogos				Ferramentas de acessibilidade
		Sinalética	LEGENDAGEM	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA	AUDIODESCRIÇÃO	
TVI Player	Plano	Identificação na área de cada programa com a sinalética em uso na televisão	Esforço de incorporação até 2025, sem objetivos concretos em 2024	A partir de 2024: Em média por semana, três elementos de programação com LGP; Adicionalmente, debates eleitorais, comunicações PR, PAR e PM	Sem condições técnicas para implementar esta acessibilidade	-
	Relatório	Em uso: sinalética comumente utilizada nos serviços lineares para identificar os conteúdos com acessibilidades	Não incorporada devido a limitações técnicas	Dois programas semanais da TVI (“Dois às 10” e “Jornal Nacional”) e dois programas semanais CNN (“CNN Sábado” e “CNN Domingo”); A partir de agosto, a funcionalidade foi alargada a conteúdos do catálogo de programação do canal V+ TVI	Não incorporada devido a limitações técnicas	-
RTP Play	Plano	Player com iconografia indicativa da existência de legendagem nos conteúdos com essa acessibilidade	Serviço RTP Play oferece a possibilidade de visionamento de legendas de programas a pedido, falados em português: sem estimativa para 2024	Transmissão em simultâneo na RTP Play dos serviços de programas de televisão linear que LGP, apresentado num dos cantos inferiores do player de vídeo: sem estimativa 2024	Sem estimativa em 2024	Serviço de teletexto da RTP acessível através da página na internet e, em modo de texto e em modo gráfico; Programas emitidos em direto, pela internet, em duplo ecrã: sem estimativa para 2024
	Relatório	-	1499:22:06 de legendagem de programas a pedido	Total de 13840:28:20 de programas com interpretação LGP, decorrentes de emissões simultâneas dos serviços de programas lineares	Total de 74:10:26 de programas com audiodescrição (introduzido março de 2024)	Serviço de teletexto da RTP acessível em 2024, em modo texto e em modo gráfico. Implementação LGP no website numa proporção de 1/4 do ecrã, desde o dia 24 de julho de 2024; 2611:27:54 de programas emitidos em direto, pela internet, com LGP em duplo ecrã, lado-a-lado com a emissão regular (RTP1 e RTP2)
NOWO	Plano	-	Se disponibilizado pelo fornecedor	Se disponibilizado pelo fornecedor	Se disponibilizado pelo fornecedor	Sem referência a 2024
	Relatório	Não é possível apresentar ao cliente uma funcionalidade de seleção de legendas e áudio se os fornecedores não disponibilizam essas opções (i.e.: cada conteúdo é disponibilizado apenas com uma versão de áudio e legendas).				-
Vodafone	Plano	Vodafone informa que se encontra limitada na sua atuação pelas condições de disponibilização dos conteúdos impostas, por via contratual, pelos titulares dos respetivos direitos, condições estas que impedem a Vodafone de alterar, acoplar, sobrepor ou, de qualquer outra forma, interferir com o conteúdo recebido.				Equipamentos terminais (set-up boxes/ controlos remotos) que possam permitir aceder a ferramentas de acessibilidade
	Relatório	-				-

Serviços Audiovisuais a Pedido		Acessibilidade Catálogos				Ferramentas de acessibilidade
		Sinalética	LEGENDAGEM	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA	AUDIODESCRIÇÃO	
NOS VideoClube	Plano	Inclusão de sinalética nos conteúdos não lineares, tendo como base o acordo de autorregulação sobre a "sinalização de emissão"	Integração progressiva, mediante oportunidades	Integração progressiva, mediante oportunidades	Integração progressiva, mediante oportunidades	Ponderação de melhorias: - Animações reduzidas - Display
	Relatório	Revisão da categoria "Cinema Inclusivo" com maior destaque e introdução de novas categorias	72 filmes legendados	1 filme com LGP	43 filmes com AUD	Sem informação
NOS Play	Plano	Inclusão de sinalética tendo como base o acordo de autorregulação sobre a "sinalização de emissão"	Integração progressiva, mediante oportunidades	Integração progressiva, mediante oportunidades	Integração progressiva, mediante oportunidades	Ponderação de melhorias: - Animações reduzidas - Display
	Relatório	Sem informação	53 filmes legendados	19 filmes em LGP	38 filmes com AUD	Sem informação
Panda+	Plano	Panda+ não contempla funcionalidades que promovam o acesso por cidadãos com necessidades especiais.				
	Relatório	-	-	Acessibilidade catálogo - Programa "Palavra da Semana", que contempla a aprendizagem de língua gestual portuguesa	-	-
MEO VideoClube /Filmes e Séries	Plano	Sujeito a disponibilização de metadata dos fornecedores	Sem medidas para 2024	Não aplicável - colocação à disposição do conteúdo fornecido pelo fornecedor de conteúdos (disponibilizado em categoria própria quando tal fornecimento ocorra)	Sem medidas em 2024	-
	Relatório	-	-	-	-	-
SIC OPTO	Plano	Sem referência a esta matéria	Sem referência a metas em 2024	Sem referência a metas em 2024	Sem condições técnicas que permitam disponibilizar esta acessibilidade de modo permanente	Sem referência a esta matéria
	Relatório	-	Acréscimo de 1052h35m14s de conteúdos com LEG (2024)	Acréscimo de 1301h45m56s de conteúdos com LGP em 2024	-	-

8.2. CUMPRIMENTO DOS PLANOS, OBSERVAÇÕES GERAIS E PROPOSTAS

8.2.1. CUMPRIMENTO DOS PLANOS DE INCORPORAÇÃO DE ACESSIBILIDADES

Tendo por base a informação remetida pelos operadores e resumida na tabela supra, poderá afirmar-se que, à semelhança de 2023, os operadores cumpriram, no global, com as metas a que se propuseram para incorporação de acessibilidades nos respetivos serviços de programas em 2024. Os relatórios demonstram um importante aumento da oferta em catálogo, face a 2023, de conteúdos com incorporação de ferramentas de acessibilidade, seja legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, Língua Gestual Portuguesa e audiodescrição.

Os operadores apresentaram nos respetivos planos medidas como a reorganização de catálogos (categorias de conteúdos acessíveis, caso disponíveis) e, ou, a evolução técnica dos equipamentos terminais e controlo remoto disponibilizados que permitem ativar essas funcionalidades (caso disponíveis). Todavia, em 2024, apenas foram relatadas a introdução, na RTP Play, de LGP no *website* numa proporção de 1/4 do ecrã, desde julho de 2024 e a emissão, com essa acessibilidade, de programas emitidos em direto, pela Internet em duplo ecrã, lado-a-lado com a emissão regular. Também a NOS referiu, em sede de plano, melhorias na legibilidade das plataformas, de display ou a redução de animações que dificultem a navegabilidade para pessoas com deficiência visual.

Por outro lado, resulta evidente que persistem condicionantes comuns a todos ainda por ultrapassar, designadamente limitações de oferta, pelo lado dos fornecedores e produtores de conteúdo, mas também obstáculos de ordem técnica e jurídica.

Entendendo que eventualmente a chave para os avanços nesta matéria estaria dependente de uma maior ambição dos operadores em fazer progredir a acessibilidade de conteúdos, a ERC propôs aos operadores, em 2023, um sentido de maior ambição, no geral, e, em particular, que se gisassem propostas/planos mais concretos, quantificáveis e escaláveis (evidências e partilha de boas práticas). Todavia, para além dos relatos de inclusões de programas com incorporação de ferramentas de acessibilidade em catálogo, não foram reportados em 2024 quaisquer novidades ou evidências de esforços que pudessem constituir boas práticas.

8.2.2. OBSERVAÇÕES GERAIS

- **Sinalética**

Na avaliação global efetuada em 2023, concluiu-se, no âmbito da **sinalética**, que esta acessibilidade foi pouco mencionada nos planos de incorporação (exceto RTP Play, TVI Player e NOWO).

A ERC tomou nota da boa prática da TVI Player, que consistia na identificação, na área de cada programa, através da sinalética em uso nos serviços lineares, que sugeriu aos restantes operadores.

Alguns planos dos operadores fizeram menção nesta matéria para 2024, como a NOS Videoclube e a NOS Play, referindo a inclusão de sinalética nos conteúdos não lineares, tendo como base o acordo de autorregulação sobre a "sinalização de emissão"; a MEO, por seu turno, aponta que a apresentação de sinalética estaria sujeita à disponibilização de metadados por parte dos fornecedores.

Observa-se, assim, um aumento de quatro serviços de programas que organizaram os seus catálogos, guias de programas eletrónicos ou iconografia dos *players* para acolher sinalética que permita a fácil identificação de conteúdos com legendagem, audiodescrição ou língua gestual.

Todavia, os relatórios não apresentam desenvolvimentos substantivos em matéria de sinalética, sendo também de relembrar que esta medida não implica um aumento efetivo da oferta de conteúdos com acessibilidades incorporadas.

- **Legendagem**

A RTP Play, embora não tenha apresentado no seu plano uma estimativa ou meta para 2024 quanto à disponibilização de conteúdos com a incorporação de legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva, apresentou um volume de horas muito substantivo (cerca de 1499) para o total do ano. Ultrapassa assim os valores de 2023, sendo que tinha proposto inicialmente a disponibilização de 500h de programação com esta acessibilidade.

À semelhança de 2023, destaca-se novamente a prestação da OPTO, que introduziu um volume de programação com tradução muito expressivo, acrescentado ao catálogo cerca de 1053 horas e ultrapassando largamente as 268 horas de conteúdo disponibilizadas em 2023.

A NOS Videoclube reporta a disponibilização de filmes acompanhados por legendagem, apresentando no seu catálogo mais 72 filmes com legendas. Por seu turno, a NOS Play densifica o seu catálogo com 53 filmes legendados. Não é claro, contudo, que se trate de legendagem especificamente destinadas para pessoas com deficiência auditiva.

Os restantes operadores não dão nota de desenvolvimentos nesta matéria em 2024, o que deriva possivelmente de questões de oferta, como a disponibilização de conteúdos pelos fornecedores. Por outro lado, persistem, provavelmente, os obstáculos de ordem técnica e de fornecimento de conteúdos enunciados em 2023 (condições de disponibilização que não permitem aos operadores “interferir” com os conteúdos, sobrepondo legendas que não as disponibilizadas, por exemplo).

- **Língua Gestual Portuguesa**

Em termos quantitativos e à semelhança de 2023, a Língua Gestual Portuguesa assume um lugar destaque face a outras acessibilidades nos serviços audiovisuais a pedido, sendo novamente a ferramenta ao qual se observa maior disponibilidade em catálogo.

Neste quesito, note-se, uma vez mais, a apresentação de um volume comparativamente elevado de conteúdos na RTP Play, de cerca de 13.841 horas, acompanhada pela emissão de cerca de 2611 horas de programas emitidos em direto, pela internet, com LGP em duplo ecrã, com janela na proporção de 1/4 do ecrã, lado-a-lado com a emissão regular (RTP1 e RTP2).

A TVI Player propôs para 2024 a transmissão média por semana de três programas acompanhados de LGP, bem como debates eleitorais e eventuais comunicações do Presidente da República, Presidente da AR e Primeiro-Ministro. Nos relatórios remetidos durante o ano transato, informa que introduz em catálogo dois programas semanais da TVI (“Dois às 10” e “Jornal Nacional”) e dois programas semanais CNN (“CNN Sábado” e “CNN Domingo”) e, a partir do início do segundo semestre, a funcionalidade foi alargada a conteúdos do catálogo de programação do canal V+ TVI. Não esclarece todavia quanto aos programas do canal V+, nem se concretizou a interpretação em língua gestual portuguesa nos debates eleitorais e outras comunicações conexas.

Igualmente notável é o volume de emissão de conteúdos acompanhados de LGP no serviço de programas OPTO, que ascendeu a cerca de 1302 horas.

Relembramos, contudo, que a maioria dos programas transmitidos nestes serviços de programas parece coincidir com a emissão linear dos operadores, sendo que tal não se traduz num aumento e diversificação real da oferta no panorama nacional.

Quanto aos serviços de programas do operador NOS, o catálogo do serviço de programas NOS Videoclube mereceu a introdução de mais um filme com tradução LGP – um aumento tímido face ao que se aumento registado em 2023 – e, na NOS Play, foram disponibilizados 19 títulos.

- **Audiodescrição**

Para esta acessibilidade cumpre apenas destacar a RTP Play, que introduziu, a partir de março de 2024, cerca de 74 horas de programação com audiodescrição.

Os serviços de programas do operador NOS continuam a ser aqueles com maior expressão nesta acessibilidade. Com efeito, o NOS VideoClube, disponibilizou em 2024, 43 filmes. Por sua vez, a NOS Play apresentou um acréscimo de 38 filmes que recorrem a audiodescrição.

Todavia, os números relativos a obras em catálogo são dinâmicos, devido à inclusão e retirada de obras em função do prazo respeitante aos direitos de exibição. Importa por isso ressaltar que os dados apresentados são relativos ao segundo semestre de 2024.

8.2.3. PROPOSTAS

No global, embora se tenham observado acréscimos de disponibilização de conteúdos acompanhados de acessibilidades, os relatórios apresentados pelos operadores não imprimiram uma maior ambição ou desenvolvimentos aprofundados face aos planos de incorporação de acessibilidades que apresentaram no início de 2023. Assim, afigura-se plausível reiterar algumas propostas veiculadas anteriormente aos operadores, conforme os pontos seguintes:

1) Sinalética

Recomendar que os operadores adotem, sempre que possível e aplicável, um modelo de sinalética semelhante ou idêntico ao utilizado nos serviços lineares.

2) LEG, LGP, AUD

Incentivar os operadores a elaborarem um plano mais ambicioso e concreto, com metas quantitativas claras, para o catálogo dos seus serviços audiovisuais a pedido.

Promover conteúdos com acessibilidades em catálogo, além daqueles que duplicam os conteúdos das emissões lineares.

Sinalizar ao mercado da existência de uma procura efetiva por conteúdos com acessibilidades, que pode ser promovido através de um diálogo mais estruturado entre operadores e fornecedores, de modo a ultrapassar limitações da oferta, barreiras técnicas e eventuais restrições contratuais.

3) Ferramentas de acessibilidade (Teletexto, equipamentos terminais como *Set-up boxes*, controlo remoto, *Display*, outros)

Sem desvalorizar a relevância destes mecanismos na cadeia de valor das acessibilidades, importa sublinhar que o foco e objetivo principal deverá ser o de aumentar efetivamente a oferta de conteúdos acessíveis nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição portuguesa.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

1. VISÃO GLOBAL

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda, nos seus serviços de programas, encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual (LTSAP).

Em 2024, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade, por amostra, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI. Foram ainda verificadas as emissões dos serviços de programas temáticos Porto Canal, CMTV, CNN Portugal, DSTV Pipoca, Cinemundo, Q, Panda Kids, NOS Studios, SIC Notícias, TV Cine Emotion e Sporting TV.

Estes serviços foram também objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º-A e seguintes da LTSAP.

No que respeita ao cumprimento das normas contidas na LTSAP, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, não se verificaram situações de incumprimento.

O tempo de mensagens que preenche os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI é, na maior parte, ocupado com publicidade comercial.

Verificaram-se situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais, patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados. Das ações de fiscalização, resultou a abertura de quatro processos de contraordenação, relacionados com a inserção de publicidade, que recaíram sobre os serviços de programas Porto Canal, TVI e SIC.

A ERC reforçou, em 2024, a sua intervenção realizando estudos especializados sobre comunicação comercial, com enfoque na proteção dos públicos mais vulneráveis, nomeadamente crianças e jovens. Destaque-se o estudo sobre a publicidade alimentar dirigida a menores, em que foram analisados conteúdos emitidos por serviços audiovisuais a pedido, como RTP Play, TVI Player, Opto e serviços de programas televisivos infantis como Panda e Biggs. O estudo revelou indícios de práticas comerciais que podem violar o Código da Publicidade, particularmente na promoção de alimentos com elevados teores de açúcar e gorduras. A ERC defende, nesse contexto, a necessidade de reforço e clarificação das restrições legais, sobretudo quanto ao uso de patrocínio, que atualmente permite lacunas na proteção regulamentar.

Foram ainda avaliados os concursos televisivos com chamadas de tarifa majorada nos serviços generalistas, tendo-se concluído que assumem características de televenda. A sua configuração atual compromete a transparência e pode afetar especialmente os públicos vulneráveis. A ERC reconhece a abertura dos operadores para rever o Acordo de Autorregulação e propõe o desenvolvimento de instrumentos de correção que fortaleçam a proteção dos telespetadores.

2.TEMPOS E INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

2.1.METODOLOGIA

O universo de análise da avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente, com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da Mediamonitor/Yumi.

Assim, em 2024, foram avaliados os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, SIC e TVI, tendo por base amostras semanais que recaíram sobre os meses de janeiro a dezembro de 2024, no final de cada trimestre (Figura 1).

Foram ainda analisadas amostras pontuais de uma ou mais semanas de 2024, dos serviços de programas Porto Canal, CMTV, CNN Portugal, DSTV Pipoca, Cinemundo, Q, Panda Kids, NOS Studios, SIC Notícias, TV Cine Emotion e Sporting TV.

FIG.1 – AMOSTRA 2024 – RTP1, SIC E TVI – TEMPOS DE PUBLICIDADE TELEVISIVA		
Trimestres	Semanas	Dias
1.ºT	2	8 a 14 de Janeiro
	7	12 a 18 de Fevereiro
	12	18 a 24 de Março
2.ºT	16	15 a 21 de Abril
	21	20 a 26 de Maio
	26	24 a 30 de Junho
3.ºT	28	8 a 14 de Julho
	32	5 a 11 de Agosto
	38	16 a 22 de Setembro
4.ºT	41	7 a 13 de Outubro
	46	11 a 17 de Novembro
	51	16 a 22 de Dezembro

2.2.TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE TELEVISIVA

A verificação do cumprimento do limite de tempo reservado à publicidade teve presente o disposto no n.º 1 do artigo 40.º da LTSAP estabelece que «[o] tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à televenda, tanto no período compreendido entre as 6 e as 18 horas, como no período compreendido entre as 18 e as 24 horas, não pode exceder 10 % ou 20 % consoante se trate, respetivamente, de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura»¹.

A RTP1, SIC e TVI são serviços de acesso não condicionado livre, pelo que estão sujeitos à limitação de 20 % do tempo de emissão nos distintos períodos previstos pela norma.

Na análise efetuada nas semanas que constam da Figura 1, foram excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2 da norma: «a) Os blocos de televenda; b) As mensagens do operador televisivo relacionadas com os seus próprios programas e com produtos acessórios deles diretamente derivados, ou com programas e serviços de comunicação social

¹ Redação pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020.

audiovisual de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo; c) Os anúncios dos serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor caritativo transmitidos graciosamente; d) Os anúncios de patrocínio; e) A colocação de produto e ajuda à produção; f) Os quadros neutros entre o conteúdo editorial e os *spots* de publicidade televisiva ou de televenda, e entre os vários *spots*».

No mesmo sentido, o artigo 41.º-C da LTSAP determina a exclusão das mensagens, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, relativas à identificação do patrocínio, colocação de produto, ajudas à produção e, ainda, as mensagens respeitantes a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente.

Em resultado das análises efetuadas, e atentas as exclusões supramencionadas, nas quais é concedida uma margem de apreciação de 6 segundos, não se verificaram incumprimentos dos 12 minutos de publicidade no serviço de programas da RTP1.

No que respeita à verificação do limite previsto no n.º 1, da Cláusula 23.^a, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), face ao qual a publicidade comercial exibida na RTP1 não poderá ultrapassar seis minutos por hora, foram efetuadas 2 análises distintas. A primeira, seguindo a LTSAP antes da entrada em vigor da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020 e, a segunda, efetuada com base nas exceções agora previstas na LTSAP revista, segundo a qual as telepromoções são contabilizadas no cômputo total da publicidade televisiva.

Assim, na análise com base no CCSPRT e na LTSAP antes da Lei n.º 74/2020, foram registadas 39 situações nas quais se ultrapassou o máximo de 6m de publicidade televisiva por unidade de hora.

Na análise que assenta na LTSAP após a Lei n.º 74/2020, verificaram-se 104 situações nas quais se ultrapassou o máximo de 6m de publicidade ao longo de 2024, ficando as mesmas a dever-se à contabilização das “telepromoções” no cômputo da publicidade televisiva.

Atendendo a que a matéria relacionada com o cumprimento do CCSPRT é da competência do Ministro das Finanças e do responsável pela área da Comunicação Social, os factos foram comunicados a este Membro do Governo, bem como ao operador RTP.

No caso da SIC, observando-se os critérios de exclusão, o limite de tempo legalmente permitido (01h12m) para a emissão de publicidade televisiva e televenda foi ultrapassado uma única vez, nos períodos coincidentes com a amostra maio (2.º trimestre 2024), tendo o serviço de programas reservado mais de 20 % do seu tempo de emissão para a difusão de mensagens publicitárias.

A situação foi, todavia, relevada, no seguimento de esclarecimento por parte do operador, que permitiu concluir que a ocorrência registada no dia 22/05/2024, entre as 18h-24h, não configurou, verdadeiramente, ultrapassagem do limite de tempo legal permitido para a emissão de publicidade.

Na emissão do serviço de programas TVI, apurou-se que o limite de tempo legalmente permitido para a emissão de publicidade não foi ultrapassado em qualquer dos dias e períodos analisados, tendo-se dado cumprimento ao disposto no n.º 1 do artigo 40.º LTSAP.

2.3. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

No decurso de 2024, para além das verificações regulares dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho dos seguintes serviços de programas.

Conforme previsão contida no n.º1 do artigo 40.º «(...) não pode exceder 10 % ou 20 % consoante se trate, respetivamente, de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura.»

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2024 por cada serviço de programas fiscalizado:

FIG.2 – AMOSTRA ANALISADA EM 2024 “TEMPOS DE PUB” – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Serviço programas	Tipo de acesso	Meses	Semana n.º	Dias
Porto Canal	Não condicionado com assinatura	janeiro	2	8 a 14
		fevereiro	7	12 a 18
		março	12	18 a 24
		maio	21	20 a 26
		julho	28	8 a 14
		agosto	32	5 a 11
		setembro	38	16 a 22
CMTV	Não condicionado com assinatura	dezembro	51	16 a 22
		fevereiro	7	12 a 18
		maio	21	20 a 26
		julho	28	8 a 14
		agosto	32	5 a 11
SIC Notícias	Não condicionado com assinatura	setembro	38	16 a 22
		dezembro	51	16 a 22
		fevereiro	7	12 a 18
		maio	21	20 a 26
CNN Portugal	Não condicionado com assinatura	setembro	38	16 a 22
		novembro	47	11 a 17
		fevereiro	7	12 a 18
		maio	21	20 a 26
Panda Kids	Não condicionado com assinatura	março	12	18 a 24
			13	25 a 31
TV Cine Emotion	Condicionado	março	13	25 a 31
		abril	14	1 a 7
Cinemundo	Não condicionado com assinatura	abril	14	1 a 7
			15	8 a 14
		maio	19	6 a 12
			20	13 a 19
DSTV Pipoca	Não condicionado com assinatura	maio	19	6 a 12
NOS Studios	Condicionado	março	16	15 a 21
			17	22 a 28
Sporting TV	Não condicionado com assinatura	maio	20	13 a 19
			21	20 a 26
Q	Não condicionado com assinatura	setembro	37	9 a 15
			38	16 a 22
		dezembro	49	2 a 8
			50	9 a 15

As análises ao tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda dos serviços que constam do quadro supra foram realizadas em processos autónomos de fiscalização, com a finalidade de verificar o cumprimento das normas que constam dos artigos 40.º e 41.º-C da LTSAP.

2.4. INSERÇÃO DE PUBLICIDADE E OUTRAS MENSAGENS COMERCIAIS

No que diz respeito à inserção de publicidade televisiva, foram analisados os princípios aplicáveis à colocação de marcas, produtos e serviços nos programas, bem como as obrigações relativas à sinalética, conforme estabelecido nos artigos 40.º-A (Identificação e separação), 40.º-B (Inserção), 40.º-C (Telepromoção), 41.º (Patrocínio) e 41.º-A (Colocação de produto e ajuda à produção), da LTSAP.

Ao longo de 2024, foram registadas ocorrências relacionadas com a verificação da inserção publicitária, principalmente no que se refere à identificação e sinalética da colocação de produtos, patrocínios e ajudas à produção.

Na maioria dos casos, as ocorrências identificadas foram justificadas pela fundamentação apresentada pelos operadores, que permitiu enquadrar as situações nas regras de inserção de publicidade. Verificaram-se também algumas situações pontuais, de natureza técnica e impacto reduzido, que foram consideradas irrelevantes, embora tenham motivado a emissão de advertências formais aos respetivos operadores.

Das ações de fiscalização realizadas, o Conselho Regulador da ERC deliberou instaurar abertura de processo de contraordenação visando:

- I) O operador TVI – Televisão Independente, S.A, ao abrigo do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), e do artigo 93.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, e artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, com motivo assente na insuficiência de fundamentação face a ocorrências identificadas, passíveis de configurar infração das regras de inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais, designadamente no desrespeito dos n.º 3 a 5 do artigo 41.º-A da LTSAP (colocação de produto), nos programas emitidos pelo serviço de programas TVI “Dois as 10”, “Festa é Festa”, transmitidos no dia 18 de abril de 2024, e “Big Brother”, transmitido a 19 de abril de 2024.
- II) O operador TVI-Televisão Independente, S.A., referente ao 4.º trimestre de 2024, a qual teve por fundamento as irregularidades registadas no que concerne às regras de inserção de patrocínio e de colocação de produto, cuja monitorização incidiu especificamente na visualização de gravações da emissão da semana 51 (de 16 a 22 de dezembro 2024), ressaltaram diversas situações passíveis de configurar eventual irregularidade das normas ínsitas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 41.º (Patrocínio) e nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º -A (Colocação de produto e ajuda à produção) da LTSAP.
- III) O operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., pela inserção de publicidade e identificação de mensagens comerciais e programas (artigos 40.º e ss. da LTSAP), referente a amostra do 2.º trimestre de 2024, com motivo assente nas irregularidades registadas quanto à não identificação do patrocinador “Placard” no programa “Final da Liga

Europa – Atalanta x Bayern Leverkusen”, e ainda sobre a ausência de ficha técnica em 16 programas emitidos pelo operador na semana de 15 a 21 de abril de 2024.

- IV) O operador Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., ao abrigo do disposto no artigo 75.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP, com fundamento no desrespeito dos artigos 29.º (anúncio da programação), e do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP, por inobservância do disposto no n.º 1 do artigo 41.º (Patrocínio) e n.º 6 do artigo 41.º-A (Colocação de produto), ambos da LTSAP, no serviço de programas Porto Canal, na semana 21 de 2024.

Embora respeitando a factos de 2023, foi ainda determinada a abertura em 2024 dos seguintes processos de contraordenação:

- V) Tendo sido analisado o cumprimento do disposto no artigo 41.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido no programa “Preço Certo”, emitido no serviço de programas RTP1, do operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., verificou-se que, na emissão do programa nos meses de junho e julho de 2023, não são cumpridos os preceitos legais que determinam o modo de identificação de programa patrocinado nem de forma clara quem sejam os patrocinadores; Atento o exposto, deliberou o Conselho Regulador a instauração de processo de contraordenação contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., ao abrigo dos artigos 76.º, n.º 1, alínea a) da LTSAP, e do artigo 24.º, n.º 3, alíneas b) e c), dos Estatutos da ERC, com fundamento nas inobservâncias detetadas ao cumprimento dos artigos 41.º, n.º 1 e 2 (identificação de patrocínio e patrocinadores) da LTSAP.
- VI) Analisado o cumprimento pelo serviço de programas TVI das regras relativas ao tempo e inserção de publicidade (artigos 40.º e ss.), referente ao 4.º trimestre de 2023, o Conselho Regulador da ERC deliberou, com motivo assente nas irregularidades registadas quanto ao patrocínio “Dr. Bayard” atribuído ao programa “Esta Manhã”, advertir o operador TVI para a necessidade de acautelar, em futuras situações, o rigoroso cumprimento do n.º 3 do 7500.10.03/2024/7 EDOC/2024/221 artigo 41.º da LTSAP, que determina a proibição de patrocínios a serviços noticiosos e programas de atualidade informativa, ainda que integrados em formatos de programação híbrida.

3. NÍVEIS DE VOLUME DE SOM NAS EMISSÕES TELEVISIVAS

Em 2024, foram avaliados pela ERC os níveis de volume de som de 7 (sete) serviços de programas de operadores de televisão sob jurisdição portuguesa, não se tendo registado grandes flutuações dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

Assim, os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se adequados no intervalo ± 1 LU com referência aos-23 LUFs.

Os serviços de programas dos operadores de televisão de cobertura nacional estão sujeitos ao cumprimento dos mesmos níveis de volume de som durante a programação e os intervalos de

publicidade, conforme disposto no n.º 2 do seu artigo 40.º-B da Lei n.º 8/2011, de 11 de abril (que altera a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho - Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

Estabelece o referido preceito que «a inserção de publicidade televisiva ou televenda não pode implicar o aumento do nível de volume sonoro aplicado à restante programação», consubstanciando a violação desta norma uma contraordenação grave, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP.

Considerando que a LTSAP não quantifica as diferenças tidas por aceitáveis para aplicação e fiscalização do previsto no artigo 40.º-B, n.º 2, da LTSAP, a fim de avaliar todas as implicações que a regulamentação e a monitorização desta obrigação promovem, a ERC explicitou esses critérios na Diretiva 2016/1 «Sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro durante a difusão de publicidade nas emissões televisivas», que entrou em vigor a 1 de junho de 2016.

3.1. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU², o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em -23 LUFS (*Loudness Unit, referenced to Full Scale*).

Em programas, nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar ± 1 LU (*Loudness Unit*)³.

A medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros. Esta medição deverá considerar o método de *gating* estabelecido na norma ITU-R BS. 1770, no qual zonas de silêncio do sinal não são consideradas para o valor global medido apurado.

3.2. AMOSTRA E METODOLOGIA

Com base numa amostra aleatória sistemática e através da seleção de um dia por mês, ou por trimestre, de cada serviço de programas. Esta amostra considerou os seguintes critérios:

- i) Diferentes períodos horários;
- ii) Quatro horas seguidas de programação;
- iii) Análise das autopromoções para períodos de amostragem;
- iv) Análise da publicidade para períodos de amostragem.

Relativamente aos serviços de programas analisados, dois são generalistas de acesso condicionado CMTV e Porto Canal, medidos no segundo trimestre de 2024, através de uma amostra não probabilística.

²Esta recomendação resulta de um estudo do comité técnico da EBU (*European Broadcasting Unit*), que analisou a necessidade de regular os níveis do sinal áudio nas fases de produção, distribuição e transmissão dos programas com base no nível de sensação de intensidade auditiva. Assim, entende-se como programa todo o conteúdo autónomo ou independente. Neste contexto, um intervalo publicitário é considerado um programa.

³ 1 LU = 1 Db (decibel).

Os mesmos critérios foram aplicados aos canais temáticos de informação SIC Notícias e CNN Portugal, com amostras no primeiro e terceiro trimestre. Relativamente ao serviço de programas temático desportivo-Sporting TV, foi analisado numa amostra do segundo trimestre, e os serviços de programas temáticos de cinema: DSTV Pipoca e Cinemundo no segundo trimestre, conforme se demonstrada na Figura 3.

FIG.3 – AMOSTRA DAS AÇÕES DE SUPERVISÃO SOBRE O VOLUME DE SOM EM 2024					
Serviço de programas	1º Trimestre		Serviço de Programas	2º Trimestre	
	Dia	Período Horário		Dia	Período Horário
SIC NOTÍCIAS	12/Fevereiro	8h-12h	Cinemundo	20/Maio	8h-12h
	14/Fevereiro	13h-17h		22/Maio	13h-17h
	17/Fevereiro	18h-22h		25/Maio	18h-22h
CNN Portugal	12/Fevereiro	8h-12h	DSTV Pipoca	6/Maio	8h-12h
	14/Fevereiro	13h-17h		8/Maio	13h-17h
	17/Fevereiro	18h-22h		11/Maio	18h-22h
Serviço de programas	3º Trimestre		Sporting TV	13/Maio	8h-12h
	Dia	Período Horário		15/Maio	13h-17h
SIC Notícias	16/Setembro	8h-12h	CMTV	18/Maio	18h-22h
	18/Setembro	13h-17h		20/Maio	8h-12h
	21/Setembro	18h-22h		22/Maio	13h-17h
CNN Portugal	16/Setembro	8h-12h	Porto Canal	25/Maio	18h-22h
	18/Setembro	8h-12h		20/Maio	8h-12h
	21/Setembro	13h-17h		22/Maio	13h-17h
				25/Maio	18h-22h

A análise foi efetuada com recurso ao *software* *Nugen Audio Vism-H*, certificado pela norma ITU-R BS. 1770, e a recomendação R128 da EBU, aferiu-se o grau de cumprimento da recomendação supra nos eventos analisados (nível adequado de sensação de intensidade auditiva = -23 LUFS).

A análise do sinal do áudio foi desenvolvida em duas fases:

- i) Separação da programação em diferentes eventos. Foram extraídos os intervalos publicitários entre cada programa, os quais foram agrupados num bloco, resultando em espaços de programas e de publicidade em blocos, transmitidos durante o período em análise.
- ii) Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa *Nugen Audio Vism-H*, obtendo-se o valor global em LUFS para cada evento determinado.

3.3. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra identificada e atendendo aos eventos analisados, em 2024, apuraram-se os resultados constantes da Figura 4.

FIG.4 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

Serviço de Programas	Evento	1.Trimestre		2.Trimestre		3.º Trimestre	
		LUFS	Nível Sonoro	LUFS	Nível Sonoro	LUFS	Nível Sonoro
SIC Notícias	Programas	-22,7	Adequado			-23,0	Adequado
	Autopromoções	-22,8	Adequado			-22,9	Adequado
	Publicidade	-22,8	Adequado			-22,8	Adequado
CNN Portugal	Programas	-22,8	Adequado			-22,9	Adequado
	Autopromoções	-22,8	Adequado			-22,8	Adequado
	Publicidade	-22,8	Adequado			-22,4	Adequado
Cinemundo	Programas			-23,2	Adequado		
	Autopromoções			-22,7	Adequado		
CMTV	Programas			-22,4	Adequado		
	Autopromoções			-22,5	Adequado		
	Publicidade			-22,4	Adequado		
DStv Pipoca	Programas			-23,2	Adequado		
	Autopromoções			-22,9	Adequado		
Porto Canal	Programas			-22,9	Adequado		
	Autopromoções			-23,3	Adequado		
	Publicidade			-23,3	Adequado		
Sporting TV	Programas			-23,4	Adequado		
	Autopromoções			-23,2	Adequado		
	Publicidade			-23,0	Adequado		

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, os valores integrados de intensidade auditiva para cada evento determinado, nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas acima identificados registaram-se níveis de volume sonoro adequados (-23 LUFS, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1.

4.AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

4.1. TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na figura seguinte, são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, no ano de 2024.

FIG.5 – TEMPO DE EMISSÃO E PERCENTAGEM DEDICADA AOS INTERVALOS -2024

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1753	20,0%
RTP2	8760	310	3,5%
SIC	8760	2000	22,8%
TVI	8760	2075	23,7%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A TVI registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 23,7 % da emissão do serviço, seguindo-se a SIC, com 22,8 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, apenas 20 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 3,5 %.

De referir que os resultados da RTP1 e da RTP2 refletem a limitação mais restritiva a que estão sujeitos estes serviços, nos termos impostos pelo n.º 1 da cláusula 23.^a do CCSPT, que prevê que a RTP1 apenas possa emitir 6 minutos por hora de publicidade comercial. Esta é totalmente proibida na RTP2, pelo que a composição dos intervalos é predominantemente constituída por autopromoções, patrocínios e publicidade institucional.

4.2. TEMPO DEDICADO ÀS DIVERSAS MENSAGENS QUE COMPÕEM OS INTERVALOS – RTP1, SIC E TVI

Realizou-se uma análise global com os tempos das principais comunicações comerciais audiovisuais que não integram a tradicional publicidade televisiva e televenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2024, conforme demonstrado na figura infra.

FIG.6 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (EM %) – 2024						
Serviços de programas	Autopromoções	Patrocínio	Mensagens Gratuitas	Outras Mensagens*	Publicidade Comercial	TOTAL
RTP1	12,7%	2,3%	3,9%	0,7%	78,4%	100%
RTP2	65,5%	1,9%	25,8%	2,9%	1,3%	100%
SIC	8,6%	5,5%	1,3%	0,2%	82,9%	100%
TVI	7,2%	2,5%	0,7%	0,2%	87,3%	100%

*Inclui mensagens não contabilizadas nos tempos de publicidade, tais como ajudas à produção

Serviços de programas	Auto	Patrocínio	Gratuitas	Outras	Comercial	TOTAL
RTP1	12,7%	2,3%	3,9%	0,7%	78,4%	100%
RTP2	65,5%	1,9%	25,8%	2,9%	1,3%	100%
SIC	8,6%	5,5%	1,3%	0,2%	82,9%	100%
TVI	7,2%	2,5%	0,7%	0,2%	87,3%	100%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

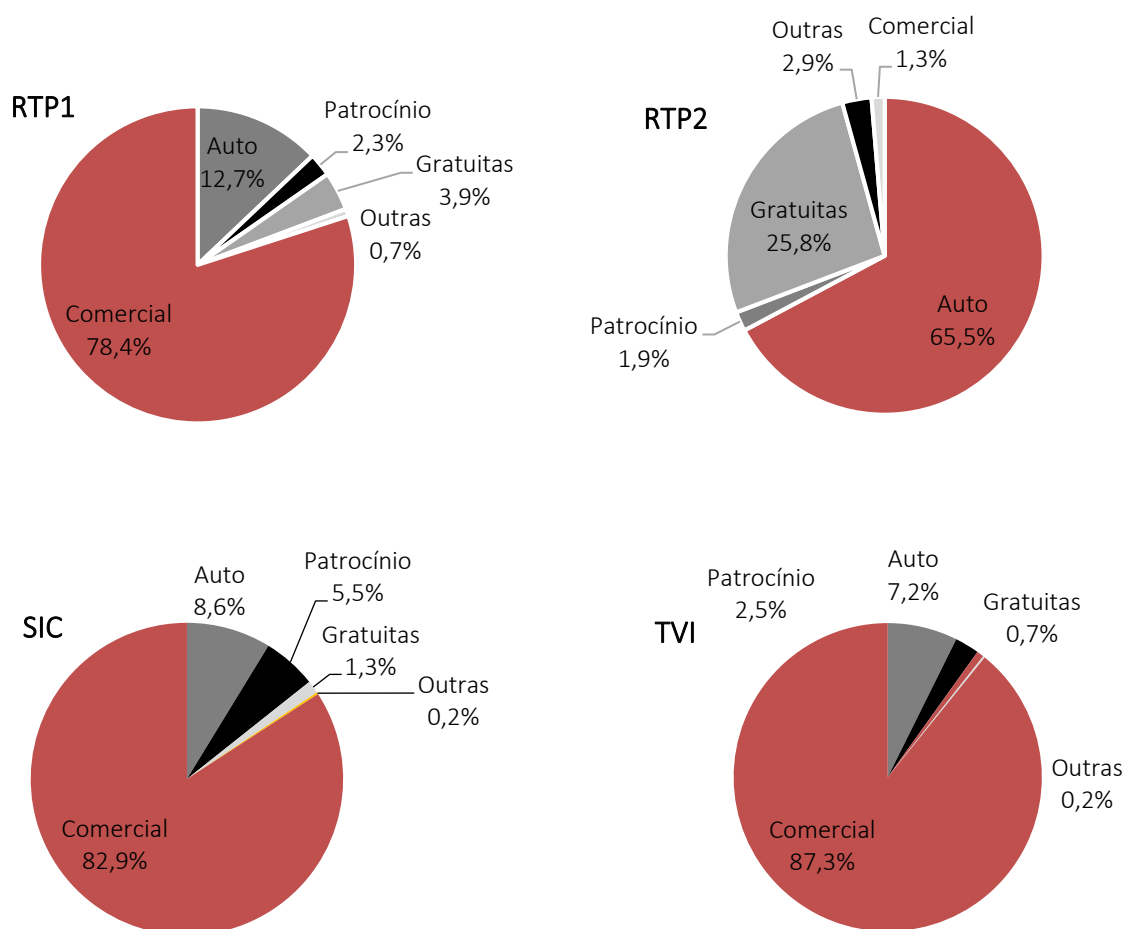
Nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas por publicidade comercial (entre aproximadamente 78% a 87,3 %).

No que concerne às autopromoções, a maior percentagem regista-se na RTP2, com 65,5 %, seguindo-se a RTP1 com 12,7, com 8,6 %, a SIC e por fim com 7,2 % a TVI.

Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC apresenta a maior percentagem com 5,5 %.

As designadas “Mensagens Gratuitas” encontram maior expressão na RTP2, com 25,8 %, e a RTP1, com 3,9 %, o que decorre da sua missão específica de serviço público. O mesmo sucede para “Outras Mensagens”, onde a RTP2 atinge maior percentagem, 2,9 %, seguida pela RTP1, com 0,7 %.

FIG.7 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (%) -2024



Atendendo a que as mensagens suprarreferidas são objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, nos termos do artigo 41.º-C, da LTSAP, verifica-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial, que representou na RTP1, SIC e TVI o percentual mais elevado à semelhança do registado em 2023.

FIG.8 – TEMPO DE EMISSÃO E BLOCOS DE TELEVENDA (EM H) – 2024

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	(%)
RTP1	8760	853	9,74%
SIC	8760	268	3,06%
TVI	8760	541	6,18%

Fonte: YUMI/Mediamonitor

A RTP1 registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com blocos de televenda, o que corresponde a 9,74 % do tempo de emissão, seguida da TVI, com 6,18 %, e, por último, a SIC, com 3,06 %.

5. ESTUDOS EM MATÉRIA DE PUBLICIDADE

5.1 COMUNICAÇÃO COMERCIAL DIRIGIDA A MENORES EM SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

A proteção de crianças e adolescentes constitui uma prioridade da intervenção da ERC e a publicidade, enquanto forma de comunicação veiculada pelos media dirigida a crianças e jovens, tem-se desenvolvido tanto nos meios tradicionais como nos meios digitais sendo por isso merecedora de atenção particular. Proteger o público mais jovem tem especificidades distintas das aplicáveis ao restante público, reconhecidas também em sede de quadro legislativo, o que veio a alterar os formatos e estratégias comerciais. Entidades como a Organização Mundial da Saúde e a Comissão Europeia desenvolveram documentos estratégicos para orientar a redução do impacto do marketing de alimentos e bebidas prejudiciais à saúde de crianças e jovens, não só nos espaços de programação infantil, mas também em comunicação multicanais incluindo os generalistas.

Assim, tendo presente a importância do tema e ainda que a competência da ERC, nesta matéria, no que respeita às mensagens comerciais objeto da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, tais como, a colocação de produto e ajudas à produção entendeu-se efetuar um estudo sobre o tema que foi disponibilizado na página de internet da ERC em 2024.

O estudo, [disponível para consulta através do sítio de internet da ERC](#), debruçou-se sobre a produção nacional disponível no último trimestre de 2023 a partir de conteúdos disponibilizados por serviços audiovisuais a pedido, sob jurisdição do Estado português: incluindo RTP Play, TVI Player e Opto, bem como de gravações cedidas à ERC pelos operadores de serviços lineares com conteúdos infantis/juvenis: RTP, SIC, TVI e Dreamia.

FIG.9 – DATAS DOS PROGRAMAS VISIONADOS

➤ RTP 1 – 14 a 15 de novembro
➤ RTP 2 – 15 e 16 de novembro e 18 e 19 de dezembro
➤ RTP Play – 14 de novembro e 18 de dezembro
➤ SIC – 10 e 17 de dezembro
➤ Opto – 13 a 18 de dezembro
➤ Advnce – 18 de novembro e 19 de dezembro
➤ SIC K – 11 a 17 de setembro
➤ TVI – 26 de novembro e de 10 dezembro
➤ TVI Player – 13 a 22 de novembro e 12 e 15 de dezembro
➤ Panda – 18 a 24 de dezembro
➤ Biggs – 18 a 24 de dezembro

A metodologia seguida teve como recurso o visionamento dos dias e programas constantes na tabela anterior, assim como as plataformas Yumi/Mediamonitor e MOG Technologies.

Este estudo pretendeu examinar a comunicação comercial presente nos serviços televisivos direcionados para o público jovem nos últimos meses do ano 2023, analisando as comunicações comerciais no interior dos programas e nos seus intervalos.

5.2. CONCLUSÕES

A avaliação efetuada revelou uma diversidade significativa de práticas e conteúdos dirigidos a crianças e jovens. Dentro dos parâmetros temporais da análise foram identificados indícios de violação ao Código da Publicidade, já que alguns dos casos observados, parecem ultrapassar, segundo as indicações da DGS, os níveis de açúcar e de ácidos gordos saturados.

Deste modo e, pese a referência efetuada pelo Legislador da União Europeia a comunicações comerciais audiovisuais, o que engloba o patrocínio, tal desiderato não encontrou eco no legislador nacional que apenas logrou consagrar as referidas restrições para a colocação de produto e ajuda à produção. Esta incongruência na disciplina relativa à comunicação comercial de alimentos e bebidas dirigidas a crianças e jovens, permite que subsistam referências através da figura do patrocínio a alimentos e bebidas que transversalmente se arreda de outras figuras do elenco das comunicações comerciais.

Deste modo, em futura revisão deste catálogo de restrições deverá ponderar-se a bondade da manutenção desta concessão relativa ao patrocínio, considerando as restantes restrições. Apesar deste entendimento, não se ignora que o Legislador da União se manifesta a respeito da autorregulação e da correção, no entanto, não foi esta a opção em Portugal, porquanto é crucial dotar o regime de coerência.

O estudo veio assim demonstrar a importância de uma revisão e eventual reforço da regulamentação atual nesta matéria, de forma a permitir uma comunicação comercial delimitada pelo valor da saúde e da alimentação saudável para as audiências jovens. A dinâmica em constante evolução dos meios de comunicação requer uma abordagem proactiva que assegure a proteção eficaz das crianças e jovens, no que concerne a exposições prejudiciais.

No mesmo sentido concluiu a Direção-Geral da Saúde na apresentação do Relatório do Grupo de Trabalho criado pelo Despacho n.º 12980/2023 que procedeu à avaliação de impacto da Lei n.º 30/2019, de 23 de abril, que introduziu restrições à publicidade alimentar dirigida a menores de 16 anos, que se realizou a 5 de junho em Lisboa e em que a ERC, participou, enquanto entidade convidada, contribuindo com o estudo que efetuou sobre a comunicação comercial alimentar dirigida a menores presente nos serviços televisivos.

5.3. DELIBERAÇÃO SOBRE OS CONCURSOS TELEVISIVOS DE PARTICIPAÇÃO TELEFÓNICA DE TARIFA MAJORADA NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS GENERALISTAS

Os concursos televisivos de participação telefónica de tarifa majorada, inseridos em programas de entretenimento nos serviços de programas televisivos generalistas RTP1, SIC e TVI, têm suscitado várias participações à ERC e diversas intervenções de entidades públicas e privadas. A ERC tem-se mantido atenta a estes concursos televisivos com recurso à gama de numeração 760 e 761, ponderando duas ordens de fatores: o respeito pelos direitos dos telespetadores/consumidores de media e o equilíbrio financeiro dos serviços de programas que os emitem.

Ao longo do tempo a ERC pronunciou-se em diversos momentos sobre estes concursos designadamente, através das Deliberações 99/2015 (OUT-TV), [32/2016 \(OUT-TV\)](#), [33/2016 \(OUT-TV\)](#) e [34/2016 \(OUT-TV\)](#).

Apesar do Acordo de Autorregulação sobre estes concursos subscrito pelos operadores generalistas de acesso não condicionado livre, entende-se que este não tem dado resposta a todas as preocupações que esta “modalidade de concursos” tem vindo a suscitar, em especial no que respeita à proteção dos públicos sensíveis.

A ERC, no âmbito do exercício das suas competências, empreendeu várias diligências, de que se destaca:

- i) Monitorização de uma amostra de programas de entretenimento com inserção de concursos com chamadas telefónicas de tarifa majorada (2021 e 2023);
- ii) Procedimento de consulta aos reguladores de media dos Estados-membros da União Europeia que integram o European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA);
- iii) Solicitação de esclarecimentos aos operadores televisivos RTP, SIC e TVI.

As várias iniciativas da ERC conduziram à conclusão de que a configuração da questão dada pelos operadores não corresponde às expectativas dos telespectadores nem à qualificação jurídica perfilhada pelo Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE).

Tudo visto, destaca-se, nos concursos de participação telefónica acima caracterizados, a relevância atribuída a estes concursos, no que respeita os ganhos/proveitos auferidos pelo operador, elemento que aponta para a sua independência face aos restantes conteúdos. Assim sendo e sem prejuízo de anteriores considerações da ERC sobre a qualificação destes concursos, os elementos analisados, respeitantes à caracterização atual destes concursos, a jurisprudência do TJUE e o enquadramento conferido a concursos similares, noutros Estados-membros da União Europeia, apontam para a adequação do enquadramento dos concursos em análise no âmbito da televenda. Sem prejuízo do exposto, a ERC registando de forma positiva a disponibilidade dos operadores para proceder a acertos do Acordo de Autorregulação, bem como para participar em procedimentos no âmbito da correção, considerando-se oportuno o desenvolvimento de instrumentos de correção, que permitam o reforço da proteção dos telespectadores e em especial dos de menores e outros telespectadores que por motivos vários possam encontrar-se em situação de maior vulnerabilidade perante a promoção de concursos cuja habilitação resulte de pagamentos a efetuar pelos telespectadores através de chamadas telefónicas de tarifa majorada.

Temas de Intervenção Regulatória

Programação de Rádio, Televisão e outros Serviços Audiovisuais

- . Diversidade da Programação Televisiva
 - . Difusão de Obras Audiovisuais:
 - Defesa da Língua Portuguesa
 - . Difusão de Obras Audiovisuais:
 - Produção Europeia e Produção Independente
 - . Anúncio da Programação
- . Diversidade de Programação da Rádio Pública
 - . Quotas de Música Portuguesa
- . Quotas de Música Portuguesa - Serviço Público
 - . Renovação das Licenças de Rádio

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo verifica o cumprimento dos princípios do pluralismo e da diversidade na programação televisiva exibida em 2024 pelos quatro serviços de programas (canais) generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabos) CMTV, e pela RTP3, serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

A análise é enquadrada pelas obrigações de programação fixadas na [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido \(LTSAP\)](#), no [Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão \(CCSPRT\)](#), nos cadernos de encargos das licenças de difusão da SIC e da TVI e, no caso da CMTV, na autorização para o exercício da atividade de televisão e respetivo projeto editorial.

Apreciada a programação da RTP1 e da RTP2, conclui-se que as opções de programação destes canais são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, verificando-se que proporcionam a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor. A programação da RTP3, enquanto serviço temático informativo, também cumpre a sua missão geral.

No que se refere à SIC, considera-se que as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos exigíveis a um canal generalista. Mantém-se a concentração num número reduzido de géneros (*talk shows*, *serviços noticiosos* e *telenovelas*), que se agrava no horário nobre. A estação continua a não emitir, com periodicidade semanal, espaços autónomos de *debate* e *entrevista*. Continuam sub-representadas, face às obrigações previstas na respetiva licença de difusão, a programação *infantil/juvenil* e a de *cariz cultural e de conhecimento*.

Quanto à TVI, conclui-se que as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um canal generalista. Evidencia-se a concentração num número reduzido de géneros – *serviços noticiosos*, *reality shows*, *talk shows* e *telenovelas* –, agravada no horário nobre. A emissão de programas de *entrevista* ficou aquém do estipulado na licença de difusão. Os programas de índole *cultural e de conhecimento* têm expressão residual e não revelam diversidade suficiente para responder aos interesses gerais e diversificados do público. Mantém-se na grelha um único programa dirigido a grupos minoritários e à promoção da diversidade social e cultural.

Quanto à CMTV, verifica-se que as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um canal generalista, sendo mais próximas das de um temático informativo. Acresce que a autorização para o exercício da atividade de televisão da CMTV prevê a exibição em estreia de documentários, novas bandas e peças de teatro, para promover novos talentos portugueses, obrigação que não foi novamente cumprida.

2. ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

A presente análise assenta nas obrigações gerais de programação fixadas na [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido \(LTSAP\)](#). No caso do operador público de televisão, também se considera o [Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão \(CCSPRT\)](#), de 6 de março de 2015. Em relação à SIC e à TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão¹ e, no caso da CMTV, é também enquadrada pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial.²

A análise da programação televisiva parte do entendimento de que a diversidade da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões de pluralismo – entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto conjunto de valores, opiniões e pontos de vista, de informações e de conteúdos, representando os múltiplos interesses sociais, políticos, culturais, económicos, etc.

Para verificar a amplitude de tipos de programas que cada serviço de programas disponibiliza ao público, a *diversidade* é aferida, primeiramente, pela identificação dos *macrogéneros* e *géneros* que, à luz da grelha adotada, melhor permitem caracterizar cada um dos programas transmitidos. É também identificada a *função* predominante em cada programa, na medida em que a LTSAP também estabelece como princípio geral que os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, devem contribuir para a informação, formação e entretenimento dos públicos.³

A análise da diversidade foca-se ainda nos conteúdos emitidos no *horário nobre* (20h00-22h59); na programação *informativa*, *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento*, assim como naquela destinada à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários no contexto nacional.

No total dos seis serviços de programas analisados, foram contabilizadas:

- RTP1 - 6973h58m05s de emissão, correspondentes a 7199 programas;
- RTP2 - 8390h34m07s, correspondentes a 32575 programas;
- SIC - 6709h49m43s de emissão, correspondentes a 6563 programas;
- TVI - 6612h54m43s, correspondentes a 7013 programas;
- CMTV - 7416h05m51s, correspondentes a 7555 programas;
- RTP3 - 8350h58m55s, correspondentes a 13123 programas.

¹ Para enquadrar as obrigações destes serviços de programas, relevam os seguintes documentos, relativos à **renovação das licenças dos operadores**: **Deliberação 1-L/2006**, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e TVI); **Deliberação 2/LIC-TV/2007**, de 20 de dezembro (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo TVI); **Deliberação ERC/2021/300 (LIC-TV)** referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador SIC (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da LTSAP; **Deliberação ERC/2021/301 (LIC-TV)**, referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador TVI (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da LTSAP.

Relativamente, às **avaliações intercalares**: **Deliberação 1/LIC-TV/2012**, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da SIC, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da LTSAP); **Deliberação 2/LIC-TV/2012**, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da TVI, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da LTSAP); **Deliberação ERC/2028/268**, de 19 de dezembro (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da LTSAP); **Deliberação ERC/2028/269**, de 19 de dezembro (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional TVI - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da LTSAP).

² Para enquadrar as obrigações deste serviço de programas são também relevantes: **Deliberação 6/AUT-TV/2012**, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV); **Deliberação ERC/2018/48 (AUT-TV)**, de 5 de abril (Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas CMTV, nos termos do artigo 23.º, da LTSAP); **Deliberação ERC/2023/253 (AUT-TV)** – de 5 de julho (Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas Correio da Manhã TV, nos termos do artigo 23.º da LTSAP).

³ LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

2.1. ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ÂMBITO NACIONAL: RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

2.1.1 DIVERSIDADE DE PROGRAMAÇÃO EMITIDA: MACROGÉNEROS

O princípio da diversidade é concretizado nos diversos textos que enquadram as opções de programação dos serviços de programas analisados. Refira-se, em primeiro lugar, a LTSAP, que define como “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público⁴.

O CCSPT estipula que a RTP1 deve, tendo em conta as realidades territoriais e os diferentes grupos que compõem a sociedade portuguesa, conceder especial relevo à informação, ao entretenimento de qualidade com expressão originária portuguesa, à transmissão de conteúdos de carácter cultural e à sensibilização dos telespectadores para os seus direitos e deveres enquanto cidadãos. Este serviço deve assegurar a cobertura de manifestações que constituam fatores de identidade ou formas de representação nacional, incluindo eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva. Dirigida ao grande público, a RTP1 deve incluir programas de entretenimento que se distingam dos formatos oferecidos pelos serviços de programas comerciais, adotando padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética e respeito pela dignidade humana e pelas minorias, que sirvam de referência. Os espaços de entretenimento devem promover a integração entre gerações e grupos sociais, estimular o contacto entre cidadãos de diferentes regiões do país e com as comunidades portuguesas no estrangeiro, valorizando simultaneamente a língua, a cultura e a coesão nacional. Devem ainda ter uma componente formativa, contribuindo para a promoção da cultura geral e para a abertura ao conhecimento⁵.

A RTP2, enquanto segundo serviço de programas generalista, deve oferecer uma programação fortemente orientada para a componente cultural e formativa, aberta à participação da sociedade civil. Este canal tem como missão assegurar, de forma coerente, uma programação cultural de qualidade, distinta dos restantes canais televisivos de serviço público, constituindo-se como alternativa à oferta da RTP1, bem como às restantes propostas culturais disponíveis no mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que deem visibilidade a temas, causas e ideias relevantes para diversos segmentos do público, contribuindo assim para o cumprimento da vocação universal do serviço público. A RTP2 deve ainda dar relevo ao princípio da inovação na sua programação, promovendo a criatividade, a originalidade e o sentido crítico, valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor⁶.

Além das obrigações definidas na Lei, para a SIC e a TVI relevam as respetivas licenças. Em ambos os casos, estes canais têm obrigação de emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de géneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias. A TVI tem ainda o dever de transmitir, semanalmente, a missa dominical⁷. Quanto à CMTV,

⁴ LTSAP, artigo 8.º, n.º 2.

⁵ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II do Relatório de Avaliação das Obrigações de Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos, disponível no site da ERC).

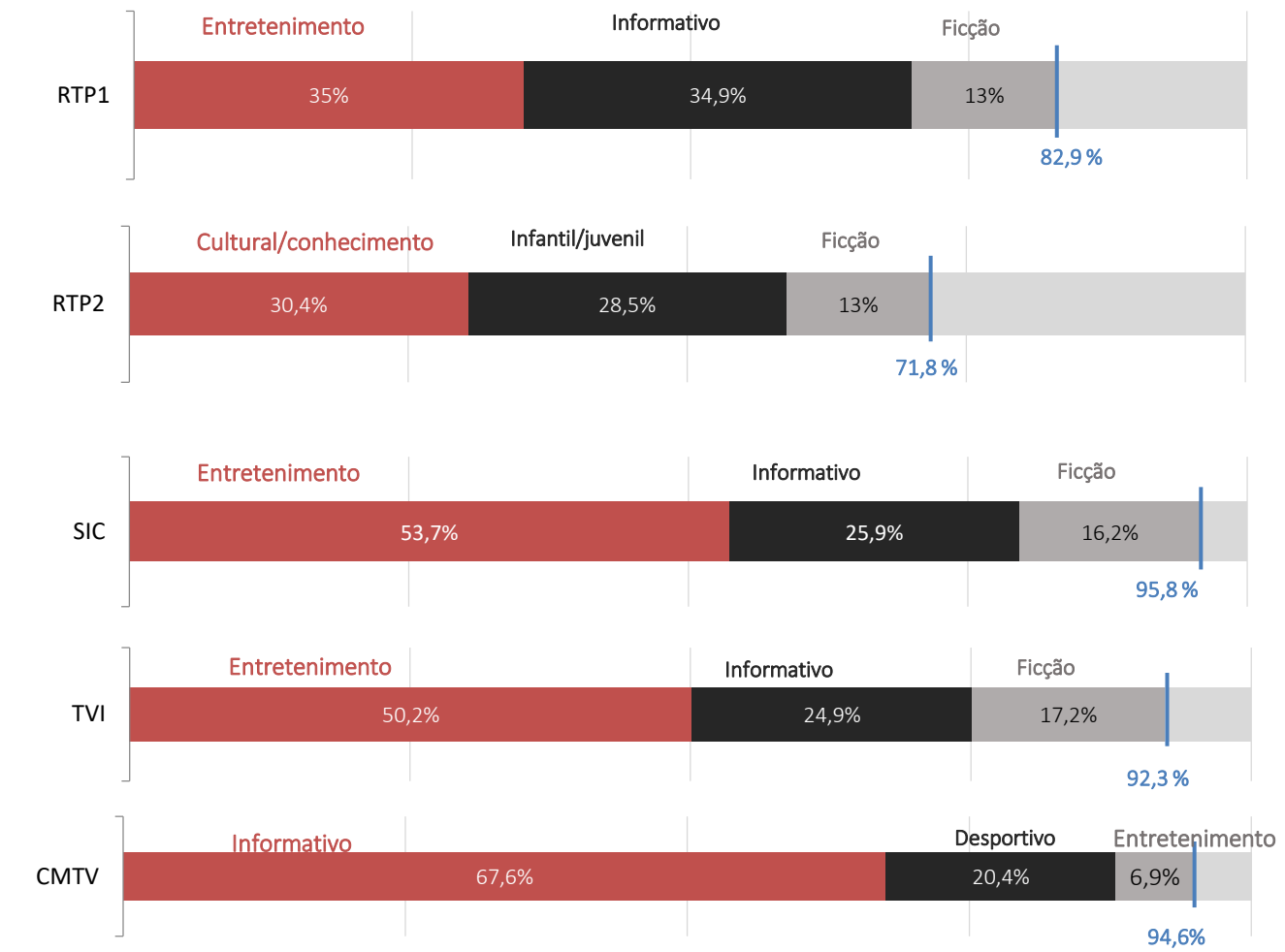
⁶ Idem.

⁷ Cf. nota 1 do presente capítulo.

resulta da respetiva autorização que as linhas gerais da programação devem assentar na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento⁸.

A Figura 1 contribui para aferir a diversidade, com base na tipologia de *macrogéneros* televisivos.⁹

FIG.1 – MACROGÉNEROS TELEVISIVOS DOMINANTES, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (DURAÇÃO)



N = 6973h58m05a (duração total dos programas exibidos pela RTP1); 8390H34M07S (duração total dos programas exibidos pela RTP2); 6709h49m43s (duração total dos programas exibidos pela SIC); 6612h54m43s (duração total dos programas exibidos pela TVI); 7416h05m51s (duração total dos programas exibidos pela CMTV).

A programação da RTP1 distribui-se, na maioria, pelos macrogéneros *entretenimento*, *informativo* e *ficção*. Na RTP2, complementarmente, os conteúdos de *cultura e conhecimento* têm o maior peso, seguidos pelos *infantis/juvenis* e, em terceiro lugar, programas de *ficção*.

A SIC e a TVI concentram mais de 95% da respetiva programação anual em programas de *entretenimento*, *informação* e *ficção*. Na CMTV, distinguem-se sobretudo os programas de *informação* e de *desporto*, com os programas de *entretenimento* em terceiro lugar.

⁸ Cf. nota 2 do presente capítulo.

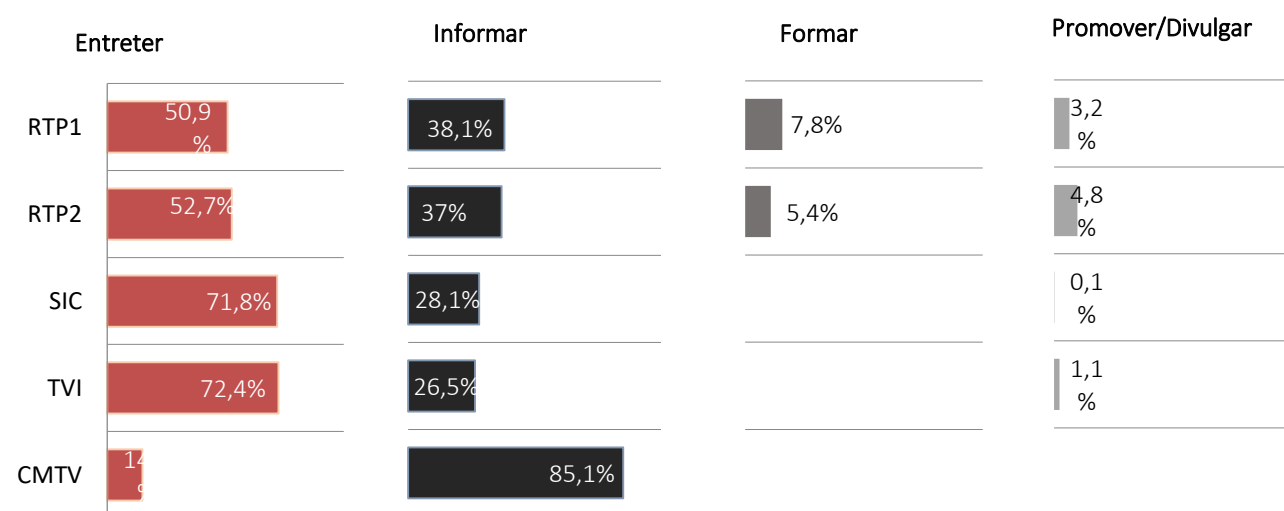
⁹ No “Relatório de Avaliação das Obrigações de Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos” apresenta-se a segmentação destas macro-categorias por géneros televisivos. No mesmo relatório, afere-se em maior detalhe o cumprimento dos deveres do serviço público de televisão que decorrem do respetivo contrato de concessão, e cujas conclusões aqui se expõem de forma sumária.

2.1.2 DIVERSIDADE E FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO

De acordo com a LTSAP, constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados, contribuir para a informação, formação e entretenimento do público. A análise das funções visa aferir de que modo os serviços de programas generalistas de âmbito nacional correspondem a essas finalidades¹⁰.

Impõem as respetivas licenças que a SIC e a TVI contribuam, com a sua programação, para a *formação* e *informação* do público, considerando as necessidades especiais de certas categorias de espectadores, como as crianças e os jovens.

FIG.2 – FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (DURAÇÃO)



N = 7077h42m03s (duração total dos programas exibidos pela RTP1); 8436h27m38s (duração total dos programas exibidos pela RTP2); 6650h50m18s (duração total dos programas exibidos pela SIC); 6471h25m39s (duração total dos programas exibidos pela TVI); 7414h14m05s (duração total dos programas exibidos pela CMTV).

Ambos os canais do operador de serviço público apresentam conteúdos que correspondem às quatro *funções*. Entre os serviços de programas generalistas, é na RTP1 que a função *formar* assume maior expressão, em termos de volume horário. Na RTP2 destaca-se o maior peso relativo da função *promover/divulgar*, que inclui a emissão de programas de teor *religioso* e *institucional*. É também a RTP2 que concentra a principal oferta destinada à *formação* e ao *entretenimento* dos públicos infantis e juvenis. A função *entreter* reflete também o tempo de transmissões desportivas, designadamente de divulgação de modalidades com reduzida visibilidade televisiva.

No caso da SIC, a função *entreter* foi claramente a mais privilegiada, surgindo a função *informar* como a segunda mais destacada, embora com grande diferença. Em 2024, a SIC não transmitiu programas com função *formar*, sendo por isso desejável um maior investimento neste domínio. A TVI apresenta percentagens muito semelhantes, com claro predomínio da função *entreter*, seguido a grande distância pela função *informar*, e total ausência de programas cuja função principal seja *formar*. A expressão da função *promover/divulgar* reflete a exibição de programas religiosos (recorde-se que é obrigação da TVI a transmissão semanal da missa dominical).

¹⁰ Artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

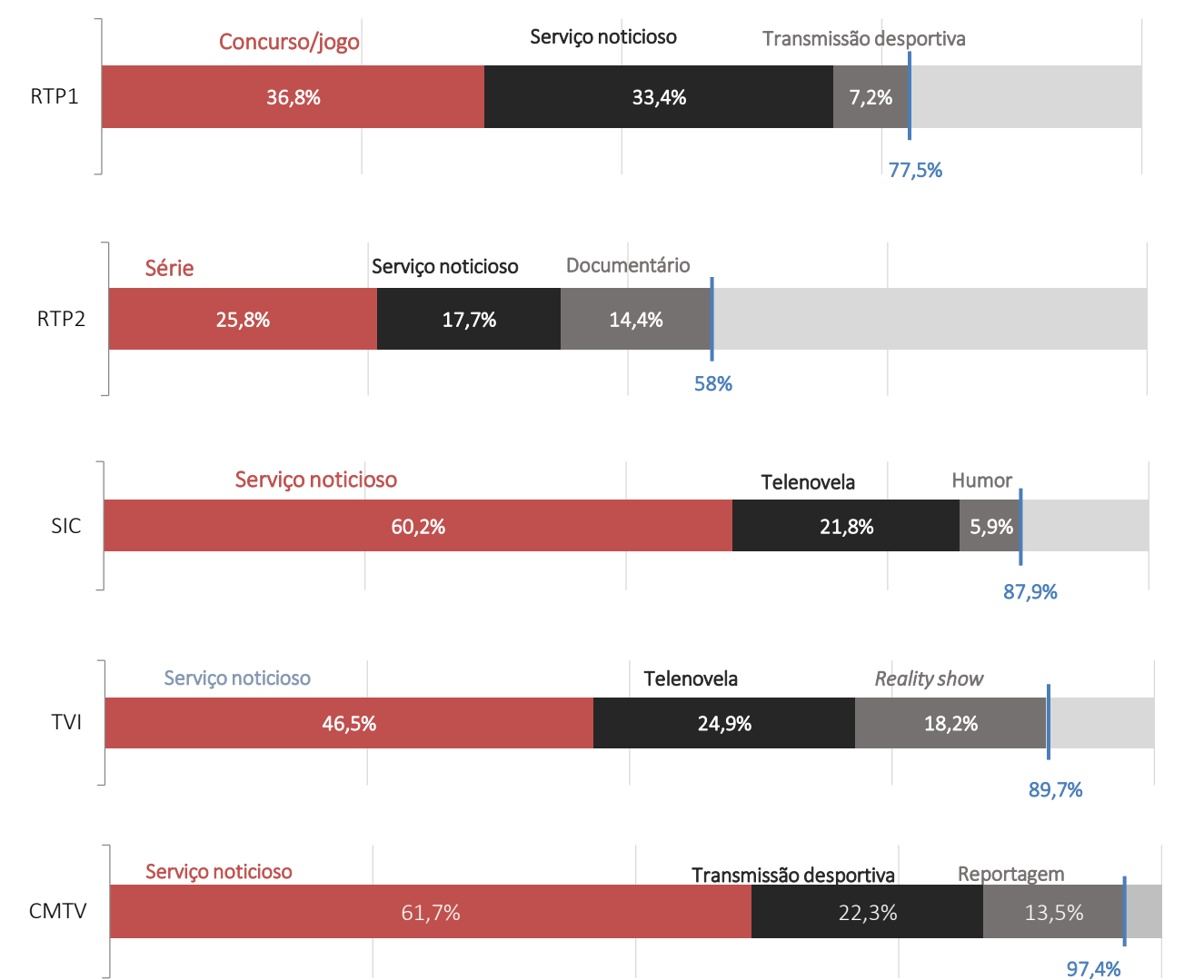
A CMTV distingue-se dos restantes pela presença exclusiva de duas funções, com grande saliência para *informar*. A função *entretém* obtém a percentagem menos elevada entre os cinco canais.

2.1.3 DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO EMITIDA EM HORÁRIO NOBRE

A LTSAP estabelece igualmente que é obrigação dos operadores de televisão que explorem serviços de programas generalistas, de cobertura nacional, assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural¹¹.

No caso dos operadores privados SIC e TVI, este dever é reforçado pelas licenças para o exercício da atividade televisiva, que explicitam a obrigação de diversificar os géneros da programação emitida no horário nobre (20h00-23h00)¹².

FIG.3 – GÉNEROS TELEVISIVOS DOMINANTES EM HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (DURAÇÃO)



N = 962h43m03s (duração total da programação exibida em horário nobre pela RTP1); 1054h07m59s (duração total da programação exibida em horário nobre pela RTP2); 879h08m18s (duração total da programação exibida em horário nobre pela SIC); 851h55m33s (duração total da programação exibida em horário nobre pela TVI); 706h41m51s (duração total da programação exibida em horário nobre pela CMTV).

¹¹ Artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

¹² Cf. nota 1 do presente capítulo.

Neste horário, a RTP1 e a RTP2 oferecem a maior diversidade de conteúdos. Na RTP1, a programação nesta faixa horária distribui-se por 18 géneros (os dados detalhados estão disponíveis no relatório autónomo). Os programas emitidos pela RTP2, em horário nobre, foram repartidos por 24 géneros, assumindo uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas.

No que diz respeito à SIC, nesta franja horária identificou-se a exibição de programas de 13 géneros distintos – entre os quais sobressa em programas de dois géneros, *serviços noticiosos* e *telenovelas*, com mais de oito em cada dez horas da programação. Assim, relativamente à globalidade da grelha, esta faixa horária regista maior concentração. No caso da TVI, foram emitidos, neste horário, programas de 11 géneros televisivos, com primazia dos *serviços noticiosos*, *telenovelas* e *reality shows*.

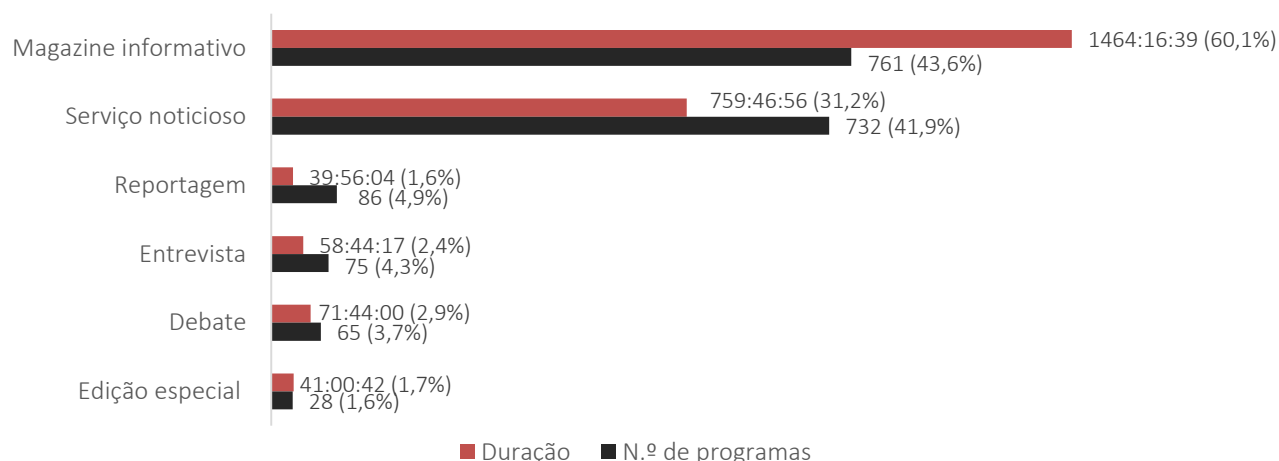
Os programas emitidos pela CMTV em horário nobre correspondem a seis géneros – com destaque para *serviços noticiosos*, *transmissões desportivas* e programas de *reportagem* –, sendo este o serviço de programas com menor diversidade de conteúdos no período horário em questão.

2.1.4 OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

De acordo com o CCSPT, na **RTP1** a informação assume um papel central, sendo garantida através da difusão regular de noticiários, debates, entrevistas e reportagens. Devem existir espaços diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais, bem como espaços regulares de debate com a participação de personalidades representativas da vida política e social portuguesa. A programação deve incluir entrevistas a figuras de destaque na sua atividade profissional ou cívica, assim como debates e entrevistas sobre a atividade política nacional, garantindo o pluralismo e dando voz às posições das instituições e das forças políticas, especialmente às representadas nas instituições parlamentares. A informação da RTP1 deve ainda contemplar reportagens regulares e assegurar uma cobertura jornalística adequada durante os períodos eleitorais mais relevantes.

No que diz respeito à frequência, os noticiários devem ser emitidos pelo menos três vezes por dia. Os programas de informação sobre as instituições políticas e a promoção da cidadania, bem como os de debate e entrevista, devem ter periodicidade semanal. Já os programas de grande reportagem devem ser apresentados, no mínimo, quinzenalmente.

FIG.4 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS NA RTP1

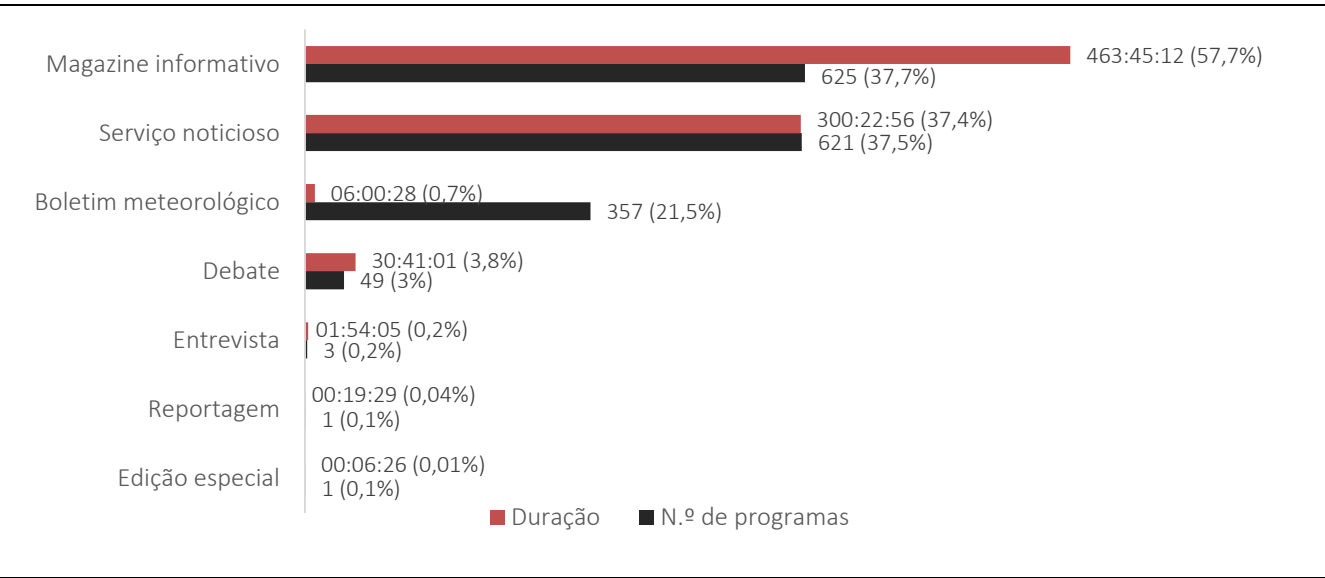


N=2435h28m38s (Total de horas de emissão de programas informativos); N=1747 (N.º total de programas informativos)

A RTP1 cumpriu os requisitos de emissão diária de três blocos de *noticiários*, emissão semanal de programas de *debate* e *entrevista* e emissão quinzenal de programas de *grande reportagem*.

O CCSPT prevê, no caso da **RTP2**, a existência de espaços de informação diários que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.

FIG.5 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP2

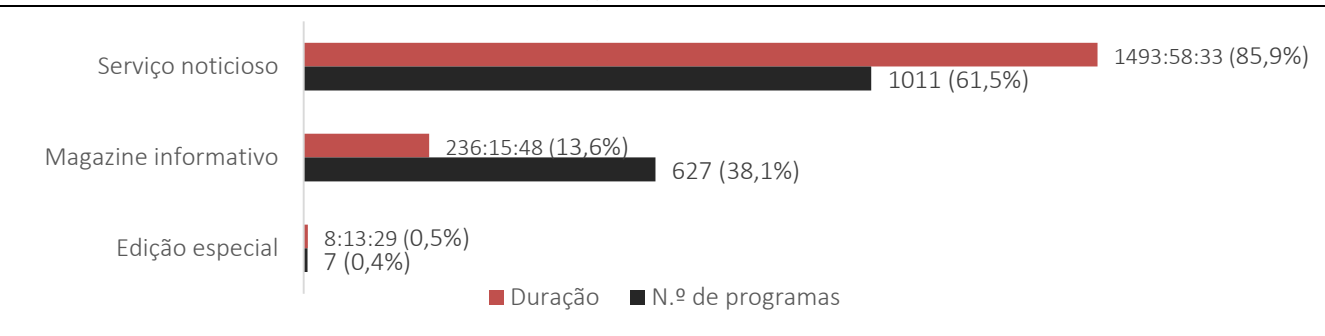


N = 803h09m37s (Total de horas de emissão de programas informativos); N = 1657 (n.º total de programas informativos)

A *RTP2* prossegue a sua missão informativa através de programas diversos. Além dos programas incluídos no macrogénero *informativo*, há que levar em consideração os programas de informação especializada sobre temas culturais, incluídos no macrogénero *cultural/conhecimento*. A *RTP2* assegura também, como é sua obrigação, espaços de informação diários que tratem matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.

A licença de difusão da **SIC** vincula o serviço de programas à emissão de um mínimo de três blocos noticiosos diários, bem como à emissão de programas de informação dos subgéneros debate e entrevista, autonomizados dos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal.

FIG.6 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA SIC

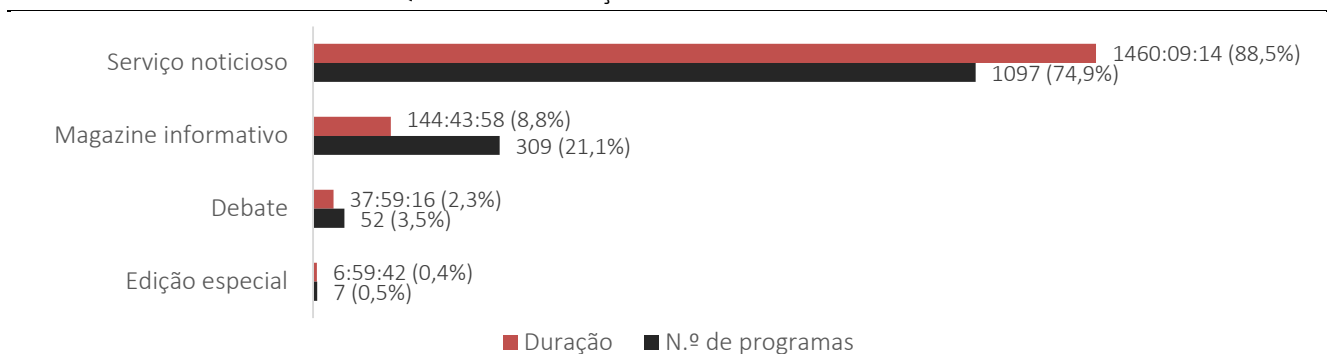


N = 1738h27m56s (Total de horas de emissão de programas informativos); N = 1645 (n.º total de programas informativos)

Contabilizando o conjunto de *serviços noticiosos* e *magazines informativos* de caráter generalista, a SIC ultrapassa a meta fixada para a emissão de blocos noticiosos. Contudo, continua a não emitir semanalmente espaços autônomos de programação de *debate* e *entrevista*.

De modo semelhante, a licença da TVI prevê a emissão de um mínimo de três blocos noticiosos diários, bem como a emissão de programas de informação dos subgêneros debate e entrevista, autonomizados dos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal.

FIG.7 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA TVI

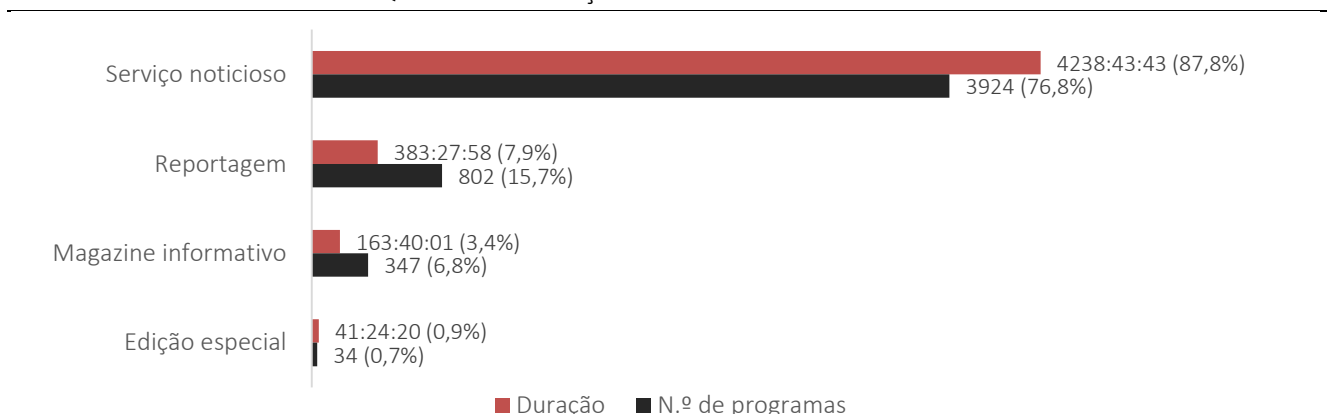


N=1649h52m10s (Total de horas de emissão de programas informativos); N= 1465 (N.º total de programas informativos)

A TVI cumpriu a obrigação de exibir diariamente três blocos noticiosos, com a exibição diária de um bloco matinal, um bloco ao início da tarde e um bloco em *horário nobre*. Deu também cumprimento ao dever de emitir programas autônomos de *debate*, com periodicidade semanal, contudo não cumpriu a obrigação de emitir espaços autônomos de *entrevista*.

De acordo com a sua autorização para o exercício da atividade televisiva, a CMTV deve difundir notícias de hora a hora, 24 horas por dia, estando também obrigada à emissão de espaços informativos diários nas áreas de economia e desporto.

FIG.8 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA CMTV



N = 4827h16m02s (Total de horas de emissão de programas informativos); N= 5107 (N.º total de programas informativos)

Os *serviços noticiosos* têm clara primazia, seguindo-se as *reportagens*. Aos blocos informativos corresponde a exibição dos programas "Notícias CM", "Grande Jornal - Noite", "Grande Jornal - Tarde", "Jornal da Meia-Noite", "Jornal de Portugal", "Direto CM", "Mais CM", entre outros.

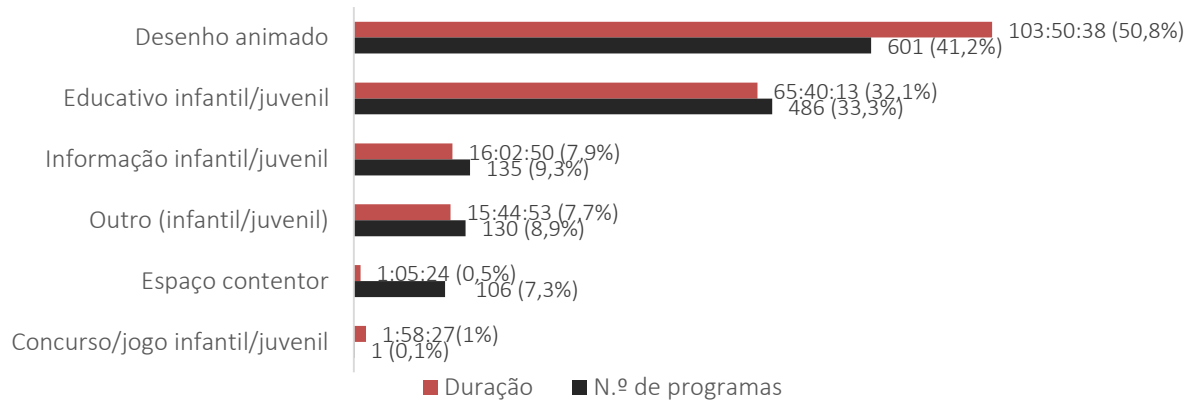
Os espaços informativos de desporto têm uma grande prevalência na emissão da CMTV, com o operador a dar cumprimento a este outro compromisso de programação informativa especializada.

2.1.5 OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO INFANTIL E JUVENIL

A LTSAP estipula que a concessionária do serviço público de televisão deve garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação¹³.

O CCSPT clarifica esta obrigação, devendo a RTP1 garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação, bem como oferecer espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil¹⁴.

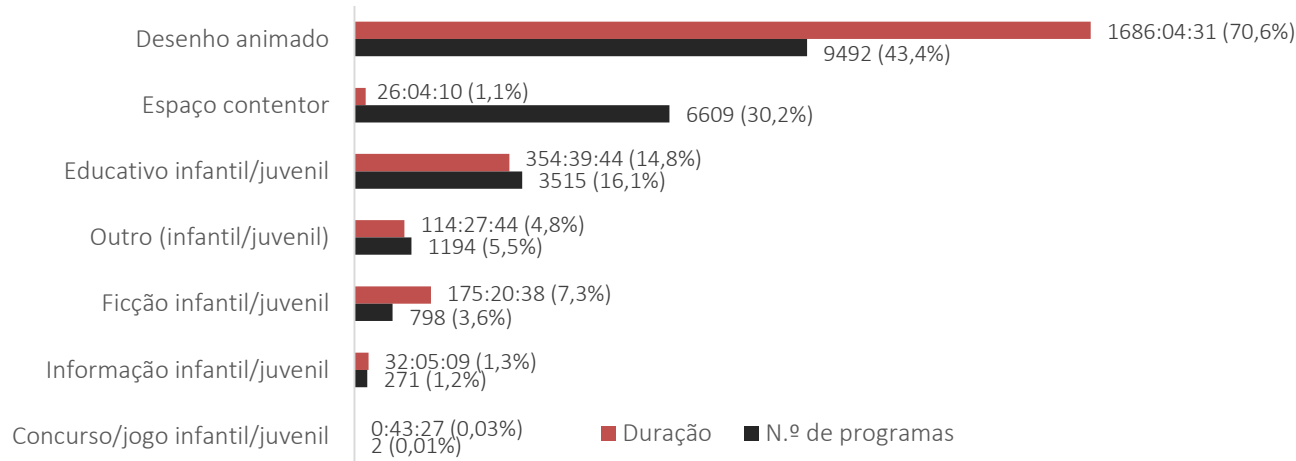
FIG.9 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1



N=204h22m25s (Total de horas de emissão de programas infantis/juvenis); N= 1459 (N.º total de programas infantis/juvenis)

Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se maioritariamente nas manhãs dos fins-de-semana, cabendo à RTP2 assegurar a grande parcela das incumbências relativas a programas dirigidos aos públicos mais jovens.

FIG.10 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2



N = 2389h25m23s (Total de horas de emissão de programas infantis/juvenis); N = 21881 (n.º total de programas infantis/juvenis)

¹³ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

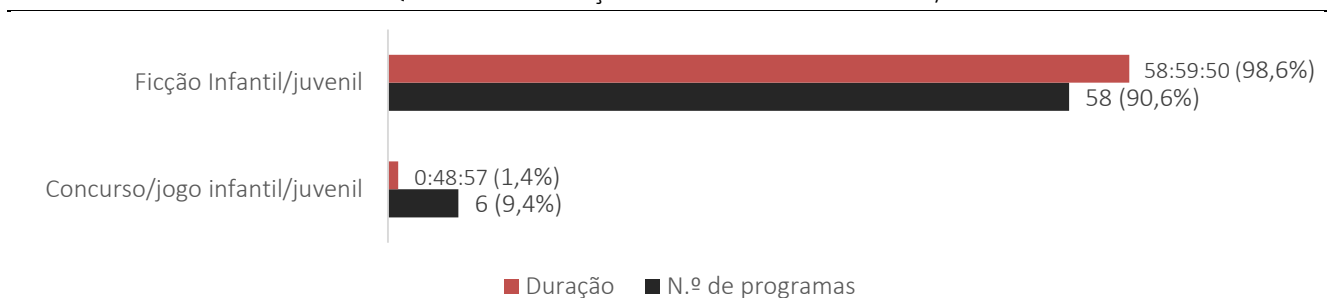
¹⁴ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação do Relatório de Avaliação das Obrigações de Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos, disponível no site da ERC).

Efetivamente, é obrigação contratual da **RTP2** incluir espaços educativos e de entretenimento *diários*, destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação.¹⁵ A RTP2 deu cumprimento ao dever de emitir diariamente programas *educativos* e de *entretenimento* destinados ao público infantojuvenil, e que contribuam para a sua formação.

Quanto à função principal, predominam os conteúdos com função *entreter*; seguem-se aqueles cuja função principal é *formar*. Por fim, a função *informar* é assegurada pela exibição regular, nos dias de semana, do programa “Radar XS”.

Decorre da licença de difusão da **SIC** a obrigação de emitir diariamente programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde¹⁶.

FIG.11 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC

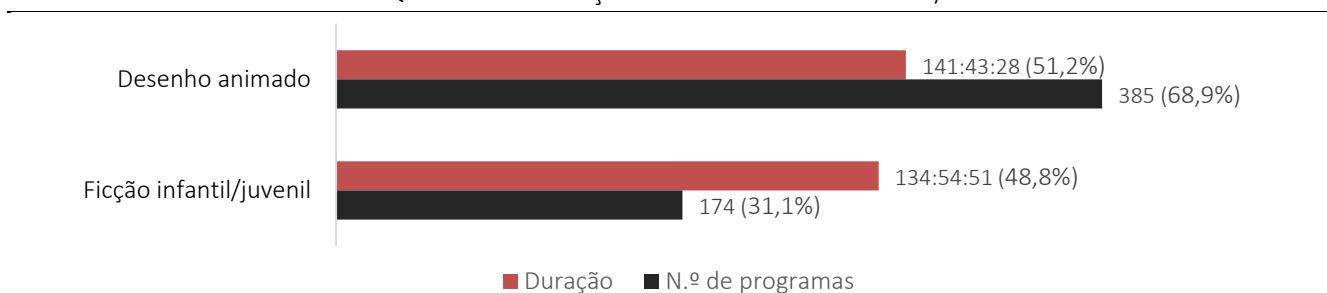


N=59h48m47s (Total de horas de emissão de programas infantis/juvenis); N=64 (N.º total de programas infantis/juvenis)

No caso da SIC, a programação apresentada é manifestamente insuficiente para dar resposta às obrigações assumidas por este serviço de programas.

De modo semelhante, decorre da licença de difusão da **TVI** a obrigação de emitir diariamente programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde¹⁷.

FIG.12 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI



N=276h38m19s (Total de horas de emissão de programas infantis/juvenis); N=559 (n.º total de programas infantis/juvenis)

A exibição de conteúdos de *desenho animado* pela TVI ocorreu, na sua quase totalidade, no período da manhã. Por conseguinte, a TVI deu cumprimento à obrigação de incluir programas para os públicos *infantis/juvenis*, numa base diária, no caso, durante o período da manhã.

Em 2024, a **CMTV**, ainda que seja um serviço de programas generalista, continua a não apresentar quaisquer programas dirigidos aos públicos infantojuvenis na sua grelha de emissão anual.

¹⁵ Obrigação decorrente do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação do Relatório de Avaliação das Obrigações de Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos, disponível no site da ERC).

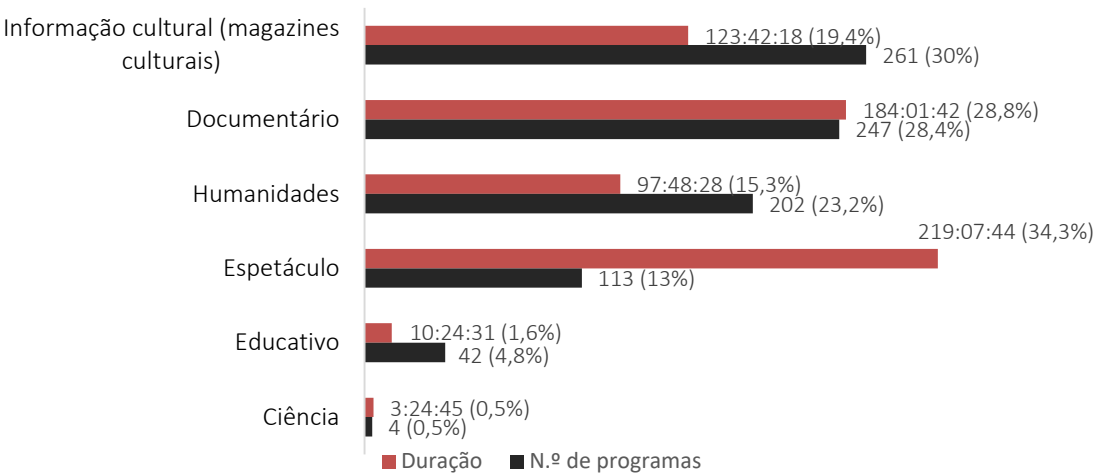
¹⁶ Cf. nota 1 do presente capítulo.

¹⁷ Cf. nota 1 do presente capítulo.

2.1.6.OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO CULTURAL E DE CONHECIMENTO

Compete à **RTP1**, nos termos do CCSPT, assegurar a transmissão de programas de carácter cultural, bem como oferecer espaços regulares de difusão de documentários originais que incidam sobre a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa. Deve também garantir espaços regulares de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas, assim como espaços regulares com grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou em diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas, e espaços regulares dedicados à música portuguesa. A estes conteúdos deve ser assegurada uma periodicidade adequada, designadamente semanal para os programas de divulgação cultural, quinzenal para os programas de documentários e mensal para os grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa.

FIG.13 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1



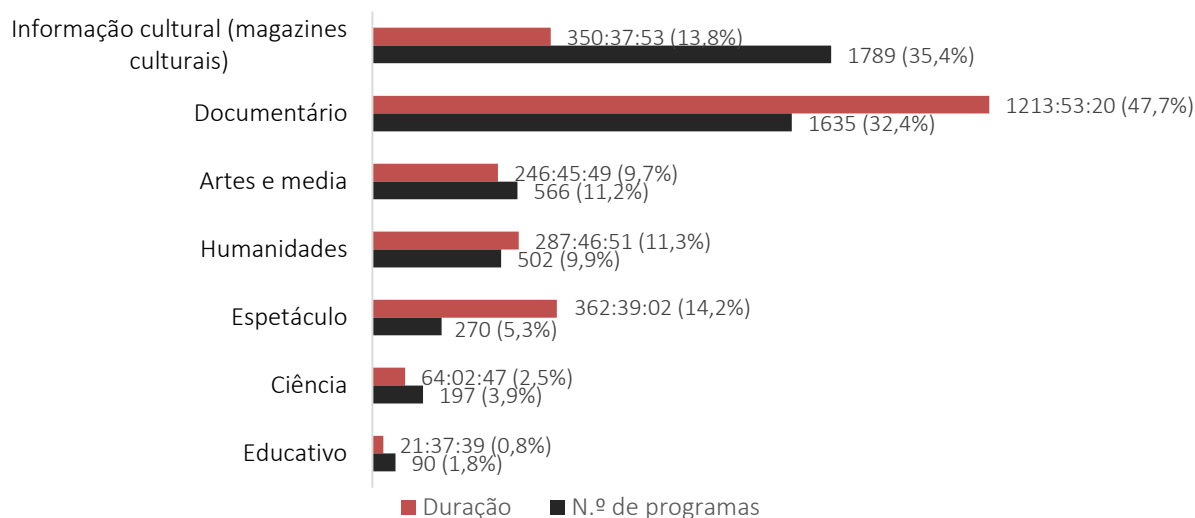
N=638h29m28s (Total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento); N= 869 (N.º total de programas culturais/conhecimento)

Os programas de *informação cultural* superaram o requisito de regularidade semanal. Em 2024, a exibição de *espetáculos* superou também a regularidade mensal exigida. Os *documentários* foram o género com maior número de programas, ultrapassando, com margem, a regularidade quinzenal exigida. Considerando especificamente os *documentários* originais, focados na realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, estes apresentaram, também, uma periodicidade superior ao exigido. Os espaços de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas têm presença regular na RTP1, destacando-se o *magazine* “Todas as Palavras”, dedicado a autores literários.

De acordo com o preceituado no CCSPT, a **RTP2** deve ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil, constituir uma alternativa à oferta da RTP1, bem como às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmem visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público e que, desta forma, constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público. Deve também valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar,

as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros domínios, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

FIG.14 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2

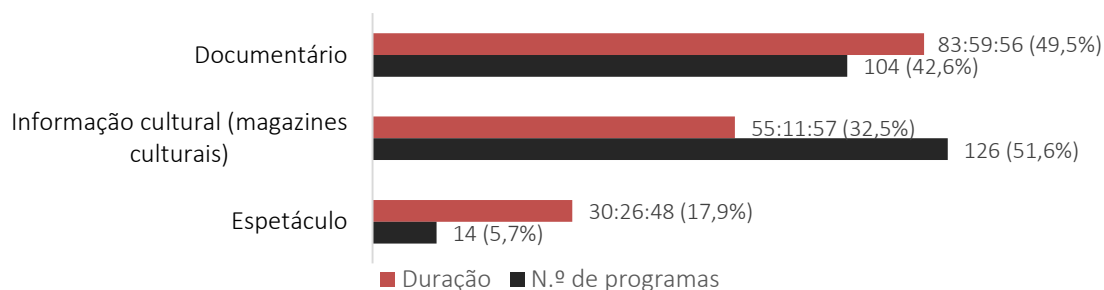


N = 2547h23m21s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento); N = 5049 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

Dos diversos macrogêneros exibidos pela RTP2, o de *cultura/conhecimento* foi o que somou maior volume horário, refletindo a valorização desse tipo de conteúdos na programação do canal. A segmentação por gêneros revela uma programação diversificada, na qual sobressaem, no que se refere ao número de edições exibidas, os programas de *informação cultural* e os *documentários*.

A licença de difusão da SIC prevê que esta contemple na sua programação os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais, devendo ainda emitir programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.¹⁸

FIG.15 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC



N=169h38m41s (Total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento); N=244 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

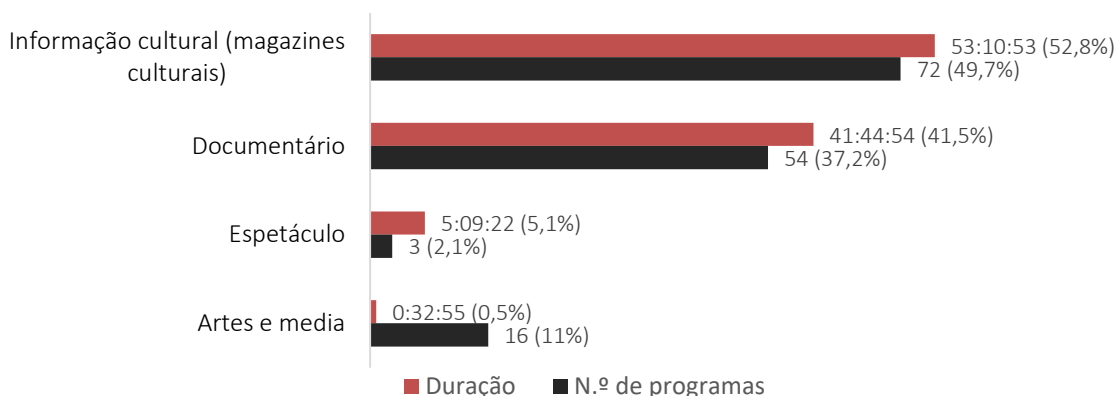
Os programas de cultura/conhecimento distribuem-se por três gêneros, o que reflete uma falta de diversidade na programação apresentada. Os *documentários* e a *informação cultural (magazines)*

¹⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

culturais) concentram o maior volume de horas e de edições. Considera-se assim que os programas difundidos neste domínio não respondem integralmente aos interesses gerais e diversificados do público. Por outro lado, o total de 244 programas permite questionar a sua regularidade.

Em termos semelhantes, a licença de difusão da TVI prevê que esta contemple na sua programação os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais, devendo ainda emitir programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.¹⁹

FIG.16 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI



N= 100h38m04s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento); N= 145 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

Na grelha da TVI os programas de índole *cultural/conhecimento* assumem uma expressão residual. A *informação cultural* foi o género predominante, com a exibição semanal do magazine “Autores”, exibido semanalmente, no período noite/madrugada, ou seja, depois das 23 horas. A TVI manteve a exibição de *documentários* com periodicidade semanal, exibidos nas manhãs de fim-de-semana.

A grande maioria destes programas são séries dedicadas à temática da natureza e vida animal. Não obstante a regularidade semanal de alguns destes tipos de programas ao longo de todo o ano, o total de 145 programas permite assinalar a sua falta de diversidade de forma a responder interesses mais diversificados do público.

2.1.7.PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS

Decorre da LTSAP, no caso da RTP, a obrigação de fornecer uma programação variada e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias, bem como de garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluindo os que compõem as diversas comunidades imigrantes em Portugal²⁰.

Do CCSPT resulta ainda que a concessionária deverá assegurar a possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural,

¹⁹ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

²⁰ Artigo 51.º, n.º2, alíneas a) e b).

bem como fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias. Deverá ainda garantir que os espaços de informação contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias. Compete-lhe ainda emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua portuguesa, e ceder tempo de emissão às confissões religiosas²¹.

Quanto à SIC e à TVI, decorre das respetivas licenças de difusão a obrigação de contemplar na sua programação os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais.

Serviço de Programas	Duração (hh:mm:ss)	Programas (n.º)
RTP1	46:28:20	73
RTP2	400:50:39	1330
SIC	26:33:30	51
TVI	27:06:57	52

A análise abrange apenas os programas autónomos que têm como foco central a promoção da diversidade cultural e a representação de grupos minoritários. A RTP1 emitiu quatro programas com este perfil, assumindo um total de 46h28m20s e 73 edições. A RTP2 exibiu seis programas totalizando 400h50m39s em 1330 edições. A RTP2 assume assim um papel diferenciado face aos restantes serviços de programas, ao conferir maior relevo à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários. A SIC emitiu um programa, totalizando 26h33m3s em 51 emissões. A TVI exibiu um programa, totalizando 27h06m57s em 52 edições. A CMTV não emitiu espaços autónomos de programação dedicados a esta matéria.

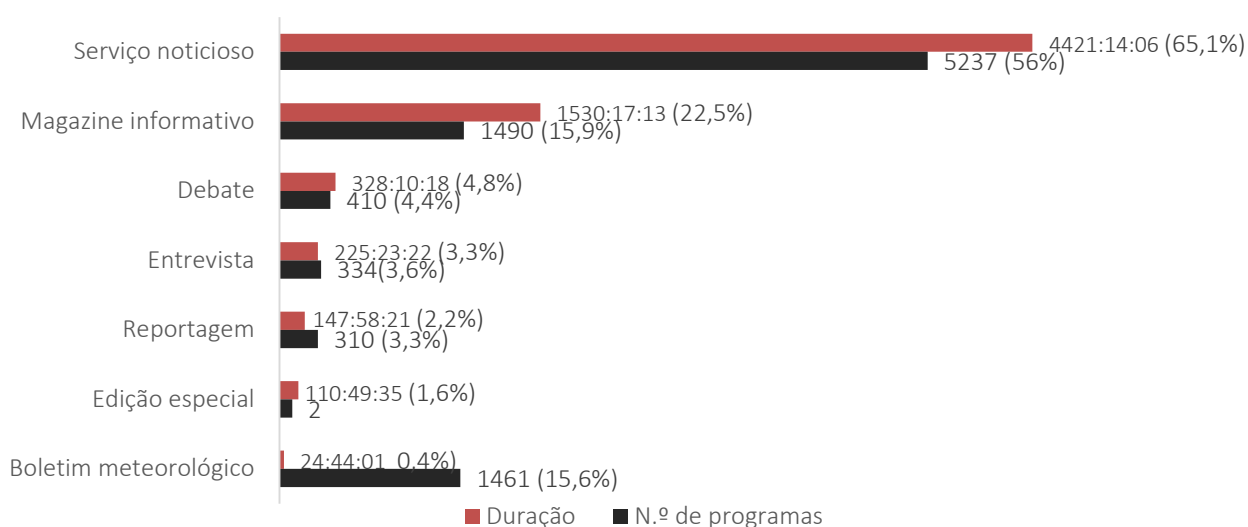
2.2. ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DO OPERADOR PÚBLICO: RTP3

Sobre a **RTP3**, enquanto canal temático informativo do serviço público de televisão, recaem obrigações relacionadas com a transmissão de informação sob diferentes formas, incluindo documentários, reportagens, noticiários e debates, abordando temas, ideias e protagonistas que habitualmente não têm representação na comunicação social. Este serviço de programas deve fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta existente no mercado, distinguindo-se pela sua profundidade e pluralidade. Para além da cobertura da informação nacional e internacional, a RTP3 assume uma vocação de proximidade, atribuindo especial atenção a temas relevantes para regiões e comunidades específicas, o que se concretiza através de uma cobertura territorial adequada e, sempre que possível, de janelas de programação dedicadas a esse propósito. Adicionalmente, compete-lhe assegurar a difusão, em todo o território nacional, de conteúdos produzidos e transmitidos pelos serviços de programas de âmbito regional²².

²¹ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação do Relatório de Avaliação das Obrigações de Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos, disponível no site da ERC).

³⁴ Idem.

FIG.17 – FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP3



N=6788h36m56s (Total de horas de emissão de programas informativos); N=9344 (N.º total de programas informativos)

Verifica-se que este serviço de programas prossegue sua vocação informativa, com uma grelha composta por programas que privilegiam a função de informar. O macrogénero informativo representa 81,3 % do tempo total de programação anual. Neste âmbito, em termos de diversidade de géneros, ainda que os serviços noticiosos ocupam maior percentagem do tempo de programação, mas também surgem com regularidade na sua grelha de programação magazines informativos, programas de entrevista e reportagem.

Há também a destacar os documentários, enquanto obrigação específica da RTP3, cumprida sobretudo através da exibição do programa “Doc 3”.

A obrigação de difundir, no território nacional, programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional, foi cumprida através da exibição de 346 edições do “Telejornal Açores” e 349 edições do “Telejornal Madeira”.

2.3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Apreciados os elementos gerais da programação da RTP1, da RTP2 e da RTP3, considera-se que, em 2024, as opções de programação dos canais generalistas do operador público de televisão são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, proporcionando a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor.

Analisada a grelha de programação da SIC considera-se que, quanto à diversidade, as opções da programação exibida em 2024 são apenas parcialmente coerentes com os requisitos exigidos a um serviço de programas generalista. Com efeito, volta a ser evidente uma concentração da programação da SIC em três macrogéneros e, nestes, um predomínio claro do entretenimento. Essa concentração é novamente verificável em termos de géneros – e com predominância de exibição de *talk shows*, *serviços noticiosos* e *telenovelas* – e funções – com predomínio da função *entreter*. No horário nobre, acentua-se mais a falta de diversidade da programação emitida.

No âmbito das obrigações de programação informativa, a SIC continuou a não emitir semanalmente espaços autónomos de programação de *debate* e *entrevista*. As programações *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento* voltam a apresentar uma representação que não chega para dar resposta às obrigações assumidas por este serviço de programas para esses dois tipos de programas.

Analisada a grelha de programação da TVI quanto à diversidade, considera-se que a programação exibida em 2024 traduz opções que são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva. Em termos de diversidade de *macrogéneros*, observa-se uma clara dominância dos conteúdos de *entretenimento*, seguidos pela *informação* e a *ficção*. Quando segmentada por *géneros*, a conclusão é semelhante. A falta de diversidade observada na generalidade da grelha de programação agrava-se ainda no período de *horário nobre*.

A TVI cumpriu a obrigação de exibir diariamente três blocos noticiosos, com a exibição diária de um bloco matinal, um bloco ao início da tarde e um bloco em *horário nobre*. A TVI deu cumprimento à diretriz de emitir programas autónomos de *debate*, com periodicidade semanal, mas não cumpriu a obrigação de emitir programas de *entrevista* autonomizados dos blocos noticiários diários. No que diz respeito à programação *infantil/juvenil*, a TVI deu cumprimento à obrigação de incluir programas para os públicos *infantis/juvenis*, diariamente, no caso, durante o período da manhã. Na grelha da TVI os programas de índole *cultural/conhecimento* assumem expressão residual.

Os programas explicitamente vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural continuaram a ter, em geral, uma representação diminuta. A RTP2 diferencia-se neste parâmetro, sendo o serviço de programas que dá maior expressão à promoção da diversidade cultural e interesse de grupos minoritários. A CMTV não emitiu qualquer espaço autónomo de programação dedicado a esta matéria.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), nomeadamente nas áreas da defesa da língua portuguesa, da produção europeia e da produção independente. A LTSAP, que transpõe a Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA), impõe obrigações nacionais adicionais, como a quota de programas em língua portuguesa (não prevista na Diretiva), estando isentos desta exigência os serviços de programas de âmbito local, regional e internacional.

Em 2024, foram avaliados 52 serviços de programas, incluindo cinco de âmbito internacional e três de âmbito regional. A tendência de cumprimento da obrigação de exibição de programas originariamente em língua portuguesa manteve-se estável face a 2023. A RTP2 assegurou 51,8%, garantindo o cumprimento pleno das quotas pelo segundo ano consecutivo. Entre os serviços com melhor desempenho estão a TVI, com 96,6%, a SIC, com 96,9%, e vários serviços de programas temáticos como a Azores TV e Sporting TV, com 100%. Os serviços temáticos de desporto, cinema e infantojuvenis mantêm valores residuais e incompatíveis com as obrigações legais, destacando-se os canais da NOS (TVCine Top, Edition, Emotion, Action) e Dreamia (Panda Kids, Biggs e Hollywood).

Em muitos serviços, observou-se estagnação ou decréscimo na exibição de obras criativas em língua portuguesa. A RTP1 (47,1%) e a SIC (70,1%) mantêm uma incorporação significativa. Os canais de cinema e séries, como sejam os TVCine, NOS Studios, Hollywood e Cinemundo apresentam valores abaixo dos 5%. Os serviços da NOS, Dreamia e Cinemundo mantêm níveis insuficientes, com alguns canais a apresentarem valores residuais ou nulos. Por exemplo, NOS Studios e TVCine Top não chegam a 0,2% de obras criativas em português.

Em 2024, quatro operadores não cumpriram a obrigação de remessa trimestral de dados à ERC - Canalvisão, S.A. (Localvisão), Upstar Comunicações, S.A. (ZAP Viva Internacional), Comunidade Canção Nova (TV Canção Nova) e C11 Multimédia Unipessoal, Lda. (serviço de programas 11).

Por sua vez, o serviço de programas Azores TV, que iniciou o cumprimento em 2023, passou a permitir o apuramento da quota anual em 2024, registando 100% de programas em língua portuguesa e 44,2% de obras criativas.

Pela Deliberação ERC/2024/378 (AUT-TV), de 30 de julho, foi aprovada a alteração do projeto do serviço de programas TVI Ficção, que passou de temático para generalista, adotando, desde 9 de agosto de 2024, a nova denominação V+TVI.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E METODOLÓGICO

As obrigações relativas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa estão previstas no artigo 44.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na redação em vigor conferida, entre outras, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

De acordo com o n.º 2 do artigo 44.º, os serviços de programas televisivos com cobertura nacional, salvo quando a sua natureza e temática sejam incompatíveis com tal exigência, devem dedicar pelo menos 50 % do tempo de emissão – excluindo publicidade, televenda e teletexto – à difusão de programas originariamente em língua portuguesa.

Nos termos do n.º 3 do mesmo artigo, estes serviços devem ainda reservar pelo menos 20 % do tempo de emissão à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

Conforme disposto no n.º 4, para efeitos de cumprimento desta obrigação, apenas se consideram as primeiras cinco exhibições de cada obra criativa, independentemente do ano de produção ou exibição.

O n.º 5 do artigo 44.º admite que, para o cômputo das percentagens referidas, possam ser incluídas obras originárias de outros países de língua oficial portuguesa, desde que produzidas originariamente em língua portuguesa, até ao limite de 25 % do total considerado.

Importa ainda destacar que os serviços de programas de âmbito regional e internacional não se encontram sujeitos às obrigações previstas no artigo 44.º da LTSAP.

A avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de programas originariamente em língua portuguesa é efetuada anualmente, com base na informação trimestral prestada no portal de televisão da ERC pelos operadores sob jurisdição nacional em relação a cada um dos seus serviços de programas televisivos.

Os ficheiros trimestrais, disponibilizados em *excel* ou *xml* pelos operadores de televisão, contribuem para a avaliação anual, contendo dados como o título do programa, ano de produção, país(es) de produção e coprodução, permitindo uma autodeclaração do operador se são obras criativas e/ou de produção independente. O cruzamento destes dados com a árvore de classificação da ERC permite aferir as quotas atingidas pelos serviços de programas em cada ano a que reporta a análise.

Definições

- i) **Programas originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa;
- ii) **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);
- iii) **Obra criativa** – «A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação (...), longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, telefilmes e séries televisivas (...), reportagens televisivas, programas didáticos, musicais, artísticos e culturais, desde que passíveis de proteção pelo direito de autor» (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).

3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA - PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados em 2024, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional, foram cotejados com os dados de 2023, permitindo aferir a evolução percentual dos operadores de televisão quanto à difusão de obras audiovisuais originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção nacional.

Tal como estabelecido pelo artigo 44.º da LTSAP, os serviços de programas de âmbito internacional e regional não estão sujeitos ao cumprimento obrigatório das percentagens mínimas de difusão em língua portuguesa. No entanto, uma vez que vários operadores disponibilizaram dados relativos a serviços com estas coberturas, os mesmos foram considerados **para efeitos estatísticos**.

No total, foram analisados **50 serviços de programas**, dos quais **quatro** são de âmbito **internacional** e **dois regionais**.

A **Figura 1** permite observar que, em 2024, as **descidas mais acentuadas na difusão de programas em língua portuguesa** ocorreram novamente nos **serviços temáticos de cinema do operador NOS** e nos **canais de desporto da SPORT TV**, com destaque para a **SPORT TV África** (de 88,1% para 86,0%) e para a **SPORT TV5** (de 8,3 % para 3,6 %). Estas oscilações decorrem, em grande parte, das alterações na grelha de programação e da aquisição de novos conteúdos desportivos internacionais.

Os **serviços de cinema e séries da NOS** continuam a apresentar **valores residuais** na difusão de programas em língua portuguesa, com percentagens próximas ou abaixo de 1% (ex.: **TVCine Top** – 0,2 %, **NOS Studios** – 0,2 %).

Relativamente às **obras criativas**, regista-se uma **descida significativa no serviço SIC Radical**, que passou de 15,9 % para 14,1%, **permanecendo abaixo da quota mínima de 20 %** legalmente exigida. Observa-se também um desempenho fraco e inalterado dos canais **TVCine Edition** e **TVCine Emotion**, ambos com níveis estagnados ou quase inexistentes nesta categoria.

Por outro lado, os serviços de programas **generalistas de cobertura nacional**, nomeadamente **RTP1, SIC e TVI**, bem como a **CMTV** e **Porto Canal**, **cumpriram, de forma geral, as obrigações relativas à defesa da língua portuguesa**, conforme previsto na LTSAP. No entanto, a **CMTV** apresenta uma queda considerável na difusão de obras criativas, de 41,0 % para 20,7 %, aproximando-se do limite mínimo legal. A exceção positiva continua a ser o **Porto Canal**, que mantém **100 % de emissão em língua portuguesa**, com um crescimento expressivo na difusão de obras criativas, que passam de 17,5 % em 2023 para 26,8 % em 2024, superando o limiar legal.

FIG.1 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA
E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Operadores	Serviços de programas	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
		2023	2024	Var.23/24	2023	2024	Var.23/24
RTP	RTP1	87,7	89,2	▲	47,8	47,1	▼
	RTP2	50,1	51,8	▲	25,4	25,2	▼
	RTP 3	96,8	95,4	▼	12,8	12,2	▼
	RTP Internacional**	96,3	96,5	▲	46,4	47,0	▲
	RTP África**	98,0	98,1	▲	45,0	48,7	▲
	RTP Memória	78,5	79,1	▲	39,5	37,1	▼
	RTP Madeira*	98,1	96,7	▼	21,6	20,1	▼
	RTP Açores*	99,0	98,9	▼	45,8	47,4	▲
SIC	SIC	95,7	96,9	▲	67,9	70,1	▲
	SIC Radical	36,8	41,5	▲	15,9	14,1	▼
	SIC Mulher	11,9	21,4	▲	7,1	8,1	▲
	SIC K	22,9	24,4	▲	9,4	14,6	▲
	SIC Notícias	93,6	93,5	▼	2,2	2,1	▼
	SIC Caras	41,0	41,7	▲	27,9	30,1	▲
	TVI	95,1	96,6	▲	44,6	39,2	▼
TVI	CNN Portugal	96,8	95,8	▼	2,5	2,9	▲
	V+ TVI (TVI Ficção)	100,0	95,6	▼	33,5	42,0	▲
	TVCine Top	0,3	0,2	▼	0,0	0,1	▲
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Edition	4,1	1,2	▼	0,3	0,3	=
	TVCine Emotion	0,1	0,4	▲	0,1	0,1	=
	TVCine Action	0,0	0,1	▲	0,0	0,1	▲
	NOS Studios	0,5	0,2	▼	0,0	0,1	▲
	Canal Panda	0,7	1,2	▲	0,1	0,2	▲
DREMIA	Biggs	11,7	8,6	▼	7,5	6,6	▼
	Panda Kids	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
	Hollywood	0,7	0,5	▼	0,2	0,2	=
	Canal BLAST**	0,0	0,3	▲	0,0	0,1	▲
	Casa e Cozinha	35,7	53,8	▲	3,4	2,4	▼
	Sport TV 1	30,5	28,5	▼	2,1	2,3	▲
SPORT TV	Sport TV 2	9,5	10,0	▲	0,8	0,9	▲
	Sport TV 3	7,1	7,6	▲	2,1	2,1	=
	Sport TV 4	12,9	13,4	▲	10,4	10,9	▲
	Sport TV 5	8,3	3,6	▼	0,7	0,4	▼
	Sport TV 6	12,9	10,5	▼	0,7	0,4	▼
	Sport TV África**	88,1	86,0	▼	16,9	15,9	▼
	Sport TV+	59,9	60,1	▲	34,9	25,6	▼
Q	Q	100,0	100,0	=	8,8	6,6	▼
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	17,5	26,8	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	7,8	9,2	▲
FILMES HOTGOLD	Hot TV	8,2	5,6	▼	7,6	5,6	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	1,7	1,4	▼	0,9	0,7	▼
OSTV	Canal 180	63,2	39,5	▼	49,7	15,4	▼
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	56,1	56,4	▲	23,0	27,0	▲
Medialivre	CMTV	99,0	98,5	▼	41,0	20,7	▼
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	76,7	76,5	▼
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	92,8	91,7	▼	45,2	44,2	▼
CANALIFE	S+	92,4	91,4	▼	1,2	1,6	▲
PAULO FELICIANO	Azores TV		100,0	▲		44,2	▲

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

Sendo as percentagens previstas n.ºs 2 e 3 do artigo 44.º passíveis de ser preenchidas, até a um máximo de 25 %, por programas originários de outros países lusófonos, efetuou-se uma análise dos serviços de programas de cobertura nacional, que incorporam programas de língua portuguesa originários de outros países lusófonos, tendo-se concluído pela diminuta percentagem de programas originalmente em língua portuguesa, cuja proveniência seja outro país lusófono, que não Portugal.

Contudo, salienta-se a incorporação de percentagens mais elevadas nos serviços de programas temáticos da SIC, sendo a SIC generalista e a SIC K, os serviços com maior incorporação de programas de origem lusófona, que não Portugal, na emissão, para o que contribuem as telenovelas de origem brasileira.

Alguns serviços de programas de filmes e séries do operador NOS também preenchem a quota total de 25 % de programas de origem lusófona, quer na quota de programas originariamente em língua portuguesa, quer na de obras criativas. Contudo temos que ver, nestes casos, a baixa inclusão e programas em língua portuguesa, pelo que o contributo de um filme será suficiente para o preenchimento da quota de 25 %.

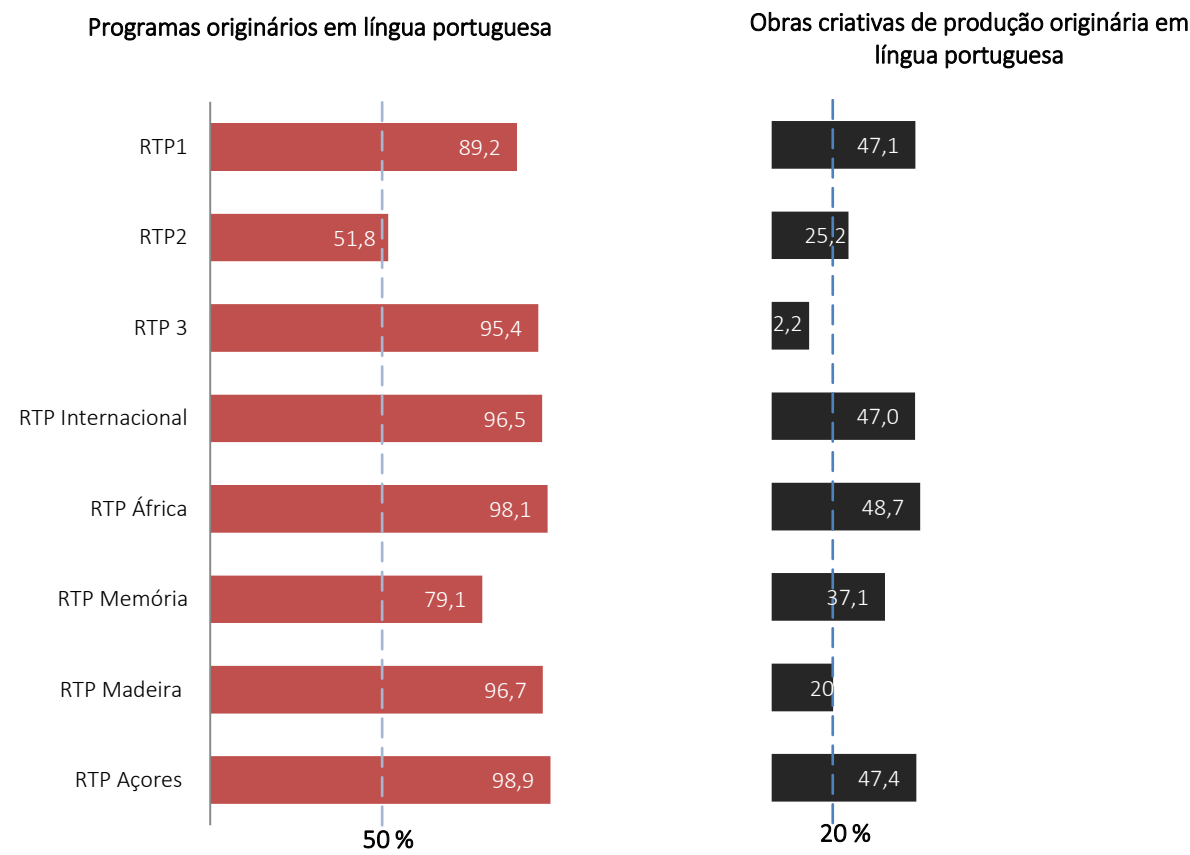
FIG.2 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA, PROVENIENTES DE OUTROS PAÍSES LUSÓFONOS (%)

Operadores	Serviços de programas	LP	Criativos de LP	LP- % Origem Lusófona	Criativos de LP -% Origem Lusófona
RTP	RTP1	89,2	47,1	6,9	13,0
	RTP2	51,8	25,2	3,0	4,0
	RTP Memória	79,1	37,1	0,1	0,2
SIC	SIC	96,9	70,1	4,8	6,6
	SIC Radical	41,5	14,1	0,5	1,4
	SIC Mulher	21,4	8,1	8,5	22,4
	SIC K	24,4	14,6	8,8	14,7
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,2	0,1	25,0	25,0
	TVCine Edition	1,2	0,3	25,0	25,0
	TVCine Emotion	0,4	0,1	25,0	25,0
	TVCine Action	0,1	0,1	25,0	25,0
	NOS Studios	0,2	0,1	22,8	25
DREMIA	Hollywood	0,5	0,2	25,0	25,0
FILMES HOTGOLD	Hot TV	5,6	5,6	25,0	25,0
CINEMUNDO	Cinemundo	1,4	0,7	22,3	25,0
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	91,7	44,2	1,6	3,3
OSTV	Canal 180	39,1	15,4	3,1	8,0

4.DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

- RTP- RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

FIG.3 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



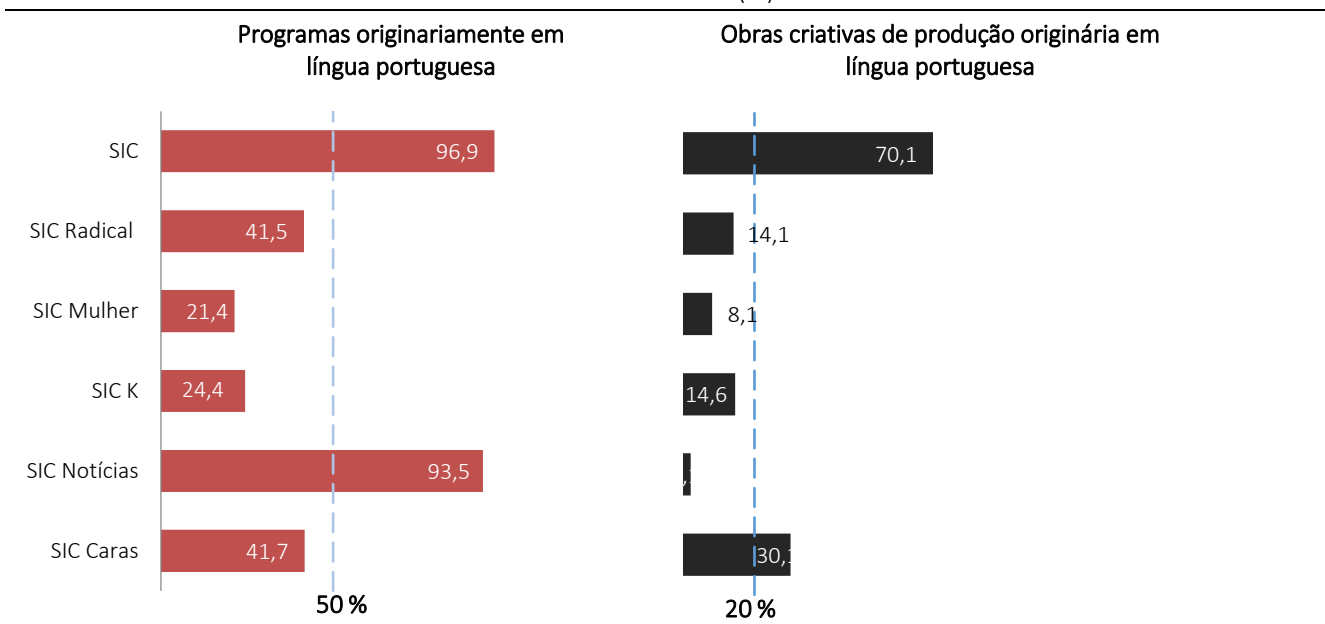
As emissões dos serviços de programas do operador RTP continuam a ser, em larga medida, predominantemente em língua portuguesa, cumprindo, de forma geral, as obrigações previstas no artigo 44.º da LTSAP.

Pela segunda vez em seis anos, o serviço de programas RTP2 ultrapassa os 50 % de difusão de programas originariamente em língua portuguesa (51,8 %) e volta a atingir a quota mínima de 20 % relativa a obras criativas (25,2 %), demonstrando a consolidação de uma trajetória positiva iniciada no ano anterior.

Por sua vez, a RTP3 apresenta um valor de 12,2 % para obras criativas, situando-se abaixo da quota legalmente exigida de 20 %. No entanto, esta situação é justificada já que, tratando-se de um serviço temático de informação, a sua programação está centrada no cumprimento da missão de serviço público informativo, não sendo compatível com uma elevada incorporação de conteúdos de natureza criativa.

• SIC - SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO

FIG.4 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



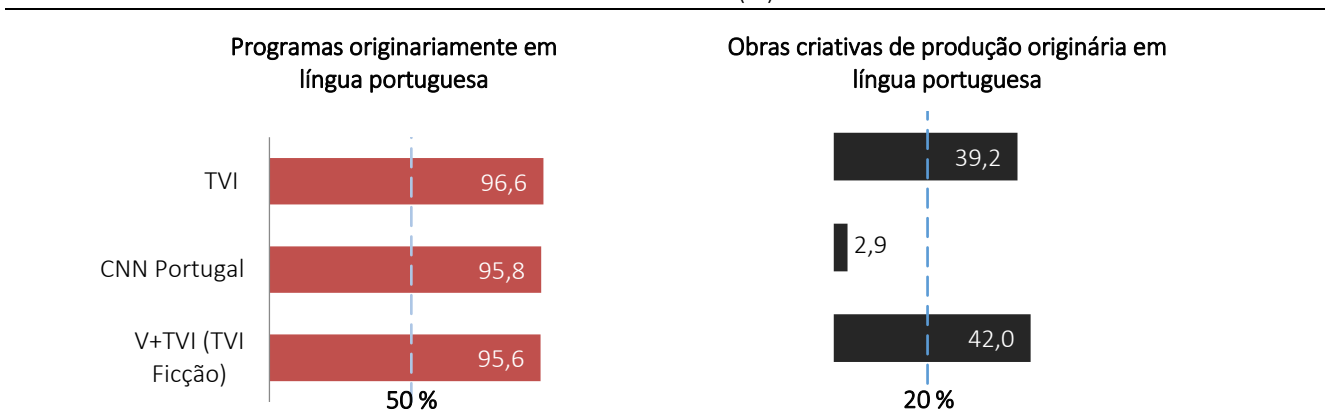
O operador SIC cumpriu a quota mínima de 50% de programas originariamente em língua portuguesa nos canais SIC e SIC Notícias. No entanto, verificou-se uma redução na SIC Radical, que continua abaixo do limite mínimo exigido.

Todos os canais temáticos da SIC, com exceção da SIC Notícias, registaram incumprimentos na promoção da língua portuguesa na difusão de obras audiovisuais, com destaque para os valores particularmente baixos nos canais SIC Mulher e SIC K.

No que diz respeito à difusão de obras criativas, os canais SIC Radical, SIC Mulher, SIC K e SIC Notícias não alcançaram as percentagens exigidas, sendo que, no caso da SIC Notícias, situação que se justifica pela programação predominantemente informativa.

• TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE

FIG.5 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



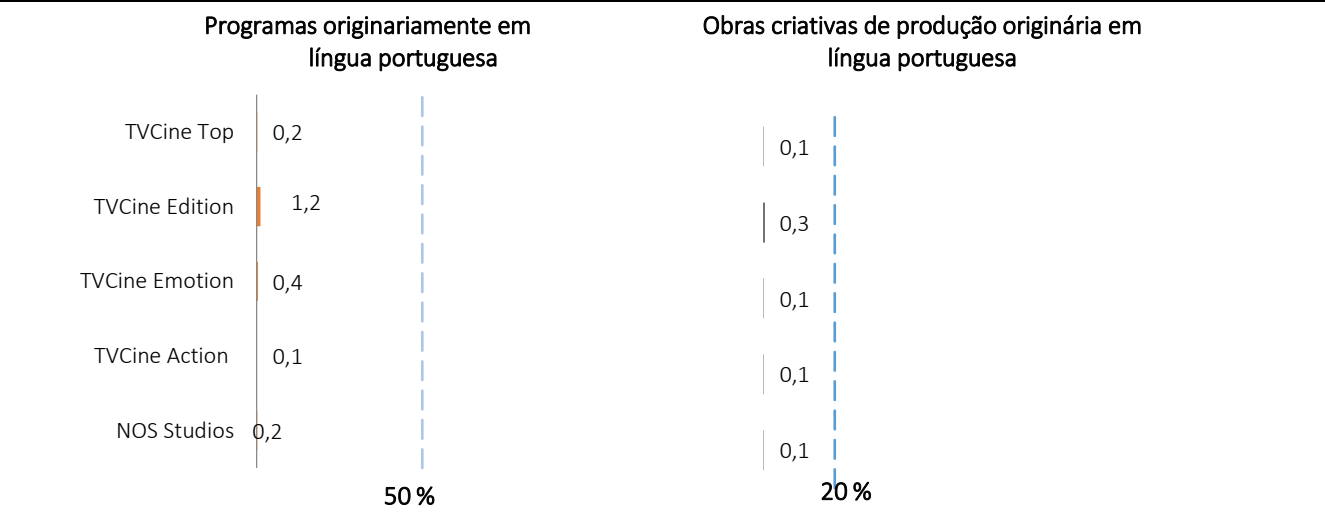
Em 2024, os serviços de programas do operador TVI reservaram mais de 50 % do tempo de emissão à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, cumprindo a quota prevista na lei. Os valores registados foram: **96,6 % na TVI, 95,8 % na CNN Portugal e 95,6 % na TVI Ficção**, mantendo-se significativamente acima do limiar legal.

Apesar da alteração de projeto da TVI Ficção de temático para generalista V+TVI, com o início de emissões a 9 de agosto de 2024, praticamente toda a emissão foi composta por programas em língua portuguesa.

No que respeita à difusão de **obras criativas europeias**, os serviços TVI (39,2 %) e TVI Ficção (42,0 %) superaram a quota mínima exigida de 33 %. Já a **CNN Portugal** ficou abaixo do valor estipulado, com **2,9 %**, o que se explica pela sua natureza temática centrada na informação.

● **NOS AUDIO-SALES AND DISTRIBUTION**

FIG.6 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



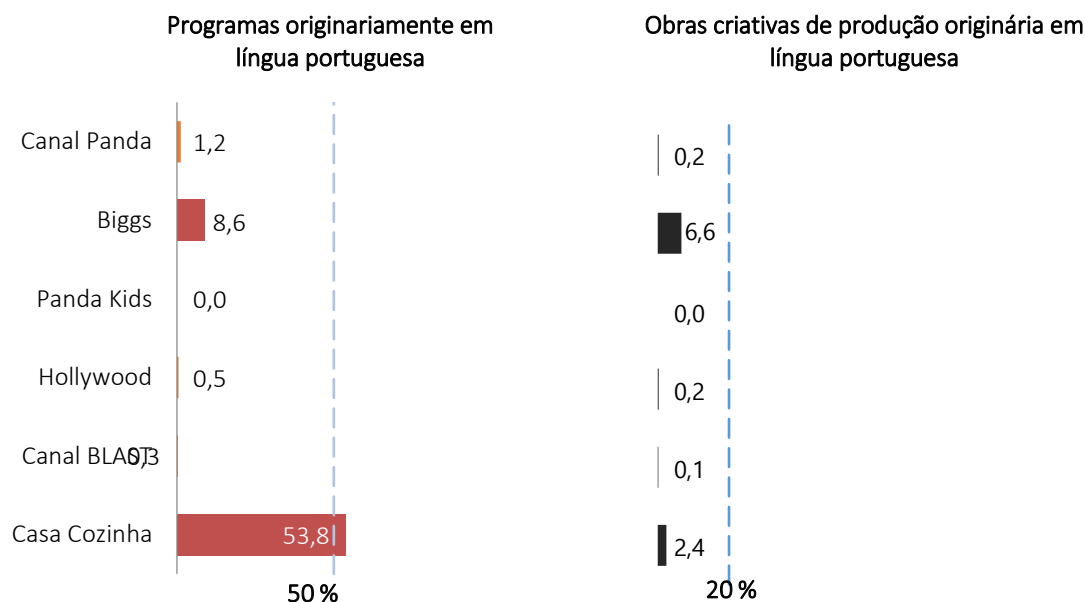
Em 2024, os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador **NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION (NOS)** apresentaram um **desempenho francamente insatisfatório** no que respeita ao cumprimento das obrigações legais relativas à promoção de conteúdos em língua portuguesa.

As **percentagens de exibição de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção nacional continuam a ser residuais**, não tendo qualquer um dos serviços atingido os mínimos exigidos pelo normativo legal. Os dados evidenciam um **incumprimento generalizado** e reiterado por parte do operador, refletindo uma **clara falta de investimento, compromisso e estratégia** na valorização da produção nacional.

Esta tendência revela um **desinteresse persistente em contribuir para a diversidade cultural e linguística**, bem como um afastamento das responsabilidades que decorrem do regime jurídico aplicável. Ainda que o **artigo 47.º da LTSAP preveja a consideração da natureza específica dos serviços de programas temáticos**, tal não pode justificar o nível sistematicamente residual de conteúdos nacionais, que compromete os objetivos fundamentais da política audiovisual. O operador tem vindo a apresentar oscilações ínfimas e inconsequentes, sem nunca atingir níveis minimamente aceitáveis.

• DREAMIA

FIG.7 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



Em 2024, os serviços de programas temáticos de cinema, séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA continuam em incumprimento generalizado do normativo legal, revelando um panorama francamente negativo no que se refere à promoção de conteúdos em língua portuguesa.

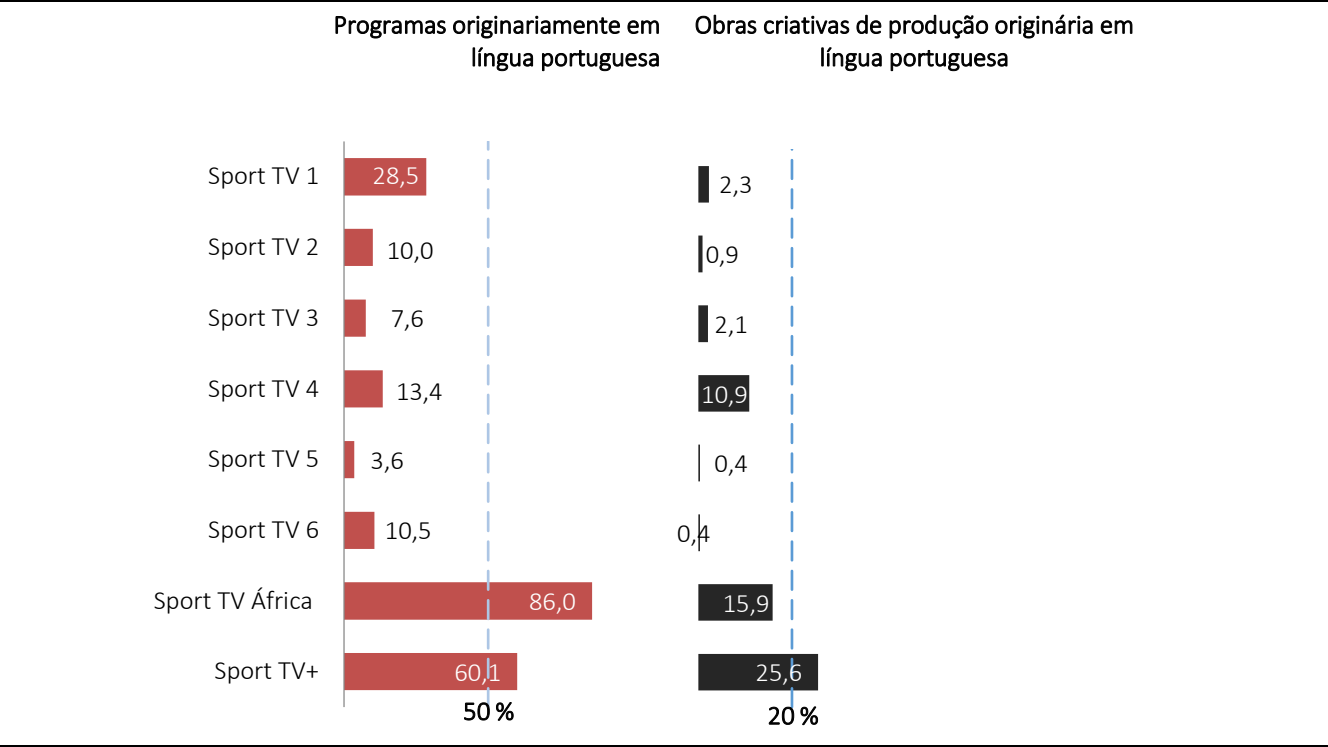
O canal Panda Kids, por exemplo, não apresenta qualquer percentagem de conteúdos em língua portuguesa nem de obras criativas, o que é particularmente grave tratando-se de um canal dirigido ao público infantil. Também o Hollywood e Canal Panda mantêm percentagens residuais, muito aquém do esperado, sem evolução significativa. O Biggs, embora se destaque ligeiramente com 8,6 % de obras em língua portuguesa e 6,6 % de obras criativas, continua claramente aquém das previsões legais.

Relativamente ao serviço de programas Casa e Cozinha, ainda que se observe um crescimento da componente de produção nacional, situando-se em 53,8 % de conteúdos originariamente em língua portuguesa, constata-se que a quota de obras criativas permanece muito abaixo do exigido, com apenas 2,4 % em 2024. Este desempenho continua em desconformidade com o projeto de autorização, no qual o operador afirmava que o canal se distinguiria dos demais da mesma temática disponíveis em Portugal, pela aposta significativa na produção nacional.

Assim, apesar de melhorias pontuais, o operador DREAMIA mantém-se globalmente em incumprimento das obrigações legais, contribuindo pouco para o desenvolvimento e visibilidade da produção audiovisual nacional, em especial junto dos públicos mais jovens.

• SPORT TV PORTUGAL

FIG.8 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



Em 2024, os serviços de programas do operador **SPORT TV Portugal** apresentaram **resultados mistos** no que respeita ao cumprimento das quotas de difusão de programas em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

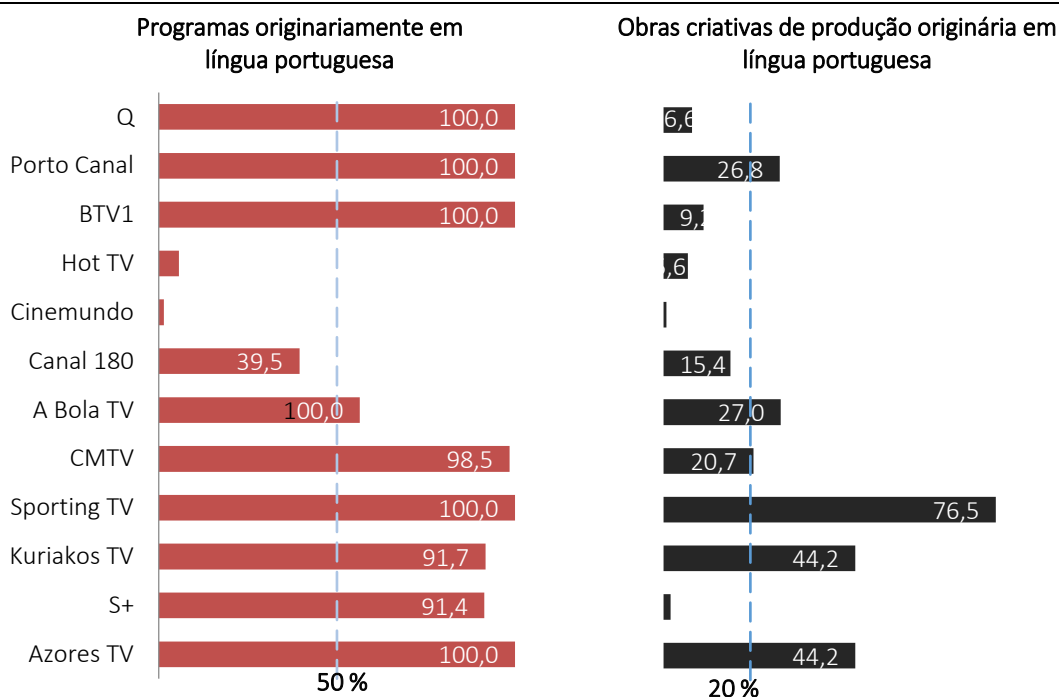
Os serviços **SPORT TV África**¹ e **SPORT TV+** atingiram a **quota de 50 % de programas originariamente em língua portuguesa**, em conformidade com o exigido para este tipo de programação. No entanto, nos restantes serviços do operador — **SPORT TV1**, **SPORT TV5** e **SPORT TV6** — registaram-se **descidas percentuais** neste indicador, acentuando a tendência negativa verificada em anos anteriores.

No que se refere à **difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa**, apenas o serviço **SPORT TV+** superou a marca dos **20 %**, valor mínimo estabelecido legalmente. Os restantes serviços apresentaram **valores residuais ou nulos**, não assegurando, assim, o cumprimento da quota prevista para este tipo de conteúdos.

Importa, contudo, salientar que a avaliação do cumprimento destas obrigações deve considerar o disposto no **artigo 47.º da LTSAP**, que determina a **ponderação da natureza específica** dos serviços de programas de temática desportiva, cuja grelha é essencialmente composta por **transmissões de eventos e programas de informação desportiva**. Adicionalmente, o serviço de âmbito internacional **SPORT TV África**¹ encontra-se **isento do cumprimento das quotas legais**, conforme previsto na legislação aplicável.

• OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO

FIG.9 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



Em 2024, os serviços de programas Q, Porto Canal, BTV1, CMTV, Sporting TV, Kuriakos TV, S+ e Azores TV alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa iguais ou muito próximas de 100 %, demonstrando um forte compromisso com a promoção da língua nacional. Por outro lado, os serviços Hot TV e Cinemundo não atingiram os valores mínimos fixados para a difusão de conteúdos em língua portuguesa. Mormente o Cinemundo situação bastante aquém das obrigações de cumprimento das quotas de difusão de programação em língua portuguesa.

Relativamente à difusão de obras criativas, apenas os serviços Porto Canal, A Bola TV, , CMTV, Sporting TV, Kuriakos TV e Azores TV cumpriram a quota mínima de 20 % estipulada na LTSAP. Os restantes serviços de programas ficaram aquém deste limiar, em grande parte devido à sua natureza temática.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE

1. VISÃO GLOBAL

No quadro regulamentar definido pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), especialmente nos artigos 45.º e 46.º, observam-se alguns progressos quanto à promoção de obras europeias e de produção independente recente, originariamente em língua portuguesa. Todavia, persistem assimetrias significativas no cumprimento das obrigações, tanto entre os serviços de programas generalistas e temáticos, como nos serviços audiovisuais a pedido (SAP) sob jurisdição portuguesa. Nos serviços generalistas: no que respeita à difusão de obras criativas de produção independente europeias, em língua portuguesa e com menos de cinco anos, a quota legal mínima de 5 % foi amplamente superada no agregado. Contudo, subsistem disparidades entre operadores.

Dos 48 serviços de programas avaliados, 37 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. Entre os que não alcançaram uma percentagem maioritária, uma parte deve-se à natureza dos serviços temáticos e à preponderância de filmes norte-americanos nos serviços de programas televisivos de cinema e séries. Já a quota de 10 % de produção independente recente não foi alcançada em 23 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

No que se refere aos serviços audiovisuais a pedido (SAP), o comportamento oscila entre cumprimentos parciais e casos de incumprimento agravados. A legislação exige 30 % de obras europeias nos catálogos, com pelo menos metade desse valor (15 %) dedicada a obras criativas de produção independente europeias recentes, em língua portuguesa, evidenciados pelo caso do NOS Play, em que a quota de produção europeia não ultrapassa os 0,2 %, em claro desrespeito pela lei, e os serviços Meo Videoclube e MEO Filmes e Séries, com valores aquém do mínimo estabelecido.

Em termos de garantia de proeminência das obras europeias em catálogo, os operadores reportaram práticas conformes à lei, como a criação de áreas dedicadas, mecanismos de destaque editorial, funcionalidades de pesquisa específicas e campanhas promocionais. No entanto, em alguns casos, estas medidas refletem o cumprimento simbólico da obrigação, ausência de métricas claras de eficácia na promoção ativa dos conteúdos europeus e nacionais junto do utilizador final.

Globalmente, registam-se retrocessos na promoção de conteúdos europeus e nacionais nos serviços de televisão e SAP e fragilidades estruturais no compromisso de vários operadores com as metas legais. As acentuadas assimetrias entre serviços, o incumprimento reiterado por parte de alguns, e a fragilidade das estratégias de proeminência obrigam à reforçada atuação regulatória. Neste contexto, a promoção de conteúdos audiovisuais europeus continua a exigir vigilância institucional ativa, fiscalização rigorosa e incentivos à qualificação da oferta cultural no audiovisual nacional.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E METODOLÓGICO

A transposição da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva SCSA) para o ordenamento jurídico nacional operou-se através da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que alterou a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (LTSAP). Esta alteração introduziu novos requisitos relativos à difusão de obras audiovisuais, nomeadamente no que se refere à “Produção Europeia” e à “Produção Independente”, com destaque para os serviços audiovisuais a pedido.

PRODUÇÃO EUROPEIA

Nos termos do artigo 45.º da LTSAP, na redação introduzida pela Lei n.º 74/2020:

- Os operadores de televisão com serviços de programas de cobertura nacional devem assegurar uma percentagem maioritária de obras europeias na respetiva programação, deduzidos os tempos afetos a noticiários, desporto, concursos, publicidade, televenda e teletexto.
- Os catálogos dos serviços audiovisuais a pedido devem conter pelo menos 30 % de obras europeias, com posição proeminente, sendo que metade dessa quota deve corresponder a obras criativas de produção independente europeia, originariamente em língua portuguesa e produzidas há menos de cinco anos.

PRODUÇÃO INDEPENDENTE

O artigo 46.º da LTSAP, alterado pela Lei n.º 74/2020, estabelece que:

- 1) Os operadores de televisão que explorem serviços de programas de cobertura nacional devem dedicar, pelo menos 10 % da programação (excluindo tempos de noticiários, desporto, concursos, publicidade, televenda e teletexto) à difusão de obras criativas de produção independente europeia, originariamente em língua portuguesa e produzidas há menos de cinco anos.
- 2) Os serviços classificados como generalistas devem reservar pelo menos metade dessa percentagem para obras com os mesmos requisitos linguísticos e temporais.
- 3) Apenas são contabilizadas as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano de exibição.

Verifica-se, contudo, uma incongruência na atual redação dos n.ºs 1 e 2 do artigo 46.º, uma vez que o n.º 1 já restringe o universo das obras àquelas originariamente em língua portuguesa, tornando redundante a exigência do n.º 2. Por este motivo, as quotas de produção independente recente continuam a ser apuradas com base na redação anterior, constante da Lei n.º 8/2011, de 11 de abril.

Adicionalmente, os serviços de programas de âmbito regional ou internacional não estão sujeitos às disposições dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

O cumprimento das quotas relativas à produção europeia e independente é objeto de relatório bienal remetido à Comissão Europeia, nos termos dos artigos 16.º e 17.º da Diretiva SCSA.

O n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e o artigo 13.º da Diretiva SCSA impõem ainda aos Estados-Membros a obrigação de assegurar que os serviços a pedido sob sua jurisdição promovam, por meios viáveis

e adequados, a produção e o acesso a obras europeias, o que pode concretizar-se por diversas vias, incluindo contribuições financeiras, aquisição de direitos ou destaque editorial no catálogo.

DEFINIÇÕES LEGAIS RELEVANTES

Nos termos da LTSAP e da Diretiva SCSA, consideram-se:

- **Obras Europeias:**
 - Obras originárias de Estados-Membros da União Europeia;
 - Obras originárias de países terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras, desde que produzidas com maioria de participação e controlo europeu;
 - Obras coproduzidas ao abrigo de acordos bilaterais entre Estados-Membros e países terceiros, desde que a coprodução seja maioritariamente europeia.
- **Obra de Produção Independente:**
 - Produzida por um **produtor independente**, com titularidade clara dos direitos e autonomia criativa.
- **Produtor Independente:**
 - Pessoa coletiva cuja atividade principal é a produção audiovisual, cumprindo:
 - Capital não detido em mais de 25 % por um único operador de televisão (ou 50 % por vários);
 - Limite de 90 % das vendas anuais ao mesmo operador.

NOTA METODOLÓGICA

A metodologia de análise adotada para o apuramento do cumprimento das quotas legais de **produção europeia e produção independente** pelos serviços lineares e a pedido, segue os critérios definidos no **artigo 47.º da LTSAP**, bem como as orientações previstas nas:

- Revised Guidelines for Monitoring the Application of Articles 16 and 17 of the AVMS Directive¹;
- Manual de Classificação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC);
- Orientações da Comissão Europeia² e do Conselho Regulador da ERC³, tendo em consideração as especificidades do mercado nacional.

No caso específico dos serviços audiovisuais a pedido, o apuramento da quota de 30 % de obras europeias e da subquota relativa à produção independente recente será efetuado com base nas referidas orientações técnicas e regulatórias.

A presente análise metodológica é coerente com a descrita no capítulo anterior, dedicado à “Difusão de Obras Audiovisuais – Defesa da Língua Portuguesa”.

¹ http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

² [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=EN)

³ Aprovadas a 26.09.2022

3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Em 2024, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais. Ao cotejar os valores referentes a este ano com igual período de análise de 2023, é possível determinar a evolução nos diferentes serviços de programas de cobertura nacional.

A Figura 1 revela que as quotas de produção europeia e de produção independente recente se mantiveram, de forma geral, relativamente estáveis, sem alterações estruturais significativas. Com exceção de casos pontuais, os serviços temáticos do operador Dreamia continuam a evidenciar descidas em ambas as quotas, com destaque para os canais Biggs e Hollywood, que registam reduções expressivas tanto na percentagem de produção europeia como na de produção independente recente. O Panda Kids apresenta uma ligeira subida na quota de produção europeia, mas continua abaixo dos limiares desejáveis na quota de produção independente recente.

No caso dos serviços temáticos de cinema e séries operados pela NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION, os canais TVCine Top, TVCine Emotion, TVCine Action e NOS Studios mantêm-se abaixo da percentagem maioritária exigida para obras europeias e dos 10% de produção independente recente, com exceção do TVCine Edition, que se aproxima desse patamar. Os serviços de programas Cinemundo e Hollywood, também permanecem aquém desses objetivos, com destaque para uma nova descida do primeiro em ambas as quotas.

Em contraste, observa-se um cumprimento generalizado das quotas legais por parte dos serviços de programas do operador RTP, em especial no que respeita à produção europeia. Embora alguns serviços de programas tenham registado ligeiras oscilações, a generalidade dos serviços mantém-se acima dos limiares normativos.

Destaca-se ainda a evolução positiva do serviço de programas CNN Portugal, operado pela TVI, que registou um aumento significativo da quota de produção europeia (de 68,2% para 82,6%), embora a quota de produção independente recente tenha diminuído (de 11,1% para 6,9%), contrariando a tendência esperada.

Adicionalmente, é de destacar um grupo de serviços de programas que, apesar de apresentarem uma incorporação integral de produção europeia (100%), não registaram qualquer quota de produção independente recente (0%). Esta situação verifica-se nos canais Sporting TV, S+, Azores TV, Sport TV+ e BTV1. Esta discrepância entre o cumprimento da quota de produção europeia e a ausência total de produção independente recente evidencia o facto de estarmos perante serviços de programas maioritariamente com produção própria.

FIG.1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2024

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2023	2024	Var.23/24	2023	2024	Var.23/24
RTP	RTP1	88,7	82,2	▼	24,4	25,5	▲
	RTP2	87,3	89,0	▲	22,5	15,8	▼
	RTP 3	93,7	92,3	▼	18,1	12,2	▼
	RTP Internacional**	99,0	99,1	▲	25,0	28,8	▲
	RTP África**	89,5	87,3	▼	41,1	39,7	▼
	RTP Memória	78,5	79,3	▲	1,8	2,1	▲
	RTP Madeira*	97,4	96,2	▼	13,5	12,8	▼
	RTP Açores*	98,9	96,4	▼	31,3	37,5	▲
SIC	SIC	87,7	93,1	▲	64,4	72,7	▲
	SIC Radical	54,4	56,3	▲	25,7	24,4	▼
	SIC Mulher	36,0	56,1	▲	21,8	32,7	▲
	SIC K	52,1	46,6	▼	9,5	3,6	▼
	SIC Notícias	78,2	79,9	▲	36,3	38,8	▲
	SIC Caras	54,4	69,5	▲	25,7	32,5	▲
TVI	TVI	93,7	96,4	▲	25,1	31,3	▲
	CNN Portugal	68,2	82,6	▲	11,1	6,9	▼
	V+TVI (TVI Ficção)	100,0	95,2	▼	2,5	3,2	▲
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	36,5	39,3	▲	14,6	15,6	▲
	TVCine Edition	58,4	51,1	▼	14,3	17,1	▲
	TVCine Emotion	32,8	32,3	▼	10,0	10,4	▲
	TVCine Action	16,3	19,3	▲	4,0	4,6	▲
	NOS Studios	25,8	23,1	▼	3,9	4,8	▲
DREMIA	Canal Panda	51,0	61,4	▲	4,3	2,3	▼
	Biggs	53,9	43,4	▼	7,7	0,1	▼
	Panda Kids	17,0	25,4	▲	4,2	3,2	▼
	Hollywood	14,1	10,4	▼	0,8	0,2	▼
	Canal BLAST**	5,1	9,7	▲	0,1	0,0	▼
	Casa e Cozinha	63,6	63,1	▼	4,5	2,9	▼
SPORT TV	Sport TV 1	80,0	79,4	▼	1,9	1,4	▼
	Sport TV 2	78,7	80,4	▲	6,8	10,0	▲
	Sport TV 3	82,1	82,5	▲	21,6	19,0	▼
	Sport TV 4	84,6	86,6	▲	33,1	33,7	▲
	Sport TV 5	95,1	97,2	▲	91,2	27,1	▼
	Sport TV 6	100,0	100,0	=	86,0	100,0	▲
	Sport TV África **	98,6	96,9	▼	35,6	40,7	▲
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	5,4	5,9	▲
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	29,4	43,3	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	23,0	0,0	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	23,5	28,4	▲	4,8	6,1	▲
CINEMUNDO	Cinemundo	39,0	35,7	▼	4,3	1,4	▼
OSTV	Canal 180	80,3	78,7	▼	38,1	12,4	▼
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	70,4	79,3	▲	20,2	20,5	▲
MEDIALIVRE	CMTV	98,7	93,6	▼	13,8	8,6	▼
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	90,9	86,1	▼	0,5	0,5	=
CANALIFE	S+	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
PAULO FELICIANO	Azores TV		100,0	▲		0,0	=

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 45.º e 46.º da LTSAP.

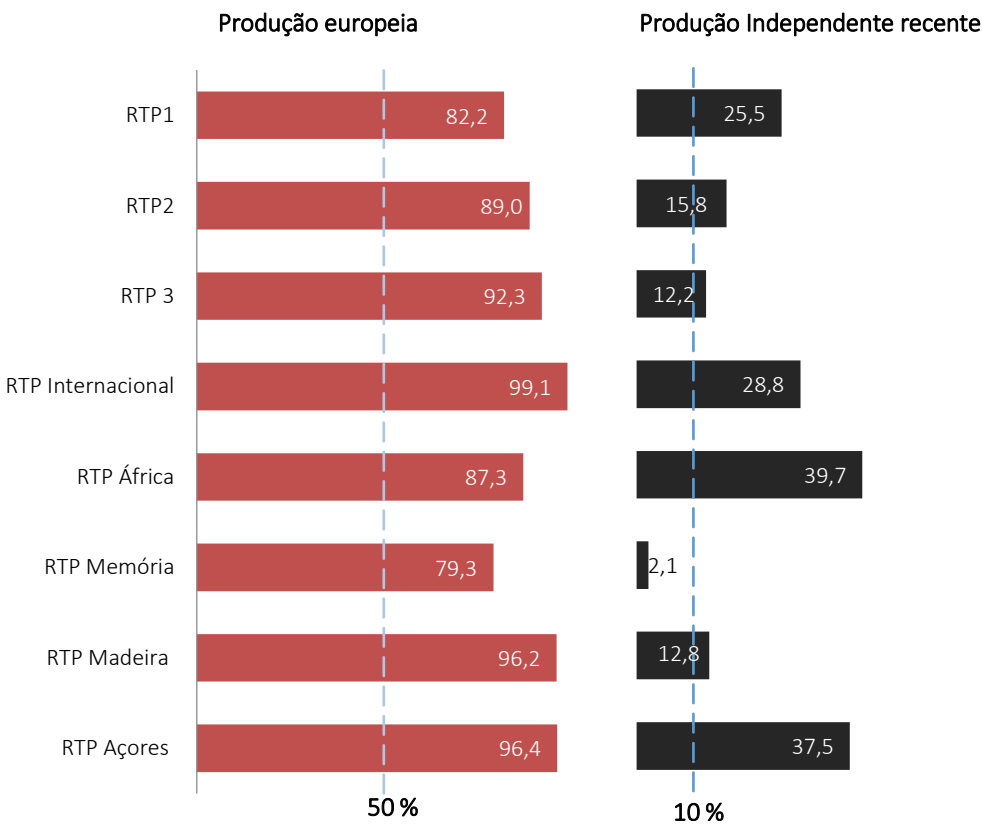
** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 45.º e 46.º da LTSAP.

4.PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes, será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2024, nas obras de produção europeia e produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50 % e 10 %, respetivamente.

- RTP- RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

FIG.2 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

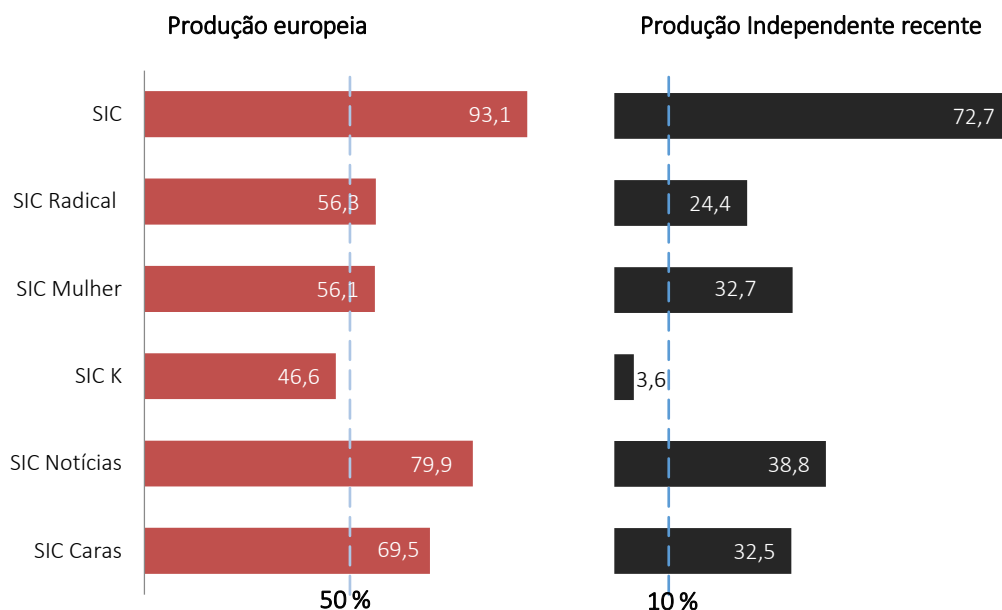


Os serviços de programas do operador RTP apresentaram, em 2024, uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no artigo 45.º da LTSAP. As percentagens apuradas, após dedução dos tempos afetos a categorias de exclusão como noticiários, manifestações desportivas e publicidade, variaram entre 79,3 % na RTP Memória e 96,4 % na RTP Açores, demonstrando um elevado nível de conformidade com a quota exigida.

No que respeita à produção independente recente, os serviços RTP registaram também um cumprimento generalizado da quota mínima de 10 % prevista no artigo 46.º da LTSAP, com exceção da RTP Memória (1,8 %), cujo valor mais baixo não configura um incumprimento, uma vez que a emissão baseia-se em conteúdos de arquivo. Ainda assim, os restantes serviços de programas do operador público ultrapassaram claramente a meta.

• SIC - SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO

FIG.3 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



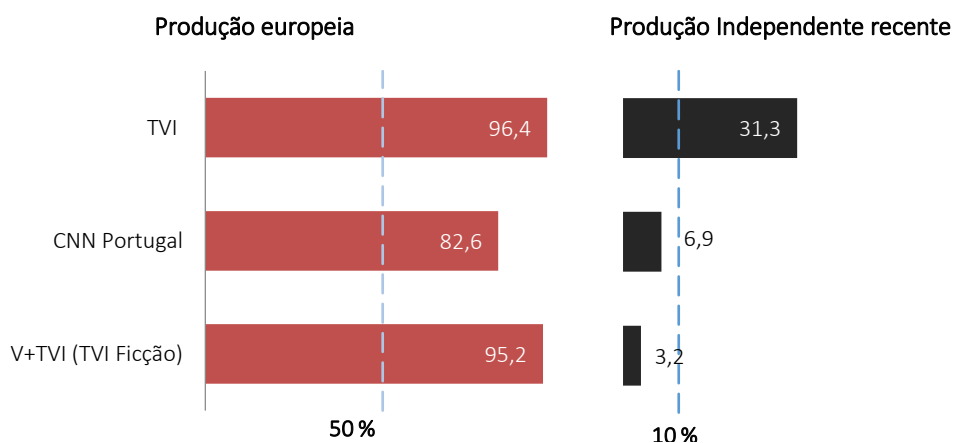
Dos serviços de programas do operador SIC, apenas o serviço de programas SIC K se situou aquém da quota maioritária, sendo que os restantes serviços de programas mantiveram percentagens maioritárias de produção europeia, conforme já havia ocorrido em 2023.

A percentagem mais elevada de produção europeia verifica-se no serviço de programas generalista do operador SIC, com 87,7 %, seguido pelo temático de informação SIC Notícias, 78,2 %.

Ao nível da produção independente recente, denota-se um cumprimento generalizado, excetuando a SIC K, distanciando da quota de 10 % face a 2023.

• TVI - TELEVISÃO INDEPENDENTE

FIG.4 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

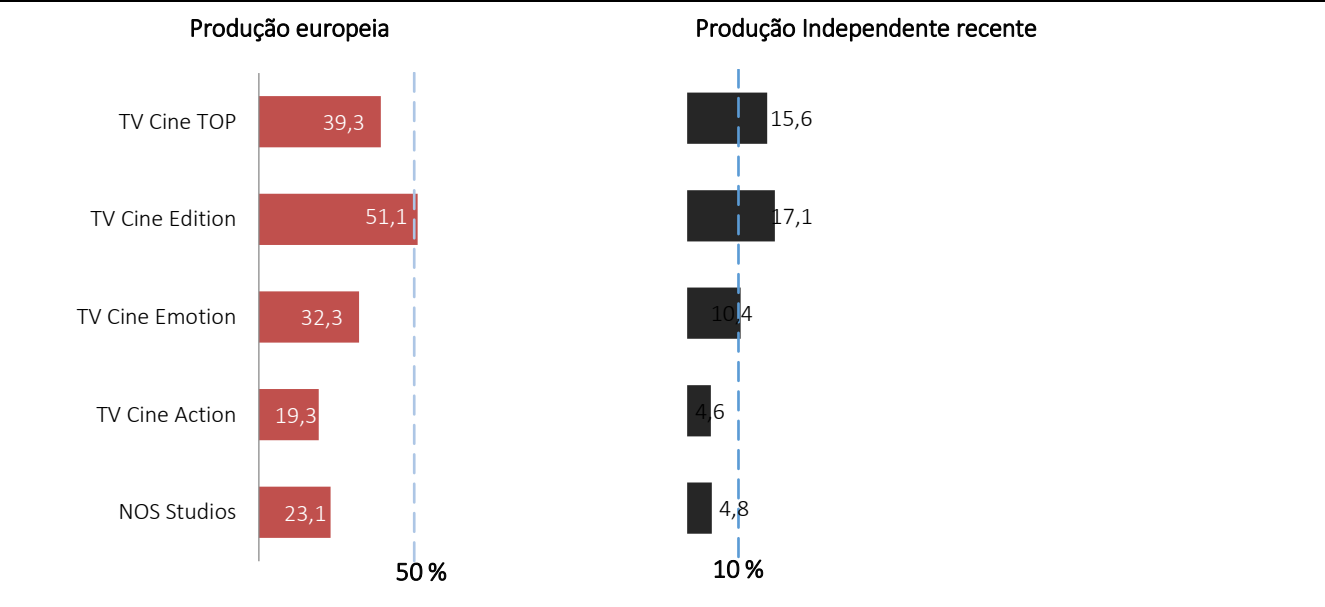


No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 82,6 %, na CNN Portugal, e os 100 %, no serviço de programas denominado, desde 9 de agosto de 2024, de V+TVI (anterior TVI Ficção).

Relativamente à difusão de obras independentes de produção recente, apenas no V+TVI não foi dado cumprimento à quota de 10 %, o que resulta de uma programação de incorporação de obras de ficção de produção própria menos recentes, já emitidas no serviço de programas TVI. Contudo com a alteração de projeto, desde 9 de agosto de 2024, será passível de serem evidenciadas alterações na quota na avaliação de 2025.

• NOS AUDIO-SALES AND DISTRIBUTION

FIG.5 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

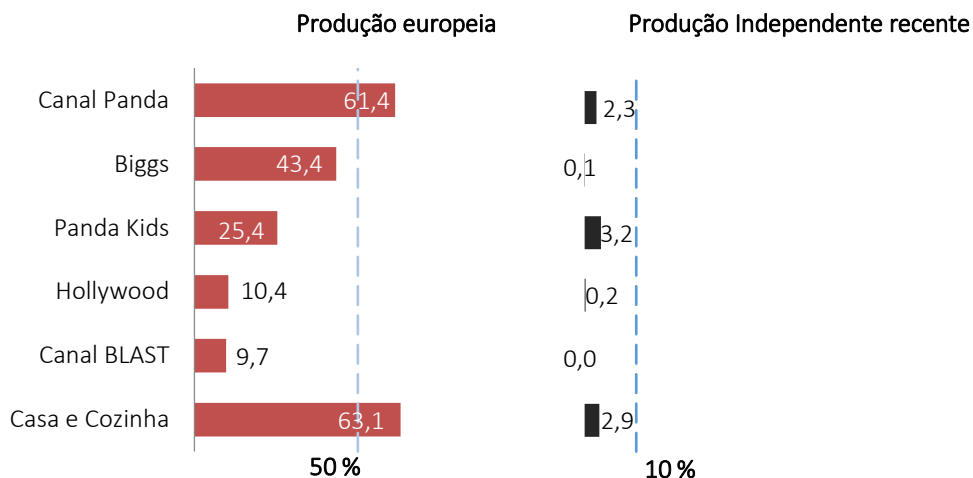


À exceção do serviço de programas TV Cine Edition, todos os restantes canais temáticos de cinema e séries do operador NOS Audio-Sales and Distribution incumpriram a quota mínima de obras europeias estabelecida no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP. A situação é particularmente agravada no TV Cine Action, que apresenta a percentagem mais baixa de conteúdos europeus entre os serviços de programas do operador, evidenciando um afastamento significativo das obrigações legais.

No que respeita à produção independente recente, embora os serviços TV Cine Top, TV Cine Edition e TV Cine Emotion cumpram o limiar mínimo de 10 %, tal cumprimento ocorre com valores muito próximos do limiar, revelando uma margem de conformidade estreita. Já os canais TV Cine Action e NOS Studios, apesar de registarem subidas face a 2023, mantêm-se em situação de incumprimento, continuando abaixo da exigência legal, o que reforça a fragilidade do compromisso do operador com a promoção de obras independentes europeias recentes.

• DREAMIA

FIG.6 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

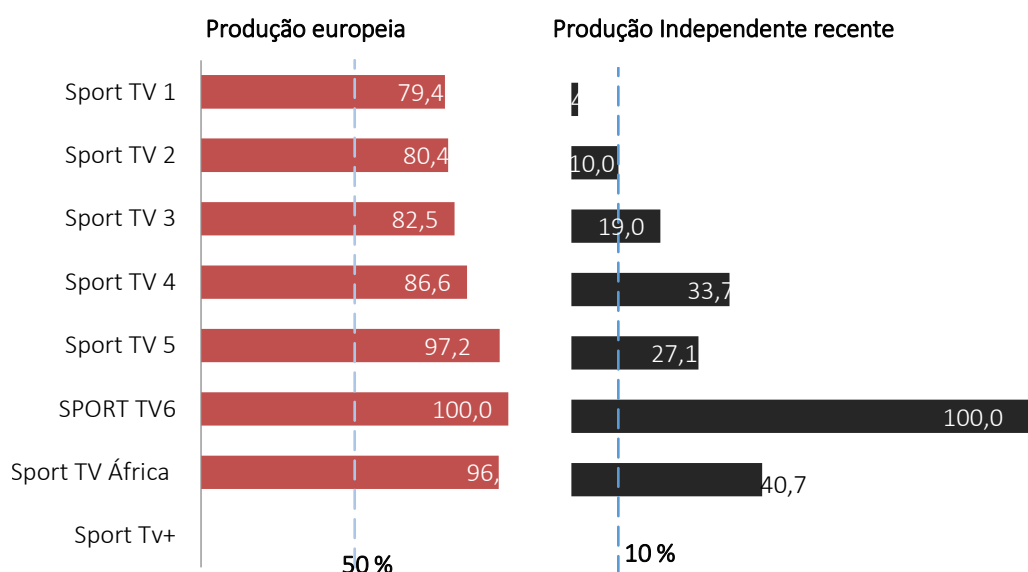


No universo dos serviços de programas do operador DREAMIA, apenas os serviços de programas Canal Panda e Casa e Cozinha apresentam percentagens maioritárias de obras europeias, em conformidade com o exigido no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP. Contudo, os restantes serviços – nomeadamente Biggs, Panda Kids, Hollywood- não atingem a maioria de conteúdos europeus, persistindo abaixo dos limiares legais estabelecidos.

No que se refere à produção independente recente, a situação é ainda mais preocupante: **nenhum dos serviços de programas do operador DREAMIA cumpre a quota mínima de 10 %**, conforme prevista no artigo 46.º da LTSAP. Agrava-se este cenário pelo facto de, **em todos os serviços de programas do operador**, se registarem **descidas face aos valores de 2023**, o que evidencia uma tendência regressiva no cumprimento das obrigações legais e uma valorização diminuta da produção independente europeia recente.

• SPORT TV PORTUGAL

FIG.7 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

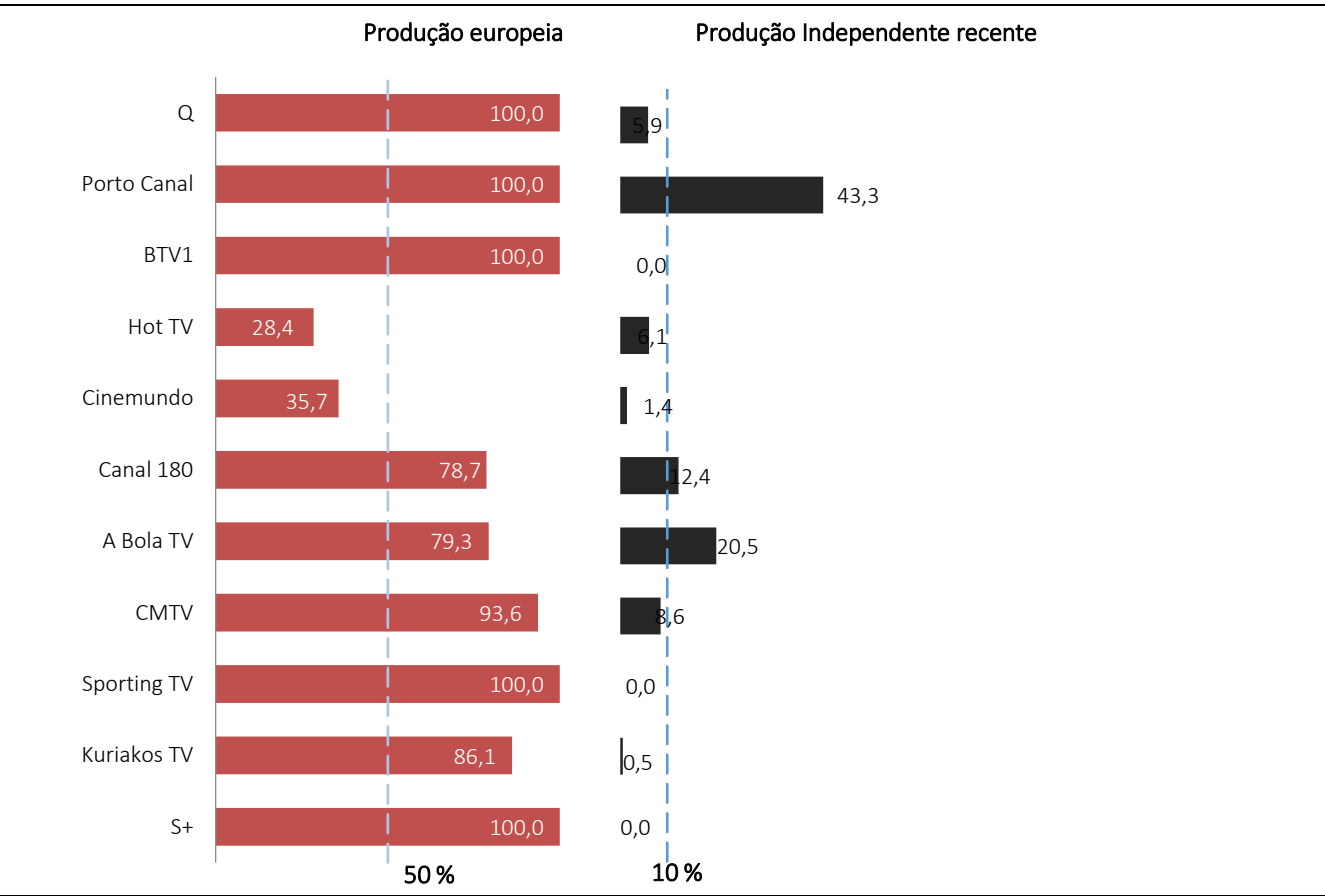


Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV+.

Tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas, que são excluídas para estes apuramentos, regista-se um cumprimento quase generalizado na produção independente recente, à exceção da SPORT TV1 e SPORT TV+, tendência já manifestada nos anos anteriores.

• OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO

FIG.8 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Em referência aos operadores que só detêm um serviço de programas com obrigações no âmbito do dever de informação (artigo 49.º da LTSAP), verifica-se que os operadores Canalvisão, S.A. (serviço de programas Localvisão) voltou a não cumprir esta obrigação, pelo terceiro ano consecutivo, o mesmo se verificando nos operadores Upstar Comunicações, S.A. (serviço de programas ZAP Viva Internacional), Comunidade Canção Nova (TV Canção Nova) e C11 Multimédia Unipessoal, Lda. (serviço de programas 11).

Mais se assinala diferenças significativas ao nível da incorporação de obras de produção europeia na programação, o que se deve à especificidade das temáticas dos serviços em análise. Assim, encontramos serviços a apresentar uma percentagem máxima, tais como o Q, Porto Canal, BTV1, Sporting TV e S+. Já o Hot TV e Cinemundo com um percentual aquém do determinado.

Quanto à produção independente recente, os três serviços de programas apresentaram valores acima do estipulado: Porto Canal, Canal 180 e A Bola TV, evidenciando os restantes percentuais bastante residuais, determinado pela predominância da programação própria.

5. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, introduziu no n.º 2 do artigo 46.º, regras específicas para os serviços de programas generalistas. Assim, estes «devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem da programação» referida no número anterior «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

FIG.9 – OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA INDEPENDENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	24,6%
	RTP2	9,9%
SIC	SIC	70,2%
TVI	TVI	7,2%
Avenida dos Aliados	Porto Canal	43,3%
Medialivre	CMTV	7,8%

De acordo com os dados apurados, o valor mínimo legal de 5 % de obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa, foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas. Contudo, verifica-se uma grande assimetria no cumprimento da produção independente europeia recente, em língua portuguesa, entre os principais operadores nacionais, com serviços de programas generalistas.

O serviço de programas SIC destaca-se com um percentual de 70,2 %, demonstrando um compromisso com a promoção de conteúdos criativos de origem europeia e em língua portuguesa.

A RTP2, embora acima da quota mínima, registou o valor mais baixo entre os serviços analisados, com 9,9 %, situando-se ligeiramente acima da CMTV, que obteve 7,8 %, e da TVI, que apenas registou 7,2 %.

Entre os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado com assinatura, o Porto Canal apresentou um desempenho bastante positivo, com 43,3 %, revelando um investimento significativo em produção independente recente em língua portuguesa.

6. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Em cumprimento do disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, no presente ponto são apresentados dados relativos à percentagem de obras europeias incorporadas nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido (SAP). Esta obrigação legal visa promover a produção e a visibilidade de obras europeias, através da sua presença crescente nos catálogos.

Importa destacar que a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, introduziu alterações significativas neste domínio, nomeadamente no referido artigo 45.º, determinando que: «2 - Os catálogos dos serviços audiovisuais a pedido asseguram uma quota mínima de 30 % de obras europeias, tendo de lhes ser garantida uma posição proeminente, devendo estes catálogos dedicar pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Adicionalmente, o n.º 6 do mesmo artigo prevê que «[o] cálculo da percentagem de obras europeias a que se refere o n.º 2 e a definição de baixas audiências e de baixo volume de negócios a que se refere o n.º 4 do artigo 14.º-A da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro, na redação dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, são realizados de acordo com as orientações emitidas pela Comissão Europeia nos termos do n.º 7 do artigo 13.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual.»

As isenções previstas no artigo 13.º, n.º 6, da DSCSA visam, sobretudo, salvaguardar os prestadores transfronteiriços, não substituindo as isenções definidas a nível nacional quanto ao âmbito das obrigações. Nesse sentido, o Conselho Regulador da ERC deliberou isentar⁴, adicionalmente, alguns serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição portuguesa, nos seguintes casos:

- i) Quando a temática do serviço se centra predominantemente em manifestações desportivas, serviços noticiosos, concursos ou televentas;
- ii) Quando, após análise casuística, se verifica que o serviço tem distribuição gratuita e disponibiliza em catálogo conteúdos que já são transmitidos em ambiente linear, e que, por essa via, já estão sujeitos às obrigações de quotas audiovisuais.

Quanto às orientações da Comissão sobre a contagem de títulos em catálogo, considera-se que cada episódio de série deve ser contabilizado com o mesmo peso de uma longa-metragem, para evitar distorções e garantir a não discriminação, em linha com o espírito das orientações europeias.

Assim, em 2024, foram considerados isentos das obrigações do n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP os seguintes SAP sob jurisdição portuguesa:

- Por apresentarem baixo volume de negócios: M-Cine, Q Play e Filmtwist;
- Pela natureza temática: Yubuy (televentas), Advance (gaming), Benfica Play e Liga TV (desporto);
- Pela tipologia de distribuição, onde não se comprovou a monetização dos conteúdos predominantemente já emitidos no linear: RTP Play e TVI Player.

⁴ Informação CREG-INF/2022/337, aprovada em 26 de outubro

FIG.10 – PRODUÇÃO EUROPEIA E CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA – N.º 2 DO ARTIGO 45.º DA LTSAP

Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido	Serviços Audiovisuais a Pedido	Nº de obras em catálogo	Nº de obras europeias	Nº obras europeias recentes	Nº obras criativas LP	% europeias	% Obras LP
NOS Comunicações, S.A.	NOS Play	1048575	2310	320	55	0,2%	2,4%
	Mini NOS Play	1590	1476	80	45	92,8%	3,0%
	Videoclube NOS	8336	2768	824	133	33,2%	4,8%
MEO - PT Comunicações, S.A.	Meo Videoclube	10071	739	294	34	7,3%	4,6%
	MEO Filmes e Séries	7769	423	259	19	5,4%	4,5%
NOWO - Communications, S.A	Videoclube Nowo	6316	2372	1022	76	37,6%	3,2%
Vodafone Portugal, S.A.	Videoclube Vodafone	6596	2865	941	95	43,4%	3,3%
SIC -Sociedade Independente de Comunicação,S.A.	OPTO	6656	4384	3285	3040	65,9%	69,3%
Dreamia -Serviços de Televisão, S.A.	Panda +	2602	1568	1337	332	60,3%	21,2%

No que respeita à aplicação do disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, a maioria dos serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição nacional cumpre, em 2024, a exigência mínima de **30 % de obras europeias** no respetivo catálogo. Em concreto, destacam-se os seguintes serviços: **Mini NOS Play** (92,8 %); **OPTO** (65,9 %), **Panda+** (60,3 %), **Videoclube Vodafone** (43,4 %); **Videoclube Nowo** (37,6 %) e **Videoclube NOS** (33, 2 %)

No entanto, os serviços **Meo Videoclube** e **MEO Filmes e Séries** apresentam percentagens bastante aquém dos 30 % previstos. O serviço **NOS Play**, com um catálogo de elevada dimensão, regista a menor percentagem de obras europeias: **0,2 %**, encontrando-se claramente em incumprimento.

Paralelamente, e conforme estipulado pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, os serviços devem assegurar que pelo menos **15 % do catálogo total** corresponda a **obras criativas de produção independente europeias, originalmente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos**. Neste ponto, **apenas três** superam o limiar: **OPTO**, com **69,3 %**; **Panda+**, com **21,2 %**. Os demais (**Videoclube NOS**, **Meo Videoclube**, **MEO Filmes e Séries**, **Videoclube Nowo**, **Videoclube Vodafone** e **NOS Play** e **Mini NOS Play**) **não atingem os 15 % exigidos**, com valores entre **2,4 % e 4,8 %**.

Importa destacar a assimetria metodológica na aferição dos dois indicadores: enquanto a percentagem de obras europeias é calculada sobre o **catálogo total**, a percentagem de obras criativas LP considera **apenas obras recentes**, com menos de cinco anos. Esta diferença de universo compromete a comparabilidade direta dos indicadores e contribui para dificuldades práticas no cumprimento da quota mínima definida para a produção independente europeia recente.

Apesar destas limitações, a análise revela que **OPTO** e **Panda+** cumprem integralmente ambas as obrigações legais, enquanto os restantes serviços apresentam **cumprimento parcial ou inexistente**, evidenciando áreas a corrigir ou melhorar em futuras avaliações.

ANÁLISE QUALITATIVA- CRITÉRIOS DE PROEMINÊNCIA

Nos termos do n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, e em conformidade com o disposto na DSCSA, os serviços audiovisuais a pedido devem não apenas assegurar uma quota mínima de 30 % de obras europeias nos seus catálogos, mas também garantir a sua proeminência. A proeminência pode assumir diversas formas, incluindo organização editorial, funcionalidades de pesquisa, promoção ativa e mecanismos de destaque visual. Quanto à proeminência das obras europeias, os operadores de SAP comunicaram que garantem esta premissa, remetendo evidências nos seguintes termos:

- NOS

a) Secção dedicada a obras europeias - o serviço Videoclube disponibiliza uma área designada “Cinema do Mundo”, estruturada por subcategorias correspondentes a diferentes origens geográficas e linguísticas, tais como Cinema Francês, Germânico, Italiano, Espanhol e Britânico. Adicionalmente, existe uma categoria própria para o Cinema Português, permitindo uma identificação direta das obras nacionais no catálogo. **b)** Funcionalidades de pesquisa: a interface do Videoclube NOS facilita o acesso a conteúdos europeus através de funcionalidades intuitivas. Os utilizadores podem navegar desde a homepage, selecionando a opção “MAIS FILMES”, seguida das abas “Cinema do Mundo” ou “Cinema Português”, permitindo a filtragem eficiente de obras por origem. **c)** Ações promocionais e campanhas de marketing- promoção ativa das obras europeias é também assegurada por meio de campanhas de comunicação e marketing realizadas pela NOS. Estas campanhas são organizadas em função do potencial de desempenho comercial das obras, com destaque para conteúdos particularmente relevantes em determinados contextos. A sua divulgação ocorre através de canais próprios, como newsletters, SMS, e o website oficial da operadora. **d)** Destaques editoriais: as obras europeias, incluindo cinema português, são regularmente apresentadas na página inicial dos serviços “Videoclube” e “NOS Play”, inseridas na secção “EM DESTAQUE”. Estas ações conferem visibilidade acrescida aos conteúdos, especialmente em datas ou eventos relevantes, como a época dos Óscares, festivais de cinema ou efemérides nacionais, como o Dia de Portugal.

- MEO

No âmbito do cumprimento das obrigações legais relativas à proeminência das obras europeias nos serviços audiovisuais a pedido, a MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A. reforçou, em 2024, a continuidade de práticas já consolidadas nos anos anteriores. **a)** O operador assegurou que a maioria das novas obras europeias disponibilizadas nos seus serviços passassem por posições de destaque editorial, nomeadamente através da sua colocação em áreas de acesso prioritário nos menus de navegação e interfaces principais. Esta estratégia visa maximizar a visibilidade dos conteúdos europeus junto dos utilizadores, garantindo que estes sejam facilmente identificáveis e promovidos no momento da sua introdução em catálogo. **b)** Para além da curadoria editorial, a MEO promoveu campanhas de comunicação direcionadas, com especial enfoque nos títulos europeus de maior relevância, recorrendo aos seus meios próprios de divulgação – incluindo o website institucional, newsletters, notificações em apps móveis e banners promocionais nas plataformas de vídeo. **c)** No que respeita à acessibilidade e mecanismos de pesquisa, a operadora manteve e consolidou a existência de categorias temáticas específicas, designadamente “Obras Portuguesas” e “Obras Europeias”, permitindo uma navegação orientada por origem e contexto

cultural. Estas categorias encontram-se uniformemente acessíveis através de todos os dispositivos e plataformas compatíveis com os serviços MEO, desde televisores e set-top boxes até aplicações móveis e navegadores web, promovendo uma experiência de utilizador consistente e inclusiva.

• NOWO

A proeminência das obras europeias em catálogo é garantida por diferentes destaques e ações para a promoção dos conteúdos de origem europeia, entre as quais a i) criação de menus especiais e ii) colocação de *banners* dentro do catálogo de Videoclube.

Assim, verificou-se a proeminência atribuída às obras de produção europeia através da criação de menus especiais dentro do catálogo e da inclusão de banners nos vários menus do catálogo do Videoclube. O destaque de obras de produção europeia no catálogo é assegurado através da inclusão de conteúdos em diferentes menus, tais como “Recomendado”.

• VODAFONE

Entre as medidas mais relevantes destaca-se a existência permanente de uma área dedicada ao cinema português, claramente identificável na interface do serviço. Sempre que é lançado um novo título de produção nacional, este é imediatamente promovido em posições de destaque nas principais categorias editoriais, nomeadamente nas secções de “Estreias” e “Sugestões”, conferindo-lhe visibilidade acrescida no momento da disponibilização ao público.

Durante o ano de 2024, a Vodafone desenvolveu ainda vários ciclos temáticos dedicados ao cinema europeu, com destaque para iniciativas como a “Festa do Cinema Italiano”, o ciclo “Vive La France”, centrado no cinema francês, e uma programação especial sob a designação “Melhor do Cinema Europeu”. Estas ações, além de valorizarem cinematografias nacionais europeias específicas, visaram fomentar o acesso a obras de reconhecida relevância cultural e comercial.

Embora os títulos europeus não estejam organizados numa categoria única e contínua, a Vodafone compensa esta ausência através da disponibilização de ferramentas avançadas de pesquisa, que potenciam a descoberta de conteúdos. Estas funcionalidades incluem: i) mecanismos de pesquisa intuitiva por título específico; ii) sugestões automatizadas de obras com temáticas ou proveniências semelhantes; iii) a possibilidade de filtrar conteúdos por ator, atriz ou realizador, facilitando o acesso personalizado ao vasto espólio de obras europeias disponíveis.

• OPTO

A proeminência em catálogo de obras europeias é garantida pela percentagem maioritária de obras europeias, não se revelando para o efeito necessária a proeminência num catálogo preponderantemente constituído por obras europeias e especialmente de origem nacional. Atende-se ainda à especificidade do serviço audiovisual a pedido que, embora tenha obras do catálogo linear, tem uma forma de distribuição por subscrição.

• PANDA+

A exemplo de anos anteriores, o operador DREAMIA evidenciou as especificidades do serviço audiovisual a pedido Panda+ pois, «[...] destina-se a um público infantil, sendo que permite a visualização de séries, filmes e videoclipes de música do Canal Panda e destina-se a um target etário entre os 3 e os 7 anos de idade. Atendendo ao público-alvo, independentemente do país de origem das produções incluídas em catálogo, os conteúdos que não estão em língua portuguesa, são

disponibilizados dobrados e/ou legendados em língua portuguesa, de forma a garantir que estes permitam a apreensão por crianças que ainda estão em processo de aprendizagem da leitura. Com efeito, por tratar-se de um serviço audiovisual a pedido destinado a utilizadores nas primeiras fases da infância, não faz sentido que a organização dos conteúdos em catálogo obedeça a quaisquer critérios assente na origem das produções, conforme acontece, por exemplo, com serviços audiovisuais a pedido que permitem o acesso a filmes e séries destinadas a públicos mais abrangentes.»

Assim, «importa garantir que o acesso aos conteúdos em catálogo seja simples, intuitivo e permita um rápido acesso aos conteúdos de preferência destes utilizadores. Neste sentido, ainda que o catálogo do Panda+ possa incluir em algum destaque obras europeias, não existe uma sessão em catálogo dedicada especificamente a conteúdos europeus. Finalmente, a promoção ou a realização de campanhas de marketing associadas a obras europeias pode ocorrer em função de situações concretas, por exemplo, quando ocorrem estreias de conteúdos na plataforma.»

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Em 2024, a ERC analisou de forma regular o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 178 situações de alteração da programação nos períodos analisados, com o maior número de casos a verificar-se na RTP 2 e o menor na TVI.

Mantém-se a tendência dos serviços do operador público continuarem a registar um elevado número de desvios, neste caso com uma subida substantiva dos serviços de programas da RTP face ao ano anterior.

Salienta-se que, na sua maioria, tais desvios se mostram justificados ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante LTSAP), especialmente no que se refere às transmissões de eventos desportivos, em direto.

Os serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, revelaram um desempenho global abaixo do registado em 2023. Em termos globais, o número total de alterações de programação subiu de 121, em 2023, para 178, em 2024. Todavia, cumpre notar, observando os valores do quinquénio, que 2024 se situa exatamente a meio da tabela em número de alterações de programação, estando próximo da média dos últimos 5 anos, que se situa em torno de 167.

Os eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitida foram variados e prenderam-se com situações como a cobertura da atualidade noticiosa e transmissões em direto, desportivas, ou de outra natureza.

As ocorrências registadas decorreram de circunstâncias diversas, designadamente da necessidade da cobertura da atualidade noticiosa e transmissões em direto de eventos, de natureza desportiva ou semelhante, sendo a sua duração exata difícil de discernir antecipadamente.

Cumprе assinalar que, na grande maioria dos casos, os desvios registados não configuram infrações ao disposto na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Não obstante, o Conselho Regulador da ERC deliberou a instauração de procedimento contraordenacional ao serviço de programas Porto Canal, em razão do incumprimento verificado das obrigações relativas ao anúncio da programação constantes da LTSAP¹.

¹ Deliberação ERC/2025/70 (PROG-TV), de 26 de fevereiro

2.METODOLOGIA E CRITÉRIOS

No presente capítulo, avalia-se o desempenho dos operadores de televisão nesta matéria, durante o ano de 2024, quanto aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, e ainda, a análise de alguns serviços, maioritariamente temáticos, avaliados por amostras pontuais.

Foram, assim, avaliados regularmente os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, RTP2, SIC e TVI em amostras semanais que recaíram sobre os meses de janeiro a dezembro de 2024.

Foram ainda avaliadas amostras de uma ou mais semanas ao longo do ano 2024, dos serviços de programas Canal Blast, Cinemundo, CMTV, CNN Portugal, DSTV Pipoca, Hot TV, NOS Studios, Panda Kids, Porto Canal, Q, SIC Notícias, Sporting TV eTV Cine Emotion.

Procedeu-se ao confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP. A ferramenta de “Análise de Grelhas de Programação TV” permite aos operadores acederem a esta plataforma para aí descarregar diretamente as grelhas da programação dos serviços que disponibilizam, com a antecedência legalmente prevista, i.e. nunca inferior a 48 horas, o que permite um acompanhamento e avaliação pelos serviços da ERC do cumprimento da obrigação plasmada no n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP. Neste acompanhamento são verificadas as situações de desvios da programação anunciada:

- i) Programas emitidos antes do horário anunciado e/ou programas emitidos depois do horário anunciado; e
- ii) Programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados.

A análise não considera os casos de desvios dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos.

Em 2024, como acima referido, a análise incidiu, de forma regular, sobre RTP1, RTP2, SIC e TVI. A emissão destes serviços foi analisada, tendo em conta a amostra de uma semana por mês, analisadas no final de cada trimestre.

FIG.1 – AMOSTRA 2024 – RTP1,RTP2, SIC E TVI

Amostra “Anúncio programação e publicidade televisiva”		
Trimestres	Semanas	Dias
1.ºT	2	8 a 14 de Janeiro
	7	12 a 18 de Fevereiro
	12	18 a 24 de Março
2.ºT	16	15 a 21 de Abril
	21	20 a 26 de Maio
	26	24 a 30 de Junho
3.ºT	28	8 a 14 de Julho
	32	5 a 11 de Agosto
	38	16 a 22 de Setembro
4.ºT	41	7 a 13 de Outubro
	46	11 a 17 de Novembro
	51	16 a 22 de Dezembro

Da análise resultaram ocorrências relacionadas com programas emitidos antes/depois do horário anunciado e programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados –, tendo-se, procedido a uma verificação casuística, no sentido de apurar se se encontravam presentes os critérios de exceção, definidos no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, nos termos do qual «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».

2.1.ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE - RTP1, RTP2, SIC,TVI

De acordo com a amostra (cf. Fig.1), as análises efetuadas durante 2024 às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um cômputo total de 178 casos de alterações da programação anunciada. Das situações registadas o número mais expressivo é o do serviço de programas RTP2, num total de 81 ocorrências, seguido do serviço RTP1 com 53 e da SIC, com 32. À semelhança de 2023, a TVI, com 12 situações observadas, foi o serviço que registou o menor número de alterações na programação.

FIG.2 – ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2024

Ano 2024	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Casos (nº)	53	81	32	12	178

A figura 3 apresenta a distribuição das 178 irregularidades apuradas de janeiro a dezembro:

FIG.3 – ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – JAN.- DEZ. 2024

Alterações da programação (n.º)					
2024 / Meses	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	2	0	0	1	3
Fevereiro	3	5	7	2	17
Março	4	3	2	1	10
Abril	0	0	5	2	7
Maio	9	12	0	0	21
Junho	6	4	1	6	17
Julho	2	1	5	0	8
Agosto	5	29	0	0	34
Setembro	15	21	8	0	44
Outubro	0	0	2	0	2
Novembro	0	1	0	0	1
Dezembro	7	5	2	0	14
Total	53	81	32	12	178

 Resultado mais alto
 Resultado mais baixo

Nas figuras 2 e 3 pode observar-se a distribuição dos casos por meses e por serviços de programas ao longo de 2024. Quanto aos meses com maior número de casos no total dos 4 serviços, foram registados 44 casos em setembro, 34 em agosto, 21 em maio. De notar que em todos os restantes meses os casos desconformes não atingiram as duas dezenas.

Quanto aos meses com um menor número de casos, no total dos 4 serviços, foram registados apenas dois casos em outubro e um único caso observado em novembro.

No que se refere aos valores máximos registados por serviço de programas, por mês, observou-se que o maior valor de ocorrências foi registado pela RTP2, em agosto com 29 situações identificadas. Quanto aos valores mais baixos registados por serviço de programas, por mês, em face da amostra selecionada para análise, destaca-se positivamente a TVI, que não registou qualquer alteração à sua programação em sete dos doze meses analisados, a saber, maio, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro. Segue-se a SIC, que apresentou quatro meses onde não se verificaram alterações de programação – janeiro, maio, agosto e novembro. Por fim, ambos os serviços de programas da RTP apresentaram três meses nos quais não ressaltaram desvios horários/alterações de programação.

De acordo com a metodologia já apresentada, os dados oferecidos nas figuras supra englobam todas as situações de desvios da programação anunciada, quer no que se refere a programas emitidos antes/depois do horário anunciado, quer no que se refere a programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados, nos 4 serviços de programas objeto da análise, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo em conta os períodos de 1 semana por mês, aleatoriamente selecionados ao longo de 2024.

Pese embora o total de situações irregulares no decorrer de 2024, importa referir que os números registados não consubstanciam, na grande maioria dos casos, incumprimentos da lei. De facto, as irregularidades detetadas resultam da natureza dos acontecimentos transmitidos, da necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas e casos de força maior.

Os motivos subjacentes às situações assinaladas enquadram-se, assim, na exceções dispostas no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, tendo as justificações merecido acolhimento e, por isso, não determinaram qualquer sanção.

Quanto às restantes situações, face às justificações apresentadas pelo operador, a maioria desses casos acabou por ser relevada, tendo em atenção a diminuta repercussão no alinhamento da programação do serviço de programas.

2.2. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Para além das verificações regulares aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, RTP2, SIC e TVI, foi ainda acompanhado, em 2024, o desempenho dos serviços de programas constantes do quadro seguinte.

FIG.4 – AMOSTRA ANALISADA EM 2024 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Serviço de Programas	Meses	Semana	Total Alterações
Canal Blast	Outubro	40	0
Cinemundo	Abril	14	0
		15	
	Maio	19	
		20	
CMTV	Fevereiro	7	20
	Maio	21	3
	Julho	28	1
	Agosto	32	3
	Setembro	38	31
	Dezembro	51	4
CNN Portugal	Fevereiro	7	20
	Maio	21	11
	Setembro	38	66
DSTV Pipoca	Maio	19	0
Hot TV	Março	10	0
		11	
NOS Studios	Março	16	0
		17	
Panda Kids	Março	13	0
		14	
Porto Canal	Fevereiro	7	15
	Maio	21	32
	Julho	28	19
	Agosto	32	24
	Setembro	38	18
	Dezembro	51	15
Q	Setembro	37	3
		38	37
	Dezembro	49	1
		50	2
SIC Notícias	Fevereiro	7	30
	Maio	21	28
	Setembro	38	26
Sporting TV	Maio	20	29
		21	42
TVCine Emotion	Março	13	0
	Abril	14	

Esta verificação foi realizada por amostragem ao longo do ano em análise, abrangendo, de forma aleatória, uma ou mais semanas de 2024 para cada serviço de programas fiscalizado.

As análises basearam-se na comparação entre a grelha de programação anunciada e previamente disponibilizada pelos operadores na aplicação “Análise de Grelhas de Programação TV” (conforme o prazo previsto na LTSAP) e a programação na emissão efetiva. Em alguns casos, recorreu-se à visualização de gravações das emissões disponibilizadas pelos operadores.

Seguindo a metodologia aplicada aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, não foram considerados, para efeitos desta verificação, os desvios nos horários até três minutos, nem os programas com duração igual ou inferior a cinco minutos.

Todas as análises relativas à programação dos serviços elencados na Figura 4 foram conduzidas no âmbito de processos autónomos de fiscalização. Estes processos têm como objetivo, entre outros, verificar o cumprimento do disposto no artigo 29.º, n.ºs 1 e 2 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Os resultados destas fiscalizações constituem um importante elemento, a montante, para a realização da avaliação intercalar das autorizações dos serviços de programas, conforme os artigos 23.º e 97.º, n.ºs 2 e 3 da LTSAP, no qual a ERC elabora um relatório sobre o cumprimento das obrigações e condições legais impostas aos operadores, nas quais se insere o respeito pela programação anunciada.

Por sua vez, os mencionados relatórios servirão de base de análise para a eventual renovação das autorizações dos serviços de programas, nos termos do artigo 22.º da mesma lei, que ocorre 15 anos após a emissão da autorização, sendo apenas concedida mediante a observância do cumprimento das obrigações legais a que se encontram vinculados os respetivos operadores.

No ano de 2024, a avaliação do “anúncio da programação” dos serviços elencados na figura 4 não teve por base qualquer denúncia, sendo apenas fruto de um exercício regular da atividade fiscalizadora da ERC.

Conforme se verifica no quadro apresentado na Figura 4, os serviços temáticos Canal Blast, Cinemundo, DSTV Pipoca, Hot TV, NOS Studios, Panda Kids, TV Cine Emotion evidenciaram um cumprimento integral da norma aplicável relativa ao anúncio da programação.

Tal desempenho poderá ser justificado, por um lado, pela eficácia dos mecanismos de controlo interno implementados por estes operadores e, por outro, pela própria natureza da sua grelha de programação, predominantemente composta por conteúdos pré-gravados e com uma presença residual de transmissões em direto. Esta configuração permite uma maior previsibilidade na sequência dos conteúdos programados, facilitando o cumprimento rigoroso dos horários previamente anunciados.

Por outro lado, os serviços de programas CMTV, CNN Portugal, Porto Canal, Q, SIC Notícias, Sporting TV, registaram várias alterações de programação nas amostras analisadas.

Especificamente, nos serviços de programas CMTV, CNN Portugal, SIC Notícias e Sporting TV, as alterações verificadas na programação deveram-se, maioritariamente, à duração imprevisível — superior ou inferior ao previsto — de transmissões em direto de conteúdos noticiosos e/ou de eventos desportivos. A natureza destes serviços, fortemente orientados para a atualidade informativa e para a cobertura de eventos em tempo real, dificulta a estabilização rigorosa da grelha de programação. Nesse sentido, no âmbito das verificações realizadas quanto ao cumprimento das obrigações relativas ao anúncio da programação, as alterações registadas foram, na generalidade

DIVERSIDADE DE PROGRAMAÇÃO: RÁDIO PÚBLICA

1. VISÃO GLOBAL

A RTP é detentora de diversos serviços de programas de rádio, designadamente a Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores – Antena 1, RDP Madeira – Antena 1 e RDP Madeira – Antena 3. No presente capítulo, analisa-se a diversidade e pluralismo dos três serviços de programas de âmbito nacional do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3, segundo as obrigações estipuladas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (doravante CCSPT).

A *diversidade e pluralismo* são aferidos pela identificação dos *macrogéneros, géneros e funções* da programação, que, à luz da grelha de análise adotada, melhor permitem caracterizar cada um dos programas transmitidos. A análise incide sobre a totalidade dos programas emitidos em 2024 e a unidade de medida utilizada é a *duração* (hh:mm:ss).

Os resultados são interpretados à luz do estipulado pelo CCSPT, sendo este regido pelo princípio da complementaridade da programação.¹ Assim, a oferta radiofónica de serviço público deve «ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas» (n.º 3 da cláusula 4.ª).

Como elemento diferenciador entre as antenas, destaca-se a segunda categoria de conteúdos mais presente em cada. Na Antena 1, a segunda posição é ocupada pela *informação*; na Antena 2 pela *cultura/conhecimento* e, na Antena 3, pelo *entretenimento*. Por outro lado, a Antena 1 e a Antena 3 emitem programas das seis grandes categorias. Por seu turno, a Antena 2 mostra uma ausência de conteúdos classificados como *desporto*.

Verifica-se a existência de perfis de emissão diferenciados, conforme a expressão, mais ou menos significativa, de determinados programas. A título de exemplo, diferenciam-se pela cobertura dada a *espetáculos*, programas como as *transmissões desportivas*, *talk shows* ou *artes e media e ciências e humanidades* do âmbito *cultura/conhecimento*.

A análise permite ainda concluir que a concessionária de serviço público de rádio e televisão cumpre os seus deveres quanto à «produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo internet».

¹ Cf. CCSPT - cláusula 16.ª - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação.

dos casos, consideradas justificadas, com base na norma de exceção prevista no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP.

Nas situações detetadas cujo enquadramento na norma de exceção não foi possível, como origem em lapsos de natureza técnica ou editorial, estas foram relevadas após análise do comportamento global do serviço de programas e natureza das ocorrências observadas (pontualidade e excecionalidade da alteração verificada, impacto na restante programação, eventuais participações de telespectadores, comunicação ao público, entre outros). Não obstante, os operadores visados foram notificados das avaliações efetuadas e alertados para a necessidade de um cumprimento escrupuloso das normas aplicáveis.

No que concerne o serviço de programas Q, a quase totalidade das alterações de programação verificadas foram motivadas por problemas na utilização da ferramenta de análise de grelhas de programação (importação de ficheiros, duplicação de programas, conflitos de versões, entre outros) pelo que se exortou o operador a articular os problemas identificados com o Departamento de Supervisão. Dado que sobre as ocorrências observadas não corresponderam participações, tendo também em conta o pronto sentido de correção por parte do operador, aquelas foram relevadas.

Por fim, no que respeita o serviço de programas Porto Canal, importa salientar que a generalidade das justificações apresentadas pelo operador permitiram enquadrar as alterações de programação no âmbito das exceções previstas no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP. Observaram-se também situações com fundamentos de índole técnica, os quais a ERC relevou tendo em conta critérios também aplicados em outros serviços de programas, como o impacto na restante programação, a pontualidade das situações verificadas e, até, a natureza da programação cuja emissão é preenchida, essencialmente, por transmissões em direto.

Todavia, importa salientar que no que respeita as ocorrências constantes da semana 21, o Conselho Regulador da ERC deliberou instaurar a abertura de procedimento contraordenacional contra o operador Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, S.A. Tal deveu-se ao facto de o operador não se ter pronunciado em tempo útil à solicitação da ERC para apresentação de eventual fundamentação para as situações observadas naquele período, que tornariam possível identificar as exceções passíveis de afastar a norma do cumprimento do anúncio da programação.²

² Deliberação ERC/2025/70 (PROG-TV), de 26 de fevereiro

2. PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

Em 2024, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em aproximadamente 24.925 horas de programação. No total dos seis serviços de programas analisados, foram contabilizadas:

- Antena 1 – 8.223 horas 36 minutos 14 segundos de emissão;
- Antena 2 – 8.492 horas 16 minutos 12 segundos de emissão;
- Antena 3 – 8.209 horas 39 minutos 9 segundos de emissão.

Apresenta-se, seguidamente, os resultados obtidos para cada um dos serviços de programas, tendo em conta a diversidade e funções dos géneros radiofónicos emitidos. Os dados detalhados são disponibilizados no relatório autónomo publicado no sítio eletrónico da ERC, incluindo a distribuição horária desta programação, que constitui um indicador da diversidade da emissão ao longo do dia.

2.1. DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A RTP está obrigada a oferecer «[u]m serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público»² - correspondente à **Antena1**.

O CCSPT prevê, em segundo lugar, a oferta de «[u]m serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade.»³

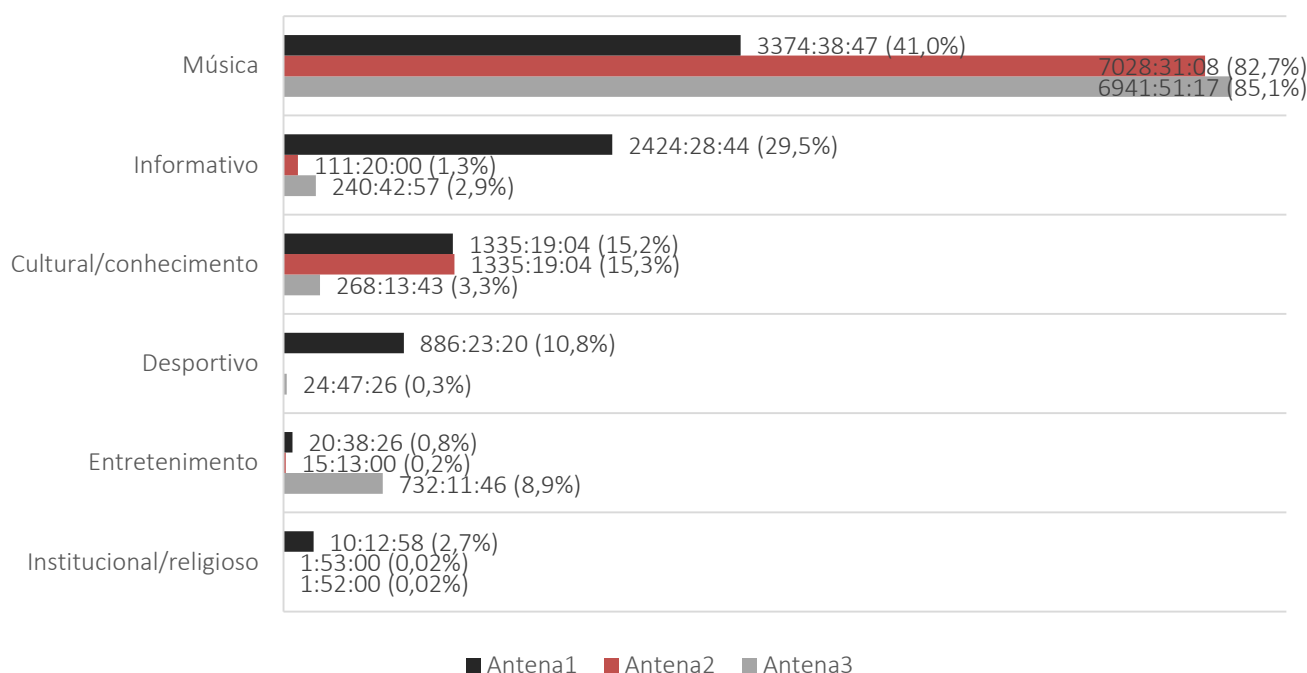
No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a **Antena 2** é, assim o serviço de programas ao qual está confiada a tarefa de oferecer tipos de conteúdos alternativos aos que predominam no espaço radiofónico em geral. Deste modo, está especialmente vocacionado para a emissão da designada música erudita e para a promoção do conhecimento nos domínios da música e de outras expressões artísticas.

Por seu turno, a **Antena 3** é o serviço que se destina aos públicos mais jovens, o que decorre da obrigação contratual de disponibilizar «[u]m serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação.

² Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a).

³ Cf. CCSPT, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

FIG.1 – DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2024)



N= 8223h36m14s (n.º total de horas de emissão na Antena 1); N= 8492h16m12s (n.º total de horas de emissão na Antena 2); N= 8209h39m09s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A diferença entre as grelhas de programação dos três serviços de programas é um indício relevante do cumprimento da estratégia de complementaridade enunciada no supracitado contrato. A Antena 1 e a Antena 3 emitem programas das seis grandes categorias. Por seu turno, a Antena 2 mostra uma ausência de conteúdos classificados como *desporto*. Assim, ainda que os conteúdos de *música* predominem na programação de todas as antenas, é nos serviços de programas Antena 2 e Antena 3 que assumem especial relevância, representando mais de oito em cada dez horas de programação. Por seu turno, na Antena 1 o peso relativo da *música* é substancialmente inferior, indiciando a importância que assumem nesta antena os conteúdos de palavra.

A aferição da diversidade de conteúdos entre as três antenas requer uma análise mais detalhada, para permitir detetar de que modo os estilos musicais e a natureza da programação se diversificam. Assim, a Antena 1 recorre à música sobretudo como ligação entre outros conteúdos, ou dedicando a atenção a música portuguesa sobretudo de raiz tradicional. A Antena 2 apresenta conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como de eletrónica, *jazz* e *blues* e a obra dos artistas consagrados do século XX. Já a Antena 3 conta com conteúdos musicais marcadamente atuais e dirigidos aos públicos jovens, entre estes *grunge* e *rap*.

Abaixo dos conteúdos de música, o segundo macrogênero mais emitido constitui um elemento diferenciador entre as antenas. Na Antena 1 a segunda posição é ocupada pela *informação*; na Antena 2 pela *cultura/conhecimento* e, na Antena 3, pelo *entretenimento*.

FIG.2 – DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2024)

	Antena 1		Antena 2		Antena 3	
Gênero	Duração		Duração		Duração	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	1205:35:37	14,7%	111:20:00	1,3%	101:05:49	1,2%
Reportagem	08:11:54	0,1%	-	-	07:50:36	0,1%
Debate/Entrevista	239:31:09	2,9%	-	-	50:05:36	0,6%
Comentário	109:40:20	1,3%	-	-	-	-
Edição especial	133:19:36	1,6%	-	-	09:10:36	0,1%
Magazine informativo	354:03:15	4,3%	-	-	-	-
Boletim meteorológico	123:21:58	1,5%	-	-	25:51:20	0,3%
Informação de trânsito	137:19:11	1,7%	-	-	46:39:00	0,6%
Antena aberta	113:25:44	1,4%	-	-	-	-
Informação desportiva	175:57:45	2,1%	-	-	24:47:26	0,3%
Transmissão desportiva	648:21:51	7,9%	-	-	-	-
Resumo desportivo	05:37:25	0,1%	-	-	-	-
Comentário desportivo	56:26:19	0,7%	-	-	-	-
Programa de música	1050:46:20	12,8%	3900:34:08	45,9%	2668:53:20	33,0%
Música de continuidade	2253:59:01	27,4%	1928:36:00	22,7%	4127:01:35	50,3%
Espetáculo	68:41:26	0,8%	1199:21:00	14,1%	135:46:15	1,7%
Convidado musical	01:12:00	0,01%	-	-	10:10:07	0,1%
Humor	68:38:26	0,8%	-	-	108:48:43	1,3%
Talk show	-	-	-	-	623:23:03	7,6%
Espetáculo de entretenimento (teatro)	-	-	15:13:00	0,2%	-	-
Artes e <i>media</i>	627:46:38	7,6%	966:53:00	11,4%	220:43:19	2,7%
Ciências e humanidades	366:38:13	4,5%	240:06:00	2,8%	41:54:12	0,5%
Educativo	223:23:03	2,7%	124:59:04	1,5%	-	-
Comemorações e efemérides	12:39:01	0,2%	03:21:00	0,04%	05:36:12	0,07%
Outro	12:47:04	0,2%	-	-	-	-
Institucional	49:58:45	0,6%	01:53:00	0,02%	01:52:00	0,02%
Religioso	176:14:13	2,1%	-	-	-	-
Total	8223:36:14	100%	8492:16:12	100%	8209:39:09	100%

Considerando os 31 *gêneros* em que se desdobram as macrocategorias adotadas, a **Antena 1** apresenta 25, mostrando-se cumpridora da exigência contratual de se apresentar como um «serviço de programas nacional de caráter generalista, (...) [com] uma forte componente informativa e de entretenimento».

Nas três primeiras posições, figuram dois gêneros pertencentes à categoria *música*: *música de continuidade* e *programas de música*, respetivamente, a primeira e a terceira posições. No segundo lugar, encontram-se os *noticiários*.

Na **Antena 1**, os *espetáculos* (0,8 %), com destaque para as coberturas em direto nos domínios das artes e música, incluindo de festivais cumprem a obrigação de transmissão de concertos e outros

eventos. A cobertura destes eventos, feita em pontos diversificados do país, permite dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores».

A **Antena 2** apresentou programas enquadrados em 10 *géneros*. É o serviço com a mais elevada transmissão de conteúdos no âmbito *cultural/conhecimento* (15,7 %), bem como de *espetáculos* (14,1 %), no domínio da *música*. No *segundo período da tarde e primeiro da noite*, os *espetáculos* são o género mais expressivo da macrocategoria *música*, respetivamente, com 50,5 % e 64,8 %.

A sua vocação para os géneros musicais clássico e erudito reflete-se nesta divulgação de *espetáculos*, em formato concerto, incluindo em direto. Verifica-se que a Antena 2 dá cumprimento à tarefa que lhe é confiada de apresentar programas de índole cultural, estando vocacionada para a transmissão de programas de música erudita, *jazz*, *etnográfica* e contemporânea.

Na **Antena 3**, que emitiu 17 dos 31 *géneros*, destaca-se a *música de continuidade*, com 50,3 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (33 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (7,6 %).

A dimensão do *entretenimento* espelha-se, assim, na Antena 3, não apenas através dos conteúdos musicais, mas também, com programas de palavra, designadamente o *talk show* e *humor*.

Os *programas de música* debruçam-se sobre as novas tendências musicais e abordando estilos musicais diversos: música feita em Portugal, géneros musicais como eletrónica e dança, *grunge*, *rap*, *rock*, *heavy metal*, alternativa, *world music*, *hip hop*, *soul*, *r&B*, *reggae*, *dub*, *house*, *drum & bass*, *electro*, *breakbeat*, entre outros.

No âmbito da obrigação de promover a produção e transmissão de concertos musicais, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», inclui-se o formato de *reportagem* emitido por esta antena, com aproximadamente oito horas de emissão, bem como de *espetáculos*, com mais de cento e trinta e cinco horas – dando cobertura a festivais de música e artes, tais como o "Festival Eurosonic", "Festival de Cinema de Roterdão", "Festival de Cinema de Berlim", "Westway Lab", "Festival de Cannes", "Festival Mil", "Festival Iminente" e "Festival Vapor".

De referir, igualmente, a presença de uma nova categoria no domínio da *música* – "Convidado musical" – que, embora não atingindo os valores mais representativos, se destaca como um formato ao vivo que permite evidenciar o trabalho de artistas neste campo, e presente tanto na Antena 1 como na Antena 3.

A promoção da língua portuguesa, que o CCSPRT prevê, reflete-se em programas *educativos* da **Antena 1**, como "Palavra do Dia" e "Na Ponta da Língua". Esta obrigação também conta, na **Antena 2**, com o programa "Palavra de Bolso" ou "Páginas de Português".

Os programas *culturais/conhecimento*, que somam 15,1 % da programação da **Antena 1**, respondem a exigências de serviço público como inclusão de programas que «apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público». De referir, igualmente, o programa "Tratar o Cancro por Tu" na área da saúde, ou o "Serviço Público – Bloco de Notas", de apoio escolar.

O conteúdo *artes e media* representa 11,4 % da programação da **Antena 2**.

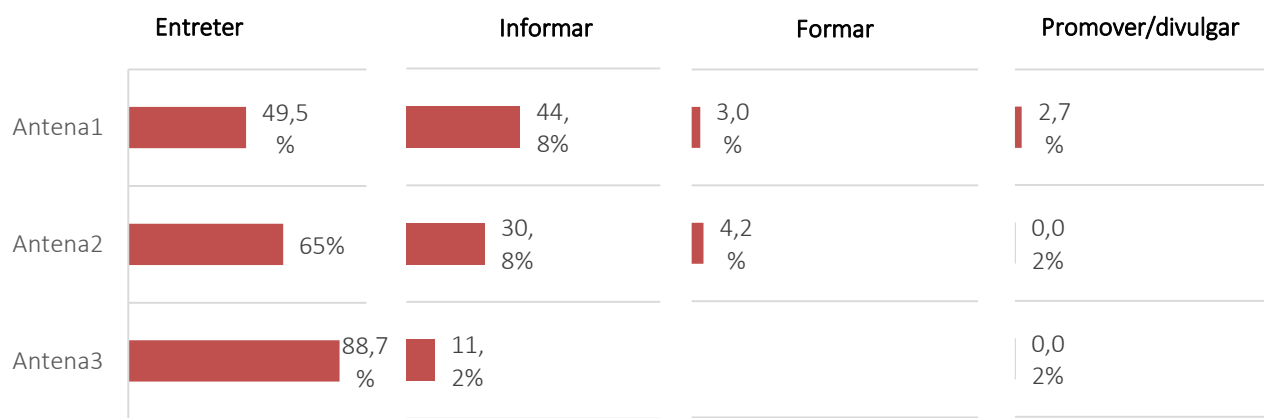
Com o intuito de chegar ao público mais jovem, na **Antena 3** identificam-se programas que abordam temas atuais, cujas vozes que representam a rádio, a par dos convidados, são também eles jovens. Isto não deixando de referir a disponibilização de todo um leque de conteúdos nas plataformas digitais, incluindo em formato *playlist* e *podcast*.

O CCSPT incumbe a concessionária de «promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais». Esta missão é cumprida especialmente pela **Antena 1**, que dedica grande destaque semanal aos conteúdos desportivos, em particular o futebol, incluindo o feminino, quer das competições nacionais, quer internacionais que envolvam equipas portuguesas. Além do futebol, a Antena 1 dá habitualmente atenção à “Volta a Portugal em Bicicleta” e ao “Rally de Portugal”. O *desporto* assume, nesta Antena, o valor de 10,8 %.

Importa ainda referir que o programa do provedor do ouvinte, “Em Nome do Ouvinte”, presente nas três antenas, é transmitido com maior frequência na Antena 1, onde excede as dez horas da emissão total anual. Embora o CCSPT não obrigue à repetição do programa em todas as antenas, é de assinalar que essa tem sido a prática adotada.

2.2. FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO

FIG.3 – FUNÇÕES DE PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2024)



N= 8223h36m14s (n.º total de horas de emissão na Antena 1); N= 8492h16m12s (n.º total de horas de emissão na Antena 2); N= 8209h39m09s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A análise das *funções* da programação da **Antena 1** permite, desde logo, avaliar o cumprimento do estipulado no CCSPT (cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a)), no que respeita à necessidade de o serviço de programas disponibilizar conteúdos com «uma forte componente informativa e de entretenimento». Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas funções: informar (49,5 %) e entreter (44,8 %). A função de informar, a par das categorias pertencentes a este domínio, é também assumida por programas de música (13 %) e conteúdos de

artes e media (12,4 %). A música de continuidade (61,1 %) assume a hegemonia da função de entreter, seguindo-se as transmissões desportivas (17,6 %). A função formar é especialmente desenvolvida pelos conteúdos educativos (84,5 %) e ciências e humanidades (9,7 %). A função promover e divulgar ficaram a cargo dos conteúdos institucionais e religiosos.

Encontram-se géneros de programação que acumulam várias funções como em artes e media e ciências e humanidades combinando à função informativa as de entretenimento e formação.

Na **Antena 2**, entreter surge como a função mais relevante da programação, cumprida por cerca de 5520 horas de conteúdos difundidos (65 %). Segue-se informar (30,8 %) e formar (4,2 %). A função promover/divulgar apresenta um valor residual.

Fruto da missão que o CCSPT confia à Antena 2 é também a diversidade de conteúdos integrados no género *programa de música*, patente nas diversas funções que estes podem assumir. Verifica-se que os programas de música assumem a função de *entreter* (43,1 %) e *informar* (58,3 %). Uma parte significativa da duração da função *informar* da Antena 2 consiste em programas de artes e media (29,7 %) sobre várias expressões artísticas. Estes programas constituem, igualmente, 53,2 % da função *formar*. Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPT, no que respeita à necessidade de este serviço de programas associar à música a vertente de divulgação e de dar a conhecê-la enquanto arte, o que não se esgota na transmissão de obras em formato de espetáculo.

A função entreter é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da **Antena 3**, traduzida em mais de 7285 horas de emissão no ano (88,7 %). Esta função concretiza-se sobretudo na emissão de música de continuidade e de programas de música. Como referido, não se deixando de salientar a presença de conteúdos do domínio do entretenimento como o humor e talk shows. Informar, a segunda função, está associada a aproximadamente 922 horas de emissão anual (11,2 %), com destaque para os programas de música (42,1 %), programas de artes e media (23,9 %) seguindo-se noticiários (11 %).

Verifica-se que os programas de música constituem o género de conteúdos que partilha ambas as funções de entreter e informar (31,3 %). A função formar reflete a presença, como referido, do programa “Em Nome do Ouvinte” nas três Antenas.

2.3. TECNOLOGIAS E INOVAÇÃO

A concessionária de rádio de serviço público responde à «adoção de tecnologias, técnicas e equipamentos que proporcionem a melhoria da qualidade ou eficiência do serviço público e a sua disponibilização nas diversas plataformas de distribuição de conteúdos audiovisuais, incluindo as plataformas móveis, e de acordo com os diversos contextos de acessibilidade» (alínea j) do n.º 2 da cláusula 4.ª do CCSPT).

No seu conjunto, as Antenas disponibilizam os conteúdos emitidos em formatos de direto e/ou sempre disponíveis (*podcasts*, concertos, arquivos, etc.), em multiplataformas, incluindo diversas redes sociais e plataforma de partilha de vídeo, com possibilidades de interação com os ouvintes (votações, envio de mensagem, comentários), respondendo às obrigações contidas na cláusula 17.ª do CCSPT, designadamente nos n.ºs 1 e 2.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2024, a grande maioria dos serviços de programas de rádio locais preencheu a sua programação musical com, pelo menos, 30 % de música portuguesa, cumprindo assim a quota mínima obrigatória estipulada na Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, com a redação da Lei n.º 16/2024). Esta última, desde a sua terceira alteração, em 2024, passou a consagrar, no artigo 41.º, a obrigação de uma quota fixa de 30 %, deixando o valor da quota de estar sujeito a publicação de portaria.

Adicionalmente, com o artigo 47.º-B, a Lei passou a determinar o dever de comunicação mensal à ERC, por via eletrónica, dos dados necessários à fiscalização. Não obstante, permanece insuficiente o envio por via eletrónica das listas musicais dos serviços de programas, pelo que a análise efetuada continua a não compreender todos os operadores/serviços de programas licenciados.

A Lei da Rádio passou também a prever um novo período temporal no qual as quotas devem ser cumpridas - de segunda a sexta-feira - somando-se assim ao período da faixa horária de maior audiência já prevista anteriormente - entre as 7 e as 20 horas. Assim, no que respeita à avaliação do cumprimento da difusão de música portuguesa, podemos concluir que foi assegurado o cumprimento da quota de música portuguesa nas emissões, em 30% ou superior.

De acordo com os dados reportados, cerca de 100 % das rádios locais cumprem a subquota de 60 % referente a temas em língua portuguesa interpretados ou compostos por cidadãos da União Europeia. A quota de 35 % de música recente foi cumprida por mais de 80 % dos operadores.

Além dos serviços de âmbito local, foram analisados serviços de âmbito regional (TSF e M80) e nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Renascença e RFM). A Antena 1 e Antena 3, do operador público, foram objeto de relatório autónomo (cf. próximo capítulo). A TSF cumpre integralmente as quotas legais. A M80 também cumpre as quotas de música portuguesa e de língua portuguesa, mantendo isenção relativamente à música recente, conforme o seu projeto editorial. A Rádio Comercial, a Renascença e a RFM ultrapassam as quotas mínimas em todos os indicadores.

Quanto ao regime de exceção do cumprimento de quotas de música portuguesa previsto no artigo 45.º da lei, as alterações introduziram a possibilidade de ser atribuída isenção total ou "parcial". Assim, todas as isenções concedidas ao abrigo do Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro cessaram efeitos, competindo ao operador submeter novo pedido de isenção total ou parcial à ERC. Em 2024, estão isentos do cumprimento das quotas de música seis serviços de programas temáticos musicais: Rádio Marginal (Cascais), Rádio Independente de Aveiro (Aveiro), Rádio Nova Era (Paredes), Rádio Nova Era (Vila Nova de Gaia), Oxigénio (Oeiras), Rádio Positiva (Oeiras).

Ao longo do ano, a ERC sensibilizou os serviços de programas para a resolução dos desvios detetados e para a necessidade de envio regular dos dados com periodicidade mínima mensal.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente capítulo, dedica-se ao apuramento das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de música portuguesa, em 2024.

Em conformidade com o n.º 1, do artigo 41.º, da Lei da Rádio em vigência a quota mínima de música portuguesa foi fixada em 30 %.

Nos termos do n.º 2 do mesmo artigo, consideram-se música portuguesa as composições musicais:

- Que veiculem a língua portuguesa ou reflitam o património cultural e linguístico português, inspirando-se, nomeadamente nas suas tradições, ambientes ou sonoridades características, seja qual for a nacionalidade dos seus autores ou intérpretes ou
- Que, não veiculando a língua portuguesa por razões associadas à natureza dos géneros musicais praticados, representem uma contribuição para a cultura portuguesa.

Estabelece o artigo 43.º da LR que «[a] quota de música portuguesa fixada nos termos do n.º 1 do artigo 41.º deve ser preenchida, no mínimo, com 60% de música em língua portuguesa interpretada por cidadãos dos Estados-Membros da União Europeia.

Refere ainda o artigo 44.º, n.º 1 que a mesma quota de música portuguesa fixada no n.º 1 do artigo 41.º deve ser preenchida, no mínimo, com 35% de música cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, ou seja com música recente.

Para efeitos de apuramento das subquotas de música em língua portuguesa e de música recente, e perante a atualização da respetiva forma do cálculo, as mesmas passaram no decorrer do ano 2024 a ser calculadas sobre a quota mínima legal de 30%, para aos operadores que registam valor igual ou superior à mesma (prevista no artigo 41.º n.º 1 da atual Lei da Rádio).

O artigo 47.º, n.º 2, prevê um novo período temporal no qual as quotas devem ser cumpridas, de segunda a sexta-feira, pelo que, o cumprimento das percentagens previstas na presente secção da Lei da Rádio e no que atende ao cômputo mensal da programação musical emitida pelo serviço de programas deverá ser observada:

- a) De segunda a sexta-feira
- b) Entre as 7 e as 20 horas.

A Lei da Rádio institui, no seu artigo 45.º, o regime de exceção para serviços de programas, cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal, sendo que:

«- A ERC pode, mediante requerimento fundamentado, reconhecer a isenção, total ou parcial, da obrigação do cumprimento das quotas de música portuguesa previstas na presente secção quando verifique que o modelo de programação de um determinado serviço de programas temático assenta inequivocamente em género com insuficiente representação no panorama da produção musical portuguesa.

2 - As associações fonográficas e as entidades de gestão coletiva de direitos de autor e conexos comunicam à ERC, até 31 de janeiro de cada ano, os dados relativos às composições musicais, classificadas por género, editadas em Portugal no ano anterior.

3 - A ERC decide sobre o pedido a que se refere o n.º 1 no prazo de 30 dias a contar da data da sua notificação aos serviços (estando reunidos os elementos necessários para apreciação).

4 - A isenção a que se refere o n.º 1 é válida pelo prazo de três anos a contar do seu reconhecimento pela ERC, sendo sucessivamente renovável, por iguais períodos, mediante requerimento fundamentado dos interessados, com a antecedência mínima de três meses em relação ao termo do prazo respetivo».

Em resposta ao previsto no artigo 44.º n.º3 do presente diploma e para efeitos de fiscalização do n.º1 quanto à disponibilização pública das edições fonográficas nacionais, salienta-se que a Audiogest/AFP colabora com a ERC, comunicando mensalmente as edições musicais produzidas no mercado nacional respeitantes ao mês anterior de acordo com os dados reportados pelas associadas, fazendo atualmente ainda uma pesquisa de mercado de outros temas produzidos a nível nacional, disponibilizada no sítio eletrónico da ERC para conhecimento do público em geral.

Também a SPA-Sociedade Portuguesa de Autores comunica trimestralmente as obras registadas, mediante a informação de que dispõe internamente.

Quanto à isenção do cumprimento de quotas de música portuguesa, resulta como já foi referido a alteração ao regime de exceções às obrigações de difusão de música portuguesa, da qual se salienta, desde logo, a possibilidade de isenção total ou parcial da obrigação de cumprimento das quotas de música portuguesa.

O reconhecimento opera-se através da apreciação de um requerimento, que deverá ser devidamente instruído, e fundamentado por parte do operador, face aos dados anualmente fornecidos e publicados pelas associações fonográficas.

Como já foi referido grande parte dos serviços de programas que beneficiavam de isenção, a referir o projeto "Cidade FM" e "Mega Hits", cuja isenção decorria da insuficiência de produção nacional nos géneros dance, urban, hip-hop, deixaram de reunir os requisitos aplicáveis ao regime de exceção, atentos os números de produções no mercado nacional comunicados pela Audiogest.

Note-se que a isenção ao cumprimento de quotas será reconhecida pela ERC quando, sustentada no requerimento e informação veiculada, conclua que o modelo de programação de um determinado serviço de programas temático musical assenta inequivocamente em género com insuficiente representação no panorama de produção musical portuguesa.

O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do quinquénio 2020-2024, apenas no que respeita à quota de música portuguesa, atendendo a que foram alterados os critérios de avaliação do cumprimento das subquotas de música em língua portuguesa e de música recente e compreendendo apenas a emissão do período da semana completa.

3. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música têm como suporte de cálculo as difusões musicais mensais por número de composições reportadas por serviço de programas no mês anterior a que respeita.

Estes dados chegam ao Regulador por via do portal das rádios, plataforma que permite o apuramento de valores de quotas de música portuguesa nos serviços de programas de rádio, implementado pela ERC.

Em 2024, a análise teve como suporte a amostra de média observada no primeiro semestre de cerca de 225 serviços de programas locais e no segundo semestre de 245 que se encontram ativos no portal das rádios e cujo envio dos dados foi regular. Para além destes serviços, encontram-se igualmente ativos os dois serviços de âmbito regional, o primeiro de cobertura norte (TSF) e o segundo de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, do operador de serviço público, e Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM, pertencentes a operadores privados.

Os elementos reportados pelos operadores dos respetivos serviços de programas, no portal das rádios e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta três vertentes previstas na Lei da Rádio, conforme as disposições dos artigos 41.º a 47.º:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 30% prevista no artigo 41.º, n.º 1 conjugado com o artigo 47.º, n.º 2 alíneas a) e b) *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.
- B) Quota de 60% de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia prevista no artigo 43.º da LR, tendo por base a quota de 30% de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.
- C) Quota de 35% de música recente, de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, prevista no artigo 44.º da LR, tendo por base a quota de 30% de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

4.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

Conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, entende-se por serviço de programas com cobertura de âmbito local o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

De acordo com vertentes previstas na Lei da Rádio, esta primeira apreciação incidirá sobre os operadores locais que incluem a amostra, *i.e.*, que se encontram inscritos no portal de apuramento automático de quotas de música e que enviaram os dados das suas emissões musicais no decorrer de 2024, que permitiram apurar a percentagem de cumprimento das quotas de música portuguesa.

Para cálculo do universo médio dos serviços de programas monitorizados, constituiu-se a amostra pelo número dos que submeteram os dados pelo portal em 2024, reportando-se uma análise semestral do comportamento dos operadores. Em 2024, aderiram ao portal das rádios cerca de 66 serviços de programas, permitindo agora dispor da informação do operador regional norte TSF, dos projetos temáticos musicais Cidade FM e Mega Hits que já não beneficiam de isenção do cumprimento das quotas, bem como das respetivas associações/parcerias com serviços locais.

Na contabilização das quotas aqui reportadas, os operadores são contemplados com uma margem de erro de 0,5 %, quando ocorrem flutuações abaixo das quotas mínimas estipuladas (30 %, 60 %, 35 %), já que, atendendo ao número de títulos reportados pelo portal que abrangem milhares de músicas, podem ocorrer falhas técnicas e outras situações de ausência de registo interno no *software* de difusão de temas, nomeadamente em programas de autor, atuações ao vivo, concertos, o que pode originar desvios negativos face ao número de músicas efetivamente difundido pelo operador.

Os serviços de programas reportam os dados através da plataforma até dia 15 do mês seguinte a que dizem respeito, após o que se procede à consolidação e fecho do mês, sendo, no entanto, possível a sua reabertura, para envio de dados em falta.

É de destacar que a receção dos dados apenas por via eletrónica não permite à partida a contabilização automática das quotas previstas na lei, atenta a informação incompleta dos títulos musicais, encontrando-se cerca de 54 serviços ainda inativos no portal das rádios.

No que respeita à primeira vertente da análise e quanto à difusão de música portuguesa pelos operadores locais, os resultados obtidos constam nas figuras seguintes:

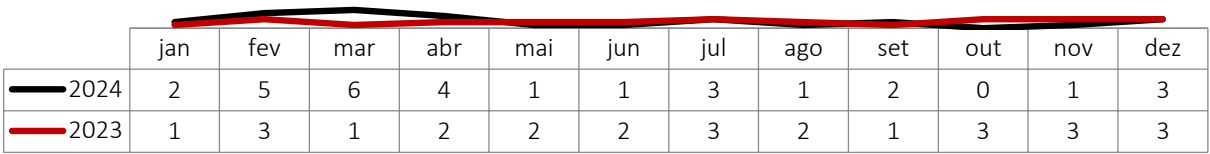
FIG.1 – MÉDIA SEMESTRAL DE SERVIÇOS LOCAIS QUE CUMPRIRAM A QUOTA DE MÚSICA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	97,5	99,2
	7-20h	98,6	99,3
De segunda a sexta-feira	24h	97,4	99,3
	7-20h	98,6	99,5

Os dados apurados permitem concluir que em 2024, tal como em anos anteriores, o índice de cumprimento da quota de música portuguesa mantém-se elevado, por parte dos serviços de programas locais da amostra disponível nos períodos semanais e horários definidos na Lei da Rádio.

A generalidade dos operadores que submeteram os dados pelo portal das rádios cumpriram a quota mínima mensal de 30%, na semana completa e de segunda a sexta-feira, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas, distinguindo-se o valor mais elevado, no período semanal de segunda a sexta-feira, no período horário de maior audiência 7-20h, no segundo semestre do ano, em 99,5%.

FIG.2 – INCUMPRIMENTOS REGISTRADOS NA SEMANA COMPLETA
NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
2024	2	5	6	4	1	1	3	1	2	0	1	3
2023	1	3	1	2	2	2	3	2	1	3	3	3

No que respeita a desvios do cumprimento da quota mínima no período de maior audiência, situado entre as 7 e as 20 horas, assiste-se a uma ligeira subida de casos analisados na amostra, 29 para 2024, face a 26 em 2023, não se verificando qualquer desvio no mês de outubro, em que a generalidade dos operadores cumpriu a quota expetável.

A segunda vertente de análise compreende o artigo 43.º da Lei da Rádio de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, abrangendo as 24 horas de emissão, com os seguintes apuramentos:

FIG.3 – MÉDIA SEMESTRAL DE SERVIÇOS LOCAIS QUE CUMPRIRAM
A QUOTA DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	98,9	97,1
	7-20h	98,9	97,1
De segunda a sexta-feira	24h	98,3	97,1
	7-20h	98,9	97,2

No que se refere aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão e no período 7h-20h, alusiva a uma subquota mínima de 60%, assume-se relevante a difusão de música em língua portuguesa na programação musical dos serviços de programas observados, sendo a média de cumprimento no primeiro e no segundo semestre de 2024, bastante superior a 90%, mais elevada no primeiro semestre do ano, em 98,9%, tanto na análise da semana completa como no período específico de segunda a sexta-feira.

Esta percentagem decorre da quota mínima de 30% nos termos do artigo 41.º, n.º 1, que impõe a quota geral de música portuguesa a que os operadores estão obrigados na sua programação musical.

FIG.4 – MÉDIA SEMESTRAL DE SERVIÇOS LOCAIS QUE CUMPRIRAM A QUOTA DE MÚSICA

Semana completa – Período 7h-20h	
1º SEMESTRE	2º SEMESTRE
88,6	85,3

No que considera à avaliação do cumprimento da quota de música recente, determinada no artigo 44.º da Lei da Rádio, observou-se, no primeiro semestre do ano, um índice de cumprimento por parte de 88,6% dos operadores e, no segundo, de 85,3%, no que respeita a uma quota mínima de 35% de música nova editada nos últimos 12 meses.

O apuramento dos totais de música recente é condicionado por fatores que interferem na mesma contabilização, sendo que, entre outros fatores, decorrem de opções editoriais e de constrangimentos técnicos de reporte da informação à ERC.

Sucedem muitas vezes que, o inadequado preenchimento de dados de títulos musicais por parte dos serviços de programas, se reflete nos números apurados através do portal automático. Da mesma forma, o recurso a conteúdos que não são automaticamente registados pelo *software* disponível nos serviços radiofónicos, no caso de eventos em direto, salvo se o operador assegurar a sua inserção, não chegam a ser contabilizados.

5. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

5.1. OPERADOR REGIONAL NORTE - TSF

O operador regional com cobertura na região norte do país, de programação específica no domínio da temática informativa, TSF, aderiu no ano 2024 ao portal das rádios tornando possível acompanhar o perfil do serviço em matéria de difusão de música portuguesa.

Este operador além da emissão regional mantém associações/parcerias com serviços locais a sul do território nacional, em respeito pelos normativos nos artigos 10.º e 11.º da Lei da Rádio.

O operador regional norte compreende assim associações/parcerias com sete serviços locais de tipologia temática informativa permitindo abrangência das respetivas emissões no território nacional, à data, com serviços licenciados nos concelhos de Lisboa (associação), Caldas da Rainha (associação), Évora (associação), Faro (associação), Funchal (parceria) e Ponta Delgada (parceria).

A percentagem de música portuguesa apurada no serviço de programas TSF foi a seguinte:

FIG.5 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	75,6	80,3
	7-20h	77,3	82,2
De segunda a sexta-feira	24h	74,6	79,1
	7-20h	76,3	80,4

No que respeita à difusão de música portuguesa, a TSF evidência uma prevalência da música portuguesa nas respetivas emissões, mais expressiva no segundo semestre do ano, tanto nas 24 horas como no período 7h-20h sucedendo o valor mais alto na emissão no período de emissão respeitante à semana completa, no 2.º semestre, em 82,2%.

FIG.6 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	230,5	247,8
	7-20h	233,3	255,1
De segunda a sexta-feira	24h	226,6	243,1
	7-20h	217,4	246,9

No que decorre da música em língua portuguesa calculada sobre a quota mínima de 30% da música portuguesa, os valores evidenciam a grande presença da língua portuguesa na programação musical da TSF em todos os períodos observados, destacando-se o valor observado na semana completa, no período 7-20h, do segundo semestre, em 255,1%.

FIG.7 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA RECENTE

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	139,3	113,5
	7-20h	147,9	113,7
De segunda a sexta-feira	24h	136,0	107,3
	7-20h	145,2	97,4

Em matéria de difusão de música recente a TSF revela igualmente a presença elevada de música nova nas respetivas emissões, da mesma forma nos períodos semanais e horários em presença, mais revelador na semana completa do período 7-20h, no primeiro semestre, em 147,9%.

5.1 OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura na região sul do país, de programação temática musical, M80 Rádio, mantém o reporte de dados regular através do portal das rádios, o que permitiu, desde sempre, acompanhar a tendência em matéria de difusão de música portuguesa. O operador regional sul abrange o maior número de associações/parcerias a nível nacional, 13, permitindo a presença das respetivas emissões em grande parte do território nacional, à data, com serviços locais licenciados nos concelhos de Aveiro (associação), Bragança (parceria), Coimbra (associação), Fafe (associação), Leiria (associação), Manteigas (parceria), Mogadouro (parceria), Penalva do Castelo (parceria), Porto (associação), Sabugal (parceria), Valongo (parceria) e Vila Real.

A percentagem de música portuguesa apurada no serviço de programas M80 Rádio foi a seguinte:

FIG.8 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	32,5	33,1
	7-20h	31,9	33,2
De segunda a sexta-feira	24h	29,0	30,0
	7-20h	25,7	27,5

No que respeita aos indicadores semestrais de difusão de música portuguesa da M80, afigura-se que na semana completa e nos dois períodos horários em evidência, 24 h e 7-20h, resultam valores superiores a 30 %, o mais alto no intervalo das 24 horas do primeiro semestre, em 33,2 %.

No entanto, no que se refere à quota de música portuguesa aferida de segunda sexta-feira nestes dois semestres, conclui-se que a mesma é inferior à verificada na semana completa, com um desvio negativo no período horário entre as 7 e as 20 horas, abaixo da quota mínima expetável.

FIG.9 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	85,5	87,6
	7-20h	85,1	88,6
De segunda a sexta-feira	24h	77,9	78,8
	7-20h	78,4	77,3

Já no que se refere à subquota de 60% de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, tanto nos dois períodos semanais como nas duas faixas horárias mencionadas, os valores são notoriamente elevados, atingindo o seu máximo, na emissão do período da semana completa, na faixa horária das 7 às 20 horas no segundo semestre, em 88,6.

Os valores demonstrados permitem constatar que as médias semestrais de música em língua portuguesa se afiguram superiores na semana completa de emissão quando comparados com o período de segunda a sexta-feira.

O modelo de programação musical da M80, dedicado à difusão de fonogramas publicados há mais de um ano, permitiu que este serviço de programas tenha beneficiado da isenção do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2 da Lei da Rádio, relativa à música recente.

6. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

6.1. RFM, RR E RÁDIO COMERCIAL

Apresentam-se de seguida os apuramentos relativos aos serviços de programas Rádio Comercial, RR e RFM, por sua vez respeitante às rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais supra descritos aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos rececionados por via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 30 %, 60 %, e 35 %, já mencionadas no ponto 3 deste relatório.

FIG.10 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
RÁDIO COMERCIAL	Semana completa	24h	32,1	32,2
		7-20h	32,3	32,3
	De segunda a sexta-feira	24h	31,4	31,8
		7-20h	30,7	31,2
RR	Semana completa	24h	34,4	33,5
		7-20h	32,9	32,1
	De segunda a sexta-feira	24h	33,5	32,5
		7-20h	31,8	30,8
RFM	Semana completa	24h	29,6	30,8
		7-20h	31,6	32,0
	De segunda a sexta-feira	24h	29,7	30,7
		7-20h	31,9	31,9

Nota: É concedida uma margem de erro de 0,5% aos operadores nos respetivos apuramentos.

No que se refere à primeira quota em análise destinada à difusão de música portuguesa, os serviços cumpriram na generalidade a quota de 30 %, nos períodos semanais e horários observados.

A Rádio Comercial surge com o valor mais alto na semana completa, no período 7-20h com média idêntica nos dois semestres, em 32,3%, a RR em evidência na semana completa nas 24 horas no primeiro semestre, em 34,4% e a RFM na semana completa no período 7-20h no segundo semestre, em 32,0%.

FIG.11 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
RÁDIO COMERCIAL	Semana completa	24h	94,4	95,6
		7-20h	94,4	95,6
	De segunda a sexta-feira	24h	92,3	95,6
		7-20h	90,1	91,3
RR	Semana completa	24h	95,6	94,2
		7-20h	91,8	90,1
	De segunda a sexta-feira	24h	93,1	85,0
		7-20h	88,9	87,6
RFM	Semana completa	24h	81,5	83,9
		7-20h	82,7	84,9
	De segunda a sexta-feira	24h	82,0	83,7
		7-20h	83,3	84,9

No que se refere à segunda quota vocacionada para a difusão de música em língua portuguesa, podemos constatar que médias semestrais observadas nos três serviços nacionais em 2024 são elevadas e francamente superiores ao valor mínimo de referência (60%).

A Rádio Comercial apresenta valores similares na semana completa nos dois períodos horários do segundo semestre, bem como nas 24 horas se segunda a sexta-feira, em 95,6%, assim como a RR na semana completa nas 24 horas no primeiro semestre, também em 95,6% e a RFM nos dois períodos semanais, na faixa horária 7-20h do segundo semestre, em 84,9%.

FIG.12 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA RECENTE

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
RÁDIO COMERCIAL	Semana completa	24h	64,8	54,4
		7-20h	65,7	52,1
	De segunda a sexta-feira	24h	63,3	53,3
		7-20h	64,1	50,0
RR	Semana completa	24h	45,1	44,2
		7-20h	43,6	42,9
	De segunda a sexta-feira	24h	43,2	41,9
		7-20h	41,8	40,6
RFM	Semana completa	24h	65,5	63,4
		7-20h	67,6	66,1
	De segunda a sexta-feira	24h	67,6	65,3
		7-20h	70,8	69,7

No que considera à terceira quota direcionada à música recente, podemos concluir em consenso que os três serviços nacionais, preencheram grande parte da programação musical com música nova de produção nacional.

A Rádio Comercial regista o valor semestral mais alto na semana completa, no horário 7-20h, no primeiro semestre, em 65,7 %, a RR no período da semana completa nas 24 horas, no primeiro semestre, em 45,1 % e a RFM com a média semestral mais elevada do conjunto dos três serviços, no período de segunda a sexta-feira, na faixa horária 7-20h no primeiro semestre do ano, em 70,8%.

7. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS TEMÁTICAS MUSICAIS

7.1. CIDADE FM E MEGA HITS

Importa ainda referir os apuramentos dos serviços temáticos musicais que aderiram ao portal das rádios em 2024, Cidade FM e Mega Hits, de relevante dimensão atendendo ao número de serviços locais que integram os respetivos projetos.

Tendo cessado, como já referido, a isenção do cumprimento das quotas de música portuguesa, à data, aplicam-se os normativos previstos nos artigos 41.º a 47.º da Lei da Rádio.

Os dois serviços mantêm associações e parcerias com outros serviços locais ao abrigo dos artigos 10.º e 11.º da Lei da Rádio.

7.1.1. CIDADE FM

O projeto de cobertura local Cidade FM compreende associações/parcerias com outros serviços locais de tipologia temática musical permitindo que as emissões cheguem a vários locais para além de Lisboa, à data, com serviços licenciados para os concelhos de Alcanena (associação), Amares (parceria), Loulé (parceria), Montijo (associação), Penacova (associação), Redondo (parceria), Vale de Cambra (parceria), Vila Nova de Gaia (associação), Viseu (associação) no total abrangendo um número de dez serviços.

7.1.2. MEGA HITS

O projeto de cobertura local Mega Hits envolve igualmente associações/parcerias com outros serviços locais de tipologia temática musical possibilitando a abrangência das emissões para além de Lisboa, à data, com serviços locais licenciados nos concelhos de Aveiro (associação), Braga (associação), Coimbra (associação), Gondomar (associação), Monchique (associação), Sintra (parceria), Viseu (parceria), integrando no total oito serviços.

FIG.13 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
CIDADE FM	Semana completa	24h	43,6	39,7
		7-20h	43,5	38,7
	De segunda a sexta-feira	24h	43,5	39,6
		7-20h	43,3	38,5
MEGA HITS	Semana completa	24h	29,7	33,1
		7-20h	32,2	33,5
	De segunda a sexta-feira	24h	29,6	33,4
		7-20h	32,0	34,0

No que se refere à quota relativa à difusão de música portuguesa, podemos constatar que médias semestrais observadas nos dois serviços no ano 2024, cumprem a quota mínima e são mesmo superiores a 30%, com maior expressividade na Cidade FM na semana completa, na emissão das 24 horas no primeiro semestre, em 43,6 %, e no que atende à Mega Hits no período de segunda a sexta-feira, no período 7-20h no segundo semestre do ano, em 34 %.

FIG.14 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
CIDADE FM	Semana completa	24h	89,5	80,7
		7-20h	91,8	81,3
	De segunda a sexta-feira	24h	89,3	81,3
		7-20h	90,8	81,3
MEGA HITS	Semana completa	24h	78,7	55,1
		7-20h	80,9	55,4
	De segunda a sexta-feira	24h	78,7	55,9
		7-20h	80,7	56,5

No que respeita aos valores de música em língua portuguesa calculada sobre 30% da música portuguesa difundida, os índices semestrais em apreciação revelam grande presença destas composições musicais, com maior incidência na Cidade FM, na semana completa, no período 7-20h, no primeiro semestre, em 91,8 % e na Mega Hits na semana completam no período 7-20h, no primeiro semestre, em 80,9 %.

FIG.15 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA RECENTE

Serviço de Programas	Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
CIDADE FM	Semana completa	24h	101,3	102,3
		7-20h	95,6	97,2
	De segunda a sexta-feira	24h	102,2	102,7
		7-20h	97,0	97,9
MEGA HITS	Semana completa	24h	45,6	77,9
		7-20h	64,2	77,3
	De segunda a sexta-feira	24h	62,5	78,4
		7-20h	64,2	78,4

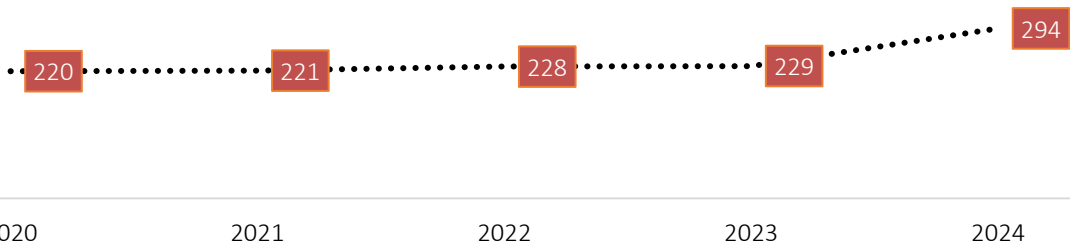
No tocante à música recente os valores observados refletem nos dois serviços a notória prevalência da música nova nas respetivas emissões, com maior notoriedade na Cidade FM no período semanal de segunda a sexta-feira na faixa das 24 horas no segundo semestre do ano, em 102,7 %, e a Mega Hits nos dois períodos horários do segundo semestre, em 78,4 %.

8.COMPARAÇÃO NO QUINQUÉNIO 2020-2024

8.1. PORTAL DE RÁDIO – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

Em 2024, o número de serviços inscritos na plataforma da ERC em <https://portalradios.erc.pt/radios/> registou 65 adesões, pelo que compreende agora 294 serviços inscritos.

FIG.16 – NÚMERO DE SERVIÇOS INSCRITOS NO PORTAL DAS RÁDIOS 2020-2024



Salienta-se uma vez mais que, embora a amostra tenha beneficiado de uma subida substancial no último ano, nem todos os serviços submetem com a regularidade desejável, através da plataforma, os respetivos dados das emissões musicais, permanecendo a submissão de dados pelo portal das rádios a única forma de contabilizar de forma automática as quotas legais previstas na Lei da Rádio.

Não obstante, podemos aferir, pela amostra disponível, indicadores relevantes da tendência panorama musical radiofónico em Portugal.

8.2. OPERADORES LOCAIS

Reportando, de seguida, a percentagem dos operadores que cumpriram a quota de música portuguesa reportando os apuramentos semestrais do último quinquénio, e comparando os valores do biénio 2023-2024, podemos assinalar o seguinte:

FIG.17 – MÉDIA DOS OPERADORES LOCAIS QUE CUMPREM A QUOTA DE MÚSICA PORTUGUESA (2020-2024)

Semana completa - 24 horas de emissão					Semana completa - 7-20h				
> 30%		< 30%			> 30%		< 30%		
Ano	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	
2020	99,5	98,8	0,5	1,2	98,8	97,6	1,2	2,4	
2021	98,9	97,6	1,1	2,4	97,6	98,3	2,4	1,8	
2022	99,3	100,0	0,7	0,0	99,3	100,0	0,7	0,0	
2023	99,6	98,3	0,5	1,8	98,8	98,4	1,3	1,8	
2024	97,5	99,2	2,1	0,9	98,6	99,3	0,2	0,9	

No ano 2024, a média dos operadores locais que asseguram o cumprimento da quota mínima de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, foi inferior no primeiro semestre do ano anterior em -2,1p.p e superior no segundo, em 0,9p.p, ainda assim, tendo em conta as percentagens apuradas, 97,5 % e 99,2 %, permanecem bastante significativas.

No período 7-20h, também no primeiro semestre ocorre um ligeiro decréscimo de -0,9p.p, seguindo-se um valor mais elevado no segundo semestre do ano, 0,6p.p.

Atendendo a que em 2024 foram alterados os critérios de cálculo das subquotas de música em língua portuguesa e de música recente, não se apresentam os comparativos dos últimos cinco anos bem como a análise do biénio, reservando para o relatório do próximo ano.

Do mesmo modo, não existem dados do período semanal de segunda a sexta-feira que apenas teve o seu início no ano 2024, no decorrer da Lei n.º16/2024, de 5 de fevereiro.

8.3. OPERADOR REGIONAL

É de salientar que a ERC não dispõe dos dados dos anos anteriores referentes ao operador de cobertura regional norte, TSF, atendendo a que apenas aderiu ao portal das rádios no ano 2024. No que respeita à análise dos valores semestrais do operador que detém a cobertura regional da zona sul do país, que difunde o serviço de programas temático musical M80, podemos aferir que mantém a estabilidade do cumprimento integral dos valores estabelecidos na lei.

FIG.18 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (2020-2024)						
Ano	Semana completa - 24 horas de emissão		Semana completa - 7h-20h			
	1º sem %	2º sem%	1º sem%	2º sem%		
2020	27,0	26,7	26,4	25,8		
2021	31,4	34,1	29,7	32,4		
2022	34,2	35,3	32,5	33,5		
2023	34,5	34,2	32,8	32,6		
2024	32,5	33,1	31,9	33,2		

As médias semestrais de música portuguesa registadas pela M80 nas 24 horas de emissão, comparando o último biénio, assinalam um decréscimo de- 2,1p.p., e de -1,1p.p, apuradas as médias de 32,5 % e 33,1 %, respetivamente, em cada um dos semestres, ainda assim superiores a 30 %.

No que reporta ao período de emissão entre as 7 e as 20 horas, não obstante se verifique no primeiro semestre um decréscimo face ao mesmo período do ano anterior em -0,9p.p, nos restantes seis meses do ano a variação é positiva em 0,6p.p., situando-se em 31, 9 % e 33,2 %, respetivamente.

8.4. OPERADORES NACIONAIS

Acompanhamos neste ponto do relatório às médias semestrais das quotas dos serviços de programas de âmbito nacional privados, na semana completa, relativas aos últimos cinco anos, com especial atenção nos valores do último biénio:

FIG.19 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (2020-2024)						
RÁDIO COMERCIAL						
Ano	Semana completa - 24 horas de emissão		Semana completa 7-20h			
	1º sem%	2º sem%	1º sem%	2º sem%		
2020	29,3	26,9	29,9	27,3		
2021	30,6	31,5	30,5	31,5		
2022	30,2	31,3	31,8	32,1		
2023	30,6	31,4	30,0	30,7		
2024	32,1	32,2	32,3	32,3		

As médias semestrais de música portuguesa apuradas na Rádio Comercial, comparando com o período homólogo do ano anterior, revelam um crescimento nos dois semestres do ano 2024, assegurando os valores mais altos dos últimos cinco anos.

Relativamente ao período das 24 horas de emissão a subida situa-se em 5p.p e 0.8p.p, sendo a média observada de 32,1 % e 32,2 %, em cada um dos semestres.

Igualmente na faixa horária 7-20h, os valores foram os mais elevados até à data observados, num fluxo positivo de 2,3p.p. e 1,6p.p., registando nos dois semestres percentuais de 32,3 %.

FIG.20 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (2020-2024)

RR				
Ano	Semana completa - 24 horas de emissão		Semana completa 7-20h	
	1º sem%	2º sem%	1º sem%	2º sem%
2020	29,0	28,1	29,3	28,7
2021	34,1	35,2	33,3	34,6
2022	37,2	37,7	29,2	36,7
2023	33,1	32,5	32,0	31,4
2024	34,4 ↑	33,5 ↑	32,9 ↑	32,1 ↑

Seguindo o mesmo tópico no que se refere à RR, as médias observadas comparando os semestres dos dois últimos anos, traduzem um crescimento em 2024.

No período das 24 horas de emissão, os valores evidenciam um crescimento de 1,1p.p. e 1,0p.p., em cada um dos semestres, na média observada de 34,4 % e 33,5 %.

No tocante ao período 7-20h, as subidas resultam em 0,9p.p. e 0,7p.p., numa percentagem média por semestre de 32,9 % e 32,1 %.

FIG.21 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA - (2020-2024)

RFM				
Ano	Semana completa - 24 horas de emissão		Semana completa 7-20h	
	1º sem%	2º sem%	1º sem%	2º sem%
2020	30,2	25,8	29,7	24,2
2021	29,2	29,5	28,5	29,7
2022	29,1	30,3	29,2	29,1
2023	26,8	27,0	26,2	28,2
2024	29,6 ↓	30,8 ↑	31,6 ↑	32,0 ↑

A RFM no que respeita ao comparativo semestral de música portuguesa, denota regularidade quanto aos valores expetáveis, não obstante nas 24 horas de emissão do primeiro semestre ocorra um diferencial negativo de -2,8p.p com média semestral de 29,6 %, aponta para uma situação oposta no período das 7-20h, onde se constata um diferencial bastante positivo face ao período homólogo do ano anterior, em 5,4p.p, numa média de 31,6 %.

No segundo semestre do ano as variações enunciam valores positivos de 3,8p.p, face ao ano anterior, tanto nas 24 horas de emissão com no período 7-20h, observadas as médias finais de 30,8 % e 32,0 %, as mais altas observadas no quinquénio.

9. REGIME DE EXCEÇÃO

A Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas temáticos musicais cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

Encontram-se registados 65 serviços de tipologia temática musical sendo que 64 são de cobertura local e um de cobertura regional M80.

O artigo 44.º, n.º3, da Lei da Rádio estabelece que para efeitos de fiscalização do cumprimento do n.º 1, a pessoa ou a entidade que proceda à edição fonográfica ou à sua disponibilização para fins de comunicação pública deve, diretamente ou através de entidade que as represente, no prazo de 30 dias a contar da data de disponibilização pública de obras de música portuguesa definida nos termos da presente lei, comunicar esse facto à ERC.

O artigo 47.º-A, n.º 1, da LR - Dever de cooperação – estabelece que as associações representativas dos setores envolvidos devem cooperar entre si e com o regulador no sentido da boa aplicação da lei, fornecendo a informação relevante de que disponham para a sua monitorização e fiscalização, e colaborando no esclarecimento, junto dos seus associados, das matérias relativas à sua interpretação.

FIG.22 – N.º DE TÍTULOS DE PRODUÇÃO DE MÚSICA PORTUGUESA POR GÉNEROS

GÉNEROS MÚSICAIS	2024
Clássica e /ou Erudita	287
Fado	196
Dance e/ou Hip-Hop e/ou Rap e ou/Urbana	1323
Dance e/ou Eletrónica - EDM	228
Hip-hop, Rap, Urbana	1095
Pop e/ou Rock	1692
Pop	1473
Rock	219
Infantil	83
Jazz e/ou Blues	63
Música Popular	399
Outros	662
Religiosa	27
World Music e Folk	1035
Total	5767

Fonte: Audiogest

World music: ritmos africanos, música brasileira. Outros: grupos folclóricos, música popular, tradições orais, desgarradas, hinos

De acordo com o levantamento efetuado pela Audiogest em 2024, foram editados no total cerca de 5767 títulos musicais. Importa salientar que o total de edições pode na realidade ser superior ao apurado, atendendo à contingência de existirem outras produções não comunicadas à ERC. Refira-se ainda que as obras comunicadas trimestralmente pela SPA não foram incluídas na figura anterior, atendendo a que não contemplam a especificação por género musical.

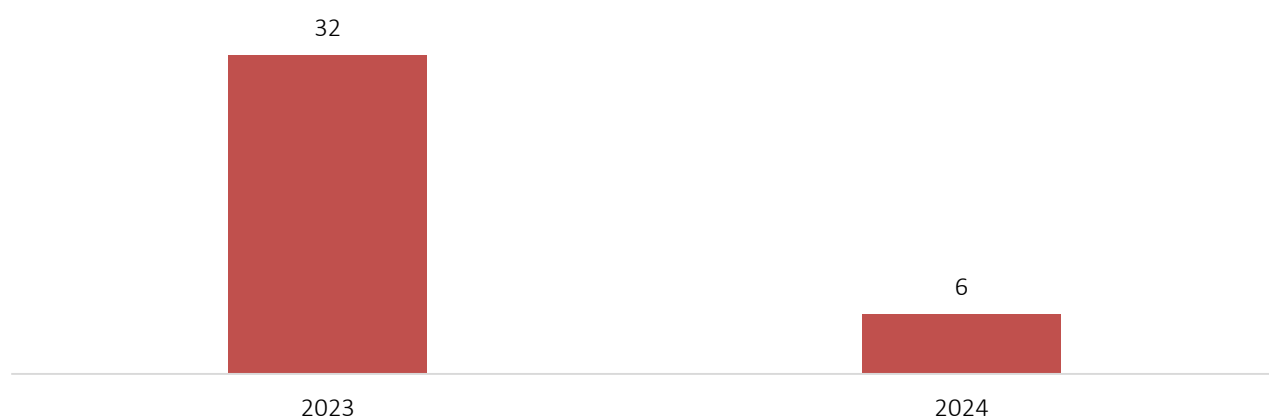
No ano 2024, tendo presente os dados demonstrados, na figura anterior, a música Pop surge com o maior número de edições, cerca de 1473, seguido do macro género Hip-Hop, Rap, Urbana, com 1095 e *world-music* e *Folk*, 1035 e em menor número as edições de música religiosa, 27.

FIG.23 – DELIBERAÇÕES DE ISENÇÃO O CUMPRIMENTO DE QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	DENOMINAÇÃO	GÉNERO MUSICAL DE ISENÇÃO
ERC/2024/517 (AUT-R) de 6.11.2024	Marginaudio - Actividades Radiofónicas, Lda.	Rádio Marginal	Jazz/Blues
ERC/2024/531 (AUT-R) de 20.11.2024	Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, Lda.	Oxigénio	EDM
ERC/2024/538 (AUT-R) de 26.11.2024	Rádio Independente de Aveiro - Cooperativa de Radiodifusão, CRL	Rádio Independente de Aveiro	EDM
ERC/2024/547 (AUT-R) de 4 .12.2024	Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, SA	Rádio Nova Era (Paredes)	EDM
ERC/2024/547 (AUT-R) de 4.12.2024	Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, SA	Rádio Nova Era (Vila Nova de Gaia)	EDM
ERC/2024/572 (AUT-R) de 18.12.2024	Rádio sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, SA	Rádio Positiva	Música Religiosa

Em 2024, e ao abrigo das alterações decorrentes da Lei n.º16/2024 de 5 de fevereiro, foram deferidos seis pedidos de isenção do cumprimento de quotas de música portuguesa, tendo sido aprovados todos os pedidos dirigidos à ERC, em concordância com a respetiva fundamentação.

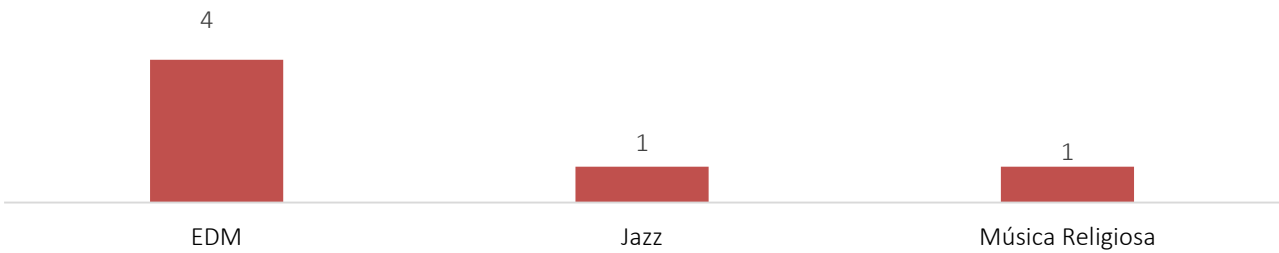
FIG.24 – N.º DE SERVIÇOS TEMÁTICOS MÚSICAIS ISENTOS



Ao abrigo do regime de exceção foram aprovados seis pedidos de isenção total ou parcial do cumprimento de quotas de música portuguesa, diminuindo de 32 para seis os serviços que à data beneficiam deste normativo legal.

Atendendo a que um para um número significativo de serviços cessou o benefício da isenção de que beneficiavam, designadamente dos projetos “Cidade FM” e “Mega Hits”, cuja isenção decorria da insuficiência de produção nacional nos géneros *dance*, *urban*, *hip-hop*, desajustada da realidade do mercado discográfico nacional atual, e cuja produção incorreu numa ascensão relevante como demonstram os números do mercado nacional, resulta no decréscimo notório do número de serviços que beneficiam deste regime no último ano.

FIG.25 – N.º DE SERVIÇOS TEMÁTICOS MUSICAIS ISENTOS POR GÉNERO MUSICAL



Das isenções aprovadas pela ERC, quatro centram-se em projetos direcionados para a música eletrónica de dança (EDM), seguindo-se um vocacionado para o Jazz e um para a música religiosa.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA: SERVIÇO PÚBLICO

1. VISÃO GLOBAL

Em 2024, no que respeita à difusão de música portuguesa na Antena 1, a partir da análise dos dados enviados pelo operador conclui-se que, que o primeiro canal de serviço público de radiodifusão sonora, cumpriu as disposições legais previstas no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, nos períodos semanais e horários previstos na lei.

No que respeita que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, a quota mensal situou-se perto ou acima de 100 % nos períodos semanais e horários em referência.

No que se refere à obrigatoriedade de difusão de uma quota mínima de 35 % música recente, os apuramentos no ano 2024, evidenciam uma quota mensal quase sempre superior a 50 %, o que demonstra a atualidade da música difundida.

Respeitando à Antena 3, no domínio da música portuguesa, observa-se mensalmente e na generalidade percentagens superiores a 50 %, nos dois períodos semanais e horários em apreciação.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou valores que na generalidade cumprem ou superam 50 %, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas, assim como na semana completa e de segunda a sexta-feira.

No que se refere à obrigatoriedade de difusão de uma quota mínima de 35 % música recente, os apuramentos no ano 2024, evidenciam uma quota mensal quase sempre superior a 50 %, o que demonstra a atualidade da música difundida.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A presente análise tem como objetivo a observação dos serviços de programas de rádio da concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, Antena 1 e Antena 3, quanto à difusão de música portuguesa.

A avaliação decorre das obrigações impostas pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), que estabelece que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do artigo 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

A análise não integra o serviço de programas Antena 2, considerando que é um serviço temático orientado para a música clássica, género abrangido pelo regime de isenção de cumprimento de quotas de música.

Da mesma forma, está sujeito à disposição do artigo 44.º da Lei da Rádio que estabelece a obrigação de emissão de uma quota de 35 % de música recente, editada nos últimos 12 meses.

No que respeita à Antena 3, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.^a, alínea b), passou a incluir a obrigação de difundir a quota mínima de 50 % no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem. A fiscalização, nos termos da Cláusula 31.^a, n.º1, é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

Para efeitos de apuramento das subquotas de música em língua portuguesa e de música recente, a mesma tem por base de cálculo a quota mínima legal de música portuguesa que os serviços estão obrigados a cumprir, sendo na presente análise, de 60 % para a Antena 1 e 50 % para a Antena 3, conforme designa o CCSPT.

O artigo 47.º, n.º 2, estabelece também um novo período temporal no qual as quotas devem ser cumpridas, de segunda a sexta-feira, pelo que, o cumprimento das percentagens previstas na presente secção da Lei da Rádio e no que atende ao cômputo mensal da programação musical emitida pelo serviço de programas deverá ser observada:

- a) De segunda a sexta-feira
- b) Entre as 7 e as 20 horas.

Nos termos da Lei da Rádio, no que diz respeito à Antena 3, incumbe à ERC (Cf. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento da quota mínima de 30 % ou de 50 % de acordo com o CCSPT no que respeita à difusão de música portuguesa, de 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão no período compreendido entre as 7 e as 20 horas e nos períodos da semana completa e de segunda a sexta-feira.

A presente análise compara ainda apuramentos médios semestrais dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, respeitantes à difusão de música portuguesa no quinquénio 2020-2024.

3. METODOLOGIA

Os dados analisados resultam da validação feita pela ERC da informação rececionada no “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento de quotas de música portuguesa.

O cômputo das percentagens é efetuado mensalmente, por via dos dados submetidos na plataforma respetiva, e tem como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior, tal como designa a Lei da Rádio.

3.1. PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 1:

Os elementos introduzidos pelos operadores dos respetivos serviços de programas, no portal das rádios e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta três vertentes previstas na Lei da Rádio, conforme as disposições dos artigos 41.º a 47.º:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 % nas 24 horas de emissão, prevista no artigo 42.º, n.º 1, conjugado com o artigo 47.º, n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira
- B) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia prevista no artigo 43.º da LR, tendo por base a quota de 60 % de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.
- C) Quota de 35 % de música recente, de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, prevista no artigo 44.º, tendo por base a quota de 60 % de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.

3.2. TERCEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 3:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 50 % prevista n CCSPT conjugada com o artigo 47.º, n.º 2 alíneas a) e b) da Lei da Rádio, *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.
- B) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia prevista no artigo 43.º da LR, tendo por base a quota de 50 % de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.
- C) Quota de 35 % de música recente, de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, prevista no artigo 44.º da LR, tendo por base a quota de 50 % de música portuguesa, conjugada com o artigo 47.º n.º 2 alíneas a) e b), *i.e* nas 24 horas de emissão, entre as 7 e as 20 horas, na semana completa e de segunda a sexta-feira.

4. ANTENA 1

4.1. OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da programação musical difundida.

A obrigação de emissão de 60 % de música portuguesa é assim apurada com referência ao período da emissão na semana completa e ainda especificamente de segunda a sexta-feira, tanto nas 24 horas como entre as 7-20h.

FIG.1 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (VALORES EM%)

Período semanal	Período horário	jan	ev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	78,7	79,5	78,5	79,1	79,3	78,7	76,4	76,0	78,3	79,2	76,4	78,2
	7-20h	66,8	66,5	68,8	66,6	66,9	69,4	67,6	70,1	70,4	66,9	66,0	67,9
De segunda a sexta-feira	24h	79,3	79,7	79,2	79,6	79,7	80,4	77,2	76,7	79,2	80,2	76,9	78,7
	7-20h	66,5	66,4	68,5	66,1	66,9	68,6	66,9	70,0	70,3	66,3	65,4	67,6

A Antena 1 mantém a prevalência da música portuguesa na sua programação, nos períodos semanais e horários destacados, revelando percentagens sempre superiores a 60 %, com máximo no período de segunda a sexta-feira, nas 24 horas de emissão, no mês de outubro, 80,2 %.

FIG.2 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA (VALORES EM%)

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	79,0	77,4
	7-20h	67,5	68,2
De segunda a sexta-feira	24h	79,7	68,2
	7-20h	67,2	67,9

A Antena 1 dá continuidade às percentagens apuradas de difusão de música portuguesa nos dois períodos semanais e horários contidos na lei, e no que respeita aos valores apurados nos dois semestres do ano, com uma média de música portuguesa mais relevante no período de segunda sexta-feira, nas 24 horas de emissão, no primeiro semestre, 79,7%.

FIG.3 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2020-2024 (VALORES EM%)

Ano	24h		7 - 20h	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2020	73,8	72,9	72,2	71,4
2021	76,3	74,4	73,2	73,0
2022	80,6	79,2	72,9	71,6
2023	79,5	77,9	71,4	68,7
2024	79,0 ↓	77,4 ↓	67,5 ↓	68,2 ↓

No que respeita aos apuramentos semestrais provenientes de os últimos dois anos, respeitantes à difusão de música portuguesa, regista-se uma quebra nas duas faixas horárias face a 2023, embora claramente os valores apurados se mantenham elevados.

No primeiro semestre e segundo semestres de 2024, tendo como referência os valores apurados no ano anterior, verificam-se descidas ligeiras de -0,5p.p. e -1,3p.p., numa média observada de 79,0 % e 77,4 %, no período das 24 horas de emissão.

Do mesmo modo, na faixa horária das 7 às 20 horas, revela-se uma quebra de -3,9p.p. e -0,5p.p., com as médias observadas de 67,5 % e 68,2 %, respetivamente nos dois semestres do último ano.

Contata-se nos dois períodos a grande prevalência da música portuguesa, com valores bastante superiores à quota mínima definida na lei para o primeiro serviço do operador de serviço público.

4.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

FIG.4 – DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA (VALORES EM%)

Período semanal	Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	119,5	120,2	118,4	119,1	122,1	119,2	115,2	115,5	120,3	118,8	118,2	119,7
	7-20h	97,0	94,7	100,1	94,8	99,2	100,7	98,2	104,4	105,1	94,6	97,9	99,4
De segunda a sexta-feira	24h	120,6	120,6	119,3	120,2	122,8	121,3	116,6	116,8	122,0	121,0	119,2	120,6
	7-20h	96,3	94,6	98,8	93,7	99,3	97,8	97,3	104,4	104,9	93,5	96,4	98,9

Em 2024, a Antena 1 mantém percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa consideráveis, com o valor mais alto na semana completa, no período das 24 horas, no mês de maio, 122,1 %.

Note-se que os valores da subquota de música em língua portuguesa são apurados sobre a quota de 60 % de música portuguesa, o que atendendo ao elevado número de músicas em língua portuguesa difundidas, resultam valores muitas vezes superiores a 100 %.

FIG.5 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA (VALORES EM%)

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	119,8	118,0
	7-20h	97,8	99,9
De segunda a sexta-feira	24h	120,8	99,9
	7-20h	96,8	99,1

Em consonância com os valores reportados mensalmente pela Antena 1, são evidentes as médias de música em língua portuguesa nos dois semestres do ano, a mais significativa no período de segunda sexta-feira, nas 24 horas de emissão, no primeiro semestre do ano, 120,8 %.

4.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE MÚSICA RECENTE

A Lei da Rádio estabelece ainda que uma percentagem das composições portuguesas difundidas sejam temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, conforme resulta do artigo 44.º da Lei da Rádio.

FIG.6 – DIFUSÃO DE MÚSICA RECENTE (VALORES EM%)													
Período semanal	Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	59,3	54,2	60,4	60,2	63,4	56,8	50,6	46,7	53,9	63,3	56,6	55,3
	7-20h	51,8	46,4	57,1	54,8	57,2	51,2	44,4	43,5	49,3	57,5	50,3	49,2
De segunda a sexta-feira	24h	60,1	54,3	61,3	60,6	63,4	56,9	51,4	47,3	54,5	64,8	57,2	55,1
	7-20h	52,0	46,0	57,6	55,0	57,3	49,8	45,1	43,8	49,3	58,8	49,8	48,4

No que importa à música recente, as quotas observadas em 2024 apresentam-se superiores ao valor mínimo estabelecido na LR de 35 %, com maior amplitude no período de segunda a sexta-feira nas 24 horas de missão do mês de outubro, 64,8 %, o que reflete a permanente difusão de obras musicais atuais no primeiro canal do operador de serviço público.

FIG.7 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA RECENTE (VALORES EM%)			
Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	59,1	54,4
	7-20h	53,1	49,0
De segunda a sexta-feira	24h	59,4	49,0
	7-20h	53,0	49,4

Do mesmo modo, as médias semestrais notadas na Antena 1 evidenciam a prevalência das composições atuais na respetiva programação musical portuguesa, sobressaindo o período de segunda a sexta-feira, das 24 horas de emissão, do primeiro semestre do ano, 59,4 %.

5.ANTENA 3

5.1. OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 50 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP – Antena 3 – não tem na Lei da Rádio nenhuma disposição específica, apenas o CCSPRT, na Cláusula 16.ª, alínea b), que passou a incluir, desde 2015, a obrigação, nos termos do artigo 41.º, n.º1, da Lei da Rádio, da difusão da quota mínima de 50 %.

Sucedem-se os apuramentos da quota de música portuguesa 50 %, da subquota de 60 %, de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, e da quota de 35 % de música recente, nos períodos semanais e horários previstos na lei.

FIG.8 – DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (VALORES EM%)													
Período semanal	Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	57,1	56,6	56,9	56,8	56,5	57,6	55,8	55,4	55,5	52,6	53,7	54,9
	7-20h	56,6	56,6	56,2	56,4	55,4	56,8	54,7	54,5	53,3	50,7	52,5	53,7
De segunda a sexta-feira	24h	56,8	56,4	56,5	56,6	56,0	57,1	55,4	54,7	55,2	51,7	53,6	54,5
	7-20h	56,3	56,3	55,7	56,2	54,8	56,2	54,2	53,5	52,3	49,3	51,8	52,8

A Antena 3, no que compreende as 24 horas de emissão e o intervalo horário 7-20h, assim como a semana completa e no período entre segunda e sexta-feira, reporta na generalidade do ano, quotas de difusão de música portuguesa superiores a 50 %, não obstante um ligeiro desvio da quota mínima do CCSPT no mês de outubro, assegurando, no entanto, a quota mínima de 30 % prevista na LR.

O mês de junho registou a percentagem mais alta de difusão de música portuguesa, 57,6 %, na semana completa, no período das 24 horas de emissão.

FIG.9 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA PORTUGUESA (VALORES EM%)

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	56,9	54,7
	7-20h	56,3	53,2
De segunda a sexta-feira	24h	56,6	53,2
	7-20h	55,9	52,9

Resulta da observação das médias semestrais apuradas na Antena 3, que a mais elevada surge na análise de semana completa, nas 24 horas de emissão, no primeiro semestre, em 56,9 %.

FIG.10 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2020-2024 (VALORES EM%)

Ano	24h		7- 20h	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2020	52,5	53,1	52,7	53,6
2021	53,0	53,7	53,4	54,1
2022	51,7	50,4	52,3	50,7
2023	50,4	56,7	50,2	56,0
2024	54,9 ↑	54,7 ↓	56,3 ↑	53,2 ↓

No que respeita aos valores semestrais apurados no quinquénio em referência, podemos observar na Antena 3, no que atende à música difundida nas 24 horas de emissão, uma subida primeiro semestre do ano, ao que se sucede uma descida no segundo, nas variações respetivamente de 4,5p.p. e -2,0 %, resultando nas médias observadas de 54,9 % e 54,7 %.

Igualmente, no período 7-20h, a variação face ao ano anterior observada no primeiro semestre, 6,1p.p, resulta na média mais alta dos últimos cinco anos, divergindo do segundo em -2,8p.p e com a média observada de 53,2 %, mais baixa que a apurada no ano anterior no mesmo período.

5.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

O terceiro serviço de programas da concessionária de serviço público nos termos do CCSPT encontra-se sujeito ao preenchimento da quota de 50 % de música portuguesa com, pelo menos, 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa (Cf. artigo 43.º).

FIG.11– DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA (VALORES EM %)

Período semanal	Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	87,4	83,1	82,2	82,5	81,0	81,2	79,2	76,3	73,2	74,0	73,4	72,4
	7-20h	88,0	83,9	81,6	83,2	81,5	81,4	79,3	75,6	74,1	76,7	76,5	75,6
De segunda a sexta-feira	24h	87,3	83,4	82,2	83,1	81,3	81,8	79,9	76,1	73,0	73,5	73,5	74,4
	7-20h	88,0	84,4	82,1	84,4	82,3	82,7	80,5	75,7	74,1	76,4	76,3	77,7

A Antena 3 manteve na maior parte do ano a quota superior a 70 % e mesmo 80 % destas difusões musicais, em pleno cumprimento e mesmo excedendo o valor previsto na lei. Embora os valores se mantenham elevados ao longo do ano, o mês de janeiro expressa o valor mais significativo, 88,0 % nos dois períodos semanais e no período horário de maior audiência.

FIG.12 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA (VALORES EM %)

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	82,9	74,8
	7-20h	83,3	76,3
De segunda a sexta-feira	24h	83,2	76,3
	7-20h	84,0	77,6

Observando ainda as médias semestrais que decorrem da música em língua portuguesa, a Antena 3 reflete o valor mais alto no período semanal de segunda a sexta-feira, incluso na faixa horária 7-20h, no primeiro semestre do ano, 84 %.

5.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE MÚSICA RECENTE

O serviço de programas Antena 3 encontra-se, da mesma forma, obrigado ao cumprimento do estabelecido no artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de música portuguesa, deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

FIG.13 – MÚSICA RECENTE (VALORES EM %)

Período semanal	Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
Semana completa	24h	63,6	63,4	60,5	59,3	58,6	63,9	63,4	61,3	59,6	56,1	58,0	59,9
	7-20h	65,7	66,6	63,0	62,7	62,2	68,4	68,1	67,2	62,8	59,5	62,2	64,5
De segunda a sexta-feira	24h	63,2	63,5	59,5	58,1	57,7	64,8	63,5	60,7	59,7	56,5	58,3	59,9
	7-20h	65,3	67,7	62,6	61,8	61,1	69,1	67,4	66,0	62,2	59,4	61,9	64,3

No que respeita à música recente os valores alcançados refletem a grande predominância da difusão de música nova na Antena 3, assinalando o máximo em junho 69,1 %, no período horário de maior audiência, entre segunda e sexta-feira. Esta é uma tendência evidente que se mantém de anos anteriores, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35 %.

FIG.14 – MÉDIA SEMESTRAL DE MÚSICA RECENTE (VALORES EM %)

Período semanal	Período horário	1º sem%	2º sem%
Semana completa	24h	61,6	59,7
	7-20h	64,8	64,1
De segunda a sexta-feira	24h	61,1	64,1
	7-20h	64,6	64,3

Das médias apuradas na Antena 3, assume maior destaque o valor observado na semana completa, no período 7-20h, do primeiro semestre, 64,8 %. Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, mantendo-se a notória relevância da música enquadrável na linha musical e editorial da Antena 3, direcionada a um público mais jovem e na promoção de novos talentos artísticos nacionais.

RENOVAÇÃO DAS LICENÇAS DE RÁDIO

1. VISÃO GLOBAL

O ano de 2024 destacou-se, no setor da radiodifusão sonora, pela intensidade do processo de renovação das licenças, num contexto marcado por novas exigências legais, alterações estruturais dos operadores e uma crescente consolidação de projetos. Perante este cenário, a ERC assumiu um papel ativo e rigoroso, procurando assegurar a conformidade legal, promover o pluralismo e apoiar a qualidade e sustentabilidade dos projetos radiofónicos.

A elevada confluência de processos de renovação exigiu da ERC um esforço organizativo excecional, traduzido numa atuação sistemática, transparente e colaborativa, envolvendo não apenas os operadores licenciados, mas também entidades relevantes do setor. A dimensão e complexidade deste processo justificam, aliás, o desenvolvimento, em curso, de um estudo aprofundado sobre o modelo, os procedimentos e os desafios inerentes à renovação das licenças de rádio, que visa identificar boas práticas, corrigir eventuais fragilidades e propor medidas de melhoria futura.

O presente capítulo reflete, assim, um balanço crítico e documentado da atuação da ERC ao longo de 2024, destacando as principais deliberações, os impactos regulatórios e os aspetos a merecer reflexão estratégica no atual e futuro quadro regulatório da rádio em Portugal.

Até ao final do ano, o Conselho Regulador deliberou sobre 233 pedidos de renovação de licenças para o exercício da atividade de rádio, tendo aprovado 229 renovações.

A análise dos processos de renovação das licenças permitiu identificar os principais problemas dos operadores de rádio. Destacam-se dificuldades ao nível da capacidade organizativa e jurídica dos operadores, assim como alguma fragilidade editorial e económica, com implicações na diversidade e pluralismo, num universo sobretudo composto por operadores de cobertura local.

Foram também apreciados 11 pedidos de alteração de projeto, abrangendo 12 operadores. As modificações propostas evidenciam uma tendência crescente para a consolidação de conteúdos, o que exige uma especial atenção e acompanhamento por parte do regulador para garantir a preservação da autonomia editorial dos projetos locais e a diversidade programática do ecossistema radiofónico.

Foram ainda analisadas dez alterações de domínio e duas cessões de licença. Estas operações revelam, por um lado, uma maior dinâmica societária no setor e eventuais mudanças na orientação editorial e estratégica dos operadores; por outro, refletem dificuldades persistentes na manutenção dos projetos por parte de alguns operadores, seja por insuficiência de recursos, seja pela dificuldade de adaptação ao mercado, que permita manter e alargar audiência, e garantir sustentabilidade.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

Num ano particularmente marcado pela renovação massiva de licenças, pela implementação de novas obrigações legais e pela reconfiguração de vários projetos radiofónicos, é oportuno demonstrar como é que a ERC exerceu as suas funções de regulação, fiscalização e promoção do pluralismo, aferindo se o fez de forma eficaz.

As alterações legislativas introduzidas à Lei da Rádio, pela Lei n.º 16/2024, de 5 de fevereiro (doravante, Lei da Rádio ou LR), que veio densificar o regime jurídico da radiodifusão sonora, com especial impacto nas quotas de música portuguesa. Contudo este desiderato será analisado no âmbito de capítulo autónomo sobre a difusão da música portuguesa.

Nesse sentido, apresenta-se um balanço crítico da atuação da ERC no setor da rádio, relativamente ao ano transato, visando contribuir para uma reflexão mais informada e construtiva sobre os desafios e oportunidades no quadro regulatório da radiodifusão sonora em Portugal.

3. AÇÃO DA ERC: BALANÇO CRÍTICO

3.1 RENOVAÇÃO E REVOGAÇÃO DE LICENÇAS DE RADIODIFUSÃO SONORA

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 27.º LR, as licenças e autorizações para o exercício da atividade de rádio são emitidas por um prazo de 15 anos, renováveis por iguais períodos.

O pedido de renovação das licenças ou autorizações deve ser apresentado à ERC entre 240 e 180 dias antes do termo do prazo respetivo (cf. n.º 2 do Artigo 27.º LR), devendo a ERC decidir sobre o pedido de renovação das licenças ou autorizações até 90 dias antes do termo do prazo respetivo.

O processo de renovação das licenças de rádio, cujos prazos expiravam em 2024, representou um desafio sem precedentes: mais de duas centenas de procedimentos exigiram uma articulação minuciosa entre regulador e regulados. O processo implicou não só a sistemática verificação, e apoio à regularização, do cumprimento de obrigações legais e contratuais que impendem sobre os operadores, como também a atualização de registos públicos, a reestruturação de instalações e de recursos (técnicos e humanos) e, nalguns casos, a renovação ou aquisição de infraestruturas necessárias ao adequado desempenho da atividade, no contexto de permanente mudança.

A organização dos procedimentos e estruturação das deliberações de renovação das licenças foi realizada com o objetivo de garantir decisões devidamente fundamentadas, no mais estrito respeito pelos princípios da equidade, proporcionalidade e transparência, o que se considera alcançado.

A análise dos processos de renovação das licenças em 2024 permitiu identificar os problemas mais recorrentes e relevantes dos operadores de rádio. Em síntese, importa mencionar alguma dificuldade na capacidade organizativa e jurídica dos operadores, assim como alguma fragilidade editorial e económica, com implicações na diversidade e pluralismo, num universo de operadores de rádio, predominantemente de cobertura local.

A exigência da ERC, no decurso dos procedimentos de renovação, quanto à solidez e coerência dos projetos, deverá ser lida como um esforço do Regulador para a elevação da qualidade dos serviços de programas radiofónicos nacionais e não como um mero e cego exercício de aplicação normativa.

No final do ano, o Conselho Regulador havia deliberado sobre 233 pedidos de renovação de licenças para o exercício da atividade de rádio, dos quais 229 mereceram uma decisão de renovação e quatro de não renovação.

Destes últimos, dois pedidos foram indeferidos por incumprimento de obrigações, sendo que duas licenças foram declaradas extintas por caducidade, na medida em que os respetivos operadores não apresentaram o pedido de renovação.

Um dos casos em apreço foi o relativo ao operador “RCV - Rádio Central do Vouga, S.A.”, detentor do serviço de programas temático musical e de âmbito local (Sever do Vouga/95.9MHz) denominado “TOP FM”, no qual a ERC, apurando a falta de personalidade jurídica válida do Operador, declarou a extinção da licença, por caducidade, nos termos da Deliberação ERC/2024/321 (LIC-R), de 26 de junho de 2024.

Neste quadro, importa destacar a estreita colaboração e diálogo institucional entre os responsáveis dos operadores e respetivos serviços de programas, bem como os responsáveis de outras entidades, públicas, independentes ou privadas, como a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), a Associação Portuguesa de Rádio (APR), a Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC), entre outros, com os serviços da ERC, *maxime* o Departamento de Supervisão (DS/ERC), o que permitiu a permanente monitorização do Regulador e o acompanhamento, atempado e informado, por parte de todos os intervenientes nos procedimentos em curso.

No que respeita à comunicação pública das deliberações, visou-se garantir a transparência e a celeridade na divulgação das decisões adotadas, designadamente através da sua publicação no sítio eletrónico da ERC quase em simultâneo com a respetiva aprovação pelo Conselho Regulador, permitindo aos interessados, e ao público em geral, conhecer em tempo útil os critérios seguidos, o sentido e a fundamentação das decisões adotadas.

Considera-se, assim, que o balanço final do processo de renovação das licenças é extremamente positivo e os resultados apontados comprovam-no. Não apenas se renovaram a generalidade das licenças existentes, como se regularizaram as desconformidades identificadas e atualizaram as informações e múltiplos registos relativos às centenas de operadores que intervieram no processo.

4. MODIFICAÇÃO DOS PROJETOS LICENCIADOS

De acordo com o n.º 1 do artigo 26.º da LR, os operadores de rádio estão vinculados à observância das condições e dos termos dos serviços de programas licenciados ou autorizados. É, contudo, admissível a alteração dos projetos, após prévia autorização da ERC, nos termos previstos no artigo 24.º, n.º 3, alíneas a) e) dos Estatutos da ERC¹, conjugado com o n.º 2 do referido artigo 26.º da LR.

¹ Aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

À luz dos referidos preceitos, os pedidos de alteração de projeto, quer os que compreendam uma alteração ao conteúdo da programação que corresponda a uma reclassificação da tipologia do próprio serviço², quer os pedidos que, pese embora não impliquem uma alteração de tipologia, de alguma forma vão mais além de uma mera alteração ao abrigo da liberdade de programação, ficam sujeitos à apreciação e autorização prévia da ERC.

Em 2024, foram apreciados 11 pedidos de alteração de projeto, abrangendo 12 operadores. As associações e parcerias editoriais realizadas (Ex.: Cidade FM, Observador, CM Rádio, Antena Mundial, Rádio Amália) apontam para uma crescente tendência de consolidação de conteúdos.

O projeto temático informativo Rádio Observador manteve o ritmo de crescimento dos anos anteriores, realizando em 2024 uma parceria com o serviço de programas Emissora das Beiras, detido pelo operador Ao Tom Dela (Rádio), Lda., tendo, para o efeito, sido apreciada e autorizada pela ERC, a alteração da tipologia, de generalista para temática informativa, deste último serviço de programas, bem como a alteração da respetiva denominação para Rádio Observador Viseu³. A marca Observador aumentou assim a amplitude, reforçando presença na região centro e consolidando a sua já destacada posição no setor.

Recorde-se que, para além da sociedade Ao Tom Dela (Rádio), Lda., integram o projeto “Observador” os operadores Rádio Baía – Sociedade de Radiodifusão, Lda. (Seixal / Rádio Observador / 98.7 MHz)⁴; a RFA – Rádio Foz do Ave, Lda. (Vila do Conde / Observador 98.4)⁵; a BAOBAD – Comunicações e Publicações, S.A. (São João da Madeira / Observador 88.1)⁶; a Rádio Mais, CRL (Amadora/ Rádio Observador 93.7)⁷; a Rádio Maior – Publicidade e Comunicação, Lda. (Rio Maior / Rádio Observador 92.6)⁸ e a EDR – Empresa de Difusão de Rádio, S.A. (Leiria / 94MHz / Rádio Observador Leiria).⁹

De destacar, ainda, a expansão do grupo Media Livre, S.A., com a aquisição dos operadores Rádio Festival do Norte, S.A., e Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A., com a subsequente modificação do projeto dos respetivos serviços de programas “Rádio Festival” e “Rádio SBSR”, abrangendo a alteração da tipologia para temática informativa e associação ao projeto comum “CM Rádio”. Nesta conformidade, foi igualmente autorizada a redenominação dos referidos serviços de programas para CM Rádio 94.8 e CM Rádio 90.4, respetivamente.¹⁰

Desta modificação do projeto ressalta uma ligação sedimentada entre o projeto CM Rádio e o projeto televisivo CMTV, prevendo-se que «[a] CM Rádio beneficiará de uma profunda sinergia com a CMTV, cujo sinal em áudio emitirá em simultâneo sempre que qualquer acontecimento noticioso

² Ao abrigo do n.º 4 do Art.º 8.º da Lei da Rádio

³ Cf. Deliberação ERC/2024/425 (AUT-R), de 28 de agosto de 2024.

⁴ Cf. Deliberação ERC/2019/150 (AUT-R), de 28 de maio de 2019.

⁵ Cf. Deliberação ERC/2019/268 (AUT-R), de 25 de setembro de 2019 (autorização para modificação de denominação, de 5 de novembro de 2019).

⁶ Cf. Deliberação ERC/2020/255 (AUT-R), de 16 de dezembro de 2020.

⁷ Cf. Deliberação ERC/2021/55 (AUT-R), de 17 de fevereiro de 2021.

⁸ Cf. Deliberação ERC/2023/160 (AUT-R), de 19 de abril de 2023.

⁹ Cf. Deliberação ERC/2024/319 (AUT-R), de 26 de junho de 2024.

¹⁰ Cf. Deliberação ERC/2024/459 (AUT-R), de 18 de setembro de 2024.

o justifique», e «([q]ue alguns dos programas mais relevantes da CMTV passarão em direto na CM Rádio(...))».

As referidas modificações evidenciam uma tendência crescente para a consolidação de conteúdos, frequentemente associada a estratégias de reforço da presença de marcas nacionais e à otimização de recursos editoriais, técnicos e humanos, acompanhada da concentração de meios ao nível societário e operacional. Estas modificações exigem uma especial atenção para garantir a preservação da autonomia editorial dos projetos locais e a efetiva diversidade programática no ecossistema radiofónico nacional. Com efeito, a homogeneização de conteúdos, resultante de parcerias editoriais ou da integração em redes com uma matriz comum, pode enfraquecer a representatividade das comunidades locais e a pluralidade de perspetivas, o que impõe à ERC um acompanhamento atento e contínuo da evolução destes fenómenos.

5. ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES E CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPECTIVAS LICENÇAS

A alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença é admissível desde que decorridos três anos sobre a atribuição original da licença, dois anos após a modificação do projeto aprovado, ou um ano após a sua última renovação, estando, em qualquer dos casos, sujeita a aprovação prévia da ERC, a qual decide «após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes»¹¹.

De acordo com o disposto no ponto i) da alínea b) do artigo 2.º da LR, considera-se existir domínio, designadamente, quando uma pessoa singular ou coletiva detém uma participação maioritária no capital social ou a maioria dos direitos de voto.

Para além destes casos, poderá existir domínio noutras situações, entre as quais a existência de acordo parassocial, atributivo de direitos especiais a um sócio, ainda que seja minoritário, suficientemente fortes para exercer uma influência dominante na vida do operador.

A cessão dos serviços de programas e respetivas licenças «é permitida, nos termos previstos para a alteração de domínio dos operadores (...)quando comprovadamente útil para a salvaguarda do projeto licenciado(...)».

A cessão de serviços de programas de âmbito local e respetivas licenças depende de aprovação prévia da ERC¹², sendo que esta só é admissível estando reunidos os requisitos temporais previstos no artigo 4.º, n.º 6, ex vi, n.º 9, da LR.

¹¹ Cf. Artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, da Lei da Rádio.

¹² Cf. Artigo 4.º, n.º 10, da Lei da Rádio, conjugado com o disposto alínea c) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC.

Em 2024, foram analisadas dez alterações de domínio e duas cessões de licença dos operadores de radiodifusão¹³. Estas operações revelam, por um lado, o aumento da dinâmica societária no setor da rádio, e até mudanças substanciais na orientação editorial e estratégica dos operadores mas, por outro, refletem uma persistência de dificuldades na manutenção dos projetos por parte de alguns operadores, seja por insuficiência de recursos, financeiros e outros, seja por dificuldade de adaptação para manutenção e captação de maior audiência e consequente sustentabilidade dos projetos.

Destaca-se, pela importância e complexidade, um caso de alteração de domínio não submetido ao prévio controlo e validação da ERC, o qual envolveu sete operadores do Global Noticias Media Group, S.A. (GNMG), um dos maiores grupos de comunicação social em Portugal, com presença nos setores da Imprensa, Rádio e Digital, e detentor de marcas com grande relevância no panorama dos *media* nacionais, como o DN, o JN ou a TSF.

Este caso, pelas fortes implicações que acarretava, suscitou uma vigorosa intervenção do Conselho Regulador da ERC para defesa da independência e pluralismo nos meios de comunicação, de que resultou a abertura de um processo de contraordenação contra os infratores, por consumação de alteração de domínio não submetida a prévia autorização da ERC, e no plano dos deveres de transparência, resultou na publicitação da falta de transparência, nos termos do n.º 3 do artigo 14.º da Lei da Transparência, com a imediata e automática suspensão do exercício do direito de voto e dos direitos patrimoniais inerentes à participação qualificada em causa, no caso do acionista WOF - Word Opportunity Fund, Lda., no quadro da administração do GNMG, S.A.. Foi a primeira vez que a ERC utilizou este poder.¹⁴ (cf. secção 2.1 do capítulo Deliberações Doutrinárias)

Neste caso, tal como nos restantes de alteração de domínio ou de cessão de licença, a atuação da ERC foi sustentada na Lei, aplicada à luz dos potenciais impactos das alterações visadas ao nível da independência, pluralismo e transparência dos meios, sem nunca descurar a questão da sustentabilidade dos projetos.

6. FISCALIZAÇÃO EXTERNA DOS OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS

¹³ Cf. Deliberações Deliberação ERC/2024/42 (AUT-R), de 18 de janeiro de 2024 - Alteração de domínio do operador Narrativas & Melodias, Lda.; Deliberação ERC/2024/99 (AUT-R), de 28 de fevereiro de 2024 - Alteração de domínio do operador Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.; Deliberação ERC/2024/101 (AUT-R), de 28 de fevereiro de 2024 - Alteração de domínio do operador Rádio Festival do Norte, S.A.; Deliberação ERC/2024/102 (AUT-R), de 28 de fevereiro de 2024 - Alteração de domínio do operador Rádio Campanário – Voz de Vila Viçosa, CRL; Deliberação ERC/2024/205 (AUT-R), de 17 de abril de 2024 - Alteração de domínio do operador PFM – Radiodifusão, Lda.; Deliberação ERC/2024/216 (AUT-R), de 24 de abril de 2024 - Alteração de domínio do operador Ao Tom Dela (Rádio), Lda.; Deliberação ERC/2024/262 (AUT-R), de 22 de maio de 2024 - Alteração de domínio do operador radiofónico – R.C.C.I. - Radio Comunicação Criatividade e Imagem, Lda.; Deliberação ERC/2024/263 (AUT-R), de 22 de maio de 2024 - Alteração de domínio do operador Rádio Onda Viva, S.A.; Deliberação ERC/2024/363 (AUT-R), de 23 de julho de 2024 - Alteração de domínio de sete operadores de rádio: Rádio Notícias - Produções e Publicidade, S.A., TSF - Rádio Jornal de Lisboa, Lda., TSF - Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, CRL., Pense Positivo - Radiodifusão, Lda., Difusão de Ideias - Sociedade de Radiodifusão, Lda., Rádio Comercial dos Açores, Lda. e Notícias 2000 FM - Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda. (alteração indireta do controlo sem prévia autorização da ERC); Deliberação ERC/2024/382 (AUT-R), de 31 de julho de 2024 - Alteração de domínio do operador Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.

¹⁴ Vide Deliberação ERC/2024/363 (AUT-R), de 23 de julho de 2024, na qual se enunciam as anteriores deliberações relativas ao assunto.

No período em referência, efetuaram-se sete fiscalizações externas, abrangendo operadores diversos e regiões distintas. Estas ações permitiram avaliar condições técnicas e organizativas no terreno e contribuíram decisivamente para o esclarecimento de situações de desconformidade e para o delinear de soluções.

Face aos anos anteriores, trata-se de um número reduzido de fiscalizações externas, mas tal circunstância decorreu e foi compensada pelo elevadíssimo número de fiscalizações internas, realizadas no quadro da apreciação dos pedidos de renovação das licenças. Deste modo, manteve-se a habitual abrangência do controlo efetivo e continuado da atividade radiofónica por parte da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

As ações realizadas comprovaram a falta de meios dos operadores de âmbito local, alegando muitos uma já longa tendência de quebra na venda de publicidade, incluindo a institucional das autarquias locais, entre outras.

Esta situação justificará, pelo menos em parte, a existência de alguns projetos desgastados, com falta de dinamismo, interação e inovação na programação, funcionando em modo semiautomático, com muito tempo de emissão baseada em *playlists* musicais.

É certo que a solução do problema passa, em parte, pelos próprios operadores, pela sua capacidade de inovar, mas, reconhecendo o importantíssimo papel das rádios locais e regionais na promoção de direitos essenciais em democracia, como sejam os de informar, de se informar e de ser informado, torna-se recomendável a revisão dos apoios existentes e das obrigações que recaem nestes órgãos, designadamente de natureza fiscal.

A fiscalização externas permitiu, ainda, compreender e comprovar outra dificuldade dos operadores locais, a generalidade dos quais microempresas ou entidades do setor cooperativo, e que advém da obrigação estabelecida no n.º 5 do artigo 33.º da Lei da Rádio, que impede os jornalistas ou equiparados, com responsabilidades de direção na área informativa dos serviços de programas, de integrarem simultaneamente os corpos sociais dos respetivos operadores.

Sucedem que, em muitos serviços de programas locais, esta proibição pode constituir um obstáculo à prossecução da atividade. De facto, e a título de exemplo, se um jornalista estiver em efetivo exercício de funções num órgão social de uma cooperativa cujo objeto social seja meramente cultural ou humanitário, sem fins lucrativos, e que detenha um serviço de programas de rádio que difunda informação, não poderá assumir a responsabilidade editorial do serviço de programas.

Ciente da dificuldade de aplicação desta disposição, a ERC tem analisado casuisticamente as situações, impondo que o titular do órgão social do operador que assuma também responsabilidades editoriais não tenha funções executivas naquele órgão social.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2024, a ERC empreendeu um considerável esforço na execução das suas competências de regulação e supervisão no setor da rádio, especialmente face ao volume e complexidade de muitos dos processos analisados durante o ano, incluindo as renovações das licenças.

Considerando os resultados de 2024, os procedimentos de renovação de licenças previstos para 2025 serão avaliados à luz dos mesmos pressupostos e do modelo de análise utilizado no ano transato.

A tendência observada, seja quanto à concentração de meios, seja quanto ao desenvolvimento de projetos de associação e parceria entre os operadores, irá provavelmente manter-se nos próximos anos. Muitos operadores locais de pequena dimensão não têm, por motivos diversos, conseguido alcançar a estabilidade necessária para garantir a autonomia dos projetos. Afigura-se necessário encontrar novas formas de apoio à atividade, no sentido da modernização e inovação dos operadores e serviços de programas. Projetos editoriais robustos e inovadores fomentam a captação de audiência e publicidade, facilitando a sustentabilidade dos operadores e respetivos projetos.

Em 2025, a ERC não só irá manter como pretende fortalecer a monitorização dos efeitos da concentração de meios, avaliando regularmente o mercado radiofónico em termos de pluralismo e diversidade, o que, aliás, constitui missão prioritária do Regulador.

Neste sentido, anuncia-se o reforço da fiscalização sistemática da programação, aumentando a frequência das auditorias a realizar aos serviços de programas e aos operadores, através da respetiva previsão no Plano Anual de Fiscalização Externa (Rádio) da ERC.

Por último, a ERC procederá ao desenvolvimento dos tópicos aqui tratados, no âmbito de estudo sobre o setor da Rádio, o qual estará concluído no primeiro semestre de 2025.

Temas de Intervenção Regulatória

Transparência dos *Media*

TRANSPARÊNCIA DOS *MEDIA*: TITULARIDADE, GESTÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO

1. VISÃO GLOBAL

O regime jurídico da transparência, materializado através da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, (Lei da Transparência) e do Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro, (Regulamento), promove a salvaguarda da liberdade de expressão e do pluralismo procurando assegurar a independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

Compete à ERC, à luz dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2025, de 8 de novembro, «zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico...» e «...assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social» [artigo 8.º, alíneas c) e j), dos Estatutos].

O presente capítulo visa retratar a atividade do regulador no quadro destas competências, densificando o enquadramento legal da atividade e veiculando exemplos do resultado da atividade regulatória, quer no que concerne à organização, gestão e acompanhamento da informação constante do Portal da Transparência¹, quer no que se refere à atividade deliberativa.

A 15 de maio de 2025, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1427 entidades proprietárias que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras de 1871 órgãos de comunicação social (OCS).

Aproximadamente metade das entidades proprietárias (46%) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto. As pessoas coletivas representam 80% das entidades proprietárias e tendem a constituir-se como sociedades comerciais, nas suas diversas formas (45% das entidades proprietárias). A comunicação social é a atividade principal de 59% das entidades proprietárias. Cerca de um quinto das entidades proprietárias identificadas são pessoas singulares, o que se constata sobretudo no caso das publicações periódicas. Este cenário revela a diversidade do quadro da propriedade dos meios de comunicação, onde grandes grupos empresariais coexistem com iniciativas individuais.

Predominam as entidades coletivas de pequena dimensão, com enfoque na imprensa - tanto em papel como *online* - e que, na maioria dos casos, detêm apenas uma publicação periódica. São poucas as entidades que detêm mais do que um órgão de comunicação social, e mais excecionais são as que possuem diferentes tipos de meios, o que é indicativo das exigências crescentes associadas à diversificação e expansão do negócio mediático, que apenas algumas entidades conseguem suportar, num setor cada vez mais competitivo e concentrado.

¹ <https://portaltransparencia.erc.pt/>

2. ENQUADRAMENTO LEGAL DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

2.1. ÂMBITO DE APLICAÇÃO

O regime jurídico da transparência dos media² abrange todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prosseguem atividades de comunicação social.

O âmbito subjetivo resulta desde logo do artigo 2.º da Lei da Transparência e apresenta similitude ao universo de entidades reguladas pela ERC³ tipificadas no artigo 6.º dos seus Estatutos aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, nomeadamente:

- As agências noticiosas;
- As pessoas singulares ou coletivas que editam publicações periódicas;
- Os operadores de rádio e de televisão;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, serviços de programas de rádio ou de televisão;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente.

2.2. DIMENSÕES DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

A transparência dos *media* concretiza-se em três pilares fundamentais – **titularidade, gestão e meios de financiamento**.

Todas as entidades abrangidas, independentemente da sua forma jurídica, devem comunicar à ERC a respetiva relação dos titulares das participações sociais, a composição dos órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos (cf. *infra* Figura 1).

Adicionalmente, se for aplicável, devem ser descritas as “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5% do capital social). As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda reportar os principais fluxos financeiros, clientes relevantes (representantes de 10% ou mais dos rendimentos) e detentores relevantes do passivo (representantes de 10% ou mais do passivo). As sociedades comerciais devem igualmente elaborar um relatório anual sobre as práticas de governo societário por si adotadas.

² Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, regulamentada pelo Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro, que revogou o Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril.

³ A referência deste universo é a base de dados de registos ativos dos órgãos de comunicação social gerida pela Unidade de Registos da ERC.

FIG.1 – SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES A COMUNICAR À ERC NO ÂMBITO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

Áreas de reporte	Quem comunica?	O quê?	Quando?
Titularidade (direta e indireta)	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Titulares das participações sociais; cadeia de imputação das “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 %); aumento ou redução da percentagem de participação	Comunicação inicial e atualizações
Gestão	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Composição dos órgãos sociais	Comunicação inicial e atualizações
Órgãos de comunicação social	Todos os regulados (pessoas singulares e coletivas)	Identificação do(s) OCS detido(s)/editado(s); identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos	Comunicação inicial e atualizações
Dados financeiros	Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada	Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo	Anualmente, até 30 de junho
Governança corporativa	Sociedades comerciais reguladas	Relatório de governo societário	Anualmente, até 30 de abril

2.3. PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Conforme acima referido, são reportadas à ERC informações sobre os titulares dos órgãos sociais, os dados financeiros, os relatórios de governo societário e a titularidade direta das participações sociais. A partir desta base, é também possível reconstituir as cadeias de titularidade indireta, sempre que estejam em causa “participações qualificadas”, assegurando-se assim uma visão transparente e completa da estrutura de propriedade dos órgãos de comunicação social.

Importa ainda salientar que os níveis e a natureza das obrigações de reporte variam consoante o tipo de entidade proprietária de órgãos de comunicação social. No caso das pessoas coletivas com forma societária, como sociedades anónimas e sociedades por quotas, o reporte é mais detalhado, exigindo a identificação dos titulares de participações e dos órgãos sociais, bem como a apresentação de demonstrações financeiras e de relatórios de governo societário (RGS). Por sua vez, as pessoas coletivas com forma não societária não estão obrigadas à apresentação de relatórios de governo societário anuais.

Já as pessoas singulares que sejam proprietárias de órgãos de comunicação social, e que não disponham de contabilidade organizada, estão sujeitas a obrigações declarativas mais simplificadas, centradas sobretudo na identificação pessoal, no tipo de atividade desenvolvida e no número de órgãos de comunicação social detidos. Esta diferenciação permite ajustar as exigências de transparência à complexidade e dimensão das entidades envolvidas, assegurando o cumprimento dos objetivos de escrutínio e clareza definidos pela Lei da Transparência.

O RGS é o documento que descreve o sistema de regras e condutas relativo ao exercício da direção e do controlo da sociedade, e que visa promover a transparência e prestar contas sobre a estrutura de capital, gestão, controles internos e práticas de responsabilidade editorial da empresa.

De acordo com o artigo 16.º da Lei da Transparência, as entidades reguladas pela ERC que desenvolvam a sua atividade sob forma societária devem apresentar, até ao dia 30 de abril de cada ano, um RGS. Este relatório abrange tópicos como estrutura do capital, participações sociais, operações com ações, existência ou não de remunerações, transações com partes relacionadas, entre outros. Por vezes, detalha a forma de cumprimento de princípios de boa gestão empresarial, como políticas de responsabilidade social, proteção ambiental e ética.

No Anexo 1 do Regulamento n.º 835/2020, de 2 de outubro, estão indicados os elementos obrigatórios do RGS a comunicar anualmente à ERC e elementos de comunicação necessária apenas se aplicáveis ou existentes. A distinção pretende adaptar as exigências legais às estruturas organizacionais das empresas de comunicação social, sendo que estruturas mais complexas, maiores e mais densamente organizadas, naturalmente dispõem de órgãos, procedimentos e mecanismos de gestão e de controlo interno inexistentes em estruturas mais simples.

Todas as estruturas devem, do ponto de vista da transparência, publicitar os mecanismos de que dispõem para minimizar os conflitos de interesses ou eventuais poderes de influência a que possam estar sujeitas, tendo em vista a preservação da sua independência perante o poder económico e político. Tratando-se de estruturas complexas ainda mais importante é conhecer a sua tipologia organizacional em prol dessa mesma transparência.

2.4. INSTRUMENTOS DE APOIO AO CUMPRIMENTO DA LEI

O Regulador privilegia, na atividade desenvolvida para garantia do cumprimento das obrigações legalmente estabelecidas e promoção da transparência da propriedade, gestão e meio de financiamento dos órgãos de comunicação social, uma abordagem colaborativa, respondendo aos esclarecimentos e solicitações de acompanhamento do processo de prestação de informação pelos regulados, promovendo um processo contínuo de melhoria da qualidade da informação prestada. A importância dos valores subjacentes ao regime (pluralismo, isenção e liberdade editorial dos meios) justifica que o legislador tenha ainda concedido à ERC poderes sancionatórios e mecanismos administrativos próprios de reação a situações de manutenção de falta de transparência com vista à sua correção. Destarte, o incumprimento das obrigações declarativas previstas na Lei da Transparência dos Media pode redundar em sanções significativas, incluindo a aplicação de coimas (artigo 17.º da Lei da Transparência) e, em situações de falta de transparência na identificação da cadeia de participações, na suspensão do exercício de direitos de voto e patrimoniais até à regularização da situação (artigo 14.º da Lei da Transparência).

Para além do efeito preventivo e dissuasor do incumprimento, estas consequências visam garantir a divulgação clara e rigorosa da titularidade e do financiamento dos órgãos de comunicação social, promovendo a confiança pública no setor.

3. O SETOR DOS *MEDIA* CARATERIZADO COM BASE NA INFORMAÇÃO REPORTADA

3.1. CARACTERIZAÇÃO DAS ENTIDADES REGISTADAS

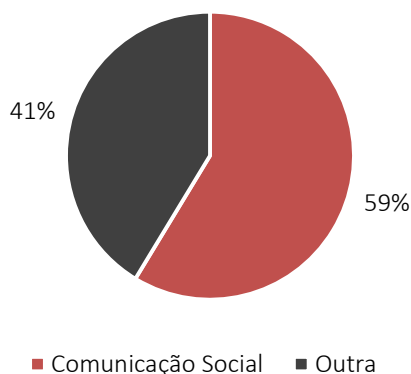
Neste ponto apresenta-se uma visão agregada e trabalhada do setor com base nos elementos comunicados pelos Regulados na Plataforma da Transparência e exibidos publicamente no Portal da Transparência⁴.

Os dados aqui apresentados dizem respeito a entidades que detêm diretamente órgãos de comunicação social, ou seja, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma da Transparência. Designamos estas entidades por “entidades-base”.

Um dos elementos fundamentais para compreender a estrutura e a dinâmica do setor em Portugal é a análise da atividade económica principal das empresas proprietárias de órgãos de comunicação social. A distinção entre entidades cuja principal vocação é a comunicação social e outras para quem esta atividade é acessória ou complementar permite identificar o grau de especialização e o impacto económico de cada uma no panorama mediático nacional. O gráfico abaixo representado é ilustrativo do panorama nacional, evidenciando que mais de 50% das entidades proprietárias têm como atividade principal a comunicação social.

FIG.2 – ATIVIDADE ECONÓMICA PRINCIPAL DE EMPRESAS PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Proprietários de Órgãos de Comunicação Social por Tipo de Atividade Principal - Empresas e Pessoas Singulares

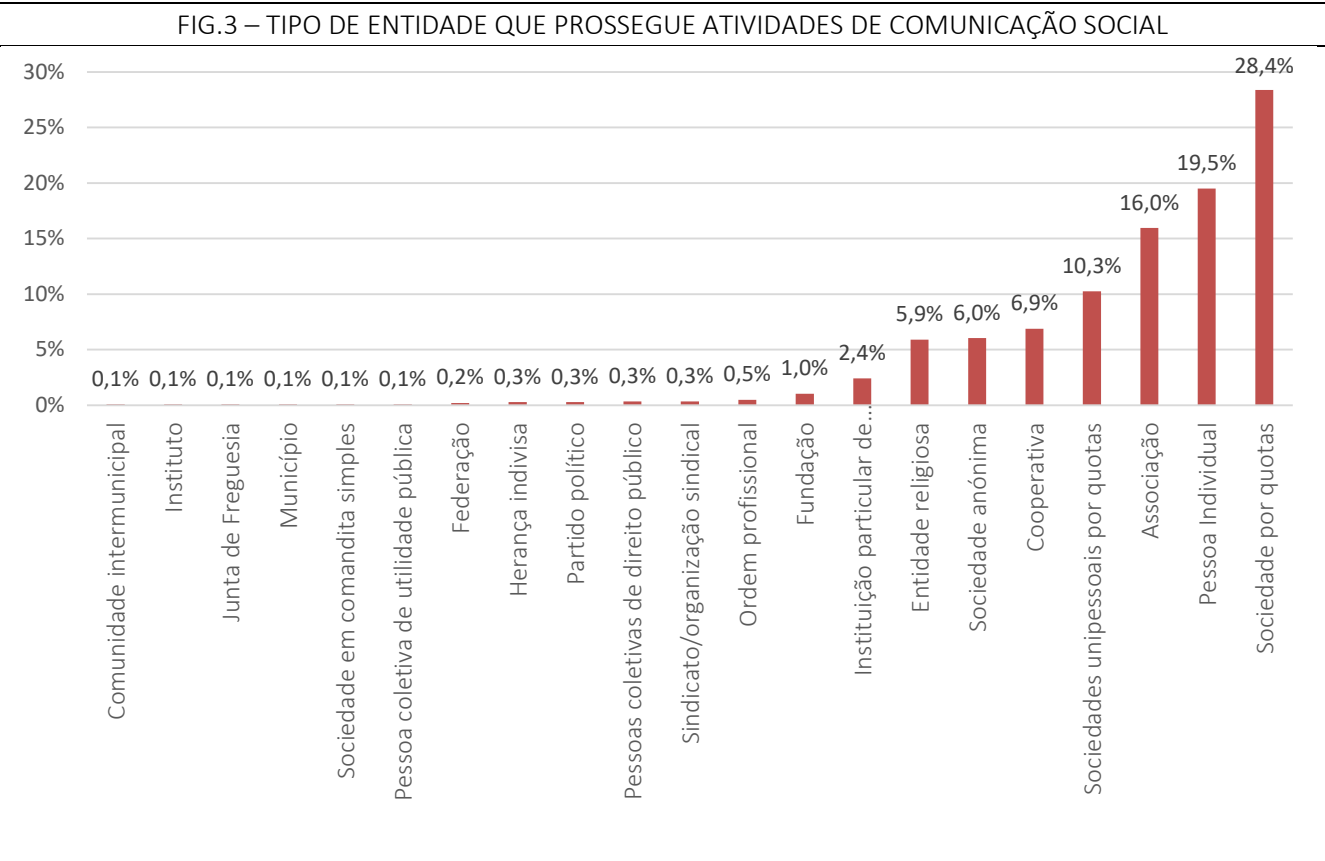


Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

Observada a tipologia de pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social, predominam as sociedades comerciais como figuras jurídicas, nos seus vários tipos: 45,1%. As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e, a larga distância, as cooperativas e as entidades religiosas.

⁴ Inclui pessoas coletivas e pessoas singulares.

As sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (28,4%), seguindo-se as associações (16%), as sociedades unipessoais por quotas (10,3%), as cooperativas (6,9%), as sociedades anónimas (6%), e as entidades religiosas (5,9%), que correspondem, sobretudo, a fábricas de igreja. As demais figuras jurídicas são residuais (Figura 3).



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

As publicações periódicas (PP) em suporte papel ou papel/*online* são o principal tipo de OCS detido pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social (71,3%)⁵. Seguem-se os operadores de rádio, que representam 20,5% dos OCS registados, e os serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet (SPDEI) que, em conjunto (webradio e webtv), representam 1,8%.

Por comparação, é residual o número de operadores de televisão, agências noticiosas, operadores de distribuição e operadores de serviços audiovisuais a pedido registados, apesar de, tipicamente, corresponderem a algumas das maiores empresas do setor (Figura 4).

⁵ Categoria “PP papel ou papel/*online*”, que compreende publicações periódicas registadas na ERC em suporte “papel”, “*online*” ou “papel e *online*”.

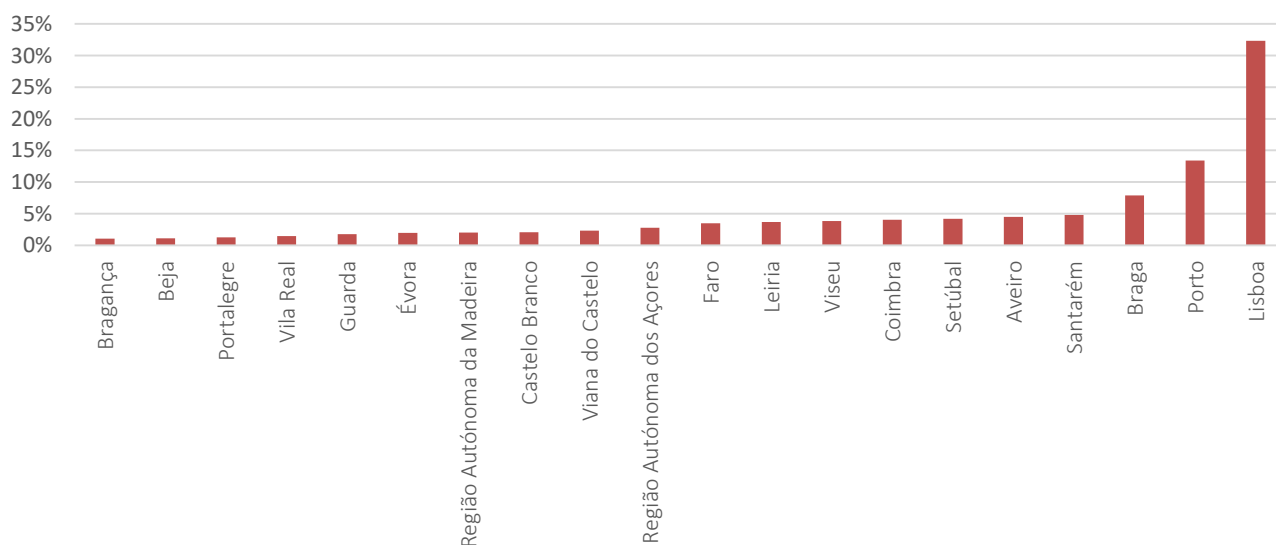
FIG.4 – PERCENTAGEM DE PROPRIETÁRIOS POR TIPO DE OCS DETIDO

TIPOS DE OCS DETIDOS	%
Empresa Noticiosa	0,1%
Operador de Distribuição	0,1%
Operador de Distribuição+Operador Televisivo+Serviço Audiovisual a Pedido	0,1%
Operador de Distribuição+Publicação Periódica+Serviço Audiovisual a Pedido	0,1%
Operador de Distribuição+Serviço Audiovisual a Pedido	0,1%
Operador de Rádio	0,2%
Operador de Rádio+Publicação Periódica	0,2%
Operador de Rádio+Publicação Periódica+Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,3%
Operador de Rádio+Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,3%
Operador Televisivo	0,3%
Operador Televisivo+Publicação Periódica	0,4%
Operador Televisivo+Serviço Audiovisual a Pedido	0,5%
Publicação Periódica	0,7%
Publicação Periódica+Serviço Audiovisual a Pedido	1,2%
Publicação Periódica+Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	1,7%
Operador de Rádio+Operador Televisivo	1,8%
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	20,5%
Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet	71,3%
	100,0%

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa e Porto, concentram o maior número de entidades de comunicação social e de OCS: Lisboa com cerca de 32,3% das entidades proprietárias; Porto com cerca de 13,4% das entidades proprietárias. Em sentido contrário, Beja, Bragança, Portalegre e Vila Real correspondem aos distritos com menor número de entidades proprietárias. Aproximadamente 4,8% das entidades proprietárias estão sedeadas nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (Figura 5).

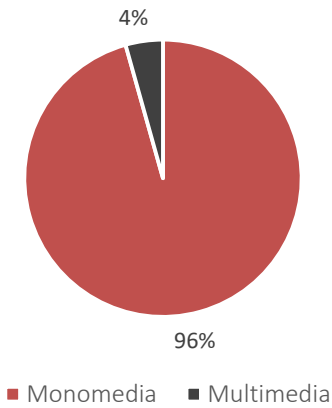
FIG.5 – PROPRIETÁRIOS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL POR DISTRITO



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

A grande maioria das entidades-base de comunicação social (96 %) detém um único tipo de OCS, apresentando, nesta dimensão, um baixo nível de concentração (Figura 6). No entanto, o nível de concentração poderá aumentar quando se analisa a titularidade do capital social e a composição dos órgãos sociais destas entidades, conforme descrito adiante no ponto dedicado aos grupos de media. As restantes 4 % possuem mais do que um tipo de OCS.

FIG.6 – PERCENTAGEM DE ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE APENAS UM ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (MONOMEDIA)



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

Entre as entidades detentoras de meios de comunicação de diferentes tipos (multimédia), a combinação mais comum é entre operador de rádio e imprensa (Figura 7).

FIG.7 – COMBINAÇÕES DE TIPOS DE OCS DAS ENTIDADES MULTIMÉDIA

TIPOS DE OCS	Nº de entidades
Operador de Distribuição + Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Operador de Distribuição + Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Operador de Rádio + Operador Televisivo	1
Operador de Distribuição + Serviço Audiovisual a Pedido	2
Operador de Rádio + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	3
Operador de Rádio + Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	4
Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	4
Operador Televisivo + Publicação Periódica	5
Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	8
Operador de Rádio + Publicação Periódica	20
TOTAL	50

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2025. Elaboração ERC.

3.2. CLIENTES RELEVANTES E DETENTORES DE PASSIVOS RELEVANTES

Os clientes relevantes (no âmbito do regime jurídico da transparência, aqueles que representem 10% ou mais dos rendimentos totais) podem ter um poder de influência significativo na gestão de uma empresa ou organização de media. Estes poderão ter a capacidade de moldar políticas corporativas, práticas de governança e até mesmo a direção estratégica da organização, contando representem fatias substanciais das receitas da empresa, criando um grau de dependência.

A análise acerca da possível exposição dos órgãos de comunicação social a interesses dos seus clientes é um exercício crucial. Uma boa forma de a medir é avaliar o grau de concentração, ou seja, quanto mais a geração de receitas de uma empresa esteja dependente de um determinado cliente (s) (maior concentração), maior será potencialmente o seu poder sobre a empresa prestadora de serviços de comunicação social.

Dado o exposto, é fundamental para a defesa dos valores do pluralismo e da independência editorial no jornalismo identificar todos os clientes relevantes das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, avaliar o grau de dependência destas face a tais clientes, e identificar potenciais influências no conteúdo jornalístico produzido por tais entidades.

Os órgãos de comunicação social em Portugal, de acordo com as declarações das entidades proprietárias realizadas em 2024, apresentam uma carteira de clientes bastante diversificada, mas com algumas tendências marcantes. Entre os clientes mais comuns destacam-se os municípios, que utilizam frequentemente os meios de comunicação para divulgar informação institucional, campanhas e iniciativas locais, refletindo a crescente importância da comunicação municipal. Além dos municípios, são relevantes as empresas pertencentes ao mesmo grupo económico ou com as quais existem contratos de associação, o que pode indicar relações de interdependência financeira e estratégica. Entidades religiosas também figuram entre os clientes habituais, recorrendo aos meios de comunicação para promover a sua mensagem e eventos, numa lógica de marketing religioso que utiliza a comunicação social como ferramenta essencial para a sua presença pública. O setor da saúde e bem-estar, supermercados e agências de meios completam este panorama, recorrendo à comunicação social para campanhas de sensibilização, promoção de serviços e produtos, e gestão de imagem junto do público.

Por outro lado, os detentores de passivo ou credores podem igualmente desempenhar um papel crucial nas finanças de qualquer entidade que preste serviços de comunicação social. Fornecem capital por meio de empréstimos ou outras facilidades de pagamento, o que ajuda a financiar operações diárias, projetos de expansão e investimentos em ativos.

No contexto da gestão, e para além do papel que desempenham no desenvolvimento da atividade corrente das empresas, os credores têm influência em áreas críticas e em certos casos específicos como i) aprovação de Planos de Recuperação (durante processos de recuperação judicial, os credores têm poder significativo na negociação e aprovação do plano de recuperação da empresa em crise; e ii) Responsabilidade Legal e Contratual (os credores podem responsabilizar os administradores por danos causados à empresa, como violação de deveres ou preterição de obrigações legais); da proteção dos seus interesses (os administradores devem considerar os interesses de longo prazo dos credores ao tomar decisões que afetam a empresa).

Em 2024, a análise dos detentores relevantes do passivo a título de dívidas a fornecedores das entidades proprietárias de órgãos de comunicação social em Portugal revela que, nos casos em que a dívida a fornecedores corresponde a mais de 50% do passivo de determinadas entidades, está concentrado num único titular (isto é, predominam as entidades que são simultaneamente credoras e titulares do capital social). Além dos fornecedores, avultam normalmente entre os credores relevantes os próprios sócios (suprimentos) e entidades financeiras.

3.3. ESTRUTURAS COMPLEXAS

Nas páginas seguintes é apresentada a estrutura de alguns dos principais grupos de media nacionais. Os diagramas foram construídos exclusivamente a partir da informação comunicada pelas “empresas-base” na Plataforma da Transparência.

Esses grupos são importantes no panorama da comunicação social em Portugal e operam em mercados globais, internacionalizados, com uma lógica de integração vertical e uma forte presença tecnológica.

A título de exemplo selecionaram-se as seguintes entidades: (i) um grupo multimédia TV/imprensa/Rádio (Medialivre), (ii) um grupo multimédia rádio/imprensa (Global Media), (iii) um grupo eminentemente presente na televisão (Media Capital), (iv) um grupo radiofónico (Bauer), (v) um distribuidor de STVS (NOS), (vi) um grupo com presença predominante na internet (Observador) e (vii) um grupo multimédia TV/imprensa (Impresa).

i) MEDIALIVRE S.A. (ANTERIOR COFINA MEDIA S.A.)

A Media Livre tem sede em Lisboa e desenvolve a sua atividade principal no âmbito de atividades de imprensa e televisão. A empresa foi fundada em 1995 e, mais recentemente, em 2023, foi adquirida por um Management Buyout e outros investidores como Cristiano Ronaldo.

FIG.8 – OCS DO GRUPO MEDIA LIVRE		
Designação	Tipo	Distrito
Aquela Máquina	Online	Lisboa
Correio da Manhã	Imprensa	Lisboa
Destak	Imprensa	Lisboa
Flash	Online	Lisboa
Máxima	Online	Lisboa
MediaLivre, S.A. (CMTV)	Televisão	Lisboa
Negócios	Imprensa	Lisboa
Pets and Company	Online	Lisboa
Record	Imprensa	Lisboa
Sábado	Imprensa	Lisboa
TvGuia	Imprensa	Lisboa
Rádio Festival do Norte, SA (CM Rádio 94.8)	Rádio	Porto
Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, SA (Rádio SBSR)	Rádio	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2025)

Em 2024, a Medialivre entrou no setor da rádio ao adquirir a Rádio SBSR e a Rádio Festival, ambas até então detidas pela Música no Coração – Sociedade Portuguesa de Entretenimento, Unipessoal, Lda., propriedade de Luís Montez.

Além de deter os órgãos de comunicação social acima referidos, a Medialivre é igualmente responsável pela edição da publicação periódica Sabe Bem Faz Bem, da sociedade Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A..

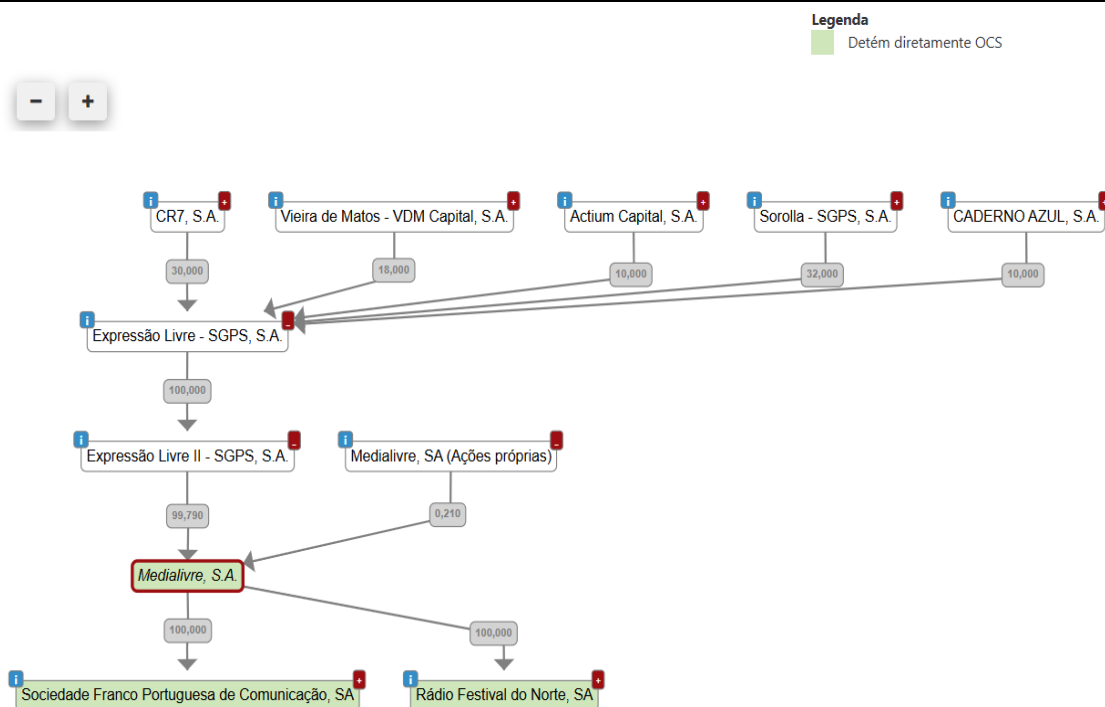
FIG.9 – BENEFICIÁRIOS INDIVIDUAIS DO GRUPO MEDIA LIVRE

Nome	Percentagem de detenção por via indireta
Cristiano Ronaldo dos Santos Aveiro	29,934%
Domingos José Vieira de Matos	16,182%
Paulo Jorge dos Santos Fernandes	9,979%
Octávio Manuel Martins Ribeiro	5,748%
Ana Isabel dos Santos Dias Garcia da Fonseca	5,748%
João Manuel Matos Borges de Oliveira	4,999%
Isabel Maria Sales Grade Reis Rodrigues	3,513%
Carlos Filipe Espinho Rodrigues	3,513%
Luís dos Reis Ferreira	3,513%
Carlos Fernando de Carvalho Barbosa da Cruz	0,639%

Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (15-05-2025)

A estrutura de capital direta do grupo encontra-se descrita nas Figura 10 (a [estrutura de propriedade detalhada](#) do grupo Medialivre poderá ser consultada no Portal da Transparência).

FIG.10 – ESTRUTURA DE CAPITAL DIRETA DO GRUPO MEDIALIVRE S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2025)

ii) GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP

A Global Notícias Media Group (GNMG) é a empresa *holding* do Grupo Global Notícias um dos maiores grupos de media a atuar em Portugal. Está presente nos setores da imprensa, rádio e no digital. Está associada a marcas de referência como a TSF, títulos centenários como o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias, a marca desportiva O Jogo e o económico Dinheiro Vivo. A estas juntam-se o Delas.pt e o Motor 24, bem como o título de informação de entretenimento N-TV. Na área de revistas contam-se a Evasões, a Volta ao Mundo, a Notícias Magazine, a Men's Health e a Women's Health.

Em 2024 realizou-se um acordo de venda de parte dos títulos da GNMG à Notícias Ilimitadas, S.A. O contrato definitivo de transmissão de marcas editoriais e de aumento de capital foi celebrado no final de julho desse ano. A Notícias Ilimitadas, S.A. detida a 70% pela empresa veículo Verbos Imaculados, Lda. adquiriu um conjunto de títulos detidos pelo GNMG, como o Jornal de Notícias, o Jornal de Notícias História, O Jogo, Evasões, Volta ao Mundo e Delas. A Global Media, por seu lado, ficou com o controlo do Diário de Notícias e do Açoriano Oriental, entre outros títulos de menor dimensão, e passou a deter 30% em capital e direitos de voto da Notícias Ilimitadas, S.A.

A GNMG. detém também 90% do capital da Açormédia – Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A. e 11,11% do capital da Empresa Diário de Notícias, Lda.

A GNMG e a Notícias Ilimitadas S.A. detêm respetivamente 50% do capital da Rádio Notícias – Produções e Publicidade, SA, através da qual detêm vários operadores de rádio que transmitem a TSF. ⁶

Do universo da GNMG também fazem parte o Açoriano Oriental (detido pela Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, SA) e o Diário de Notícias da Madeira (propriedade da Empresa Diário de Notícias, Lda.).

FIG.11 – OCS DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP, S.A.

Designação	Tipo	Distrito
Diário de Notícias	Imprensa	Lisboa
Dinheiro Vivo	Online	Lisboa
Men's Health	Imprensa	Lisboa
Motor24	Online	Lisboa
Women's Health	Imprensa	Lisboa
Rádio Notícias - Produções e Publicidade, SA	Rádio	Lisboa
Delas (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Online	Porto
Evasões (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Imprensa	Porto
Jornal de Notícias (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Imprensa	Porto
Jornal de Notícias História (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Imprensa	Porto
O Jogo (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Imprensa	Porto
Volta ao mundo (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Imprensa	Porto
Notícias TV (através da Notícias Ilimitadas, S. A.)	Online	Porto
Açoriano Oriental / através da detenção de 90% do capital da Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, SA	Imprensa	Região Autónoma dos Açores
Diário de Notícias (da Madeira) / através da detenção de 11,11% do capital da propriedade da Empresa Diário de Notícias, Lda.	Imprensa	Região Autónoma da Madeira

Fonte: ERC – Portal da Transparência (15-05-2025)

⁶ Para mais informações sobre alterações realizadas e projetadas nas estruturas de propriedade das empresas aqui referenciadas cf. Deliberação ERC/2025/28 (AUT-R) disponível em <https://www.erc.pt/pt/deliberacoes>

A Figura 12 ilustra as percentagens de detenção dos operadores de rádio por via direta e indireta da GNMG tendo em conta a participação direta da empresa no capital da Radio Notícias – Produções e Publicidade S.A.

FIG.12 – OPERADORES DE RÁDIO DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS – MEDIA GROUP, S.A. DETIDAS POR RÁDIO NOTÍCIAS – PRODUÇÕES E PUBLICIDADE, SA

Nome	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção
Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Detém direta e indiretamente	65%
Notícias 2000 FM – Actividade de Radiodifusão Sonora, Lda.*	Detém direta e indiretamente	38,055%
Pense Positivo – Radiodifusão, Lda	Detém direta e indiretamente	65%
Rádio Comercial dos Açores, Lda	Detém direta e indiretamente	65%
TSF – Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, CRL	Detém direta e indiretamente	65%
TSF – Rádio Jornal Lisboa, Lda	Detém direta e indiretamente	65%

Fonte: ERC – Portal da Transparência (15-5-2025)

Os Beneficiários da GNMG estão identificados no quadro seguinte.

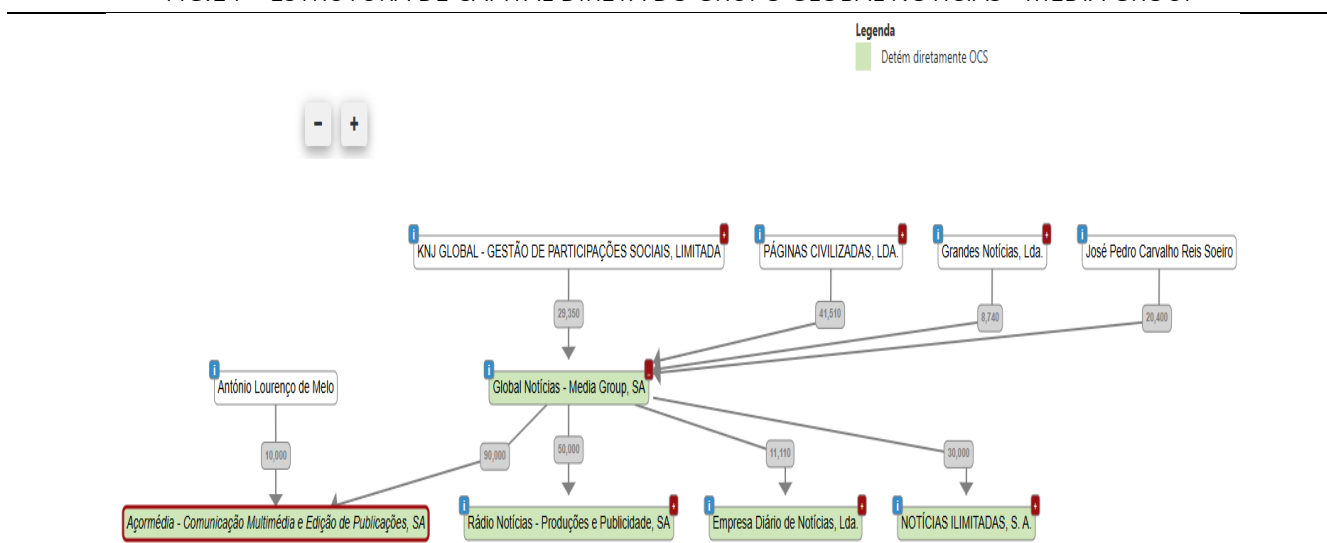
FIG.13 – BENEFICIÁRIOS DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS – MEDIA GROUP, S.A.

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Marco Belo Galinha	24,975%
José Pedro Carvalho Reis Soeiro	20,4 %
Domingos Bernardo Penas Belo	2,389%
Tomás Marques Gomes António Belo	0,807%
Joseph Mark Leivikov Belo Galinha	0,632%
João Waiwo Siu	14,675%
Kevin Ling Lun Ho	14,675%

Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (15-5-2025)

A estrutura de capital direta do grupo encontra-se descrita na Figura 14 (a [estrutura de propriedade detalhada](#) do grupo pode ser consultada no Portal da Transparência).

FIG.14 – ESTRUTURA DE CAPITAL DIRETA DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP



Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (15-5-2025)

iii) GRUPO MEDIA CAPITAL

O Grupo Media Capital, mais especificamente, a sociedade Média Capital, SGPS, S.A. é uma sociedade cotada na bolsa de valores NYSE Euronext Lisboa e desenvolve a sua atividade nos segmentos de comunicação e de produção de conteúdos de entretenimento e informação. Na estrutura operacional do Grupo encontram-se segmentos de negócio como televisão, a produção audiovisual, e digital.

FIG.15 – OCS DO GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA

Designação	Tipo	Entidade Proprietária	Distrito
Away Magazine	Online	Media Capital Digital, SA	Lisboa
MaisFutebol	Online	Media Capital Digital, SA	Lisboa
TVI Player	Serviços Audiovisuais a Pedido	Media Capital Digital, SA	Lisboa
V Versa Por Outro Lado	Online	Media Capital Digital, SA	Lisboa
TVI - Televisão Independente, S.A.	Televisão	TVI - Televisão Independente, S.A.	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-5-2025)

Os Beneficiários Individuais do grupo Media Capital que detêm participações iguais ou acima de 5% do capital estão identificados no quadro seguinte:

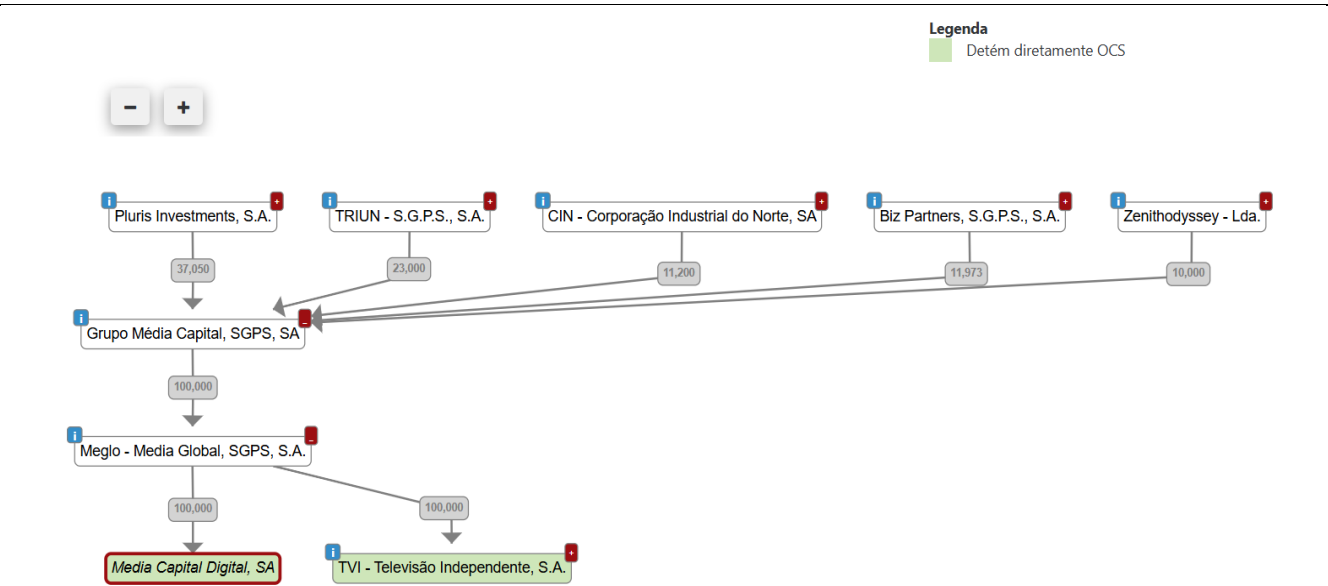
FIG.16 – BENEFICIÁRIOS INDIVIDUAIS COM PELO MENOS 5% DO CAPITAL DO GRUPO MEDIA CAPITAL

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Mário Nuno dos Santos Ferreira	33,344%
Francisco Miguel da Mota Gaspar	7,67%
Mariana da Mota Francisco Gaspar	7,67%
Paulo Alexandre Francisco Gaspar	7,67%

Fonte: ERC - plataforma da Transparência (15-05-2025)

Apresenta-se de seguida a estrutura de capital do grupo Media Capital e dos principais detentores de participações sociais (a [estrutura de propriedade detalhada](#) está acessível no Portal da Transparência).

FIG.17 – ESTRUTURA DE CAPITAL DO GRUPO MEDIA CAPITAL



Fonte: ERC - plataforma da Transparência (15-05-2025)

iv) BMHAUDIO PORTUGAL (GRUPO BAUER)

O Bauer Media Group é um dos maiores grupos de media de propriedade privada do mundo. Foi fundado em Hamburgo em 1875 e na 5ª geração de propriedade familiar, opera em 14 países, incluindo República Checa, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Israel, Noruega, Polónia, Eslováquia, Espanha, Suécia, Reino Unido, Irlanda, EUA e Portugal. A Bauer Media Audio Portugal tem no seu portfólio cinco marcas de entretenimento, Rádio Comercial, M80, Cidade FM, Smooth FM e Batida FM, numa operação de rádio com uma componente digital de grande dimensão adquiridas ao grupo Media Capital.

Os Beneficiários individuais do Grupo Bauer são representados na Figura 18. Apresentam-se os diretos de voto por serem diferentes das percentagens de participação financeira.

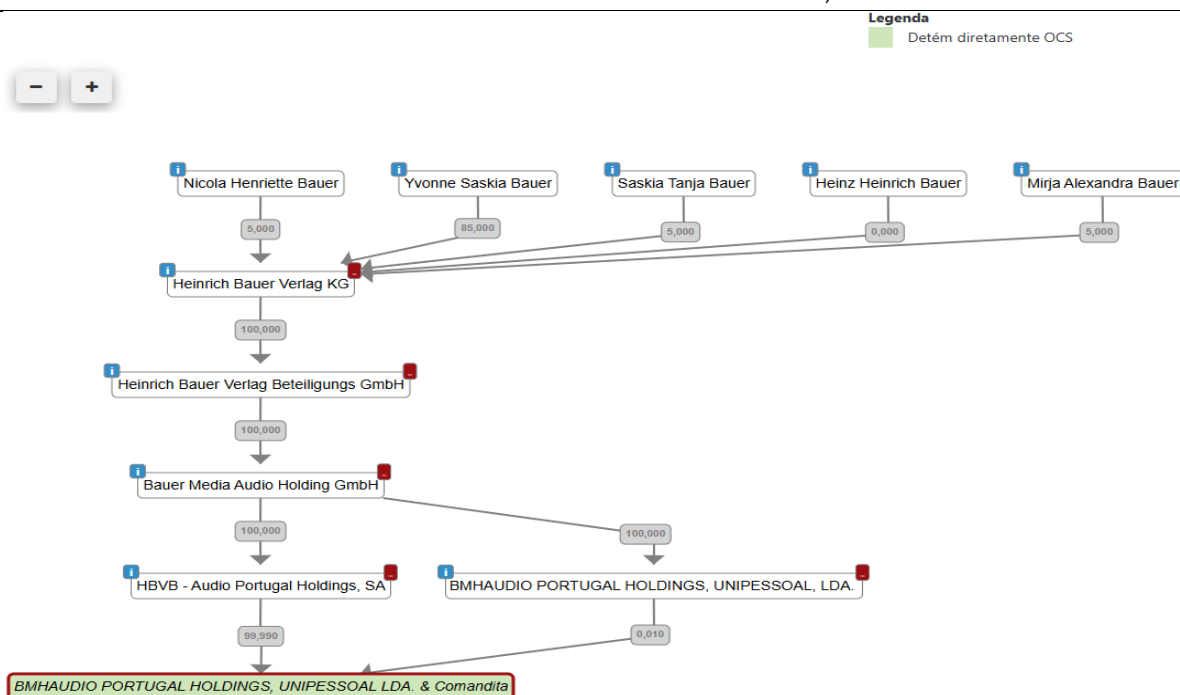
FIG.18 – BENEFICIÁRIOS INDIVIDUAIS COM PELO MENOS 5% DO CAPITAL OU DOS DIREITOS DE VOTO DO GRUPO BMHAUDIO

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta	Direitos de voto por via direta e indireta
Heinz Heinrich Bauer	0,000	49,000
Mirja Alexandra Bauer	5,000	2,550
Nicola Henriette Bauer	5,000	2,550
Saskia Tanja Bauer	5,000	2,550
Yvonne Saskia Bauer	85,000	43,350

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-5-2025).

Apresenta-se de seguida a estrutura do capital social da filial portuguesa do Grupo Bauer (a [estrutura de propriedade detalhada](#) do grupo pode ser consultada no Portal da Transparência).

FIG.19 – ESTRUTURA DE CAPITAL DA BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & COMANDITA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-5-2025)

v) NOS

A empresa NOS, SGPS, S.A., empresa já foi conhecida no passado como PT Multimedia, ZON Multimédia, e como ZON OPTIMUS, SGPS, SA, tem sede em Lisboa e desenvolve a sua atividade principal no âmbito de sociedade gestora de participações sociais não financeiras. Gere as participações sociais do grupo e detém diretamente 4 empresas onde constam operadores de televisão e serviço de distribuição de televisão por subscrição (STVS).

Os OCS de propriedade direta da holding do grupo estão descritos na figura seguinte:

FIG.20 – OCS DO GRUPO NOS

Empresa proprietária do OCS	Designação do OCS	Serviços de Programas	Tipo
NOS, SGPS, S.A. / NOS Audio – Sales and Distribution, SA	NOS Audio – Sales and Distribution, SA	TV CINE TOP	Televisão
		TV CINE EDITION	
		TV CINE EMOTION	
		TV CINE ACTION	
		CANAL NOS	
		NOS Studios	
		TV CINE POWER	
NOS, SGPS, S.A. / NOS Comunicações, S.A.	NOS Comunicações, S.A.	TV CINE TOP	Televisão
		TV CINE EDITION	
		TV CINE EMOTION	
		TV CINE ACTION	
		CANAL NOS	
		NOS Studios	
NOS, SGPS, S.A. / Sport TV Portugal, SA	Sport TV Portugal, SA	SPORT TV 1	Televisão
		SPORT TV 2	
		SPORT TV 3	
		SPORT TV 4	
		SPORT TV 5	
		SPORT TV ÁFRICA	
		SPORT TV +	
		SPORT TV 6	
NOS, SGPS, S.A. / Upstar Comunicações, S.A.	Upstar Comunicações, S.A.	ZAP VIVA	Televisão
		ZAP VIVA Internacional	
		ZAP NOVELAS	
NOS Lusomundo Audiovisuais / Dreamia Holding BV / Dreamia - Serviços de Televisão, SA	Dreamia - Serviço de Televisão, SA	Canal Panda	Televisão
		Canal Blast	
		Canal Hollywood	
		Canal Panda Kids	
		Casa e Cozinha	
		PANDA +	
		Canal Biggs	
	DREAMIA - SERVIÇOS DE TELEVISÃO SA	DREAMIA - SERVIÇOS DE TELEVISÃO SA	Serviço Audiovisual a Pedido
SONAEOM, SGPS, SA / Público - Comunicação Social, SA	Público	n/a	Imprensa
	SIRS - Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, S.A.	Rádio Nova	Rádio

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

Na Figura 21 apresentam-se os beneficiários do Grupo NOS. Apesar de não se atingir individualmente a fasquia dos 5%, apresentam-se os representantes na Família Azevedo, que, no seu todo, detêm, através da Efanor Investimentos, S.G.P.S., S.A. 17,425% do capital da NOS.

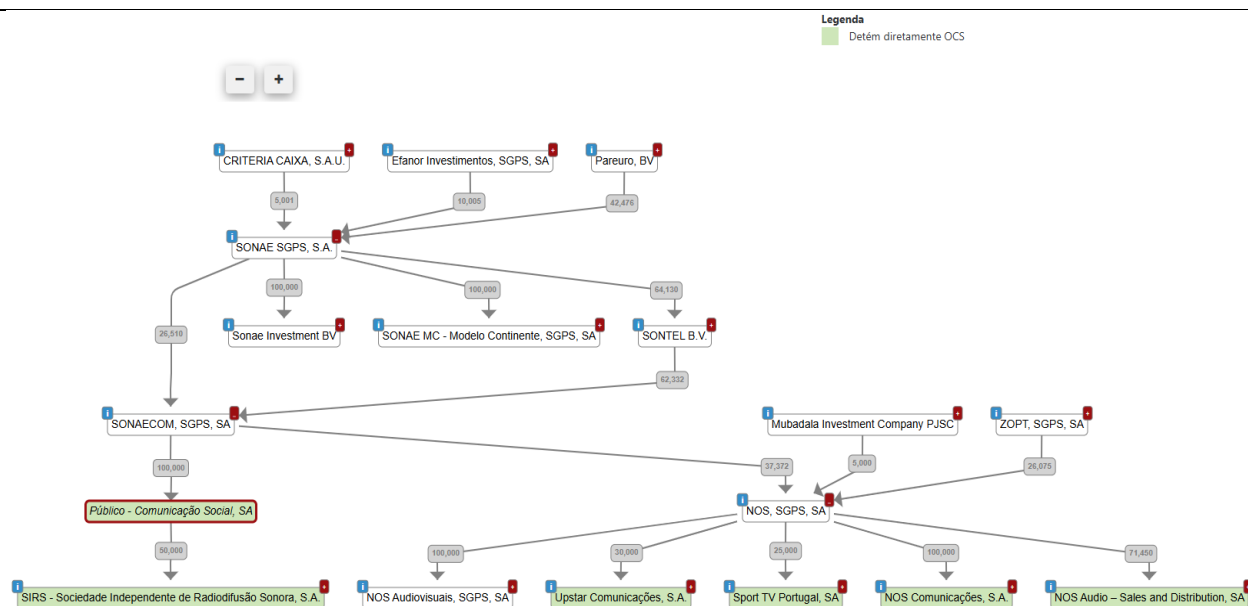
FIG.21 – BENEFICIÁRIOS DO CAPITAL DO GRUPO NOS SGPS SA

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Isabel José dos Santos (através da ZOPT, SGPS, SA)	25,985%
Nuno Miguel Teixeira de Azevedo (através da SONAECON, SGPS, SA e Efanor Investimentos, SGPS, SA)	4,375%
Duarte Paulo Teixeira de Azevedo (através da SONAECON, SGPS, SA e Efanor Investimentos, SGPS, SA)	4,375%
Maria Cláudia Teixeira de Azevedo (através da SONAECON, SGPS, SA e Efanor Investimentos, SGPS, SA)	4,375%
Mubadala Investment Company PJSC - Fundo soberano do governo de Abu Dhabi	3,200%

Fonte: ERC – Plataforma da Transparência (15-5-2025)

Como a estrutura de capital do grupo NOS é complexa, apresentam-se na figura seguinte a estrutura de capital da sociedade gestora de participações sociais NOS SGPS, SA., simplificada em detrimento das detentoras diretas de órgãos de comunicação social (a [estrutura de propriedade detalhada](#) do grupo pode ser consultada no Portal da Transparência).

FIG.22 – ESTRUTURA DE PROPRIEDADE DA NOS SGPS SA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-5-2025)

vi) OBSERVADOR

A sociedade Observador On Time, S.A. desenvolve atividades relacionadas com a criação e exploração de meios de comunicação social, independentemente do suporte e forma de difusão, bem como a criação, produção, agregação, gestão, distribuição e publicação de conteúdos e ainda o agenciamento e representação de produtores de conteúdos. Está presente na rádio e imprensa online.

A Observador On Time detém diretamente a publicação periódica *online* Observador. Para além desta, detém indiretamente os seguintes OCS:

FIG.23 – OCS DO GRUPO OBSERVADOR

Nome do OCS / Serviço de Programas	Nome do Proprietário	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Observador Lifestyle	Cinco Um Zero, Lda.	Detém diretamente	50,000	50,000
Observador Aniversário				
Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda./Rádio Observador	Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Detém diretamente	51,000	51,000
Ao Tom Dela (Rádio), Lda./ Rádio Observador Viseu	Ao Tom Dela (Rádio), Lda.	Detém diretamente	100,000	100,000

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-06-2025)

Os beneficiários individuais do Grupo estão indicados na estrutura de capital, descrita na Figura 24. A [estrutura de propriedade detalhada](#) do grupo pode ser consultada no Portal da Transparência.

FIG.24 – BENEFICIÁRIOS COM PELO MENOS 5% DO CAPITAL DO GRUPO OBSERVADOR

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Luís Manuel Pais do Amaral	49,950
António Carrapatoso	6,590
Ardma SGPS, S.A. (acionista de referência: Pedro de Almeida)	5,000
Teak Capital, S.A. (acionista de referência: Carlos Moreira da Silva)	5,000

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2025)

Para além dos proprietários finais detentores de pelo menos 5% do capital da Observador OnTime, a empresa conta na sua estrutura acionista com mais de 20 pessoas individuais, pelo que não se irá apresentar o organograma desta entidade.

vi) IMPRESA

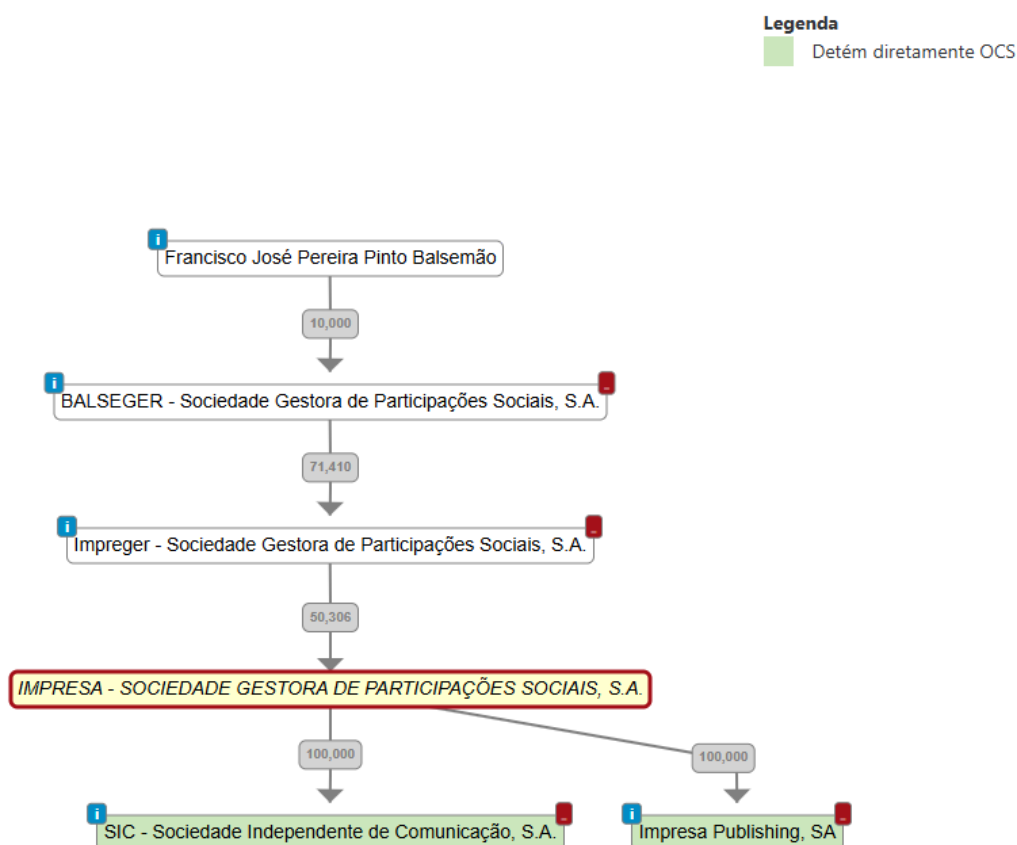
A Impresa é um dos maiores grupos de comunicação em Portugal, tendo sido fundado em 1972 por Francisco Pinto Balsemão. Destaca-se pela sua atuação em diversas áreas dos media, incluindo televisão, imprensa escrita e no digital. Entre as suas marcas mais conhecidas destacam-se a SIC – Sociedade Independente de Comunicação um dos principais serviços de programas do país e o primeiro operador televisivo privado e na imprensa escrita o semanário Expresso.

FIG.25 – OCS DO GRUPO IMPRESA

Designação	Tipo	Entidade Proprietária
BLITZ	Imprensa	Impresa Publishing, SA
EXPRESSO	Imprensa	Impresa Publishing, SA
SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A.	Televisão	SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A.
SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A.	Serviços Audiovisuais a Pedido	SIC – Sociedade Independente de Comunicação S.A.

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2025)

FIG.26 – ESTRUTURA DE PROPRIEDADE DO GRUPO IMPRESA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2025)

4. ATIVIDADE DELIBERATIVA NO ÂMBITO DA TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

Em 2024 o Conselho Regulador aprovou um total de 27 deliberações no contexto da Transparência dos Media, mantendo-se uma atuação ativa e rigorosa no âmbito da promoção da transparência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sob jurisdição portuguesa.

No que respeita à transparência dos media a atividade deliberativa do Regulador no ano de 2024 centrou-se essencialmente em três grupos temáticos, a saber:

- i. Deliberações no âmbito do incumprimento dos deveres de transparência por ausência ou incompletude no reporte de dados relativos à titularidade, à gestão e aos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social;
- ii. Deliberações no seguimento de pedidos de exclusão da publicidade no portal da transparência dos dados reportados pelas entidades reguladas em cumprimento da Lei da Transparência;
- iii. Deliberações no seguimento de averiguações para aferição de eventuais poderes de influência que comprometam o pluralismo, a liberdade de expressão e a independência editorial perante os poderes político e económico.

No acervo das referidas **27 deliberações do Conselho Regulador** produzidas ao longo de 2024, integram-se:

- **10 Deliberações conexas com processos contraordenacionais** ao abrigo das competências previstas no n.º 1 no artigo 17.º da Lei da Transparência. Estes 10 processos redundaram em:
 - 3 Deliberações de arquivamento com consequente extinção da responsabilidade contraordenacional, duas devido a ausência de prova adequada ao preenchimento do elemento subjetivo no que concerne à atuação dolosa das entidades arguidas^{7 8} e uma devido à extinção da entidade regulada na sequência de decisão judicial de insolvência⁹;
 - 5 Deliberações de condenação em cúmulo jurídico^{10 11 12 13 14} com aplicação de coimas entre os 16 700,00€ e os 35 000,00€ pela prática de várias infrações muito graves e graves previstas e punidas nos termos dos n.ºs 2, 3 e 4 do artigo 17.º da Lei da Transparência;
 - 1 Deliberação de condenação na coima no montante de 75 000,00€¹⁵ por perpetração, a título doloso, da infração prevista e punida pela alínea a) do n.º 3 do artigo 17.º da Lei da Transparência.
 - 1 Deliberação de deferimento de um requerimento para pagamento em prestações de uma coima aplicada em processo contraordenacional¹⁶
- **9 Deliberações em contexto de verificação do cumprimento das obrigações legais em matéria de transparência**, a saber:
 - 3 Deliberações referentes à *Global Noticias – Media Group, S.A.* para aplicação do artigo 14.º da Lei da Transparência e que, pela sua relevância, estão autonomizadas em capítulo próprio deste relatório;^{17 18 19}
 - 4 Deliberações prolatadas em processos administrativos relativos ao incumprimento de obrigações legais de reporte do regime da transparência, tais como, a falta de apresentação de relatório de governo societário prevista nos artigos 5.º e 16.º da Lei da Transparência^{20 21}, a falta do reporte legalmente obrigatório da identificação completa de todos os órgãos sociais e respetivos titulares nos termos do n.º 1 do artigo 3.º e do n.º 1 do artigo 5.º, todos da Lei da Transparência²² e a falta do reporte legal obrigatório de mapas contabilísticos e elementos de caracterização financeira nos termos do n.º 1 do artigo 5.º da Lei da Transparência e do n.º 3 do artigo 3.º do Regulamento n.º 835/2020, de 2 de outubro²³ - em todas estas deliberações o Regulador determinou a instauração de

⁷ Deliberação ERC/2024/1 (TRP-MEDIA-PC)

⁸ Deliberação ERC/2024/179 (TRP-MEDIA-PC)

⁹ Deliberação ERC/2024/196 (TRP-MEDIA-PC)

¹⁰ Deliberação ERC/2024/38 (TRP-MEDIA-PC)

¹¹ Deliberação ERC/2024/123 (TRP-MEDIA-PC)

¹² Deliberação ERC/2024/189 (TRP-MEDIA-PC)

¹³ Deliberação ERC/2024/214 (TRP-MEDIA-PC)

¹⁴ Deliberação ERC/2024/516 (TRP-MEDIA-PC)

¹⁵ Deliberação ERC/2024/243 (TRP-MEDIA-PC)

¹⁶ Deliberação ERC/2024/537 (TRP-MEDIA-PC)

¹⁷ Deliberação ERC/2024/6 (TRP-MEDIA)

¹⁸ Deliberação ERC/2024/127 (TRP-MEDIA)

¹⁹ Deliberação ERC/2024/432 (TRP-MEDIA)

²⁰ Deliberação ERC/2024/74 (TRP-MEDIA)

²¹ Deliberação ERC/2024/268 (TRP-MEDIA)

²² Deliberação ERC/2024/153 (TRP-MEDIA)

²³ Deliberação ERC/2024/248 (TRP-MEDIA)

processos de contraordenação pelo incumprimento dos deveres identificados do regime de transparência da comunicação social, nos termos e para os efeitos previstos no artigo 17.º da Lei da Transparência.

- 1 Deliberação prolatada no âmbito de uma participação de uma entidade detentora de órgão de comunicação social contra outra entidade regulada detentora de OCS por alegada ausência de cumprimento das obrigações declarativas previstas na Lei da Transparência²⁴;
- 1 Deliberação de análise de Acordo de Investimento e Parassocial em sede do cumprimento das obrigações previstas no n.ºs 1 e 2 do artigo 15.º da Lei da transparência.²⁵
- **4 Deliberações em Processos de pedidos de confidencialidade** ao abrigo do n.º 1 do artigo 6.º da Lei da Transparência que redundaram em:
 - 2 Deliberações de deferimento²⁶ (uma delas de deferimento parcial²⁷) de exclusão da publicidade de dados no Portal da Transparência;
 - 2 Deliberações de indeferimento de exclusão da publicidade de dados no Portal da Transparência.^{28 29}
- **4 Deliberações no âmbito de procedimentos de averiguações para aferir de eventuais poderes de influência** que comprometam o pluralismo, a liberdade de expressão e a independência editorial perante os poderes político e económico, saber:
 - 2 Deliberações no âmbito de um procedimento **oficiosamente** instaurado para de averiguações para aferir, ao abrigo das atribuições e competências previstas no artigo 8.º [alíneas a), b), c), d) e e)] e na alínea q) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, acerca de eventuais poderes de influência e da transparência dos fluxos de capitais investidos pela Alpac Capital na Newsplex, S.A., proprietária das publicações “Nascer do Sol”, “I Inevitável” e “Portugal de Amanhã”³⁰. O processo culminou com uma decisão de arquivamento, uma vez que não se comprovou a existência de poderes de influência sobre a opinião pública representados pelos detentores diretos e indiretos da Newsplex, S.A., bem como de falta de transparência dos fluxos financeiros identificados³¹;
 - 2 Deliberações prolatadas no seguimento de **participações/queixas** apresentadas na ERC contra órgãos de comunicação social por alegada publicidade não identificada³² suscetível de comprometer a transparência e a independência da informação jornalística e por alegada ilegalidade de contratos de prestação de serviços celebrados entre um órgão de comunicação social e uma entidade pública³³.

²⁴ Deliberação ERC/2024/570 (TRP-MEDIA)

²⁵ Deliberação ERC/2024/238 (TRP-MEDIA)

²⁶ Deliberação ERC/2024/239 (TRP-MEDIA)

²⁷ Deliberação ERC/2024/532 (TRP-MEDIA)

²⁸ Deliberação ERC/2024/533 (TRP-MEDIA)

²⁹ Deliberação ERC/2024/539 (TRP-MEDIA)

³⁰ Deliberação ERC/2024/278 (OUT)

³¹ Deliberação ERC/2024/438 (OUT)

³² Deliberação ERC/2024/445 (OUT-I)

³³ Deliberação ERC/2024/446 (OUT-I)

No âmbito da sua atividade deliberativa, a ERC deu continuidade ao reforço da necessidade de cumprimento das obrigações legais de reporte, exigindo que as entidades reguladas e detentoras de órgãos de comunicação social atualizassem e comunicassem, de forma detalhada, a titularidade do capital social, a composição dos respetivos órgãos sociais e, bem assim, quaisquer alterações relevantes nestas estruturas.

Sempre que se revelou necessário, a ERC interveio para corrigir situações de falta de transparência na identificação da cadeia de imputação de participações sociais, exigindo a divulgação detalhada dos titulares efetivos e das estruturas de propriedade (assim sucedeu, a título de exemplo, em janeiro de 2024 com a decisão prolatada em relação à Global Noticias – Media Group, S.A.³⁴) e, bem assim, empenhou-se em acompanhar de forma permanente o dinamismo das alterações naturalmente verificadas nas estruturas societárias das entidades com deveres de reporte ao abrigo da Lei da Transparência.

A atuação do Conselho Regulador no âmbito das suas competências deliberativas no contexto da transparência dos *media* foi marcada por uma abordagem preventiva e corretiva, com intervenções diretas em casos de opacidade ou de indiciação de exercício de poderes de influência nocivos ao pluralismo, liberdade de expressão e independência editorial e bem assim com propostas de revisão legislativa e reforço dos mecanismos de acesso público à informação³⁵.

A atividade deliberativa da ERC em 2024 revela, à saciedade, o compromisso firme do Regulador com a promoção da transparência no setor do *media*, atuando de forma preventiva e corretiva perante situações de incumprimento ou opacidade.

As deliberações que aqui são enunciadas em conjugação com os dados publicitados no Portal da Transparência contribuíram para uma maior clareza sobre quem detém, gere e influencia os órgãos de comunicação social, reforçando a confiança dos cidadãos na integridade do espaço mediático.

³⁴ Deliberação ERC/2024/6 (TRP-MEDIA), cf. secção 2.1 do capítulo “Deliberações Doutrinárias”.

³⁵ Em julho de 2024, a ERC remeteu à Assembleia da República e ao Governo, ao abrigo da competência consultiva prevista nos seus Estatutos, um conjunto de propostas de alteração à Lei da Transparência dos Media (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho) – cf. ERC/2024/329 (Parecer) tratado na secção 3.1 do capítulo “Contexto europeu e nacional” (Ambiente legal e regulatório).

Temas de Intervenção Regulatória

Publicidade
Institucional do Estado

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

1. VISÃO GLOBAL

Compete à ERC verificar e fiscalizar o cumprimento das obrigações previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, com as alterações introduzidas pelas Leis n.º2/2020, n.º75-B/2020 e n.º19/2023, relativas às campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem de investimentos destinados a órgãos de comunicação local e regional por campanha.

Estão abrangidas pela referida lei as ações de publicidade da iniciativa das seguintes entidades:

- a) Assembleia da República, bem como os órgãos e entidades que funcionam junto desta;
- b) Serviços da administração direta do Estado;
- c) Institutos públicos;
- d) Entidades administrativas independentes, exceto a ERC;
- e) Entidades que integram o setor público empresarial.

As despesas de aquisição de publicidade institucional do Estado devem ser comunicadas pelas entidades promotoras em cada campanha, através do Portal PIE-ERC, até 15 dias antes do final da campanha, acompanhadas da apresentação da respetiva documentação de suporte.

De acordo com o n.º 1, do artigo 11.º do referido diploma, a ERC elabora um relatório mensal das campanhas de publicidade institucional, [divulgado no sítio eletrónico da ERC](#). Nos termos do n.º 2 do artigo, compete ainda à ERC elaborar um relatório anual sobre o grau de cumprimento da lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

Em 2024, foram **validadas 103 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **27 entidades** abrangidas pelos deveres de comunicação previstos na lei. Os investimentos atingiram o montante global de cerca de **5 milhões e 327 mil euros**, dos quais cerca de **1 milhão e 700 mil euros** se destinaram a meios de âmbito regional e local, o **que corresponde a 31% do total investido**.

Segundo a informação apresentada pelas entidades que comunicaram campanhas, **31 campanhas** foram distribuídas **através de agências de publicidade**, o que indica a presença da mediação de agências em cerca de **30% das campanhas**, que envolveram um montante expressivo de cerca de **4, 82 milhões de euros**, correspondente a mais de **90% do total de investimentos comunicados**.

Em 2023 foi comunicado **igual número de campanhas (103)**, já quanto aos investimentos realizados em 2024, verifica-se um aumento de **1,29 milhões de euros**.

O montante destinado aos meios regionais/locais também foi superior em 2024, registando-se um acréscimo de cerca de **366 mil euros**.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

As regras e deveres de transparência a que ficam sujeitas as campanhas de publicidade institucional do Estado (doravante, PIE), bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, estão previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 2/2020; Lei n.º 75-B/2020; Lei n.º 19/2023.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional.

Nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do diploma em apreço (Deveres de comunicação e transparência), a aquisição de espaço publicitários deve ser comunicada pela entidade promotora à ERC até 15 dias antes do final da campanha, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte».

No âmbito da aplicação da norma importa referir que a documentação de suporte em posse da entidade, no ato da comunicação ainda não integra os comprovativos de pagamento da aquisição, o que implica a necessidade de completar a documentação em fase posterior, provocando a dilação do período entre a comunicação pelas entidades e a conclusão do procedimento da ERC.

Nos termos do n.º 2 do artigo 10.º «[n]ão é permitido o pagamento das campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC (...)», proibição que aumenta o período de pendência dos processos, cuja validação aguarda apresentação da documentação de suporte, designadamente as faturas de aquisição da publicidade.

As entidades que realizam campanhas de PIE têm ainda a obrigação, prevista no n.º 1 do artigo 8.º, de distribuir os investimentos publicitários por forma a contemplar os meios regionais e locais, destinando a este tipo de meios «uma percentagem não inferior a 25% do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

O n.º 4 do mesmo artigo prevê que a distribuição da publicidade pelos meios «deve, sempre que adequado aos fins da campanha, respeitar tendencialmente as seguintes percentagens de afetação:

- a) Imprensa: 7%;
- b) Rádio: 6%;
- c) Televisão: 6%;
- d) Órgãos de comunicação social digitais: 6%»

A LPIE determina, no artigo 9.º-A, que a LPIE destinada às comunidades portuguesas deve ser veiculada em **OCS direcionados às comunidades portuguesas**, numa percentagem não inferior a **10% do total investido**, sempre que o seu valor seja igual ou superior a **5 mil euros**.

A atual lei veio atribuir à ERC **competências** inexistentes na anterior redação, introduzindo um regime sancionatório que prevê a aplicação de coimas, designadamente no artigo 12.º - A:

- «1- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 7.º é punida com coima de 1000 a 15 000 (euro).
- 2- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 8.º e do disposto nos n.os 1 e 2 do artigo 9.º -A é punida com coima de 2500 a 25 000 (euro)
- (...).»

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º, a ERC elabora um [relatório mensal](#) sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico. Nos termos do n.º 2 daquele artigo, compete ainda à ERC elaborar um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, a remeter à Assembleia da República até ao fim do primeiro semestre de cada ano civil.

O presente relatório contém uma análise dos investimentos comunicados através da plataforma digital da ERC e a sua evolução face ao ano anterior, bem como o grau de cumprimento da lei por parte das entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Em 2024, foram comunicadas à ERC **103 campanhas de PIE**, realizadas por **27 entidades**, abrangidas pelos deveres previstos na LPIE.

Os investimentos totais realizados por entidade totalizaram cerca de **5 milhões e 300 mil euros**, dos quais cerca de **1 milhão e 700 mil euros** se destinaram a meios de âmbito regional e local.

FIG.1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2024

Entidade	Campanhas (n.º)	Total Local + Regional (€)	Total (€)
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	1	1917,6	1917,6
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	1	0	2500
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	2	0	3780
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	1	0	4999
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	11	0	10289
Instituto Nacional de Emergência Médica, I.P.	1	5053,38	10932,84
OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	9	1762,83	18325,66
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	3	11879,78	25038,44
Imprensa Nacional Casa da Moeda	8	4900	26572
MOBI.E, S.A.	13	0	37290
EPAL	6	8150	41775
Direção-Geral da Política de Justiça (DGPJ)	1	12300	46533,67
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	1	22219,33	52561,51
Instituto da Segurança Social, I.P.	1	16924,21	65971,4
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	1	28872,6	91840,76
Centro de Recrutamento da Força Aérea	4	35563,3	109803,74
AGIF-Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais	1	33653,84	134615,38
Estrutura de Missão Recuperar Portugal	2	39733,18	145243,23
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.	13	0	194101,75
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	3	59911,73	210126,24
Direção-Geral da Saúde	3	91230,65	224745,99
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	2	72524,75	232389,51
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	4	172047,01	527866,99
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	2	173128,57	665782,54
Secretaria-Geral do Ministério da Justiça	3	240183,14	668100
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	3	344000,1	754072,35
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	3	280182,52	1019910,92
Totais	103	1 656 138,52	5 327 085,52

As entidades AICEP, MOBI.E e LNEG destacaram-se por terem realizado o número mais elevado de campanhas, no entanto constata-se que o investimento total não foi expressivo, face ao número de iniciativas, as quais tiveram um impacto financeiro.

Num universo total de 103 campanhas, 62 envolveram investimentos em meios regionais e locais, o que corresponde a uma parcela de 60%.

No conjunto das entidades que realizaram campanhas, destaca-se a Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna, que comunicou o maior investimento em PIE, cerca de 1 milhão e 20 mil euros, seguindo-se o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que registou um total de cerca 754 mil euros.

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Nos termos do diploma aplicável, as campanhas de PIE podem ser adjudicadas a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

De acordo com o n.º 3 do artigo 5.º da referida norma, nas situações em que estão envolvidas agências de publicidade, as entidades promotoras «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade (...)».

Deste modo, a lei remete para as entidades a responsabilidade das entidades promotoras o acompanhamento da efetiva concretização do investimento publicitário e da transparência e legalidade dos procedimentos.

Segundo a informação apresentada pelas entidades que comunicaram campanhas, **31 campanhas** foram distribuídas **através de agências de publicidade**, o que indica a presença de agências em cerca de **30% das campanhas**, que envolveram um montante global de cerca de **4, 82 milhões de euros**, correspondente a mais de **90% do total dos investimentos comunicados**.

A agência que mais se evidencia em 2024, de acordo com a informação inserida na plataforma ERC-PIE, continua a ser a **Nova Expressão - Planeamento de Media e Publicidade**, a qual colaborou em **20 campanhas**, totalizando um investimento de **3 737 429,13 euros**.

Em segundo lugar situa-se a **MEDIA GATE - Agência de Meios e Comunicação, SA**, cuja intermediação ocorreu em **5 campanhas**, com um investimento total de **769 568,49 euros**.

As restantes **6 campanhas** fora atribuídas a **6 agências** diferentes.

5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 5 MIL EUROS

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «[d]eve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25% do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€». No período em apreço foram comunicadas **53 campanhas** que envolveram investimentos iguais ou superiores a cinco mil euros e se encontram abrangidas pelo dever de afetação em OCS regionais/locais. Em 2023 foram comunicadas 44 campanhas, o que indica um aumento de 9 campanhas face ao ano em análise.

Não se registaram casos de incumprimento do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto. Os investimentos em meios regionais e locais foram, na generalidade, superiores ao mínimo previsto na lei, sendo de destacar **10 campanhas** nas quais o investimento neste tipo de meios foi maioritário e **5 campanhas** em que o investimento publicitário foi **exclusivamente destinado** aos OCS Regionais/Locais.

A campanha de sensibilização para a redução de incêndios rurais realizou o maior investimento, quer em termos globais, quer em meios regionais/ locais.

Importa referir que as campanhas promovidas pela AICEP utilizaram meios estrangeiros, não se integrando na obrigação de efetuar investimentos em meios regionais e locais.

FIG.2 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO IGUAL OU SUPERIOR A 5 MIL EUROS -2024

Designação da Campanha	Total	Regional/Local	
Canadá - Inserção Publicitária na Automotive News	5 710,01 €	0,00 €	0,0%
Marrocos - Promoção fileira casa e materiais de construção	7 420,00 €	0,00 €	0,0%
Beba água da torneira. A escolha certa para si e para o Planeta	7 680,00 €	1 950,00 €	25,4%
Campanha de Promoção da Sardinha 2024	8 212,91 €	3 212,91 €	39,1%
Prémio BECX	9 170,00 €	2 550,00 €	27,8%
Academia da Força Aérea_2024	9 910,74 €	2 640,73 €	26,6%
Os desafios da mobilidade nos territórios de baixa densidade e de ocupação dispersa	10 103,37 €	3 445,71 €	34,1%
Campanha "Nem tudo o que parece é"	10 932,84 €	5 053,38 €	46,2%
Aqueduto das Águas Livres - Prémio internacional	11 600,00 €	3 100,00 €	26,7%
Conferência «Serviço público de transporte de passageiros de 1ª geração - balanço e futuro»	12 595,07 €	8 434,07 €	67,0%
França - Publireportagem na revista L'Usine Nouvelle	14 100,00 €	0,00 €	0,0%
Regime de contrato_3_ 2023_Curso de Formação de Praças	14 552,67 €	6 724,69 €	46,2%
França - Promoção de Investimento Direto Estrangeiro em Portugal - Publicidade no Jornal LES ECHOS	15 005,80 €	0,00 €	0,0%
Marrocos - Campanha Promoção Máquinas e equipamentos industriais	15 394,53 €	0,00 €	0,0%
30.º Aniversário da Orquestra Sinfónica Portuguesa	17 598,00 €	5 098,00 €	29,0%
4ª Edição Prémio IN3+	18 400,00 €	4 900,00 €	26,6%
Plano de Recuperação e Resiliência	18 983,25 €	4 758,00 €	25,1%

Designação da Campanha	Total	Regional/Local	
Medicação crónica	22 342,67 €	10 187,83 €	45,6%
Estados Unidos da América -Aquisição de um espaço publicitário na publicação "Site Selection Magazine"	22 967,49 €	0,00 €	0,0%
Estados Unidos da América – Promoção de Portugal	23 100,00 €	0,00 €	0,0%
Eleição da Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira - 2024	27 779,40 €	17 179,40 €	61,8%
Água é Vida	27 880,00 €	27 880,00 €	100,0%
Regime de contrato_2_ 2024_Curso de Formação de Oficiais e Praças	28 364,82 €	10 547,55 €	37,2%
Alemanha - Publicidade em 2 revistas da especialidade	32 760,00 €	0,00 €	0,0%
Campanha do Programa Mar 2030	38 206,20 €	9 656,20 €	25,3%
Novo canal digital de comunicação dos meios RAL.	46 533,67 €	12 300,00 €	26,4%
"Água é vida - Não a desperdice. Todas as gotas contam"	47 247,17 €	17 092,81 €	36,2%
EUA - Atratividade de Portugal	50 000,00 €	0,00 €	0,0%
Mais Habitação a Rendas Acessíveis	52 561,51 €	22 219,33 €	42,3%
Regime de contrato_3_ 2024_Formação de Oficiais, Sargentos e Praças	56 975,51 €	15 650,33 €	27,5%
App Creche Feliz - Rede de Creches Gratuitas	65 971,40 €	16 924,21 €	25,7%
Promoção do Pescado "Nada Melhor"	70 141,45 €	21 749,07 €	31,0%
Ano Novo "O melhor presente é estar presente"	71 780,84 €	24 146,84 €	33,6%
SNS 24 - Achismo	91 840,76 €	28 872,60 €	31,4%
Ligue Antes, Salve Vidas	93 414,04 €	39 059,01 €	41,8%
Vacinação Gripe/COVID-19	108 989,28 €	41 983,81 €	38,5%
Estrutura de Missão "Recuperar Portugal"	126 259,98 €	34 975,18 €	27,7%
Promoção do Pescado "Nada Melhor" - 2ª Fase	131 771,88 €	34 949,75 €	26,5%
Lote 2 - Natal- BUPi Verão e Natal 2023	133 000,00 €	50 821,15 €	38,2%
Campanha Portugal Chama. Por Si. Por Todos / Lançamento (AGIF)	134 615,38 €	33 653,84 €	25,0%
Natal 2023 "O Melhor Presente é Estar Presente"	160 608,67 €	48 377,91 €	30,1%
Rede primária de faixas de gestão de combustível	169 514,04 €	112 683,01 €	66,5%
Programas "Aldeia Segura" e "Pessoas Seguras	212 200,00 €	53 492,96 €	25,2%
Sensibilização para o valor da água	224 980,01 €	60 082,80 €	26,7%
L1 - Verão- BUPi Verão e Natal 2023	226 100,00 €	69 902,99 €	30,9%
Água é Vida - Não a desperdice	227 759,81 €	66 991,40 €	29,4%
"ALDEIA SEGURA" E "PESSOAS SEGURAS" - PRR	250 782,54 €	63 205,61 €	25,2%
BUPi para o período pré e pós Pascoa 2024	309 000,00 €	119 459,00 €	38,7%
Eleição da Assembleia da República - 2024	407 559,62 €	104 970,52 €	25,8%
Gestão de Combustível 2024 - PRR	415 000,00 €	109 922,96 €	26,5%
Sensibilização para a redução dos incêndios rurais	579 608,31 €	231 317,09 €	39,9%
Eleição do Parlamento Europeu 2024	584 571,90 €	158 032,60 €	27,0%
Sensibilização para a redução dos incêndios rurais	598 900,00 €	236 864,90 €	39,5%

Os planos de distribuição das campanhas comunicadas ao longo do ano 2024 encontram-se detalhados nos [relatórios mensais disponibilizados no sítio eletrónico da ERC](#)¹.

¹ <https://www.erc.pt/pt/estudos/publicidade--/relatorio-sobre-publicidade-institucional-do-estado->

6.INVESTIMENTOS POR TIPO DE MEIOS

6.1. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS GLOBAIS

No que respeita à análise da publicidade pelos meios, foi abrangido um universo de **401 OCS**.

A **Imprensa** obteve o número mais elevado de títulos abrangidos, **204**, seguindo-se a **Rádio** com **146**, o **Digital** com **37** e, por último, a **Televisão** com **14 serviços de programas** contemplados com publicidade institucional do Estado.

FIG.3 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS

OCS GLOBAL (n.º)	2023	2024	2023/2024
TELEVISÃO	9	14	5
IMPrensa	222	204	-18
RÁDIO	129	146	17
DIGITAL	32	37	5
TOTAL	392	401	9

No que respeita aos investimentos, a **televisão** obteve cerca de **50%** da totalidade dos investimentos comunicados. A **rádio** e a **imprensa** ficaram próximas, com uma ligeira diferença de 0,5% arrecadando cerca de **23%** e **22%** respetivamente. Ao meio **digital** foram destinados apenas **2,9%** do total investido. Os OCS estrangeiros obtiveram 2,8% do montante investido.

Os OCS estrangeiros selecionados nas campanhas promovidas pela AICEP obtiveram 2,8% do montante total investido, cerca de 150 mil euros.

FIG.4 –INVESTIMENTO POR TIPO DE OCS – 2024

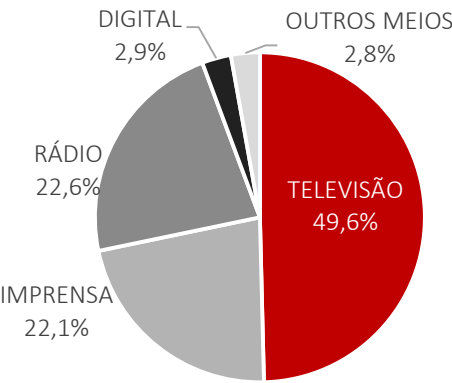


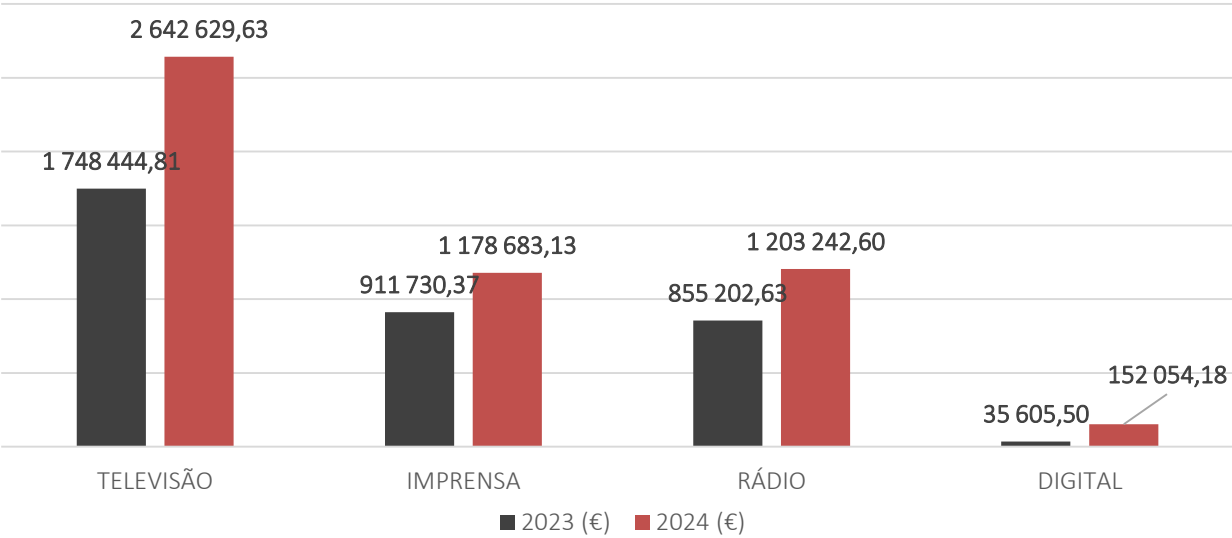
FIG.5 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS

OCS GLOBAL (€)	2023	2024	2023/2024
TELEVISÃO	1 748 444,81	2 642 629,63	894 184,82
IMPrensa	911 730,37	1 178 683,13	266 952,76
RÁDIO	855 202,63	1 203 242,60	348 039,97
DIGITAL	35 605,50	152 054,18	116 448,68

Face ao ano anterior, a maior subida ocorreu na televisão, cerca de **894 mil euros**, seguindo-se a Rádio, que recebeu mais **248 mil euros** e a Imprensa com mais **267 mil**, aproximadamente.

Os meios digitais também obtiveram investimentos acrescidos face ao ano anterior, com um aumento superior a 116 mil euros.

FIG.6 – GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR TIPO DE OCS -2023/2024



6.2. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS EM OCS REGIONAIS/LOCAIS

A publicidade em meios de âmbito regional e local foi distribuída por um total de 316 OCS, dos quais a maioria se refere a títulos de imprensa (162), seguindo-se a Rádio (139) e, por último, bastante distanciado, situa-se o meio Digital (15).

FIG.7 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR TIPO DE OCS REGIONAL/LOCAL (N.º)

OCS R/L (n.º)	2023	2024	2023/2024
IMPREENSA	199	162	(-) 37
RÁDIO	122	139	(+) 17
DIGITAL	27	15	(-) 12
TOTAL	348	316	(-) 32

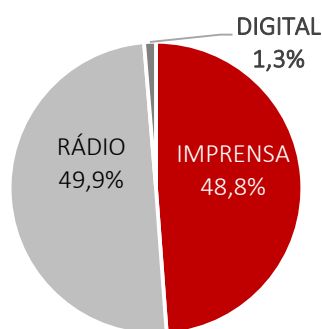
No que respeita aos investimentos, o montante mais elevado foi destinado à rádio, cerca de 826 mil euros, seguindo-se a imprensa com cerca de 809 mil euros, e, por último o digital, muito aquém dos anteriores, com cerca de 22 mil euros.

FIG.8 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR TIPO DE OCS REGIONAL/LOCAL (€)

OCS R/L (€)	2023	2024	2023/2024
RÁDIO	595 595,89	825 951,37	(+) 230 355,48
IMPREENSA	682 974,38	808 606,86	(+) 125 632,48
DIGITAL	12 051,50	21 580,29	(+) 9 528,79
TOTAL	1 290 621,77	1 656 138,52	(+) 365 516,75

Relativamente aos resultados de 2023, verificaram-se aumentos nos diversos tipos de meios, com especial destaque para a rádio, com mais 230 mil euros, seguindo-se a imprensa que recebeu um acréscimo de cerca de 126 mil euros. O digital também registou uma subida de quase 10 mil euros.

FIG.9 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO POR TIPO DE OCS REGIONAL/LOCAL - 2024



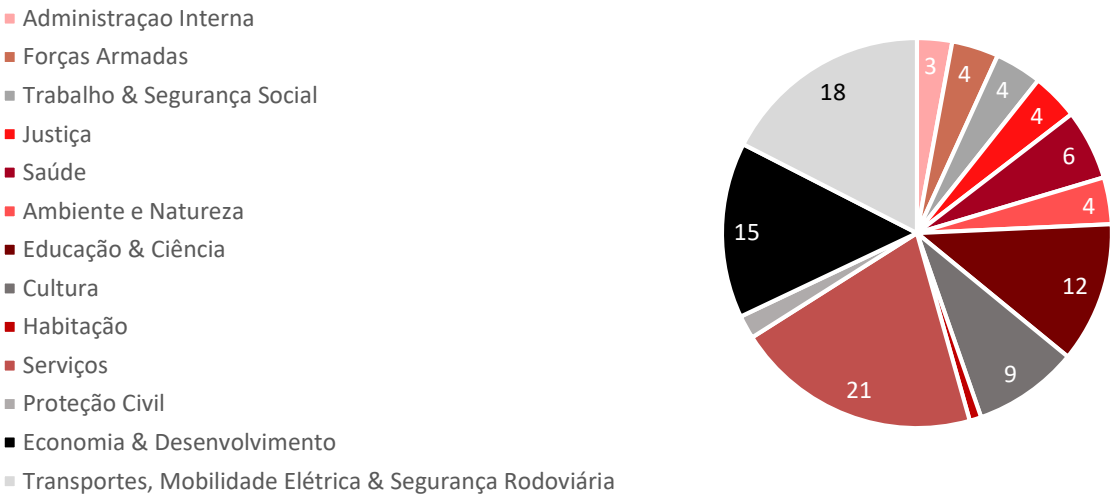
7.CAMPANHAS POR ENTIDADE

Em 2024 verificou-se que a maioria das campanhas incidu sobre áreas temáticas relacionadas com **Serviços**, 21, seguindo-se o tema Transportes, Mobilidade Elétrica e Segurança Rodoviária (18), Economia e Desenvolvimento (15) e Educação e Ciência (12).

FIG.10 – CAMPANHAS POR ÁREAS TEMÁTICAS – 2024

Entidades	Áreas temáticas	Campanhas (n.º)
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	Administração Interna	3
Centro de Recrutamento da Força Aérea	Forças Armadas	4
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	Trabalho & Segurança Social	4
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)		
Instituto da Segurança Social, I.P.	Justiça	4
Secretaria- Geral do Ministério da Justiça		
Direção-Geral da Política de Justiça (DGPJ)		
Instituto Nacional de Emergência Médica, I.P.	Saúde	6
Direção-Geral da Saúde		
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde		
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE		
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	Ambiente e Natureza	4
AGIF-Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais		
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	Educação & Ciência	12
Secretaria- Geral da Educação e Ciência		
OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	Cultura	9
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	Habitação	1
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	Serviços	21
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.		
EPAL		
Imprensa Nacional Casa da Moeda	Proteção Civil	2
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil		
Estrutura de Missão Recuperar Portugal	Economia / Desenvolvimento	15
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.		
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	Transportes, Mobilidade Elétrica, Segurança Rodoviária	18
MOBI.E, S.A.		
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes		
Totais		103

FIG.11 – GRÁFICO DE CAMPANHAS POR ÁREAS TEMÁTICAS – 2024



ÍNDICE GERAL

1. Apresentação	i
2. Sumário Executivo	v
3. Caracterização do setor	
Universo dos regulados	1
Consumos de media	17
Retrato económico-financeiro	25
4. Ambiente legal e regulatório	
Contexto europeu e nacional	43
Deliberações doutrinárias	59
Atividade contraordenacional	69
5. Temas de intervenção regulatória	
Direitos fundamentais	
Diversidade sociocultural	77
Direitos de resposta e de retificação	83
Direitos de personalidade	89
Direitos de acesso dos jornalistas	93
Qualidade da informação jornalística	99
Combate à desinformação	113
Regulação das plataformas digitais	121
Pluralismo político, eleições e sondagens	
Acompanhamento do pluralismo político	125
Cobertura jornalística em período eleitoral	127
Sondagens e inquéritos de opinião	145
Proteção e capacitação de públicos	
Literacia mediática	157
Acessibilidade dos serviços televisivos e serviços audiovisuais a pedido	169
Publicidade televisiva e níveis de volume sonoro	191
Programação de rádio, televisão e outros serviços audiovisuais	
Diversidade da programação televisiva	205
Difusão de obras audiovisuais: defesa da língua portuguesa	223
Difusão de obras audiovisuais: produção europeia e produção independente	235
Anúncio da programação	251
Diversidade de programação da rádio pública	259
Quotas de música portuguesa	267
Quotas de música portuguesa: serviço público	285
Renovação das licenças de rádio	293
Transparência dos <i>media</i>	301
Publicidade institucional do Estado	323



ENTIDADE REGULADORA PARA A
COMUNICAÇÃO SOCIAL