

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2009



SUMÁRIO EXECUTIVO



INICIATIVAS DE REGULAÇÃO



OS MEIOS



SONDAGENS



RADIODIFUSÃO SONORA



IMPRENSA



TELEVISÃO



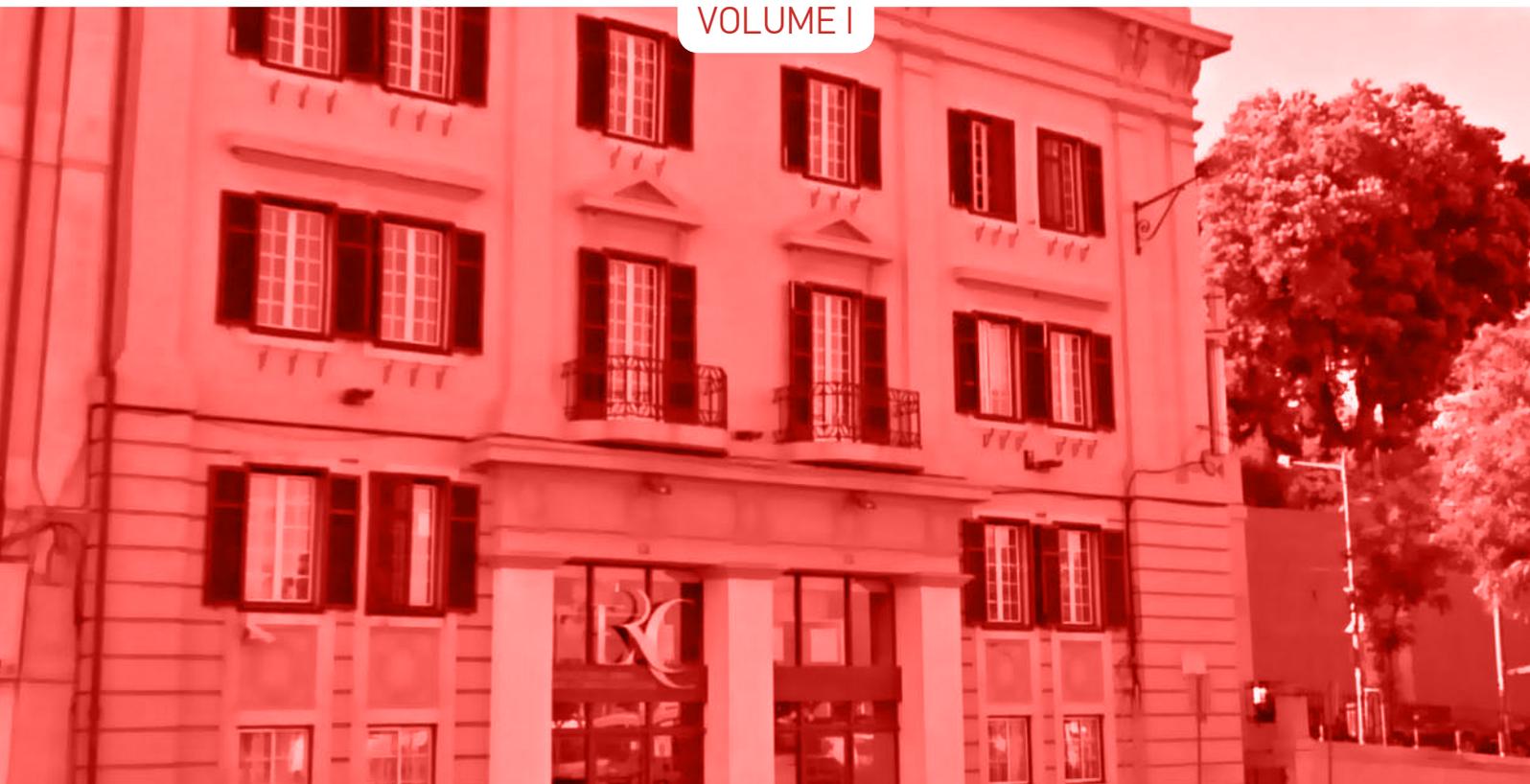
RELATÓRIO DE ACTIVIDADES



RELATÓRIO DE CONTAS

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



FICHA TÉCNICA

Título **RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009**

Edição **ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 Lisboa

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

Internet **www.erc.pt**

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

Supervisão geral **Estrela Serrano**

Coordenação geral **Catarina Rodrigues**

Relatório de Regulação

Coordenadores de áreas **Cristina Vellozo**

Marta Carvalho

Rui Alves

Tânia Soares

Telmo Gonçalves

Relatório de Actividades e Contas

Coordenação geral **Nuno Pinheiro Torres**

Relatório de Contas **Maria João Caldeira**

Concepção Gráfica **Ricardo Caiado**

Impressão **Rolo & Filhos II, SA**

Depósito Legal n.º

ISSN **1647-8967**

Lisboa, Outubro de 2010

ÍNDICE

Sumário Executivo

- 11 **SUMÁRIO EXECUTIVO**
- 11 **A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS**
- 12 **INICIATIVAS DE REGULAÇÃO**
- 14 **OS MEIOS**
 - 14 Consumos e Perfis dos Públicos dos Média
 - 16 Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social
 - 16 Direito de Resposta e de Rectificação
- 17 **SONDAGENS**
- 18 **RADIODIFUSÃO SONORA**
 - 18 Actividade de Fiscalização no Ano de 2009
 - 18 Títulos Habilitadores para o Exercício da Actividade de Radiodifusão Sonora
 - 19 Alterações do Projecto de Radiodifusão
 - 19 Detentores do Controlo da Empresa
 - 19 Quotas da Música Portuguesa
 - 20 Análise Comparativa da Informação Diária nos Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial
 - 22 Serviço Público de Radiodifusão
- 22 **IMPRENSA**
 - 22 Análise das Inserções Publicitárias na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional
- 23 **TELEVISÃO**
 - 23 Pluralismo e Diversidade na Programação – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI
- 28 **PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA – RTP1, RTP2, SIC E TVI**
- 31 **ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO**
- 32 **DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA**
- 32 **DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE**

- 33 **INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO**
- 33 **NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS**
- 33 **INDICADORES DO MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS**
- 35 **A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS**

Iniciativas de Regulação

- 39 **DIRECTIVAS**
 - 39 1. Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas
 - 39 2. Directiva 2/2009, de 29 de Julho, sobre Participação de Candidatos a Eleições em Debates, Entrevistas, Comentários e Outros Espaços de Opinião
- 40 **PLANO PLURIANUAL QUE DEFINE O CONJUNTO DE OBRIGAÇÕES QUE PERMITAM O ACOMPANHAMENTO DAS EMISSÕES POR PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS**
- 41 **ESTUDO JURÍDICO SOBRE A LEI DAS SONDAGENS**
- 42 **PROJECTOS INICIADOS OU FINALIZADOS EM 2009**
 - 42 1. Estudo sobre a Imprensa Regional e Local
 - 42 2. Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local*
 - 42 3. Estudo sobre a *Publicidade na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional*
 - 42 4. Análise da Informação Diária Emitida pelos Serviços de Programas de Radiodifusão de Cobertura Nacional – Antena 1, Rádio Renascença –, canal 1 e Rádio Comercial
 - 42 5. Estudo *A Televisão e as Crianças – Um Ano de Programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI*
 - 43 6. Estudo *Crianças que são Notícia*
 - 43 7. Estudo sobre *Imigração e Diversidade Étnica, Linguística, Religiosa e Cultural na Imprensa e na Televisão*
 - 43 8. Estudo *Casos de Mediatização da Imigração e da Diversidade Cultural*
 - 44 9. Estudo sobre Televisões Locais Distribuídas pela Web
 - 44 10. Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptyr*
 - 44 11. Estudo sobre *A Educação para os Média em Portugal – experiências, actores e contextos*

ÍNDICE

- 45 12. Análise da Cobertura Jornalística na Televisão e na Imprensa das Eleições Legislativas de 2009
- 45 13. Estudo sobre a *Exposição Pública, na Imprensa, da Intimidade e Privacidade de Crianças, Jovens e Adultos, incluindo Vítimas de Crimes Contra a Autodeterminação Sexual*

Os Meios

- 48 CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**
- 48 1. Sumário
- 49 2. Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social
- 69 CONSUMOS E PERFIS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA**
- 69 1. Nota introdutória
- 69 2. Televisão
 - 69 2.1. Televisão por Subscrição
 - 71 2.2. Serviços de programas generalistas
 - 72 2.2.1. Serviço público de televisão (RTP1 e RTP2)
 - 73 2.2.2. Serviços de programas comerciais (SIC e TVI)
 - 74 2.3. Audiências Cabo/Outros
- 75 3. Rádio
 - 76 3.1. Serviço Público de Radiodifusão (RDP: Antena 1, Antena 2, Antena 3)
 - 77 3.2. Serviços Comerciais de Radiodifusão (Grupo Rádio Renascença, Media Capital Rádios, TSF)
- 79 4. Imprensa
 - 79 4.1. Circulação de Jornais Nacionais de Informação Geral
 - 80 4.2. Circulação de Jornais de Economia, Negócios e Gestão
 - 80 4.3. Circulação de Jornais Desportivos
 - 80 4.4. Circulação de Jornais Gratuitos
 - 80 4.5. Circulação de Revistas Femininas/Moda
 - 81 4.6. Circulação de Revistas Masculinas
 - 81 4.7. Circulação das Revistas de Sociedade
 - 81 4.8. Circulação das Revistas de Televisão
 - 81 4.9. Imprensa Local e Regional
- 82 5. Internet
 - 82 5.1. Penetração e Modalidades de Acesso à Internet
 - 82 5.2. Serviço Fixo de Acesso à Internet

- 83 5.3. Serviço Móvel de Acesso à Internet
- 83 5.4. Perfil dos Utilizadores de Computador e de Internet
- 84 6. Síntese

87 REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 87 1. Nota Introdutória
- 87 2. Órgãos de Comunicação Social Sujeitos a Registo
- 88 3. Actos Registais Praticados em 2009 – inscrições, averbamentos, conversões e cancelamentos
 - 88 3.1. Inscrições
 - 91 3.2. Averbamentos
 - 91 3.3. Actos Registais de Conversão
 - 91 3.4. Actos de Cancelamento Oficioso
 - 92 3.5. Cancelamentos Operados em 2009
- 92 4. Caracterização do Universo dos Registos – publicações periódicas, empresas jornalísticas, empresas noticiosas, operadores de rádio, operadores de televisão e operadores de distribuição
 - 92 4.1. Publicações Periódicas
 - 93 4.2. Empresas Jornalísticas
 - 93 4.3. Empresas Noticiosas
 - 93 4.4. Operadores Radiofónicos
 - 94 4.5. Operadores de Televisão
 - 94 4.6. Operadores de Distribuição
 - 94 4.7. Serviços de Programas Distribuídos pela Internet
- 94 5. Síntese Conclusiva
- 95 Anexo 1

96 DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO

- 96 I. Doutrina da ERC Sobre Direito de Resposta
- 96 II. Análise de Conteúdo dos Recursos de Direito de Resposta e de Rectificação Apreciados pela ERC em 2009
 - 96 1. Nota Prévia
 - 97 2. Metodologia
 - 97 3. Descrição e Análise dos Dados
 - 102 4. Síntese Conclusiva

Sondagens

- 107 1. Introdução
- 108 2. Actividade da Unidade de Sondagens em 2009
 - 108 2.1. Número de Depósitos
 - 111 2.2. Temas Abordados

ÍNDICE

113	3. Características Metodológicas das Sondagens
113	3.1. Método de Recolha
113	3.2. Método de Selecção
114	3.3. Âmbito dos Estudos
115	3.5. Períodos de Recolha de Informação
115	4. Divulgação de Sondagens
115	4.1. Número
117	4.2. Órgãos Divulgadores
120	4.3. Tipologia dos Suportes
121	4.4. Órgãos de Imprensa
123	4.5. Órgãos de Televisão
124	4.6. Órgãos de Rádio
124	4.7. Internet
124	4.8. Primeiras Divulgações
128	5. Os Estudos Eleitorais em 2009 – características e principais resultados
128	5.1. Características
129	5.1.1. Principais Resultados – breve resumo das eleições Legislativas e Europeias
132	6. O Relatório da Comissão de Sondagens
132	6.1. Principais Conclusões
133	6.2. Recomendações
134	7. Acompanhamento Processual
134	7.1. Número de Procedimentos Desencadeados e Encerrados
136	7.2. Principais Ocorrências
137	8. Conclusão
137	8.1. Projectos a Desenvolver
138	8.2. A proposta de Alteração Legislativa (Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho)
139	8.3. Síntese Conclusiva
140	9. Glossário
141	10. Índice de Ilustrações

Rádiodifusão Sonora

147 ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2009

149 TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RÁDIOFUSÃO SONORA

149	1. Notas Introdutórias
149	2. Atribuição e Renovação de Licenças de Rádio de Operadores de Âmbito Local

152 ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RÁDIOFUSÃO

152	1. Notas Introdutórias
152	2. Alteração do Projecto Aprovado
152	3. Conversão de Serviço de Programas
155	4. Alteração de Denominação

156 DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

156	1. Notas Introdutórias
156	2. Alteração ao Controlo do Capital Social
156	3. Pessoas Singulares e Colectivas com Participações no Capital Social de três ou mais Operadores
156	4. Distribuição, por Operadores, das Frequências Nacionais e Regionais
156	Síntese Conclusiva

160 QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

160	1. Nota Introdutória
160	1.1 Objectivos
160	1.2. Critério e Metodologia
160	2. Quotas de Música Portuguesa – Rádios Locais
160	2.1 Apuramento Automático
163	2.2. Análise por Amostragem
163	3. Quotas de Música Portuguesa – Rádios Regionais
163	3.1. Operador Regional Sul – Rádio Clube Português
164	4. Quotas de Música Portuguesa – Rádios Nacionais
164	4.1. RFM, Rádio Renascença, Rádio Comercial
166	5. Análise Comparativa Semestral 2008-2009
166	5.1. Operadores Locais
167	5.2. Operadores Regionais – Rádio Clube Português
167	5.3. Operadores Nacionais
169	6. Amplitude da Análise das Quotas de Música no Número Total de Rádios
169	7. Rádios Temáticas
169	7.1. Regime de Excepção de Cumprimento de Quotas de Música Portuguesa Previsto no Regulamento n.º 495/2008, publicado no D.R., 2.ª série, n.º 172, de 5 de Setembro de 2008
170	7.2. Dados do Mercado Discográfico
171	Síntese Conclusiva

173 ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE RÁDIOFUSÃO: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial

173	a) Nota Introdutória
173	b) Nota Metodológica

ÍNDICE

- 173 c) Acontecimentos Dominantes na Agenda dos Serviços de Programas Analisados em 2009.
- 174 d) Caracterização Geral e Composição das Peças Analisadas
- 178 e) Análise dos Temas Principais das Peças
- 181 f) Peças com Referência/Presença a Grupos Minoritários/Imigração, Crença/Religião, Comportamento/Orientação Sexual, Portadores de Deficiência e Menores
- 182 g) Modalidades de Tratamento da Informação e Destaques
- 188 h) Análise de Fontes de Informação
- 189 i) Análise de Actores
- 191 j) Política Nacional
- 195 Síntese Conclusiva
- 198 Anexo I
Casos de Redefinição da Amostra face às Peças Indisponíveis no Universo em Análise
- 199 Anexo II
Técnica de Amostragem
- 201 Anexo III
Descrição das Variáveis Analisadas
Listagem dos Indicadores ou Variáveis
- 204 SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO-DIFUSÃO**
- 204 1. Notas Introdutórias
- 204 1.1. Objectivos
- 205 1.2 Metodologia
- 205 2. Antena 1
- 205 2.1 Análise da Programação da Antena 1
- 207 2.2 Quotas de Música em Língua Portuguesa
- 208 2.3 Fomento da Língua Portuguesa
- 208 3. Antena 2
- 208 3.1 Diversidade de Programação
- 210 3.2 Fomento da Língua Portuguesa
- 210 4. Antena 3
- 210 4.1. Diversidade da Programação

- 211 4.2 Quotas de Música em Língua Portuguesa
- 212 4.3 Fomento da Língua Portuguesa
- 212 5. Transmissão de Referências Promocionais na Antena 1, Antena 2 e Antena 3
- 213 6. Síntese Conclusiva

Imprensa

- 217 ANÁLISE DAS INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS NA IMPRENSA DE INFORMAÇÃO GERAL E DE EXPANSÃO NACIONAL**
- 217 1. Nota Metodológica
- 218 2. Caracterização Geral das Inserções Publicitárias
- 220 3. Tipologias de Inserções Publicitárias
- 221 4. Capa/Meia capa Falsas e Badana
- 223 5. Dados Relativos à Identificação do Anunciante –
– Caracterização dos Anunciantes por área
- 226 6 Dados Relativos aos Anunciantes Oriundos ou com Participação de Instituições Públicas, por Categoria
- 228 7. Dados Relativos ao Princípio da Separação entre Conteúdos Publicitários e Conteúdos Jornalísticos
- 231 8. Dados Relativos ao Princípio da Identificabilidade dos Conteúdos Publicitários
- 233 Anexo 1
- 233 1. Técnica de Amostragem para a Análise dos Jornais diários Nacionais
- 234 2. Técnica de Amostragem para a Monitorização da Revista Focus
- 236 3. Técnica de Amostragem para a Monitorização da Visão e Sábado
- 236 4. Definição do Intervalo Amostral
- 236 5. Criação de uma Lista sequencial dos Elementos da População
- 236 6. Selecção Aleatória e Definição da Amostra
- 238 Anexo 2
Publicidade na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



SUMÁRIO EXECUTIVO

I. Sumário Executivo

II. A ERC em 2009 – Números Mais Significativos

I. Sumário Executivo

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

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

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

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

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

6. Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24.º, al. z), dos seus Estatutos, “zelar pelo rigor e isenção das **sondagens e inquéritos de opinião**”. Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho (Lei das Sondagens), define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, as quais abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.

7. O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006 e prosseguido em 2007 e 2008.

8. Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e respondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos sectores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados no três volumes que integram o Relatório de Regulação 2009**.

A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

9. No ano de 2009, verificou-se um **acréscimo de 35,9% no número de deliberações** aprovadas pelo Conselho Regulador. O número mais significativo refere-se à **Rádio** e incide sobre processos relativos a **renovação de licenças** para o exercício da actividade de radiodifusão sonora.

São os seguintes os números mais relevantes sobre a actividade da ERC em 2009:

- 69 Reuniões do Conselho Regulador (57 reuniões em 2008).
- 465 Deliberações (mais 35,96% que em 2008), relativas a:
 - 187 Licenças de serviços de programas radiofónicos e televisivos (mais 183,33% que em 2008).
 - 82 Direito de resposta e de rectificação (menos 21,16% que em 2008).
 - 79 Conteúdos (mais 75,56% que em 2008).
 - 39 Autorizações (mais 14,71% que em 2008).
 - 16 Sondagens.
 - 14 Publicidade.
 - 12 Outros assuntos, tais como infracção de regras relativas ao anúncio da programação televisiva.
 - 10 Pluralismo.
 - 10 Registos.
 - 6 Direitos dos jornalistas.
 - 4 Decisões sobre processos contra-ordenacionais.
 - 2 Pedidos de parecer.
 - 2 Directivas (como em 2008).
 - 2 Concentração da propriedade dos órgãos de de comunicação social (OCS).

E ainda:

- 5 Audições parlamentares do Conselho Regulador.
- 4 Reuniões do Conselho Consultivo.
- 49 Processos contra-ordenacionais.
- 3 Impugnações judiciais de taxas da ERC.
- 1.544.688,00 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.
- 195.403,37 Euros investidos em sistemas de informação.

Outros dados em 2009:

- 9697 Entradas (mais 11,68% que em 2008).
- 72 Recursos humanos (número total em 2009).
- 202.496,00 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).
- 6.000,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios.
- 6 Livros publicados: Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local* | Relatório do *Pluralismo Político-partidário no Serviço Público de Televisão em 2008* | *Relatório de Regulação 2008* | *Relatório de Actividades e Contas 2008* | Estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI* | Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar* | Estudo *Imigração e diversidade étnica, linguística, religiosa e cultural na imprensa e televisão: 2008*.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas

10. A Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas, abrange as publicações periódicas portuguesas, doutrinárias e informativas, de informação geral e especializada, de âmbito nacional, regional e destinadas às comunidades portuguesas no estrangeiro, assim como as publicações estrangeiras editadas em Portugal.

11. O projecto de Directiva foi submetido a consulta pública, tendo sido recebidos vários contributos relevantes que vieram a ser incorporados na versão final do documento.

12. Para além da definição do objecto e do âmbito, e da clarificação do *Princípio da identificabilidade e da separação*, a Directiva define conceitos, estabelece princípios e regras a observar relativamente às diferentes tipologias de publicidade. São abrangidos a *Publicidade redigida*, a *Publireportagem*, o *Patrocínio* e outras formas de colaboração ou de apoio, a *Informação comercial*, as *Capas falsas*, as *Autopromoções/Marketing*, os *Suplementos editoriais* e os *Suplementos comerciais*.

Directiva 2/2009, de 29 de Julho, sobre Participação de Candidatos a Eleições em Debates, Entrevistas, Comentários e Outros Espaços de Opinião

13. A Directiva 2/2009 procurou responder, de forma estruturada e coerente, a queixas e pedidos de informação dirigidos à ERC sobre a **participação de candidatos aos actos eleitorais de 2009** (eleições para o Parlamento Europeu, para as Autarquias Locais e para a Assembleia da República) em programas e/ou espaços de opinião na imprensa, rádio e televisão.

14. A Directiva 2/2009 preconiza a observância do **princípio constitucional e legal da igualdade de oportunidades de acção e propaganda das candidaturas** ao longo das campanhas eleitorais, durante todos os períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha, seja na de campanha eleitoral propriamente dita, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais, não sendo invocáveis critérios que procurem justificar a presença, nos programas ou espaços em questão, de uma ou mais candidaturas, em detrimento de outras.

Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais

15. O Conselho Regulador aprovou, em 28 de Abril de 2009, o “**Plano plurianual que define o conjunto de obrigações que permitam o acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais**”.

16. São **destinatários destas obrigações** os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre e os temáticos informativos de acesso não condicionado com assinatura, assim como – e com redobrada exigência – o serviço público. O Plano prevê também regras complementares e recomendações aplicáveis aos citados serviços de programas.

Estudo Jurídico sobre a Lei das Sondagens

17. No âmbito das suas competências em matéria de Sondagens, a ERC prosseguiu em 2009 o estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um projecto tendente à alteração da Lei n.º 10/2000, correspondendo à necessidade de clarificação de regras aplicáveis às empresas credenciadas e à divulgação de sondagens e estudos de opinião por parte dos órgãos de comunicação social, no sentido da procura de modelos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, sem prejuízo do rigor e da transparência que lhes são exigíveis.

Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

18. Em 2009, foi iniciado ou finalizado um conjunto de estudos e projectos com a colaboração de entidades universitárias e de outra natureza, dedicados às seguintes áreas e matérias:

a) Estudo sobre a imprensa regional e local

Iniciado em 2008, o estudo sobre a imprensa regional e local prosseguiu em 2009, encontrando-se na sua fase final. Entre Janeiro e Setembro foram realizadas reuniões com os responsáveis da imprensa regional e local em todas as capitais de distrito do Continente, num total de 18 reuniões.

b) Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local*

O estudo, contendo a primeira análise ao sector da radiodifusão em Portugal, que confere particular atenção às rádios locais, foi editado em livro e apresentado publicamente em 2009.

c) Estudo sobre a Publicidade na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

Iniciado em 2008, este estudo foi finalizado e divulgado em

2009. Trata-se do primeiro estudo de monitorização do cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias **na imprensa de informação geral e de expansão nacional**. Abrange o período compreendido entre 1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008.

d) Análise da informação diária emitida pelos serviços de programas de radiodifusão de cobertura nacional – Antena 1, Rádio Renascença –, canal 1 e Rádio Comercial.

Prosseguiu em 2009 a análise da informação diária dos serviços de programas de radiodifusão de cobertura nacional, iniciada em 2008 e realizada para a ERC pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES).¹

e) Estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI*

O estudo foi iniciado em 2008, tendo sido editado em livro e apresentado publicamente em 2009². Realizado pelo Instituto de Estudos Sociais da Universidade do Minho para a ERC, teve como objectivos gerais monitorizar a oferta da programação infantil e juvenil dos canais generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI), em consonância com as leis existentes para o sector, e identificar e analisar as tendências da televisão para crianças em Portugal ao longo de um ano (entre 1 de Outubro de 2007 e 30 de Setembro de 2008).

f) Estudo *Crianças que são Notícias*

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da divulgação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre a **mediatização de crianças e adolescentes**³. Através da apresentação de casos identificados na monitorização sistemática da informação e da programação a que a ERC procede anualmente, o trabalho teve como objectivo uma reflexão sobre o cumprimento das normas legais que enquadram a cobertura televisiva de crianças e jovens.

g) Estudo sobre *Imigração e Diversidade Étnica, Linguística, Religiosa e Cultural na Imprensa e na Televisão*⁴

Realizado ao abrigo do Protocolo de Cooperação Técnica e Científica entre a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e a Universidade de Coimbra, este estudo abrange a imprensa diária e semanal, incluindo jornais de distribuição gratuita em todo o país e os três serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto.

¹ A análise detalhada encontra-se desenvolvida no volume II do presente Relatório.

² Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

³ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁴ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

h) Estudo *Casos de Mediatização da Imigração e da Diversidade Cultural*

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da divulgação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre *Casos de Mediatização da Imigração e da Diversidade Cultural*.⁵ Através da apresentação de casos, o trabalho teve como objectivo a reflexão e o debate com profissionais dos média e representantes das comunidades imigrantes sobre a representação televisiva da imigração e das minorias culturais.

i) Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar*

O estudo em epígrafe foi realizado para a ERC por uma equipa interdisciplinar de especialistas na matéria, tendo sido apresentado publicamente por ocasião da III Conferência Anual da ERC⁶. O estudo teve em vista, entre outros objectivos, a construção de uma base de dados e eventuais alterações a efectuar no conjunto das regras (legais, deontológicas, praxísticas) por que se regem os operadores sectoriais.

j) Estudo sobre *A Educação para os Média em Portugal – experiências, actores e contextos*

No âmbito dos objectivos e compromissos atribuídos aos estados-membros na Directiva 2007/65/CE, relacionados com a literacia para os média, o Conselho Regulador contratou, em 2009, uma equipa da Universidade do Minho para realização deste estudo, tendo definido como principal objectivo conhecer o actual estado da educação para os média em Portugal. O estudo será editado em livro e apresentado publicamente em 2011.

k) Estudo sobre *televisões locais distribuídas pela Web*

Entre os estudos lançados em 2009, figura o que tem por objecto as chamadas “Web TV’s” – ou seja, os **serviços de natureza audiovisual fornecidos através da internet**. A iniciativa desenvolve-se, fundamentalmente, em duas fases, procurando a primeira recolher toda a informação útil à caracterização do universo de referência e visando a segunda o apuramento das suas exigências (mediáticas e jurídicas), na perspectiva da regulação deste fenómeno, em si mesmo, e na articulação que mantém com os restantes meios de comunicação social.

l) *Análise da cobertura jornalística na televisão e na imprensa das Eleições Legislativas de 2009*

Este estudo foi realizado para a ERC pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo e incidiu sobre a análise da **cobertura jornalística da campanha eleitoral**, incluindo o período chamado de pré-campanha, para as Eleições Legislativas 2009. Enquadra-se na Directiva 2/2009, de 29 de Julho de 2009, que estabelece que, em períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha, seja na de campanha eleitoral, vigora o princípio geral da igualdade de oportunidades das diferentes candidaturas, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais.

m) Estudo sobre a *Exposição Pública, na Imprensa, da Intimidade e Privacidade de Crianças, Jovens e Adultos, incluindo Vítimas de Crimes Contra a Autodeterminação Sexual*

Este estudo foi encomendado em 2009 pela ERC a uma equipa universitária interdisciplinar coordenada pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES). Abrange o universo das peças que envolvem exposição pública da intimidade e privacidade de crianças, jovens e adultos, incluindo vítimas de crimes contra a autodeterminação sexual, publicadas nas publicações periódicas de informação geral e expansão nacional durante o ano de 2009. Os resultados serão publicados em livro e apresentados publicamente durante a IV Conferência Anual da ERC, prevista para Outubro de 2010.

OS MEIOS⁷

CONSUMOS E PERFIS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA

19. A caracterização geral dos **padrões de consumo dos meios de comunicação e do perfil dos seus públicos** é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fontes de informação – ANACOM, APCT, INE e Marktest. Pretende-se, desta forma, identificar tendências evolutivas mais salientes ao nível dos consumos dos média.

20. No que respeita à **televisão por subscrição**, ultrapassou em 2009 os 2,5 milhões de clientes, ou seja, mais 243 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso constituiu um dos principais contributos para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas – fibra óptica (FTTH), rede telefónica (xDSL/IP) e acesso fixo via rádio (FWA). Estas plataformas de distribuição representaram 17% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2009 (432 mil assinantes).

⁵ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁶ Idem.

⁷ A Análise Económica do sector será junta em momento posterior, devido à não disponibilização dos dados a tempo de poderem integrar o presente Relatório.

21. O cabo e o satélite mantêm-se como as plataformas de acesso preferenciais, sendo que o acesso via satélite continuou a ver o seu número de assinantes aumentar, enquanto o cabo registou uma ligeira quebra de cerca de 23 mil assinantes.

22. Quanto aos serviços de programas generalistas, a TVI, a RTP1 e a SIC continuaram a recolher a preferência dos espectadores, tanto no acesso livre (hertziano), como na televisão por subscrição. De acordo com os dados de audiências da Marktest, a **opção por estes canais generalistas portugueses continua a ser privilegiada**, subsistindo, assim, os padrões tradicionais de visionamento, apesar da diversificação da oferta de plataformas de distribuição.

23. A TVI continuou a ser o canal televisivo com **shares de audiência mais elevados** (28,7%; em horário nobre – 33,5%), seguindo-se a RTP1 e a SIC, com valores muito próximos entre si (respectivamente, 24% e 23,4%; em horário nobre – ambas com 24,1%). A RTP2 registou o *share* de audiência menos elevado entre estes quatro generalistas (5,8%; em horário nobre – 4,6%).

24. O tempo médio de visionamento diário destes quatro canais generalistas registou uma **ligeira descida em termos globais** face a 2008. Os espectadores despenderam, em média, aproximadamente menos um minuto por dia a ver a RTP1 (cerca de 50 minutos). A RTP2 registou um tempo médio de visionamento diário de cerca de 12 minutos.

25. Do lado dos generalistas comerciais, o tempo de visionamento diário da SIC reduziu cerca de 5 minutos em comparação com 2008 (48m51s). A TVI continuou a ser o serviço de programas mais visto, com 59m55s de visionamento médio por dia, tendo, no entanto, registado uma redução de quase seis minutos neste indicador em relação ao ano anterior.

26. Dos **dez programas mais vistos nos canais generalistas** em 2009, oito foram transmitidos pela TVI, um pela RTP1 e um pela SIC. Sobressaem como programas mais vistos as transmissões desportivas do Mundial de Futebol e as telenovelas.

27. No respeitante às audiências de **serviços de programas por cabo e outros** (vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos), assiste-se a um aumento do tempo de visionamento desde 2003, tendo registado quase 38 minutos em 2009. O *share* dos serviços de programas por cabo tem também assinalado uma subida contínua, com uma quota de 18,2% em 2009.

28. Os serviços de programas de **filmes e séries são os preferidos das audiências de cabo/outros**, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*. Os **dez programas de cabo com mais audiências em 2009 foram transmitidos pelo AXN e pela SIC No-**

tícias, destacando-se neste segmento em particular as audiências obtidas pela série de ficção CSI.

29. O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Barre Rádios da Marktest, fixa-se em 3h18m, tendo aumentado cerca de 7 minutos em relação a 2008. Este aumento representa inversão da tendência de descida que se verificava desde 2003.

30. Entre as **rádios** consideradas na análise da Marktest, as **mais escutadas** pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF.

31. As **rádios do serviço público** (RDP) obtiveram 10,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest em 2009, menos 1% face a 2008. A Antena 3 foi a estação da RDP que registou um maior decréscimo; a Antena 2 e a Antena 1 cresceram 0,1% em 2009.

32. As **rádios do Grupo Renascença** representaram uma audiência média de 2,6%, as do Grupo Media Capital, 1,4%, e a TSF, 0,3%. A RFM e a Rádio Renascença, do Grupo Renascença, são as rádios mais escutadas. Por sua vez, a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, permanece como a terceira rádio mais ouvida.

33. No que respeita à **imprensa**, praticamente todas as publicações, diárias e não diárias, de informação geral e de segmentos especializados, registaram, em 2009, uma **descida da sua circulação**. Nos jornais nacionais de informação geral, de acordo com os dados da APCT, o Correio da Manhã manteve-se como o diário de maior circulação, o Expresso manteve também a liderança entre os semanários e a Visão no segmento das *newsmagazines*.

34. No segmento da **imprensa especializada**, as publicações dedicadas a economia, negócios e gestão e as revistas chamadas “de sociedade” viram os seus índices de circulação aumentar. Por outro lado, verificou-se uma diminuição acentuada da circulação de jornais gratuitos e, de uma forma mais atenuada, de jornais desportivos e das revistas masculinas e femininas.

35. Relativamente à **internet**, o INE estima que, de 2005 a 2009, se assiste a um **aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à internet**. De acordo com estas estimativas, a ligação à internet deverá registar um crescimento médio anual de 11,7%, a ligação à internet por banda larga deverá aumentar 24,4% e o acesso a computador a partir de casa 7,7%.

36. Para o 1.º trimestre de 2009, os dados do INE indicam que mais de 56% dos agregados domésticos possuem computador – 47,9% com acesso à internet –, o que representa um crescimento

de 6,2% em relação ao mesmo período em 2008. Do conjunto de lares com acesso à internet, 46,2% encontram-se ligados através de banda larga, mais 7% do que no 1.º trimestre de 2008.

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

37. Em 2009, verificou-se um **decréscimo na criação de novas publicações periódicas nacionais**, passando de 258 em 2008 para 210 em 2009. Este decréscimo foi especialmente significativo nos Distritos de Lisboa (de 152 para 110), do Porto (de 31 para 19), de Santarém (de sete para três) e de Faro (de sete para três). Deve, no entanto, salientar-se o crescimento expressivo nos Distritos de Coimbra (de 12 para 22), de Braga (de sete para dez) e de Bragança (de um para três).

38. Também em sede de **publicações editadas por entidades públicas**, foi notória a depressão do mercado, tendo apenas surgido 17 novas anotações, contra as 127 requeridas no ano transacto.

39. No respeitante à **regularização da situação registal dos operadores radiofónicos**, a apreciação é positiva, devido, em parte, ao facto de muitos operadores se encontrarem em fase de renovação dos seus alvarás, o que determinou que se verificasse a inscrição de **38 novos operadores**.

40. Sendo a actualização e fidedignidade do registo uma preocupação constante da ERC, em 2009 foram **cancelados 430 registos de publicações periódicas já sem edição efectiva e 17 inscrições de empresas jornalísticas**, por terem cessado a sua actividade editorial.

41. Saliente-se a **entrada de um novo tipo registal, os operadores de distribuição**, tendo, durante o ano de 2009, sido oito os operadores que regularizaram junto da ERC a sua situação.

42. Também os **serviços de programas transmitidos exclusivamente pela internet** surgiram com grande vigor em 2009, encontrando-se no final do ano **15 procedimentos** administrativos em sede instrutória.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO

43. No ano de 2009, a ERC apreciou **84 recursos de direito de resposta e de rectificação**, os quais incidiram sobre um total de **38 órgãos de comunicação social**, sendo **81 relativos a publicações periódicas, dois a um serviço de programas de televisão generalista** de acesso não condicionado livre e **um a um serviço de programas de radiodifusão sonora**.

44. Trata-se de uma **ligeira descida**, quer no que respeita ao número de recursos de direito de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos, relativamente a 2008, continuando esses valores ainda muito acima dos verificados em 2007.

45. Em 2009, tal como em 2007 e 2008, a grande maioria dos recursos **tem como alvo a imprensa** (96% dos recursos). Nesta, a de **âmbito regional**, alvo de 61% (51) dos recursos, é a que apresenta o número mais elevado. A imprensa de **âmbito nacional** é alvo de 35% (29) dos recursos.

46. Apenas 2% (dois recursos) se dirigem à **televisão**, tendo como destinatários os serviços de programas dos operadores SIC e TVI. Em 2009, surge, pela primeira vez, **um recurso** contra um serviço de programas de **radiodifusão** – Antena 1 Açores.

47. Dos 84 recursos, **três publicações periódicas** – O Coura (16,7%, 14 recursos, mais 13 que em 2008), o Barcelos Popular (11,9%, dez recursos, mais um que em 2008), ambos publicações periódicas de âmbito regional, e o Correio da Manhã (10,7%, nove recursos, mais dois que em 2008) – **representam 39,3% da totalidade dos recursos** apresentados à ERC em 2009.

48. Publicações periódicas de âmbito nacional, como o Diário Económico, o Jornal de Negócios, A Bola e a Revista TV Guia, são, em 2009, **pela primeira vez** desde 2007, objecto de recurso de direito de resposta.

49. Do ponto de vista geográfico, é nos distritos de **Braga e de Viana do Castelo** que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos em 2009 (15 em Braga e 14 em Viana do Castelo, tendo os recursos neste último distrito como alvo apenas uma publicação, O Coura).

50. Em 2009, os **Cidadãos comuns** representam 34,5% dos recorrentes (29 recursos) – a maioria relativa dos recorrentes –, seguindo-se a **Pessoa colectiva privada**, que representa 17,9% dos recorrentes (15 recursos), a segunda categoria de recorrentes.

51. Agregando, porém, as categorias de recorrentes oriundos do campo político ou partidário – *Autarcas, Autarquias, Partido político, Dirigente partidário/deputado, Governo nacional e Membro do Governo de região autónoma* –, verifica-se que **os membros do campo político-partidário representam, em conjunto, em 2009, a segunda categoria de recorrentes**.

52. As temáticas ligadas às **Autarquias locais** são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação. Seguem-se os temas *Casos de justiça* e *Ordem interna*

que, juntamente com outros temas ligados ao *Sistema judicial* e a *Actividades policiais*, correspondem à **segunda categoria de recorrentes**, a alguma distância das restantes categorias de temas.

53. Por outro lado, a hierarquia temática das peças que motivaram recursos mostra a **persistência de conflitualidade entre autarcas e órgãos de comunicação social relativamente a este instituto**.

54. Em 2009, na **maioria das decisões** (39,3%), o **Conselho Regulador dá razão ao recorrente**, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de rectificação*. Em 17,9% dos recursos reconhece o direito mas obriga à *reformulação do texto* de resposta, e em 10,7% determina a *republicação* de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). 21,4% dos recursos tiveram decisão de arquivamento por improcedência e 3,6% por inutilidade superveniente.

SONDAGENS

55. O ano de 2009 foi fortemente condicionado pela realização de três eleições de âmbito nacional – Eleições Europeias, a 7 de Junho, Eleições Autárquicas, em 11 de Setembro, e Eleições Legislativas, a 27 do mesmo mês. Não obstante, não se contabilizou um número de depósitos de sondagens comparável ao de outros anos eleitorais (nomeadamente 2005 e 2001). Este dado poderá indiciar a manutenção da tendência de quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos que tem sido evidenciada pelo sector, em consequência de uma retracção no investimento dos órgãos de comunicação social neste tipo de estudos.

56. Apesar da diminuição generalizada do número de sondagens face aos anos de 2001 e 2005, as sondagens continuam a ter muita procura por parte dos OCS, como se pode constatar pelo número de divulgações realizadas em 2009 (1879), muitas delas em parcerias entre os principais grupos de média.

57. Em 31 de Dezembro de 2009, estavam acreditadas 17 entidades junto da ERC, mais uma do que na data homóloga de 2008, tendo sido depositados mais **94 estudos, num total de 196**.

58. Foram **13 as empresas de sondagens credenciadas pela ERC que procederam ao depósito de estudos durante o ano de 2009**, mais uma do que em 2008, sendo que todas as empresas mais representativas do sector aumentaram o número de depósitos junto da Entidade Reguladora.

59. A manutenção da estrutura das empresas que procederam a depósitos de sondagens junto da ERC entre 2008 e 2009 reflecte

a **tendência de especialização que se tem vindo a observar no mercado dos estudos de opinião e políticos** nos últimos anos, particularmente evidente na redução do número de empresas credenciadas, menos sete do que em 2006 (24 em 31 de Dezembro de 2006 e 17 em 31 de Dezembro de 2009).

60. As **196 sondagens** depositadas na ERC durante o ano de 2009 foram realizadas **para 54 clientes distintos**, um número consideravelmente superior (mais 16) ao apurado em 2008 (38 clientes).

61. Um ano eminentemente eleitoral como o vivido em 2009 repercutiu-se no aumento exponencial das abordagens em torno do voto e projecções eleitorais, contrariamente ao observado em 2008, ano durante o qual a incidência temática esteve refém dos barómetros políticos regulares, na abordagem da imagem das principais instituições políticas do país e seus representantes, bem como na dos líderes partidários, ou ainda na monitorização das intenções de voto mensais.

62. Não obstante o aumento deste foco nos estudos eleitorais, foram assinalados, em 2009, menos 26 temas genéricos em relação ao apurado no ano anterior, num total de 135, que representaram 738 referências distintas no conjunto das 196 sondagens depositadas. De destacar, pela sua marcada presença, as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores, e concomitantes projecções eleitorais, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, primeiro-ministro, Governo, ministros e líderes partidários, bem como dos órgãos das autarquias locais.

63. Assim, mais de 50% das sondagens depositadas em 2009 incidiram sobre a temática relativa ao voto autárquico. O voto legislativo foi abordado em cerca de 40% dos estudos, sendo, em número, superior a 20% as sondagens que abordam temas relativos à **imagem dos líderes partidários e Presidente da República**. A imagem do primeiro-ministro, a imagem **dos executivos camarários, problemas concelhios e locais, a imagem dos ministros do Governo e a imagem das autarquias** foram tratadas em mais de 10% dos estudos.

64. Relativamente ao **método de recolha de informação**, de acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o método de recolha de informação mais utilizado continua a ser o telefónico, tendo sido utilizado, através de selecção directa ou em painel, em 141 das 196 sondagens depositadas durante o ano de 2009, ou seja, em cerca de 72%.

65. No que concerne à **selecção das amostras**, observou-se, de 2008 para 2009, um aumento do número de estudos que

utilizaram mais do que um método naquele processo, em grande parte das situações através do recurso à selecção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), procedendo-se, depois, à utilização de quotas para seleccionar os indivíduos a entrevistar.

66. Durante o ano de 2009, 86,2% das sondagens depositadas foram acompanhadas de uma **divulgação efectiva dos seus resultados**, crescendo em relação a 2008 (81,4%), mas mantendo a tendência observada em 2007 (86,3%), ano em que ocorreram três actos eleitorais.

67. Contabilizou-se, em 2009, um total de **24 órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião durante o ano**, ou seja, 27,9% do total (mais 13 do que 2008).

68. O perfil apurado para o ano de 2009 **revela uma tendência para a concentração das divulgações num número mais restrito de órgãos, o que é comum** em anos em que os estudos de antecipação e/ou projecção eleitoral são mais importantes.

69. A Rádio (36,9%) suplantou a Televisão (36,3%) e a Imprensa (22,1%) como principal fonte de divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2009, representando aqueles dois primeiros suportes perto de três quartos do total de divulgações recuperadas (73,2%). Embora tenha crescido em termos do volume de peças monitorizadas, a importância relativa da internet reduziu-se para metade do apurado em 2008.

70. Foram realizadas **28 sondagens em dia de acto eleitoral** (“boca da urna” – 39,4%), para o conjunto das três eleições estudadas, sendo 22 delas referentes a estudos de âmbito local no dia das eleições autárquicas, e as restantes seis em estudos para as eleições legislativas e europeias. A melhoria das **condições genéricas de intervenção da Unidade de Sondagens**, bem como a assumpção de uma política mais atenta às divulgações de estudos de opinião, justificou a abertura de 79 procedimentos de diversa índole, um número superior ao apurado para o ano de 2008.

71. Nos 38 processos desencadeados **durante o ano de 2009**, gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, 54,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com incumprimentos de *Regras de divulgação ou interpretação de sondagens*⁸. As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito registaram 22,7% do total apurado⁹.

RADIODIFUSÃO SONORA

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2009

72. Até ao final de 2009 foram desenvolvidas **51 acções de fiscalização** a operadores de rádio, das quais 12 implicaram a deslocação às respectivas instalações.

73. Nas acções de fiscalização realizadas foram assinaladas **66 irregularidades** na emissão dos operadores, concluindo-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria, na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador e na ausência de informação quanto à localização dos estúdios de produção da emissão.

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

74. No universo de 347 serviços de programas de âmbito local, foram apresentados, até ao fim do ano, **63 novos pedidos de renovação**, que acresceram aos 163 processos transitados de 2008, perfazendo o total de **226 processos** no decurso do ano de 2009.

75. Até Dezembro de 2009, inclusive, foram aprovadas **176 liberações** referentes a processos de renovação de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora, das quais **173 deferiram o pedido de renovação**, tendo as restantes **três determinado a sua não renovação**.

76. Dos titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão em actividade em 2009, **cinco não requereram**, dentro do prazo legal, a renovação das respectivas licenças, pelo que, por caducidade, se extinguiu o direito ao exercício da actividade de radiodifusão por parte desses operadores.

77. No final do ano de 2009, verificou-se uma **alteração no universo radiofónico nacional, reduzido para 321 operadores licenciados** para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de âmbito local, a que correspondem 339 serviços de programas distintos. Esta situação decorre do facto de em 2009 ter sido determinada a não renovação da licença de alguns operadores de rádio (três), a que acresceram ainda as referentes às licenças caducadas (cinco), por não ter sido requerida atempadamente a renovação dos respectivos alvarás. Temos, portanto, de 329 opera-

⁸ Artigo 7.º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

⁹ Artigo 6.º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

dores licenciados no início do ano de 2009, a que correspondem 347 serviços de programas, uma redução, no final do ano, para 321 operadores e 339 serviços de programas¹⁰.

ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO

78. No âmbito das alterações registadas no ano de 2009 aos projectos de radiodifusão sonora, assistiu-se a uma **tendência**, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da **alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existent**s, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projecto aprovado, conversão dos serviços de programas, assim como a alteração de denominação dos serviços, registados ao longo do ano.

79. Em 2009, foram apreciados e autorizados **nove pedidos de alteração** do projecto aprovado, de generalista para temático musical, verificando-se, com a alteração ocorrida, que **actualmente estão classificados como temáticos 23 serviços de programas**.

80. Dos **347 serviços de programas de âmbito local** licenciados para o exercício da actividade, **324 disponibilizam serviços de programas generalistas, 19 emitem serviços temáticos musicais e quatro são temáticos informativos**.

81. Foram autorizadas **20 alterações de denominação**, nove das quais no âmbito de uma alteração do projecto aprovado e 11, mediante requerimento, sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador.

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

82. Em 2009, a ERC apreciou **seis pedidos de alteração** do controlo de empresas titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão.

83. As **alterações à composição do capital social** das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, registaram uma diminuição significativa em relação aos pedidos apresentados no ano anterior.

84. No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas **20 entidades – pessoas singulares ou colectivas – com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas**, no ano de 2009. Neste conjunto, e excluindo-se o Grupo RTP, en-

contram-se as entidades detentoras dos alvarás dos serviços de programas de cobertura nacional e regional – Media Capital Rádios, Rádio Renascença e TSF Rádio Notícias.

85. Não se registaram alterações no quadro do planeamento de distribuição das frequências nacionais e regionais, em relação ao ano de 2008, mantendo-se, por conseguinte, as **seis frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional**.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

86. No decurso do ano de 2009 assinalou-se um ligeiro aumento de **serviços de programas de radiodifusão activos no sistema de envio e tratamento automático de dados** para apuramento da quota de difusão de música portuguesa, perfazendo um total de 152, registando-se, relativamente a 2008, um **acréscimo de 3%**.

87. Dos serviços de programas de âmbito local activos no sistema, num universo de análise mensal que compreende 130 dos 152 serviços de programas, **mais de 86% cumpre a quota legal de 25% de emissão de música nacional**.

88. Uma **média de 95% dos serviços de programas activos respeita** a percentagem mínima de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos estados-membros da União Europeia.

89. Acompanhando a tendência dos últimos anos, **também os operadores de âmbito nacional mantêm percentagens de emissão de música portuguesa superiores ao mínimo legal estabelecido**, quer no que respeita à obrigação de emissão de uma quota de 25% de música portuguesa, no total da programação musical, quer no que se refere ao preenchimento dessa quota com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos estados-membros da União Europeia.

90. Contando com a colaboração da Sociedade Portuguesa de Autores, concluiu-se que em Portugal se mantêm com **insuficiente produção** os seguintes géneros musicais: *hip-hop/rap/urban*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação.

Até ao final de 2009, foram deferidos **12 pedidos de isenção do cumprimento da quota de música portuguesa**, na sua maioria referentes a serviços de programas temáticos musicais cuja programação assenta no género *dance/urban/hip-hop*.

¹⁰ Os detalhes da análise são desenvolvidos no respectivo capítulo do volume I do Relatório.

ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE RADIODIFUSÃO: RDP ANTENA 1, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL

91. A análise comparativa da informação dos três serviços de programas de radiodifusão, generalistas, de âmbito nacional – RDP Antena 1, Rádio Renascença (RR), Rádio Comercial (RC) – abrange os blocos informativos das 8h00 e das 18h00, no período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009.^[1]

92. Foram monitorizados 248 noticiários de três serviços de programas de expansão nacional, num total de 1683 notícias, assim distribuídas:

- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Antena 1, com um total de 748 peças.
- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença, com um total de 612 peças.
- ▶ 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial, com um total de 323 peças.

93. A análise permite identificar um conjunto de **tendências comuns** a dois dos três serviços de programas no ano de 2009, mostrando uma **aproximação das agendas jornalísticas** da Antena 1 e da Rádio Renascença, patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que são objecto de cobertura nos blocos informativos analisados. A Rádio Comercial, embora acompanhando algumas das tendências genéricas, regista maiores diferenças.

94. A **política nacional** é a temática mais frequente e comum aos serviços de programas RDP Antena 1 e Rádio Renascença. Na Rádio Comercial predomina o tema *ordem interna*. Contudo, embora assumindo prioridades distintas, estão também entre os temas mais representados nos três serviços de programas a *política nacional*, a *ordem interna*, o *desporto*, a *política internacional* e o *sistema judicial*.

95. Nos blocos informativos do operador público Antena 1, com especiais obrigações quanto à diversidade e ao pluralismo, quatro categorias temáticas – *política nacional*, *ordem interna*, *desporto*, *política internacional* – dominam **cerca de 60% das peças (57,4%)**. A situação é similar na Rádio Renascença (60,1%).

96. Comum à informação dos três serviços de programas é a **hegemonia do futebol** nas peças sobre *desporto*, a terceira temática mais frequente na amostra dos três serviços de programas em 2009. Este tema assume maior presença na informação da Rádio

Comercial, onde aparece como segundo tema mais frequente. A cobertura de outras modalidades desportivas é residual, o que deve ser assinalado criticamente quanto ao operador público.

97. Constitui também tendência comum à informação dos três operadores a **fraca representatividade** de temas e protagonistas de áreas temáticas como a **cultura** e **grupos minoritários** ou de **áreas geográficas** nacionais e internacionais.

98. O tema **cultura** obtém, em 2009, nos três serviços de programas de radiodifusão, cobertura informativa diminuta, não obstante ser mais frequente na RDP Antena 1, onde marca presença em 3,5% das peças, face a 2% na Rádio Renascença e menos de 1% na Rádio Comercial.

99. No que respeita à presença de **grupos minoritários**, o comportamento dos três blocos informativos denota em geral a pouca relevância conferida a este *tema* e a *actores* oriundos desta categoria. **Num total de 1683 peças analisadas, apenas sete**, quatro das quais na RDP Antena 1, se referem a grupos minoritários, incluindo nesta categoria *minorias étnicas/imigração*, *crença/religiosidade*, *comportamento/orientação sexual*, *portadores de deficiência*.

100. Em relação a outros **temas pouco frequentes**, verifica-se que, individualmente, as peças sobre *ciência e tecnologia*, *urbanismo*, *comunicação*, *sociedade*, *defesa* e *população* **não chegam a representar 1%** quer dos conteúdos informativos da RDP Antena 1, quer dos operadores privados.

101. As peças sobre **educação** e **crença e religião** representam, na informação do operador público, **menos de 1%**, surgindo o tema **crença e religião** na Rádio Renascença em 6,2% das peças e em apenas 0,3% na Rádio Comercial.

102. A presença/referência a **crença/religiosidade** é um elemento, pelo seu destaque, **distintivo da Rádio Renascença**, nomeadamente no que respeita ao *cristianismo católico*. É também este o único operador que refere **indivíduos portadores de deficiência**.

103. Do **ponto de vista da diversidade geográfica** na informação emitida pelos três serviços de programas, predomina o **enfoque nacional** das peças. Este enfoque é tendencialmente não especificado em termos de local de acção dos acontecimentos noticiados, apesar do domínio da **região da Grande Lisboa**, nos casos em que tal informação é detalhada na peça. Igual-

[1] A análise detalhada de cada serviço de programas de radiodifusão analisados encontra-se no Volume I do Relatório.

mente de notar a **presença residual** na informação dos três serviços de programas de regiões como o **Alentejo**, o **Algarve** e as **Regiões Autónomas**.

104. As **diferenças** que é possível identificar **entre o operador público e os operadores privados** abrangidos na análise residem, sobretudo, na duração das peças informativas, cuja **média** nos três serviços de programas é de 1 minuto e 10 segundos. Na RDP Antena 1 e na RR a **duração média das peças** é superior à média, sendo que a RDP Antena 1 é o operador que transmite blocos mais longos e o único com peças com mais de cinco minutos.

105. Também a **duração média** dos blocos informativos nos três serviços de programas – 9 minutos e 29 segundos – distingue a RDP Antena 1, cujos blocos informativos têm uma duração – 13 minutos e 13 segundos – superior à média, sendo que os blocos da Rádio Renascença se aproximam desta, com 8 minutos e 59 segundos.

106. Ao nível do **rigor informativo**, a **orientação para a informação factual** é uma característica predominante dos blocos informativos dos três serviços de programas. O registo *informativo* é predominante, assumindo o *comentário* e a *entrevista* um carácter marginal.

107. Contudo, em peças que requerem **contraditório**, observa-se que em maior número não são reportadas as posições de todos os visados. Essas peças referem-se maioritariamente ao tema *política nacional*.

108. De notar que a RDP **Antena 1** emite o maior número de peças em que o *princípio do contraditório* é respeitado.

109. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma **única fonte** no tratamento editorial das notícias. Considerando os casos em que as fontes são *múltiplas*, predomina, nos três operadores, a *dissonância* entre as fontes consultadas relativamente à *concordância* delas.

110. Quanto aos **protagonistas** da informação, não obstante o peso de peças em que não há um protagonista identificado, destacam-se os **actores de política nacional** nos três serviços de programas, seguidos dos actores das áreas *desporto*, *sistema judicial* e *política internacional*.

111. Na política nacional, num ano marcado por três actos eleitorais, as *actividades dos partidos políticos* e *divergências/críticas*

inter-partidárias tiveram mais presença na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença. De salientar a **escassa presença das actividades da Assembleia da República** nos três operadores, cujo valor máximo é de **2,5% em cada um dos operadores privados**, que se deve, em parte, ao impacte do caso "BPN". Também o tema **suspeita de envolvimento em escândalos ou irregularidades** de actores da política nacional – "Freeport", "Face Oculta" – teve presença equivalente nos três operadores, não ultrapassando 2,1% das peças na RDP Antena 1, o valor mais elevado entre os três operadores.

112. A categoria de **protagonistas políticos** mais representada na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença é **secretários-gerais e presidentes dos partidos**, seguindo-se, para ambos os serviços de programas, a categoria ministros, sendo esta a mais representada na Rádio Comercial, seguida de **primeiro-ministro**.

113. Considerando a **pertença político-partidária dos protagonistas** com mais expressão nos três serviços de programas, verifica-se que **predominam neles os membros do Governo**, com maior representatividade na Rádio Comercial (61,5%), seguida pela RDP Antena 1 (34%) e a Rádio Renascença (27,4%).

114. Os protagonistas do **PSD** representam a segunda categoria mais frequentada nos três serviços de programas, com maior incidência na Rádio Renascença (20,2%), seguida pela RDP Antena 1 (15,7%) e pela Rádio Comercial (10,3%).

115. O **PS** é a terceira categoria de protagonistas político-partidários mais representada, particularmente na Rádio Renascença (15,5%), seguindo-se a Rádio Comercial (15,4%) e a RDP Antena 1 (13,6%).

116. Os protagonistas do **CDS-PP** representam a quarta categoria mais representada nos blocos informativos da Rádio Renascença (9,5%), seguida pela RDP Antena 1 (7,9%).

117. O **PCP/CDU** não se encontra referido pela Rádio Comercial, destacando-se a sua presença na RDP Antena 1 (8,4%), seguindo-se a Rádio Renascença (4,8%).

118. O **BE** é referido, por ordem decrescente, na RDP Antena 1 (5,2%) e na Rádio Renascença (4,8%).

119. Nos blocos informativos da Rádio Comercial incluídos na análise não se identificou a presença de protagonistas do **CDS/PP**, do **PCP/CDU** e do **BE**^[2].

[2] De notar que a Rádio Comercial apresenta uma menor proporção de peças analisadas na amostra, já que não emite blocos informativos aos fins-de-semana.

120. As peças que incluem *crítica à acção governativa ou contestação ao Governo* são mais frequentes na Rádio Renascença (19,3%) e na RDP Antena 1 (14,6%) do que na Rádio Comercial (4,6%).

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO

121. Em 2009, na **Antena 1**, os programas de divulgação e alinhamento musical continuam a ocupar o maior espaço do total da programação, com 39,8% (3483 horas), embora registando um decréscimo de 7,5% relativamente a 2008.

122. Comparativamente a igual período de 2008, verifica-se, em 2009, um acréscimo nos espaços dedicados aos noticiários, tendo os debates de carácter geral mantido o mesmo volume.

123. Regista-se ainda a difusão de programas de incentivo à língua portuguesa, nomeadamente no domínio da expressão literária dos usos e costumes e do apoio ao lançamento de cd's de música portuguesa.

124. Em matéria de **difusão da música portuguesa**, a Antena 1 cumpriu as exigências previstas no artigo 44.º-B da Lei da Rádio, ultrapassando, mesmo, os valores registados em 2008.

125. O ano de 2009 representa, também, uma continuidade ao nível da programação apresentada pela **Antena 2** em 2008, quer ao nível do modelo de programação, composto por painéis, quer ao nível de rubricas de conteúdo não musical.

126. O fomento da **língua portuguesa** é representado pela emissão diária de programas relacionados com a língua, cultura e usos e costumes portugueses; dada a especificidade dos conteúdos musicais, este serviço de programas não está sujeito ao cumprimento de quotas de música portuguesa.

127. Tal como no ano anterior, em 2009, na **Antena 3**, cerca de 2% da programação consiste em informação, apresentando este serviço de programas uma programação mais orientada para a emissão de programas de música.

128. Ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, a programação situou-se acima de 40% no período de maior audiência – entre as 7h00 e as 20h00.

129. Em matéria de difusão de **música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia**, no pe-

ríodo das 7h00 às 20h00, a Antena 3 seguiu uma tendência manifestada desde o segundo semestre de 2008, com uma evolução crescente da quota até Julho, tendo-se situado na ordem dos 70%; já no último trimestre volta a descer para os 60% exigíveis.

130. A Antena 3 promove a língua e valores culturais portugueses com o apoio e divulgação de acções e iniciativas nas áreas da música, cinema, teatro, dança e literatura e, tendo em atenção a orientação musical da antena, com o apoio a cd's e concertos de autores portugueses e com a emissão regular de um programa educativo sobre a expressão oral.

131. A **Antena 3** é o serviço de programas com maior volume dedicado a referências promocionais, reflexo do patrocínio de festivais e filmes. Por outro lado, a Antena 2 é o serviço de programas que difunde o menor volume de referências promocionais.

IMPrensa

ANÁLISE DAS INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS NA IMPRENSA DE INFORMAÇÃO GERAL E DE EXPANSÃO NACIONAL¹¹

132. A análise abrange o período compreendido entre **1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008**. As publicações analisadas são as seguintes: **Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, 24 Horas, Correio da Manhã, Expresso, Sol, Visão, Focus e Sábado**. Trata-se de um *estudo exploratório*, o primeiro a ser realizado sobre o cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias na imprensa de informação geral e de expansão nacional.

133. O número de **inserções publicitárias** identificadas na amostra totaliza **6140**, correspondentes a **256 edições**, das quais: **25 edições** de cada um dos jornais **diários**, **26 edições** de cada um dos jornais **semanais**, **26 edições** das **revistas semanais Sábado e Visão**, **27 edições** da **revista semanal Focus**.¹² A análise abrange as **páginas editoriais do caderno principal**, excluindo-se as páginas de publicidade do citado caderno.

134. Em termos gerais, na amostra analisada, são os jornais semanais, **Expresso e Sol**, aqueles que registam maior número de inserções publicitárias. De entre os diários, é o **Jornal de Notícias** aquele que apresenta mais inserções.

135. No que respeita à **localização** das inserções publicitárias nas publicações e considerando o conjunto das publicações ana-

¹¹ Os dados são desenvolvidos no volume I do Relatório.

¹² O erro amostral máximo por jornal diário é de 18,96% e para os jornais semanais e revistas de 13,72%.

lisadas, verifica-se que as inserções publicitárias na *primeira página/capa* possuem valores relativamente baixos no conjunto das publicações analisadas. Com valores ainda mais baixos encontram-se as inserções localizadas na *última página*.

136. Em termos de **tipologia de inserções publicitárias**, os *anúncios* ocupam mais de metade da amostra em análise, especialmente no Correio da Manhã e no Expresso.

137. A **informação comercial** (promoção de produtos) atinge valores elevados nas revistas semanais Focus e Sábado e no semanário Sol, sendo, no conjunto das publicações analisadas, a segunda tipologia mais presente, logo a seguir aos anúncios.

138. A **terceira tipologia mais presente é a das autopromoções/iniçiativas** (das próprias publicações), particularmente no Diário de Notícias, na revista Visão, no Jornal de Notícias e no jornal Público.

139. A **publicidade redigida** está, na amostra, mais presente no Público e no Diário de Notícias.

140. A **publireportagem** representa na revista Focus o valor relativo mais elevado no conjunto das publicações. Outras tipologias de publicidade, como o **patrocínio/apoio/colaboração e peças realizadas a convite**, possuem presença residual nas publicações analisadas.

141. No que respeita aos **anunciantes, patrocinadores ou apoiantes mais presentes** no conjunto das publicações analisadas, destacam-se, por área, as *empresas da área da comunicação, da área editorial, instituições públicas, empresas da área da banca privada e da área das viagens/turismo*.

142. Quanto aos **anunciantes oriundos de instituições públicas**¹³, por categoria, verifica-se a sua presença em 9,6% do total de inserções publicitárias analisadas no conjunto das publicações, revestindo a inserção o formato de anúncio, patrocínio ou apoio.

143. No conjunto das publicações analisadas, a categoria de instituições públicas mais presente diz respeito aos **municípios e outras instituições autárquicas**. Seguem-se as *universidades e centros de investigação estatais*. A terceira categoria é *Governo e serviços do Estado*.

144. Quanto ao **princípio da separação entre conteúdos publicitários e conteúdos jornalísticos**, verifica-se que, no conjunto das publicações analisadas, em 81,8% das inserções publicitárias é cumprido o *princípio da separação* entre conteúdos publicitários e conteúdos jornalísticos.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NA PROGRAMAÇÃO – – RTP1, RTP2, RTPN, SIC E TVI¹⁴

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

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

147. A análise parte do pressuposto de que a **diversidade** da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das dimensões de *pluralismo*, conceito que é aqui entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais¹⁵.

148. A análise da programação incide nos **géneros e funções** da programação, num total de **39 géneros**, agrupados em sete categorias de **macrogéneros – informativos, desportivos, ficção, infantil/juvenis, entretenimento, culturais/conhecimento, institucionais/religiosos**, e considerando quatro **funções** clássicas da programação – **entretém, informar, formar, promover/divulgar**.

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

¹³ As instituições públicas anunciantes nas publicações abrangidas no estudo constam do Volume II do Relatório.

¹⁴ A análise detalhada de cada serviço de programas encontra-se no volume II do Relatório.

¹⁵ Esta noção base de *pluralismo dos média* tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os Média. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos média nos estados-membros (Cf., por exemplo, *Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*, SEC, 2007).

150. Foram analisados **58.666** programas, correspondentes a uma **duração** de **36925h15m**, o que representa o universo de programas emitidos por cinco operadores (RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI) em 2009, de acordo com o registo de programação efectuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Marktest, através da utilização do *software* MMW – Markdata Media Workstation.

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

RTP1: 7545 programas, correspondentes a uma **duração** de 7129h19m.

RTP2: 19099 programas, correspondentes a uma **duração** de 8439h28m.

RTPN: 16610 programas, correspondentes a uma **duração** de 8198h20m.

SIC: 7934 programas, correspondentes a uma **duração** de 6679h25m.

TVI: 7478 programas, correspondentes a uma **duração** de 6478h40m.

Em termos gerais:

152. No que respeita à **diversidade de géneros de programas** emitidos em 2009 pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto, na RTP1 foi identificada a frequência de 34 categorias de *géneros televisivos* dos 39 contemplados na análise. Na RTP2 registaram-se 31, na SIC 32 e na TVI 28.

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

154. No que respeita à **diversidade dos géneros emitidos no horário nobre** (20h00-22h59m), a RTP1 regista 27 *géneros* de entre as 34 categorias que constituem a globalidade da programação deste serviço de programas. A RTP2 regista nesse horário 24 *géneros* dos 31 registados na sua programação geral. A SIC regista 20 *géneros televisivos* nesse horário de entre os 32 apresentados por este serviço de programas. A TVI regista 15 *géneros* no **horário nobre** de um total de 28 constantes da sua programação.

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

156. Relativamente aos dois serviços de programas do **operador público** – RTP1 e RTP2 –, a análise mostra que eles se posicionam numa base de **complementaridade e alternativa**, con-

cretizada na diferente **frequência** e **duração** de determinadas categorias de *géneros* em cada um.

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

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

159. Quanto aos **programas da categoria culturais/conhecimento**, na RTP2 representam perto de três quartos de toda a programação no conjunto dos quatro canais de acesso não condicionado livre. Em contraste, a TVI é o serviço de programas que inclui menos programas *culturais/conhecimento* nas suas grelhas no conjunto dos quatro canais. Quanto à RTP1, assume a segunda posição e a SIC a terceira.

160. No que respeita aos **operadores privados – SIC e TVI** –, verifica-se a existência de similitudes entre eles, designadamente nas categorias de géneros predominantes nas suas emissões. Considerando tanto a frequência como a duração, destacam-se em ambos quatro grandes categorias de géneros: *entretenimento, ficção, informativos* e *infantis/juvenis*.

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

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

163. Quanto à RTPN, tratando-se de um **serviço de programas temático informativo**, a análise dos *géneros televisivos* traduz essa especificidade. Assim, os programas do género *informativos* constituem a categoria predominante – 65% do total de programas exibidos –, compreendendo nela toda a diversidade de *géneros informativos* considerados na análise, um peso que sai ainda reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (78,9%).

164. Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quinto do número total de programas (19,2%), embora em **duração** obtenha um peso menos relevante (9,5%).

165. Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,7%), o que se deve, sobretudo, à presença de programas de *informação desportiva*.

166. Dada a especificidade temática da RTPN, a categoria *entretenimento* é a que obtém menor relevo na grelha de programas deste canal, correspondendo essencialmente à exibição de programas de *infotainment*.

RTP1

167. Na programação da RTP1 em 2009, considerando os **macrogéneros**, predominam os programas *informativos*, quer em número de programas (**frequência**) (24,9%), quer em **duração** (30,9%), destacando-se em **frequência** os *serviços noticiosos* (12,0%) e em **duração** os *magazines informativos* (16,8%).

168. A *ficção* e o *entretenimento* são igualmente relevantes em **frequência** e **duração** (respectivamente 24,5% e 20,9%), embora a relação se inverta ligeiramente quando considerada a **duração** (26,7% e 29,0%).

169. No *entretenimento* destacam-se, em termos de **duração**, os *talk shows* (17,8%), sendo este o **género que obtém maior duração nas grelhas da RTP1**.

170. Os programas dirigidos aos **públicos infanto-juvenis** registam uma **frequência** de 12,6%, embora esse valor não obtenha idêntica relevância quando considerada a sua **duração** (2,3%).

171. No leque de categorias de **menor frequência** e **duração** sobressaem os *culturais/conhecimento* (5,2% e 4,1%, respectivamente), os *desportivos* (4,5% e 4,1%) e os *institucionais/religiosos* (7,6% e 2,8%).

172. Considerando as **funções** atribuídas aos diferentes géneros, verifica-se que, na programação da RTP1, a **função entreter** corresponde a **mais de metade dos programas** transmitidos (57,6%). Trata-se de programas representados maioritariamente em **géneros** como *telenovela*, *desenhos animados*, *séries*, *talk shows* e *concursos/jogos*.

173. *Informar* é a segunda **função** mais presente nos conteúdos da RTP1 (29,2%), a qual é preenchida sobretudo pelos *serviços noticiosos* e *magazines informativos* (27,6%).

174. Segue-se, a grande distância, a **função formar**, consubstanciada em 8,1% do número de programas emitidos em 2009 (1,3% no tempo de emissão). Corresponde, essencialmente, a conteúdos educativos – *educativos infantis/juvenis* e *educativos* dirigidos a diferentes públicos, bem como a programas *institucionais*.

175. Os programas vocacionados para *promover/divulgar*, representados em mensagens das entidades que os promovem, ocupam a parcela mais reduzida da programação da RTP1 (5,2% em número de programas), embora o seu tempo de emissão (2,6%) seja superior aos programas cuja **função** predominante consiste em *formar*.

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

177. A segunda categoria mais frequente na RTP1, neste horário, corresponde a *concursos/jogos*, representando quase um quinto da programação deste período horário.

178. Os programas de *comentário* surgem na terceira posição, embora com uma percentagem mais reduzida comparando com os anteriores. Atendendo à **duração**, verifica-se, ao invés, que as *transmissões desportivas* têm maior relevo, ocupando a terceira posição no **horário nobre** no que respeita a tempo de emissão.

179. Já no campo do *entretenimento*, os *concursos/jogos* são também preponderantes no **horário nobre** dos dias de semana, sendo aqueles que registam uma descida mais acentuada quando se contrasta a sua **duração** total nos dias de semana com a programação de **horário nobre** de sábados e domingos.

RTP2

180. Na RTP2, a programação *infantil/juvenil* sobressai, claramente, em relação a outras categorias, tanto em número de programas (59,4%), como em **duração** (30,7%). Nesta categoria de programas, os *desenhos animados* correspondem ao género mais frequente e com maior **duração**, seguindo-se os *educativos infantis/juvenis*. Estes dois géneros infanto-juvenis – *desenhos animados* e *educativos infantis/juvenis* – correspondem a mais de metade do número de programas exibidos pela RTP2 em 2009, representando, porém, pouco mais de um quarto da **duração** total da programação analisada.

181. Os *informativos* são a **segunda categoria** de programas mais frequente (14,9%), aproximando-se dos *infantis/juvenis*, considerando o peso que assumem no tempo total de emissão (26,6%).

182. Na RTP2, os programas *culturais/conhecimento* representam um décimo do total de programas exibidos em 2009 (10,1%) e mais de 15% do tempo total de emissão (15,6%).

183. A programação *desportiva* é mais significativa na RTP2 quando se considera o tempo de emissão (9,5%) do que quando se observa o número de programas exibidos (1,3%), em razão do próprio formato do espaço Desporto 2 (ocupa uma fatia considerável das tardes de fim-de-semana, sendo depois retransmitido).

184. De assinalar, também, a *frequência* de programas *institucionais/religiosos* (7,3%) e de *ficção* (6,3%), sendo que esta última ganha maior destaque em termos de *duração* (10,1% vs. 6,0%).

185. Os programas menos frequentes na RTP2 pertencem ao género *entretenimento* (0,7%), correspondendo-lhes igualmente a menor *duração* do total da programação (1,5%).

186. No *horário nobre* da RTP2, os *desenhos animados* são, em número, superiores aos demais géneros. Contudo, em *duração* destacam-se os *documentários* e os *serviços noticiosos*, obtendo os *desenhos animados* um peso relativo menor.

187. As *séries* são o género que mais perde peso no *horário nobre aos fins-de-semana*, o que contrasta com os dias de semana, altura em que possuem maior duração nesta faixa horária.

188. Os *serviços noticiosos* apresentam menor *duração* total durante o *horário nobre* dos fins-de-semana, embora com uma diferença pouco acentuada (27,5% vs. 24,1%).

189. Considerando as *funções da programação*, verifica-se que quer quanto ao número, quer quanto ao tempo de emissão, mais de metade dos programas emitidos pela RTP2 em 2009 cumpre a *função entreter* (51,8%), preenchida, maioritariamente, por *desenhos animados*, enquanto apenas um quarto desempenha a *função formar* (25,6%), preenchida essencialmente por programas *educativos infantis/juvenis* e *documentários*.

190. Cerca de **um em cada cinco** programas exibidos prossegue como *função* predominante *informar*, repartida, essencialmente, por *serviços noticiosos* e *magazines informativos*. *Promover/divulgar* regista o valor percentual mais reduzido.

SIC

191. Mais de dois terços dos programas emitidos pela SIC em 2009 (considerando o *número* de programas) recaem numa das seguintes categorias: *infantis/juvenis* (27,3%), *ficção* (25,6%) e *entretenimento* (23,3%).

192. Considerando, porém, a *duração*, surge primeiro o *entretenimento* (31,5%), seguindo-se a *ficção* (27,6%) e os *informativos* (21,7%). Em conjunto, estas três categorias somam mais de 80% da *duração* total da programação analisada em 2009.

193. No género *informativos*, os *serviços noticiosos* são os que ocupam mais tempo de emissão, surgindo em segundo lugar no que respeita ao número de programas emitidos. Na SIC não se registaram, em 2009, programas do género *comentário*.

194. A programação *infantil/juvenil*, mais frequente do que as restantes devido a formatos de dimensão mais reduzida, surge apenas na quarta posição quando se analisa a variável *duração* (15,8%), situação já verificada na RTP2. Dentro deste género, os *desenhos animados* superam nesta categoria todos os restantes em número de programas, embora não tenham idêntica expressão quando considerado o respectivo tempo de emissão.

195. À frente dos *desenhos animados*, em horas de emissão, encontram-se os *concursos/jogos*, os *talk shows*, as *telenovelas* e os *filmes/telefilmes*, géneros que, sendo menos exibidos, ocupam mais tempo de emissão.

196. Como categorias com *menor frequência* nas grelhas da SIC surgem os programas *culturais/conhecimento* (2,7%), *desportivos* (0,9%) e *institucionais/religiosos* (0,3%). Estas três categorias representam menos de 5% das opções deste operador, tanto em número de programas como de *duração*.

197. No ano de 2009, considerando o número e a *duração*, os programas difundidos pela SIC distribuem-se, fundamentalmente, por duas *funções* – *entretêr* e *informar* –, não obstante *entretêr* seja preponderante em **mais de três quartos dos programas emitidos** (77,0%). *Informar* é a segunda função mais relevante na programação da SIC (21,0%).

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

199. As funções *formar* e *promover/divulgar* apresentam **valores residuais** nas grelhas de emissão da SIC, com valores, respectivamente, de 1,8% e 0,3%.

200. Na programação do *horário nobre da SIC*, os *serviços noticiosos* ocupam a *primeira posição*. Os *concursos/jogos* e os programas de *humor* são também presenças frequentes neste horário. Estes três géneros em conjunto representam, em *frequência* e *duração*, mais de dois terços da programação em *horário nobre* da SIC.

201. Com valores abaixo de 10% neste período horário surgem *gêneros* como a **telenovela**, a **ficção de humor** ou os programas informativos de **reportagem**.

TVI

202. Na programação da TVI em 2009, a **ficção figura como a categoria mais presente** neste serviço de programas, considerando, quer o **número** de programas (30,8%), quer a sua **duração** (33,0%).

203. Os **informativos correspondem à segunda categoria** de gênero mais relevante em **frequência** (28,9%), sendo que o **entretenimento** surge como a segunda categoria mais representada atendendo à sua **duração** (30,6%).

204. Os programas **infantis/juvenis** são a terceira categoria mais frequente (17,8%) – muito próxima dos gêneros de **entretenimento** (17,1%) –, embora a sua **duração** registre um peso relativo manifestamente inferior (11,1%).

205. A **telenovela** é o gênero **mais frequente** na TVI e um dos que registam mais tempo de emissão, representando uma média de duas horas por dia. Os programas do gênero **talk show** são aqueles que obtêm uma **duração mais elevada**, com perto de três horas diárias de emissão.

206. No gênero **informativos**, os **serviços noticiosos** registam a terceira posição de maior relevo. Não se identificaram na TVI, em 2009, programas autónomos dos gêneros **entrevista** e **comentário**; o gênero **debate** possui presença residual.

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

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

209. A análise da programação da TVI em 2009 revela que aproximadamente **dois terços** dos programas emitidos têm como função predominante **entreter**, sendo a segunda a **função informar**.

210. A **função entreter** corresponde essencialmente a **telenovelas**, mas também a **concursos/jogos**, **filmes/telefilmes**, entre

outros *gêneros televisivos*, tendo o período da noite como horário privilegiado.

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

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

213. No primeiro caso, os programas **educativos infantis/juvenis** cumprem a quase totalidade da **função** formativa na TVI.

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

215. Mais de metade dos programas exibidos em **horário nobre** integram-se no gênero **telenovela**, correspondendo em **duração** a metade do tempo total de emissão deste período horário (50,0%). Os **serviços noticiosos** são, assim, o segundo *gênero* com maior número de presenças neste intervalo horário.

216. Na comparação entre **dias de semana e fins-de-semana**, assiste-se a uma redução do peso horário das **telenovelas** durante o **horário nobre** dos fins-de-semana. Mais reduzido nos fins-de-semana é também o tempo total de emissão ocupado pelos **serviços noticiosos** durante o **horário nobre**.

217. Em sentido inverso, regista-se a presença de **séries** e de **concursos/jogos** no **horário nobre** dos fins-de-semana de 2009, contra a sua ausência no **horário nobre** dos dias de semana.

RTPN

218. A análise dos *gêneros televisivos* na RTPN traduz a **especificidade temática** que constitui a matriz deste serviço de programas. Os **informativos** representam, na RTPN, cerca de 65% do total de programas exibidos, um peso que sai reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (78,9%).

219. O predomínio desta categoria deve-se, essencialmente, à exibição de **serviços noticiosos**, *gênero* mais destacado no conjunto da programação deste canal, quer em **frequência** (37,5%), quer em **duração** (29,7%).

220. Destaca-se, também, a presença de **magazines informativos**, segundo gênero mais frequente (15,1%), representando mais de um quinto do tempo total de emissão (21,9%).

221. Os *debates* surgem como o quarto *género televisivo* com maior **frequência** em termos globais (8,7%), ocupando mais de um décimo do tempo total de emissão (12,1%). Encontram-se ainda entre os *géneros informativos* os programas de *reportagem* (1,9%), *edições especiais* (0,9%), *entrevista* (0,6%) e *comentário* (0,4%).

222. Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quinto do número total de programas (19,2%), sendo que em **duração** obtém um peso menos relevante (9,5%).

223. A segmentação dos *culturais/conhecimento* revela como *géneros* mais frequentes desta categoria os programas *educativos* e a *informação cultural (magazines culturais)*. Atendendo à **duração**, verifica-se uma inversão no peso relativo destes dois, com a *informação cultural (magazines culturais)* a ocupar mais tempo de emissão. Surgem ainda representados os programas dedicados a *artes e média, humanidades, ciências e documentários*.

224. Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,7%), o que se deve sobretudo à presença de programas de *informação desportiva*.

225. A categoria *entretenimento* é aquela que obtém menor relevo na grelha da RTPN, correspondendo essencialmente à exibição de programas de *infotainment*, dado que reforça a especificidade temática deste serviço de programas.

226. A grande maioria dos programas que constam da grelha da RTPN prossegue como **função** predominante *informar* (83,0%). Esta função assume um peso relativo ainda mais relevante considerando a **duração** dos respectivos programas, os quais preenchem mais de 90% do tempo total de programação (92,6%).

227. Um em cada cinco programas emitidos pela RTPN em 2009 consiste numa *reexibição* (19,9%), o que corresponde também a cerca de um quinto do tempo total da sua emissão (19,4%). Os programas mais reexibidos são os *informativos*, seguidos dos *culturais/conhecimento* e *desportivos*.

228. O período da noite/madrugada absorve mais de metade das *reexibições* deste serviço de programas (56,8%). Os períodos da tarde e da manhã apresentam um índice de *reexibições* muito próximo entre si.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA – – RTP1, RTP2, SIC E TVI¹⁶

Em termos gerais:

229. A análise comparativa dos quatro blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI abrange o período de **1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009**.

230. Foram analisadas **5037** peças noticiosas, das quais **1240** emitidas pelo Telejornal da RTP1 (46 edições), **1042** pelo Jornal 2 da RTP2 (46 edições), **1468** pelo Jornal da Noite da SIC (46 edições) e **1287** pelo Jornal Nacional da TVI (46 edições).¹⁷

231. O presente Relatório inclui, **pela primeira vez**, a análise da informação diária do bloco informativo da RTP2.

232. O ano de **2009 foi marcado por importantes acontecimentos políticos e partidários** que influenciaram a agenda noticiosa nacional. Entre eles, destacam-se, pelo seu impacto mediático, três actos eleitorais – eleições para o Parlamento Europeu, para as Autarquias Locais e para a Assembleia da República –, incluindo a formação de um novo Governo. Na agenda parlamentar, para além da apresentação e votação do programa do Governo, o ano foi marcado pelas sessões quinzenais de inter-pelação ao Executivo.

233. O ano de 2009 foi ainda marcado por casos polémicos devido a suspeitas de envolvimento de protagonistas da vida política e partidária, nos designados casos "BPN", "Freeport", "Face Oculta" e "Escutas Telefónicas em Belém", que mereceram larga cobertura informativa.

234. Entre as **políticas governativas** mereceram destaque as ligadas à saúde, nomeadamente a Gripe A e o "caso dos doentes oftalmológicos do Hospital de Santa Maria". O ano foi, ainda, caracterizado pelos efeitos da crise financeira e económica, designadamente a nível laboral, em torno do aumento do desemprego e do encerramento de empresas. Do ponto de vista da segurança interna, destacaram-se as derrocadas em praias do Algarve. Do ponto de vista judicial, mereceu, ainda, atenção o "caso da menina russa".

235. No **contexto internacional**, a agenda noticiosa destacou o acompanhamento do primeiro ano da presidência de Barack Obama, a continuidade da cobertura dos conflitos no Médio

¹⁶ A análise por serviço de programas encontra-se desenvolvida no Volume II do Relatório.

¹⁷ A definição da amostra e a definição dos indicadores encontram-se no Volume II, Anexo I do Relatório.

Oriente e a actualidade ligada às políticas europeias. A “pandemia” da Gripe A marcou também a agenda internacional, a par, no plano cultural, da mediatização da vida e obra do cantor Michael Jackson, na sequência do seu falecimento.

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

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

238. Persiste, assim, em 2009, a **ausência de uma clara diferenciação do primeiro serviço de programas do operador público relativamente aos privados,** quer quanto aos temas, como quanto aos protagonistas ou às fontes de informação mais presentes nos principais blocos informativos destes três serviços de programas.

239. A situação repete-se quanto à **escassez da cobertura conferida a temas culturais,** com valores que se situam entre 3,5% a 4,3% dos temas identificados. A excepção é o Jornal 2 – RTP2 –, onde os temas culturais representam 10,4%, devido, sobretudo, à cobertura de assuntos e protagonistas da área da cultura na rubrica “Cartaz”.

240. As **assimetrias de género dos protagonistas** das peças noticiosas são um padrão que persiste em 2009, na continuidade de 2007 e 2008. De facto, a maioria dos protagonistas dos noticiários é do **género masculino,** a grande distância dos protagonistas do **género feminino.**

241. Também a **diversidade geográfica** é reduzida nos quatro serviços de programas, onde os acontecimentos reportados se localizam, predominantemente, na região da Grande Lisboa, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre temas ou protagonistas focados em regiões como o *Alentejo* (1,4% a 3% das peças), o *Algarve* (1,6% a 3,6%) e as *Regiões Au-*

tónomas, estas com valores entre 0,3% a 1,9%, referindo-se os valores mais baixos à Região Autónoma dos Açores.

242. No que se refere ao **contexto geográfico internacional,** o Jornal 2 da RTP2 destaca-se claramente, denotando um perfil editorial mais internacionalizado que os restantes blocos informativos, não obstante o **continente africano continuar a ter menor valor noticioso nos quatro serviços de programas** (3,4% a 5,4%), em particular considerando os **países africanos de língua oficial portuguesa** (28 peças num total de 5037), situação já assinalada em 2007 e 2008. Embora com um pouco mais de relevo na RTP2 e na RTP1, a presença desses países continua residual.

243. A mediatização de questões no âmbito da **União Europeia** levou, em 2009, a um incremento das peças sobre países europeus nos quatro serviços de programas (39% a 47,2% dos países estrangeiros), bem como sobre o *continente americano,* com destaque para os Estados Unidos da América, devido à cobertura da actividade do Presidente Obama, e para o Brasil (15,1% a 19,8%).

244. A maior frequência da **informação política internacional** nos blocos informativos do operador público – Jornal 2 (12,1%) e Telejornal (7,2%) – comparativamente aos blocos informativos dos operadores privados (SIC 5,8%; TVI 5,3%), constitui, contudo, **elemento de distinção da informação do operador público, mais consistente na RTP2.**

245. Por outro lado, a **duração média,** mais reduzida, dos blocos informativos do operador público – Jornal 2 (38m37s) e Telejornal (50m57s) –, relativamente à dos blocos informativos dos operadores privados (SIC 1h01m08s; TVI 1h00m44s), **aproxima, neste indicador, a RTP2 dos modelos de televisão pública europeus,** mantendo-se a RTP1 ainda relativamente longe da sua maioria.

246. Persiste em 2009 uma percentagem elevada de **informação não atribuída** nos blocos informativos, quer do operador público (22% RTP2; 11,8% RTP1;) quer dos operadores privados (21,1% SIC; 11,6% TVI), o que **significa menor rigor conferido à informação,** com especial incidência na RTP 2 e na SIC. Note-se, contudo, que, em 2009, se regista uma tendência para o acréscimo da percentagem de fontes identificadas face a 2007 e 2008.

247. Por outro lado, as peças em que a informação é atribuída a uma **fonte única** apresentam em 2009 valores elevados nos quatro serviços de programas (41,5% TVI; 40,1% RTP2; 39,1% SIC; 37,3% RTP1), não obstante se verifique um acréscimo de peças que consultam **fontes de informação múltiplas,** traduzindo, tendencialmente, um maior pluralismo e diversidade neste indicador relativamente a 2007 ou a 2008. Observa-se, porém,

que, apesar de o número de peças com *fontes de informação múltiplas* ter aumentado, essas fontes são, na sua maior parte, e nos quatro serviços de programas, *fontes consonantes*.

248. De notar, ainda, que na maior parte das peças que requerem uso do *princípio do contraditório*, isto é, em que se identificam interesses atendíveis, os quatro serviços de programas respeitam, tendencialmente, esse princípio. A RTP1 emitiu em 2009 a maior percentagem de peças com contraditório.

Quanto à cobertura da política nacional

249. Num ano em que se realizaram três actos eleitorais e em que várias investigações envolvendo altas figuras do Estado foram mediatizadas, a *política nacional*, em especial a actividade partidária e governativa, foi objecto de grande cobertura nos quatro serviços de programas em 2009, atingindo os valores mais elevados entre os temas abordados (29,7% RTP2; 26,5% TVI; 25,3% RTP1; 20,3% SIC).

250. Paralelamente, também os *protagonistas* e as *fontes oriundas da área da política nacional* atingiram os valores mais elevados nos respectivos indicadores: 28% RTP2; 26% TVI; 24,5% RTP1; 20,3% SIC, para os *protagonistas*, e 29% RTP2; 26,3% RTP1; 24,5% TVI; 20,6% SIC, para as *fontes de informação*.

251. A mediatização da *política nacional* traduz-se também, em 2009, no seu predomínio como *tema de abertura* mais frequente nos blocos informativos dos quatro serviços de programas (29,2% a 34,8% dos temas de abertura referem-se a temas de *política nacional*), em particular na TVI e na RTP2.

252. A natureza político-partidária de grande número de peças emitidas nos quatro serviços de programas em 2009 está patente no facto de a maior parte dos *protagonistas* políticos nacionais serem *secretários-gerais e presidentes dos partidos* (nomeadamente, os do CDS/PP e do PSD): 32,2% na RTP2; 30,9% na RTP1; 25,4% na TVI; 21,8% na SIC. E quando se agregam as categorias de *protagonistas que representam os partidos políticos* (*secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista, deputados e líderes parlamentares, militantes e membros político-partidários, notáveis e históricos dos partidos, membros das listas/mandatários das candidaturas, dirigentes partidários locais, distritais e regionais e porta-vozes de partidos políticos*) obtêm-se valores ainda mais elevados: 56,4% na RTP2; 54,2% na RTP1; 47,5% na TVI; 46,2% na SIC.

253. Os *protagonistas da área governamental* ocupam também posição relevante nas peças emitidas em 2009 nos blocos informativos em análise. O *primeiro-ministro* surge como protagonista em 11,7% na SIC; 11,5% na RTP1; 11% na RTP2; 10,7% na TVI. Por seu turno, os *ministros* surgem na categoria de protagonistas em 19,5% na SIC; 16,1% na TVI; 15,4% na RTP2; 14,1% na RTP1. Agregando as categorias de *protagonistas que representam o Governo nacional* (*primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado*), obtêm-se os seguintes valores: 32,9% na SIC; 29,8% na TVI; 27,8% na RTP2; 27,2% na RTP1.

254. Considerando apenas os *protagonistas* que surgem nas peças analisadas associados a uma determinada *pertença político-partidária*¹⁸, os *membros do Governo* representam 37,5% no Jornal da Noite, da SIC; 35,3% no Jornal Nacional, da TVI; 31,3%, no Jornal 2, da RTP2; 31% no Telejornal, da RTP1.

255. Os *protagonistas do PSD* representam no Jornal 2, da RTP2, 15,4%; no Jornal Nacional, da TVI, 14,7%; no Jornal da Noite, da SIC, 14,6%; no Telejornal, da RTP1, 13,1%.

256. Os *protagonistas do PS* representam 14,2% no Jornal da Noite, da SIC; 12,7% no Telejornal, da RTP1; 10,5%, no Jornal Nacional, da TVI; no Jornal 2, da RTP2, 15,4%, valor igual ao obtido pelo PSD.

257. Os *protagonistas do CDS/PP* representam no Telejornal, da RTP1, 10,8%; no Jornal Nacional, da TVI, 10,5%; no Jornal 2, da RTP2, 9,7%; no Jornal da Noite, da SIC, 8%.

258. Os *protagonistas do PCP/CDU* representam no Telejornal, da RTP1, 9%; no Jornal Nacional, da TVI, 8,7%; no Jornal 2, da RTP2, 8,5%; e no Jornal da Noite, da SIC, 4,6%.

259. Os *protagonistas do BE* representam no Telejornal, da RTP1, 9%; no Jornal 2, da RTP2, 8,5%; no Jornal Nacional, da TVI, 5,9%; e no Jornal da Noite, da SIC, 4,2%.

260. Os *protagonistas do PEV* são os menos presentes na amostra. O Telejornal, da RTP1, tem duas peças e o Jornal 2, da RTP2, tem uma única peça com um *protagonista* pertencente ao PEV. O Jornal da Noite, da SIC, e o Jornal Nacional, da TVI, nos dias da amostra, não têm *protagonistas* do PEV.

261. Nos dias incluídos na amostra, a presença de *protagonistas* pertencentes a *partidos extra-parlamentares foi residual* nos

¹⁸ Os dados relativos à RTP1, constantes deste capítulo, não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público. Isto deve-se ao facto de os períodos temporais analisados não serem absolutamente coincidentes, bem como os indicadores utilizados. Acresce que as peças incluídas neste Relatório não se cingem ao campo político-partidário, abrangendo outros actores para além de membros do Governo e dos partidos.

quatro serviços de programas, embora tal situação seja menos notória na SIC, que **também diversifica mais a representação paritidária**.

Outras temáticas com presença relevante na informação diária

262. Os temas da categoria **ordem interna**, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente a **crimes e violência** e a **acidentes e catástrofes** enquadrados ou não como **casos de justiça**, continuam em 2009 a merecer grande destaque nos quatro serviços de programas generalistas, encontrando-se entre os três temas mais frequentes nos quatro blocos informativos, maior na SIC, menor na RTP2 – 15,3% na SIC; 13,9% na TVI; 12,7% na RTP1; e 11,2% na RTP2.

263. O tema **desporto** está fortemente representado em três dos quatro serviços de programas: 14,6% na TVI, 12,5% na RTP1 e 11,2% na SIC, a grande distância dos valores apurados no Jornal 2 da RTP2, onde representa 2,9% dos temas noticiados. A **omnipresença do futebol** continua a ser um **padrão comum** na informação desportiva, com prejuízo da cobertura de **outras modalidades** (13,1% na TVI; 10,3% na SIC; 10,2% na RTP1; 1,9% na RTP2).

Acontecimentos da agenda informativa televisiva em 2009	%				Total
	Telejornal RTP1	Jornal 2 RTP2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	
Gripe A	22,0	18,4	17,4	17,0	18,7
Freeport	13,9	15,3	14,6	16,6	15,0
BPN	9,0	12,1	8,0	14,9	10,8
Face Oculta	9,4	12,6	8,0	8,9	9,5
Transferência Cristiano Ronaldo	5,7	2,1	11,8	6,0	6,9
Conflito no Médio-Oriente	4,9	7,4	4,5	5,1	5,3
Casos de Cegueira no Hospital Santa Maria	4,5	5,8	3,1	3,4	4,1
BPP	3,3	3,2	4,2	4,3	3,8
Avião Air France	3,7	1,1	4,5	3,0	3,2
Morte Michael Jackson	3,7	2,1	3,1	2,6	2,9
Derrocadas Praias Albufeira	2,0	2,1	2,4	3,0	2,4
Casamento Homossexual	2,0	2,6	2,1	2,1	2,2
Testamento Vital	2,9	2,1	2,4	0,9	2,1
Empresa Qimonda	2,4	1,6	1,7	2,1	2,0
Alexandra "menina Russa"	2,0		3,1	1,7	1,9
Escutas telefónicas Belém	1,2	3,2	1,4	1,7	1,8
Maddie McCann	1,6	0,5	2,4	1,7	1,7
Casa Pia	1,2	1,6	1,7	1,7	1,6
Cimeira Ambiental Dinamarca	0,8	2,1	1,7	1,7	1,6
Cimeira G-20	2,4	2,6	0,7	0,4	1,5
BCP	1,2	1,6	0,7	1,3	1,1
Total	100	100	100	100	100

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

264. Em 2009, os quatro serviços de programas conferem relevo à **informação económica e financeira** devido às consequências da crise financeira e económica e ao acentuar da problemática em torno da situação de alguns bancos nacionais, apresentando valores aproximados em três dos serviços de programas analisados (RTP1, 8,7%; RTP2, 8%; SIC, 8,1%), sendo estes mais baixos na TVI (6,4%).

265. Por seu turno, o tema **relações laborais** é pouco saliente nos quatro serviços de programas, sendo ligeiramente mais frequente enquanto tema dominante na TVI e na RTP2 do que na RTP1 ou na SIC: 3,5% na RTP1; 4,4% na RTP2; 3,2% na SIC; 4,9% na TVI. O subtema **emprego/desemprego** é o mais representado nesta categoria, sendo mais saliente na TVI e menos na RTP1.

266. Durante o ano de 2009, vários acontecimentos e problemáticas, mercê da sua singularidade, mereceram **cobertura continuada** nos blocos informativos dos operadores públicos e privados. A sua projecção ultrapassou o momento em que aconteceram, tornando-se "assuntos dossier".¹⁹

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

267. No que respeita ao **cumprimento dos horários de programação**, em 2009, manteve-se a tendência já anteriormente registada, de **redução do número de irregularidades ao longo do ano**, apenas contrariada pelos dados apurados nos meses de Julho e Setembro, com um aumento acentuado das irregularidades no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas. Em Janeiro ocorreram 44 desvios dos horários da programação anunciada e, em Dezembro, apenas 20 casos, no conjunto dos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI.

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

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

270. Tendo presente as situações de excepção previstas no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão, que justificam o afastamento das exigências previstas no n.º 2 da referida norma, foram tidas como justificadas 316 das 417 situações de alterações do horário da programação, sendo justificadas 117 das irregularidades

¹⁹ Os dados referem-se a casos específicos e circunscritos temporalmente, pelo que o método amostral é menos eficaz, mostrando tendências reportáveis apenas aos dias incluídos na amostra.

registadas na RTP 1, 86 das ocorridas na SIC, 75 das apuradas na RTP 2 e 38 das verificadas na TVI.

271. Também foram justificados 122 dos 137 casos de alterações da programação, perfazendo um total de 43 justificações para a RTP 1 e RTP 2, 21 para a SIC e 15 para a TVI.

272. Comparados os resultados de 2009 com os de 2008, confirma-se a **evolução positiva**, com uma redução global superior a 60% do número de desvios ao horário anunciado. Já no que respeita a alterações dos programas anunciados, verifica-se uma redução de apenas 7% das ocorrências relativamente às de 2008.

273. No que respeita a **desvios dos horários**, salientam-se os progressos registados no serviço de programas generalista SIC, que reduziu em mais de 70% o volume de situações de alteração dos horários. Tal como em anos anteriores, comparativamente com os restantes serviços de programas, **a TVI continuou a revelar-se como o serviço de programas mais rigoroso no cumprimento do artigo 29.º da Lei da Televisão.**

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

274. Relativamente à difusão de **programas originariamente em língua portuguesa**, evidenciaram-se os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional, RTP África, SIC Internacional e SPORT TV África, ultrapassando a percentagem de 50% a que estão obrigados, com valores superiores a 90%.

275. Os serviços generalistas RTP1, SIC e TVI ultrapassaram os 70%. Os serviços temáticos de informação, RTPN, SIC Notícias, RNTV, PORTO CANAL e TVI 24 alcançaram valores superiores a 80%. A quota legal foi, ainda, ultrapassada por outros serviços de programas temáticos, dos quais se destacaram o Benfica TV, que alcançou cerca de 99%, e MVM, com 91%. Quanto aos **serviços de programas dedicados ao desporto**, somente a SPORT TV 3 ficou aquém do valor preconizado.

276. Por último, registaram-se resultados pouco expressivos nos serviços temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos, cujos resultados não alcançaram os 2%, devido ao facto de o modelo de emissão destes serviços se dedicar sobretudo a programas de ficção norte-americanos.

277. Quanto aos **programas originariamente em língua portuguesa de natureza criativa**, aos quais deve ser reservado um mí-

nimo de 20% da totalidade da emissão, o valor mais elevado, no conjunto dos serviços de programas generalistas, foi obtido pela RTP1 (com 49%), tendo os serviços SIC e TVI ultrapassado os 40%, registando-se o valor mais baixo na RTP2, com 28%.

278. Com o objectivo de observar o dinamismo da produção audiovisual, foram apurados os valores da produção **nacional proveniente de produtores independentes nos serviços de programas de acesso não condicionado livre** – RTP1, RTP2, SIC e TVI –, tendo a SIC e a TVI registado os valores mais elevados de 33% e 24%, respectivamente. Já no que respeita ao apuramento dos valores referentes à produção nacional, nos serviços generalistas, os valores mais significativos registaram-se na TVI e na RTP2, respectivamente de 75% e 43%.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

279. No que se refere à obrigação de **difusão de obras europeias**, a RTP 1 e a RTP2 alcançaram a quota exigida (superior a 50%), **destacando-se a TVI, com mais de 65%**; a SIC foi o operador que alcançou uma percentagem mais reduzida, de 49%. É de salientar que os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional e SIC Internacional, atingiram valores de cerca de 90%. Evidenciou-se, pelo aumento significativo da percentagem de difusão de obras europeias comparativamente com o alcançado no ano de 2008, o serviço de programas SIC Radical, que alcançou um valor de 52%. De entre os serviços de programas temáticos, o MVM foi o que mais se destacou, incluindo 95% de produção europeia na sua emissão.

280. Destacam-se, pela negativa, serviços disponibilizados pelo operador ZON Conteúdos (TVCine, TVC1, 2, 3, 4 e MOV), nos quais a **percentagem de difusão de obras europeias se encontra abaixo do limiar exigido pela Lei**, sendo o valor mais elevado alcançado pelo TVC 2, com 17%, seguido do TVC 1, com cerca de 14%, TVCine, com 13%, e TVC 4 e MOV, não alcançando 10% de difusão de obras europeias.

281. Relativamente à **produção independente**, o valor indicado na Lei da Televisão para a produção independente recente, 10%, foi ultrapassado pela generalidade dos serviços de programas, **tendo a RTP2, no conjunto dos serviços de acesso não condicionado livre, obtido um dos valores mais elevados, 38%**. De entre os serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, a SIC Internacional foi a que obteve a percentagem mais elevada, de 52%, e, em pólo oposto, estão a MVM, a TVC3 e o MOV, que não alcançaram a quota de 10%. O serviço MTV Portugal não exibiu qualquer obra de produção independente.

282. No âmbito da análise efectuada de acordo com os critérios do artigo 5.º da Directiva SCSA, pela qual se procura apurar o **respeito pela difusão de uma quota mínima de 10% de obras europeias recentes provenientes de produtores independentes**, para tal consideradas as obras difundidas num lapso de tempo de 5 anos após a sua produção, os serviços de programas analisados apresentaram resultados satisfatórios, tendo ultrapassado, na sua maioria, a quota indicada, com excepção dos serviços MVM, TVC3, MOV e MTV Portugal.

283. Grande parte das obras a que se referem os pontos anteriores foi exibidas no prazo de cinco anos após a sua produção, exceptuando o serviço RTP Memória, que exhibe obras de arquivo.

INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

284. No ano de 2009, verificou-se um **aumento de casos de excesso de difusão de publicidade por hora, nos serviços de programas SIC e TVI, e uma diminuição desse volume na RTP1**²⁰.

285. Na avaliação do tempo dedicado aos **intervalos publicitários** – onde se incluem as autopromoções, os patrocínios e a publicidade comercial e institucional –, observou-se que, num total de emissão por canal de cerca de 8760 horas, nos quatro serviços analisados, **o serviço de programas que mais tempo dedicou a estes espaços foi a TVI**, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2 (recorda-se que a RTP2 não emite publicidade comercial).

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

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

288. Comparados os resultados obtidos no ano 2008 com os valores de 2009, registou-se uma redução do tempo dedicado aos intervalos publicitários na RTP2 e na TVI; quanto às **autopromoções**, a redução dos períodos de tempo reservados à sua emissão foi verificada em todos os serviços; no que se refere aos **patrocínios** junto das autopromoções e dos respectivos programas, a tendência foi de decréscimo na RTP1 e na TVI, tendo a SIC e a RTP2 dedicado um período superior ao registado em 2008.

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

289. Em 2009, foram **autorizados pela ERC nove novos serviços de programas televisivos**, dos quais **três são temáticos infantis/juvenis** (Canal Panda, Biggs e Sic K), **dois de cinema** (MOV e Hollywood), **dois de informação** (TVI 24 e Económico TV), **um de conteúdos de natureza sexual para adultos** (Hot TV) e **um de música** (MTV Portugal). Todos estes serviços de programas, à excepção do *HOT TV* (que apenas está disponível ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica) são de **acesso não condicionado com assinatura**. Relativamente **aos níveis de cobertura destes serviços de programas, todos são de âmbito nacional**, uma vez que se destinam a abranger a generalidade do território português, incluindo as Regiões Autónomas.

INDICADORES DO MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

290. No ano de 2009, nos quatro serviços de programas generalistas, verifica-se que o serviço de programas com maior número de horas de emissão dedicado à **produção independente nacional e estrangeira** foi a RTP2 e, com menor número, a RTP1.

291. O serviço de programas que dedica mais horas de emissão a programas de primeira exibição, do total de programas apurado de produção independente nacional e estrangeira, é a RTP2, seguida da SIC, RTP1 e, com menor número de horas, a TVI.

292. Relativamente às repetições de programas de produção independente nacional e estrangeira, dos quatro serviços de programas generalistas, a RTP 1 foi a que apresentou o menor número de horas dedicadas às repetições, tendo-se registado o maior número na RTP2.

293. Quanto aos **serviços de programas temáticos de cinema e séries**, o serviço de programas TVC2 foi o que preencheu mais tempo de emissão com primeiras exibições, enquanto o serviço MOV registou menos tempo no conjunto dos cinco canais. Já nas repetições, foi o MOV a dedicar mais tempo e a TC2 a dedicar menos.

294. Relativamente a **2008, registaram-se, no conjunto dos quatro** serviços generalistas, descidas tanto nos programas de 1.ª exibição, como nos de repetição. Comportamento idêntico registou-se nos cinco serviços de programas temáticos.

295. No que se refere à **produção nacional independente**, observou-se que a RTP1 ocupou o maior percentual com obras de

²⁰ Note-se que o padrão aqui tomado como referência é o estabelecido na Lei da Televisão (sujeito a fiscalização da ERC) e não o fixado à RTP pelo respectivo contrato de concessão (cuja observância é verificada pelo membro do Governo competente).

1.^a exibição e a RTP2 o menor, com a SIC e a TVI a revelarem valores aproximados aos do primeiro canal de serviço público. Ao nível das repetições, mais uma vez, manifestou-se a tendência oposta, com a RTP2 a registar a maior percentagem de repetições e a RTP1 a menor.

296. Os valores apurados nos **serviços temáticos** revelam o reduzido peso da produção nacional independente na sua programação, tendo o máximo sido registado pelo serviço de programas TVC1 com 2,5%. O TVC3 atingiu o maior percentual nos programas de 1.^a exibição e o menor nos programas de repetição.

297. Confrontados os valores com os de 2008, no conjunto dos quatro serviços generalistas, assinalou-se um acréscimo na 1.^a exibição de programas e um decréscimo nas repetições. Os cinco

serviços temáticos, no seu conjunto, registaram um aumento no número de horas tanto das 1.^{as} exibições, como das repetições.

298. No que diz respeito aos **géneros de programas de produção nacional independente de 1.^a exibição**, verificou-se que existe desequilíbrio nos géneros produzidos, centrando-se esta actividade predominantemente no **entretenimento** (cerca de 83% da programação dos serviços generalistas em sinal aberto).

299. A avaliação efectuada ao **impacto da produção audiovisual independente** nos serviços de programas de acesso não condicionado livre e nos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, temáticos de cinema e séries, revela uma **expressiva dependência de conteúdos provenientes dos EUA**.

II. A ERC em 2009 – Números Mais Significativos

No ano de 2009, verificou-se um **acréscimo de 35,9% no número de deliberações** aprovadas pelo Conselho Regulador. O número mais significativo refere-se à **Rádio** e incide sobre processos relativos a **renovação de licenças** para o exercício da actividade de radiodifusão sonora.

São os seguintes os números mais relevantes sobre a actividade da ERC em 2009:

- 69 Reuniões do Conselho Regulador (57 reuniões em 2008).
- 465 Deliberações (mais 35,96% que em 2008), relativas a:
 - 187 Licenças de serviços de programas radiofónicos e televisivos (mais 183,33% que em 2008).
 - 82 Direito de resposta e de rectificação (menos 21,16% que em 2008).
 - 79 Conteúdos (mais 75,56% que em 2008).
 - 39 Autorizações (mais 14,71% que em 2008).
 - 16 Sondagens.
 - 14 Publicidade.
 - 12 Outros assuntos, tais como infracção de regras relativas ao anúncio da programação televisiva.
 - 10 Pluralismo.
 - 10 Registos.
 - 6 Direitos dos jornalistas.
 - 4 Decisões sobre processos contra-ordenacionais.
 - 2 Pedidos de parecer.
 - 2 Directivas (como em 2008).
 - 2 Concentração da propriedade dos órgão de comunicação social (OCS).

E ainda:

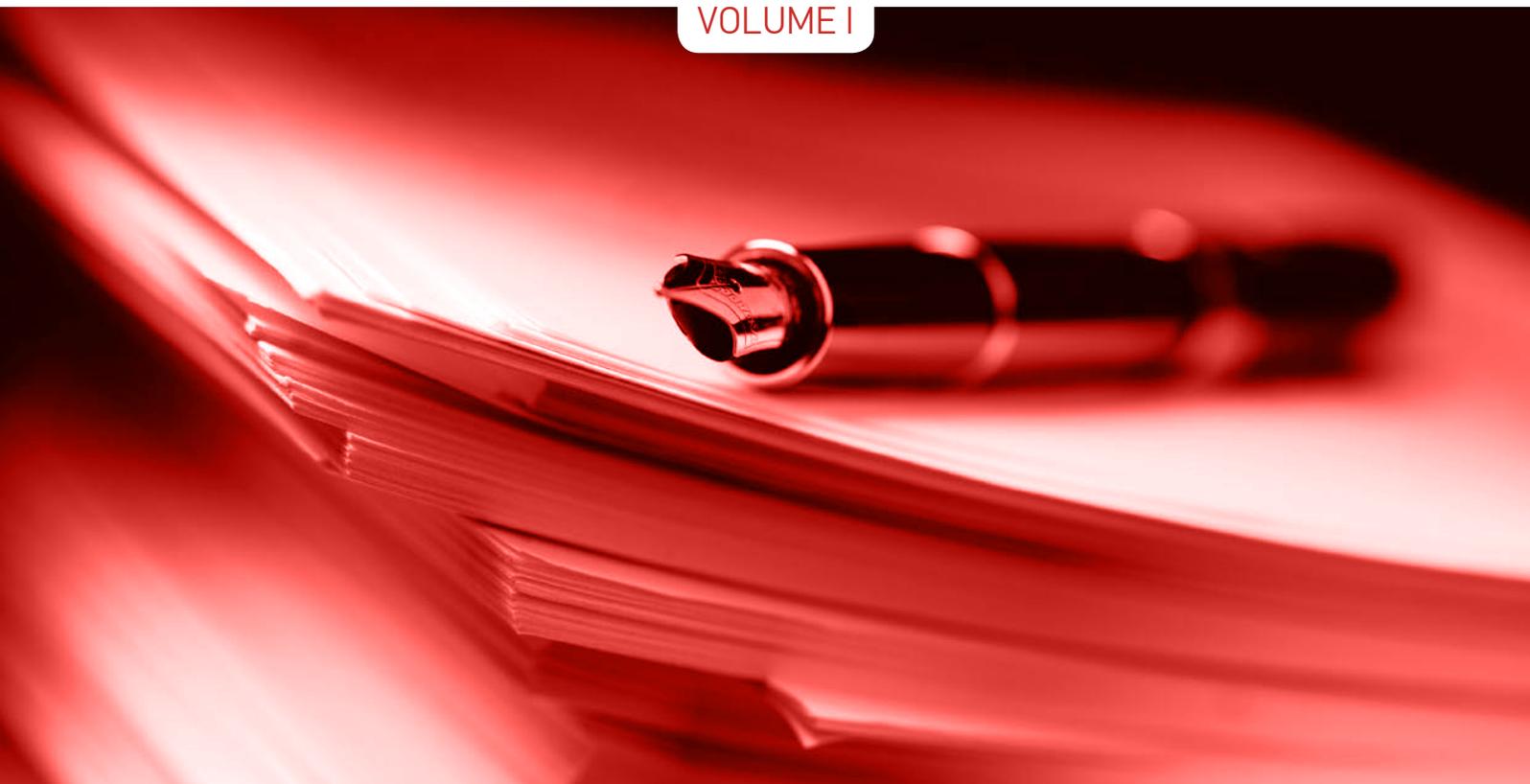
- 5 Audições parlamentares do Conselho Regulador.
- 4 Reuniões do Conselho Consultivo.
- 49 Processos contra-ordenacionais.
- 3 Impugnações judiciais de taxas da ERC.
- 1.544.688,00 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.
- 195.403,37 Euros investidos em sistemas de informação.

Outros dados em 2009:

- 9697 Entradas (mais 11,68% que em 2008).
- 72 Recursos humanos (número total em 2009).
- 202.496,00 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).
- 6.000,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios.
- 6 Livros publicados: Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local* | Relatório do *Pluralismo Político-partidário no Serviço Público de Televisão em 2008* | *Relatório de Regulação 2008* | *Relatório de Actividades e Contas 2008* | Estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI* | Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar* | Estudo *Imigração e diversidade étnica, linguística, religiosa e cultural na imprensa e televisão: 2008*.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

- I. Directivas
- II. Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais
- III. Estudos Jurídicos Sobre a Lei das Sondagens
- IV. Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

I. Directivas

Em 2009, foram adoptadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social duas Directivas: a **Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas**, e a **Directiva 2/2009, de 29 de Julho, sobre Participação de candidatos a eleições em debates, entrevistas, comentários e outros espaços de opinião**.

1. DIRECTIVA 1/2009, DE 1 DE JULHO, SOBRE PUBLICIDADE EM PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

A **Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas**, abrange as publicações periódicas portuguesas, doutrinárias e informativas, de informação geral e especializada, de âmbito nacional, regional e destinadas às comunidades portuguesas no estrangeiro, assim como as publicações estrangeiras editadas em Portugal.

Na **Nota justificativa que acompanha a Directiva 1/2009, o Conselho Regulador chama a atenção para** a Deliberação 1/PUB-I/2008, de 31 de Janeiro, relativa a *Práticas publicitárias em publicações periódicas*, na qual deu a conhecer aos órgãos de comunicação social a sua preocupação pela existência de “práticas publicitárias susceptíveis de configurarem lesão de normativos legais e deontológicos que regem a actividade jornalística”. O Conselho referiu-se, então, ao “significativo volume de publicidade redigida, nem sempre observando o disposto nos n.ºs 2 e 3 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, constituindo tal prática violação de regras básicas do nosso ordenamento ético-jurídico, sancionável nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei de Imprensa”. O Conselho manifestou, também, preocupação quanto a “práticas publicitárias invasivas dos espaços jornalísticos, acarretando a descontinuidade e desmembramento de textos noticiosos, por interposição das mensagens publicitárias no seu interior”.

Na sequência dessa Deliberação, o Conselho Regulador procedeu a um levantamento de tipologias de publicidade inseridas em publicações periódicas, do qual resultou um estudo destinado a discussão com entidades ligadas à imprensa e ao sector da publicidade, e com responsáveis editoriais e comerciais de publicações periódicas.

O projecto de Directiva foi submetido a consulta pública, tendo

sido recebidos valiosos contributos que vieram a ser incorporados na versão final do documento.

Para além da definição do objecto e do âmbito, e da clarificação do **Princípio da identificabilidade e da separação**, a Directiva define conceitos, estabelece princípios e regras a observar relativamente às diferentes tipologias de publicidade. São abrangidos a **Publicidade redigida**, a **Publireportagem**, o **Patrocínio** e outras formas de colaboração ou de apoio, a **Informação comercial**, as **Capas falsas**, as **Autopromoções/Marketing**, os **Suplementos editoriais** e os **Suplementos comerciais**.

2. DIRECTIVA 2/2009, DE 29 DE JULHO, SOBRE PARTICIPAÇÃO DE CANDIDATOS A ELEIÇÕES EM DEBATES, ENTREVISTAS, COMENTÁRIOS E OUTROS ESPAÇOS DE OPINIÃO

A Directiva 2/2009 procurou responder de forma estruturada e coerente a queixas e pedidos de informação dirigidos à ERC sobre a participação de candidatos aos actos eleitorais de 2009 (eleições para o Parlamento Europeu, para as Autarquias Locais e para a Assembleia da República) em programas e/ou espaços de opinião na imprensa, rádio e televisão.

Nesse sentido, considerando as competências regulatórias próprias da ERC, previstas, nomeadamente, no art. 39.º, n.º 1, al. f), da Constituição da República Portuguesa e nos art.ºs 7.º, al. a), 8.º als. d) e e), e 24.º, n.º 3, al. a), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, e associando-se à orientação geral preconizada pela Comissão Nacional de Eleições, ao abrigo do disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 5.º da Lei n.º 71/78, de 27 de Dezembro, a ERC aprovou um conjunto de orientações, dirigidas aos órgãos de comunicação social, no intuito de assegurar a igualdade de oportunidades de acção e propaganda das candidaturas durante as campanhas eleitorais.

A Directiva 2/2009 preconiza precisamente a observância deste mesmo princípio durante todos os períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha seja na de campanha eleitoral propriamente dita, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais, não sendo invocáveis critérios que procurem justificar a presença, nos programas ou espaços em questão, de uma ou mais candidaturas, em detrimento de outras.

II. Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais

O Conselho Regulador aprovou, em 28 de Abril de 2009, o *Plano plurianual que define o conjunto de obrigações que permitam o acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais*, com base nas seguintes disposições legais e regulatórias: a) o disposto no n.º 3 do artigo 34.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho (Lei da Televisão); b) os princípios inscritos na Lei n.º 38/2004, de 18 de Agosto, que define as Bases Gerais do Regime Jurídico da Prevenção, Habilitação, Reabilitação e Participação das Pessoas com Deficiência, nomeadamente nos seus artigos 43.º e 44.º; c) a Directiva 89/552/CEE, de 3 de Outubro, alterada pela Directiva 2007/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Dezembro de 2007 (Directiva “Serviços de Comunicação social Audiovisual”); d) o Protocolo celebrado em 21 de Agosto de 2003 entre os operadores Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, Sociedade Independente de Comunicação, SA, e Televisão Independente, SA, alterado por Adenda de 15 de Fevereiro de 2005.

O Plano identifica as ferramentas (nomeadamente a legendagem por teletexto, a interpretação em língua gestual portuguesa e a áudio-descrição) a utilizar pelos operadores televisivos, para reforço da acessibilidade das suas emissões às pessoas com deficiência visual e auditiva, ao mesmo tempo que define, de forma faseada, o número de horas de programação que as devem incorporar. São destinatários destas obrigações os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre e os temáticos informativos de acesso não condicionado com assinatura, assim como – e com redobrada exigência – o serviço público.

O Plano prevê também regras complementares e recomendações aplicáveis aos citados serviços de programas.

III. Estudo Jurídico Sobre a Lei das Sondagens

No âmbito das suas competências em matéria de Sondagens, a ERC iniciou, em 2008, prosseguindo-o em 2009, um estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um projecto tendente à alteração da Lei n.º 10/2000, correspondendo à necessidade de clarificação de regras aplicáveis às em-

presas credenciadas e à divulgação de sondagens e estudos de opinião por parte dos órgãos de comunicação social, no sentido da procura de modelos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, sem prejuízo do rigor e transparência que lhes são exigíveis.

IV. Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

1. ESTUDO SOBRE A IMPRENSA REGIONAL E LOCAL

Iniciado em 2008, o estudo sobre a imprensa regional e local prosseguiu em 2009, encontrando-se na sua fase final. Entre Janeiro e Setembro foram realizadas reuniões com os responsáveis da imprensa regional e local em todas as capitais de distrito do Continente, num total de 18 reuniões.

Com o objectivo de integração no citado estudo encontram-se em fase final: a) um estudo económico da imprensa regional e local; b) a análise dos normativos legais que enquadram o sector; c) uma análise de conteúdo a uma amostra representativa dessas publicações; d) o tratamento quantitativo e qualitativo de um questionário distribuído durante as reuniões nas capitais de distrito.

O estudo integra um “diário de campo” elaborado com base nas notas e impressões recolhidas durante as reuniões com os responsáveis da imprensa regional e local. A apresentação pública do estudo está prevista para Junho de 2010.

2. ESTUDO CARACTERIZAÇÃO DO SECTOR DA RÁDIO-DIFUSÃO LOCAL

O estudo sobre a *caracterização do sector da radiodifusão local* foi editado em livro e apresentado publicamente em 2009. Trata-se da primeira análise ao sector da radiodifusão em Portugal que confere particular atenção às rádios locais, focando temas como: a) as tendências mundiais de evolução do sector, em termos de investimento publicitário e de estratégias empresariais; b) a caracterização transversal do sector da rádio em Portugal quanto a audiência; c) a programação; factores determinantes de sustentabilidade económica, em especial das rádios locais, e perspectivas e opções estratégicas.

O estudo prevê a utilização da internet para a difusão dos conteúdos radiofónicos, um suporte que ultrapassa as barreiras físicas da difusão hertziana e coloca aos operadores, independentemente do âmbito de cobertura geográfica que assegurem, novas abordagens nas respectivas estratégias empresariais que, naturalmente, se irão reflectir nos conteúdos e serviço disponibilizados.

3. ESTUDO SOBRE A PUBLICIDADE NA IMPRENSA DE INFORMAÇÃO GERAL E DE EXPANSÃO NACIONAL¹

Iniciado em 2008, este estudo foi finalizado e divulgado em 2009. Trata-se do primeiro estudo de monitorização do cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias **na imprensa de informação geral e de expansão nacional**. Abrange o período compreendido entre 01 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008.

O estudo foi adjudicado a uma entidade universitária externa e insere-se no conjunto de iniciativas levadas a efeito pelo Conselho Regulador para, de forma sistemática e recorrendo a instrumentos metodológicos testados, analisar as inserções publicitárias na imprensa com aquelas características.

A análise realizada abrange os seguintes indicadores: a) *localização das inserções publicitárias*; b) *tipologia de anunciantes*; c) *modalidade de identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante*; d) *identificabilidade e separação dos conteúdos publicitários*.

4. ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA EMITIDA PELOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO-DIFUSÃO DE COBERTURA NACIONAL – ANTENA 1, RÁDIO RENASCENÇA –, CANAL 1 E RÁDIO COMERCIAL

Prosseguiu em 2009 a análise da informação diária dos serviços de programas de radiodifusão de cobertura nacional, iniciada em 2008 e realizada para a ERC pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES).²

5. ESTUDO A TELEVISÃO E AS CRIANÇAS – UM ANO DE PROGRAMAÇÃO NA RTP1, RTP2, SIC E TVI

O estudo foi iniciado em 2008, tendo sido editado em livro e apresentado publicamente em 2009³. Realizado pelo Instituto de Estudos Sociais da Universidade do Minho para a ERC, teve como objectivos gerais monitorizar a oferta da programação infantil e juvenil dos canais generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI),

¹ Ver detalhes do estudo no volume II do presente Relatório.

² A análise detalhada encontra-se desenvolvida no volume II do presente Relatório.

³ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

em consonância com as leis existentes para o sector, e identificar e analisar as tendências da televisão para crianças em Portugal ao longo de um ano (entre 1 de Outubro de 2007 e 30 de Setembro de 2008).

A concretização destes objectivos gerais pressupôs a definição de objectivos mais específicos, a saber: a) analisar os tempos de emissão e a sua relação com o quadro geral da programação (para verificar o peso nas grelhas); b) caracterizar a programação para a infância em termos de tempos e horários de emissão, bem como de género, formato, origem, público-alvo e área temática; c) analisar comparativamente a programação para a infância oferecida pelos 4 canais; d) averiguar convergências e divergências nas lógicas da programação dos canais públicos e privados; e) analisar a programação em relação ao quadro desenhado pelos dados de audimetria com o objectivo de conhecer os programas que o público mais novo efectivamente vê; f) identificar as principais características dos programas preferidos das crianças.

6. ESTUDO CRIANÇAS QUE SÃO NOTÍCIA

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da apresentação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre a *mediatização de crianças e adolescentes*⁴.

Através da apresentação de casos identificados na monitorização sistemática da informação e da programação a que a ERC procede anualmente, o trabalho teve como objectivo uma reflexão sobre o cumprimento das normas legais que enquadram a cobertura televisiva de crianças e jovens.

Os temas em debate orientaram-se para a apresentação e análise dos seguintes aspectos da cobertura jornalística: a) formas de *identificação* de crianças (através da imagem, do texto, do relato de terceiros ou de símbolos); b) formas de *ocultação* da identidade (desfocagem do rosto, recurso a silhueta, distorção de voz, emprego de nomes fictícios e outras formas de ocultação); c) formas de *representação* de crianças e adolescentes *no discurso televisivo* (crianças raptadas, crianças vítimas de acidentes e guerras, crianças mortas e desaparecidas); d) representação de crianças *filhas de figuras públicas* e de (outros) familiares de figuras públicas.

A apresentação incluiu também um “estudo de caso” sobre a novela da TVI Morangos com Açúcar, objecto de uma delibera-

ção da ERC, tendo a apresentação procurado responder às seguintes questões: a) Quais as representações da sexualidade na adolescência que se evidenciam na narrativa? b) Como avaliar a exposição das interações sexuais entre as personagens? c) Como é representado o papel da escola e qual o peso das referências culturais na economia da narrativa? d) O discurso pedagógico e moralizador, pela forma como é inserido no argumento e projectado pelas personagens, é eficaz? e) Cenas isoladas, sem contextualização, podem gerar, por si sós, efeitos miméticos?

7. ESTUDO SOBRE IMIGRAÇÃO E DIVERSIDADE ÉTNICA, LINGUÍSTICA, RELIGIOSA E CULTURAL NA IMPRENSA E NA TELEVISÃO

Realizado ao abrigo do Protocolo de Cooperação Técnica e Científica entre a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e a Universidade de Coimbra, o estudo sobre *Imigração e diversidade étnica, linguística, religiosa e cultural na imprensa e na televisão* foi editado em livro e apresentado publicamente em 2009⁵.

O estudo abrange a imprensa diária e semanal, incluindo jornais de distribuição gratuita em todo o país, e os três serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto. A análise realizada procurou, no âmbito dos objectivos definidos pela ERC, focar as questões de rigor informativo, na cobertura jornalística da imigração e das minorias étnicas, linguísticas, religiosas e culturais, face às temáticas enunciadas, aos protagonistas presentes nas peças e às fontes consultadas, bem como identificar eventuais procedimentos discriminatórios face àqueles grupos sociais.

Para além de uma Introdução e uma Conclusão, o estudo organiza-se em cinco capítulos: a) Políticas de Imigração e Integração; b) Políticas para os Media e Diversidade; c) Metodologias e Questões Técnicas; d) Dados Gerais sobre a Imprensa e Televisão; e) Agenda e Análise Longitudinal (2003-2008).

8. ESTUDO CASOS DE MEDIATIZAÇÃO DA IMIGRAÇÃO E DA DIVERSIDADE CULTURAL

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da apresentação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre *Casos de mediatização da Imigração e da diversidade cultural*.⁶

⁴ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁵ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁶ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

Através da apresentação de casos identificados na monitorização sistemática da informação e da programação a que a ERC procede anualmente, o trabalho teve como objectivo a reflexão e o debate com profissionais dos média e representantes das comunidades imigrantes sobre a representação televisiva da imigração e das minorias culturais, com destaque para os seguintes aspectos: a) *temas* que são notícia (violência, conflitos entre etnias, crimes); b) *actores/protagonistas* das peças sobre imigração e minorias; c) formas de *representação dos actores (protecção da identidade, identificação pela etnia, etc.)*; d) *presunção da inocência*; e) *cobertura de crianças e jovens nacionais e estrangeiros: diferenças*; f) casos mais mediáticos de protagonistas da imigração, no ano de 2009.

9. ESTUDO SOBRE TELEVISÕES LOCAIS DISTRIBUÍDAS PELA WEB

Entre os estudos lançados pelo Conselho Regulador no ano transacto, figura o que tem por objecto as chamadas “Web TV’s” – ou seja, os serviços de natureza audiovisual fornecidos através da internet. Um primeiro levantamento da oferta existente no nosso país, que recenseou largas dezenas de casos, veio confirmar a crescente importância destes novos média, seja na sua configuração linear (equiparável à televisão propriamente dita), seja na não linear (fornecida a pedido do espectador, em momento por ele escolhido), facto que incitou a ERC a proceder a uma análise mais aprofundada da situação existente entre nós.

A iniciativa desenvolver-se-á, fundamentalmente, em duas fases – procurando a primeira recolher toda a informação útil à caracterização do universo de referência, a partir de um questionário a dirigir aos operadores conhecidos (abrangendo o projecto de comunicação e os conteúdos disponibilizados, bem como os recursos humanos e económico-financeiros envolvidos), e visando a segunda o apuramento das suas exigências (mediáticas e jurídicas), na perspectiva da regulação deste fenómeno, em si mesmo, e na articulação que mantém com os restantes meios de comunicação social.

Embora o estudo em questão se ocupe primariamente das Web TV’s de âmbito local, encontra-se contemplada a sua extensão, em momento ulterior, a todo o universo dos serviços audiovisuais em linha.

10. ESTUDO SONDAJENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO. DIAGNÓSTICO E SUGESTÕES DE MEDIDAS A ADOPTAR

O estudo em epígrafe foi realizado para a ERC por uma equipa interdisciplinar de especialistas na matéria, tendo sido apresentado publicamente por ocasião da III Conferência Anual da ERC⁷.

O estudo teve em vista os seguintes objectivos principais: a) construção de uma base de dados, resumindo os aspectos metodológicos e os resultados obtidos nas sondagens publicadas na semana anterior às últimas eleições legislativas (2005), autárquicas de Lisboa (2005 e 2007) e Porto (2005), presidenciais (2006), regionais dos Açores (2007) e Madeira (2008) e europeias (2009), caracterizando o instituto, o universo, o procedimento de amostragem, a técnica de recolha da informação, a dimensão da amostra, a taxa de resposta, o número de entrevistadores, a percentagem de inspecção, a data de início e fim da recolha, a utilização, ou não, de ponderação dos resultados, a abstenção estimada (quando disponível), a intenção de voto sem distribuição de indecisos e não respondentes (quando disponível) e a intenção de voto expresso, com distribuição ou não de indecisos (quando disponível); b) audição de representantes de empresas de estudos de opinião sobre a Lei 10/2000, de 21 de Junho, modelo de ficha técnica e de publicação de sondagens; c) diagnóstico de eventuais problemas do foro estatístico, com especial incidência na amostragem, na formulação das perguntas usadas no questionário e sua colocação, na recolha de dados e seu tratamento e na inferência e clareza dos resultados; d) diagnóstico de eventuais problemas do foro interpretativo e comunicacional e propostas para sua anulação/redução; e) eventuais alterações a efectuar na legislação, ficha técnica, apresentação de resultados e limitações informativas, em consequência da fase anterior; f) sugestões sobre monitorização dos dados publicados, adoptando critérios que permitam comparabilidade entre os resultados apresentados pelas várias empresas.

11. ESTUDO SOBRE A EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA EM PORTUGAL – – EXPERIÊNCIAS, ACTORES E CONTEXTOS

No âmbito dos objectivos e compromissos atribuídos aos estados-membros na Directiva 2007/65/CE, relacionados com a literacia para os média, o Conselho Regulador contratou, em 2009, uma equipa da Universidade do Minho para realização de um estudo sobre *A Educação para os Média em Portugal – experiências, actores e contextos*, tendo definido como principais objectivos do estudo: a) conhecer o actual estado da educação para os média em Portugal, através do levantamento de projectos, iniciativas, actividades e experiências desenvolvidos nos últimos anos; b) conhecer os actores, as matérias/assuntos, os contextos e resultados do trabalho desenvolvido; c) proporcionar elementos acerca do impacto dessas experiências, identificando

⁷ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

as debilidades e os pontos fortes; d) propor medidas tendentes à promoção da educação para os média no país, com base nos resultados obtidos.

Como objectivos específicos, o estudo propõe-se responder às seguintes questões: a) o que tem sido feito no âmbito da educação para os média em Portugal? b) quem são os actores? c) quem esteve/está envolvido? d) quem está no terreno? e) quem tem experiência? f) quais os meios envolvidos? g) em que contextos?

O estudo será editado em livro e apresentado publicamente em 2011.

12. ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA NA TELEVISÃO E NA IMPRENSA DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS DE 2009

O estudo em epígrafe foi realizado para a ERC pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo e incidiu sobre a análise da cobertura jornalística da campanha eleitoral, incluindo o período chamado de pré-campanha, para as Eleições Legislativas 2009.

O estudo enquadra-se na Directiva 2/2009, de 29 de Julho de 2009 (mencionada supra), que estabelece que, em períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha, seja na de campanha eleitoral, vigora o princípio geral da igualdade de oportunidades das diferentes candidaturas, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais.

Baseia-se, por outro lado, em doutrina exposta pela ERC em deliberações sobre pluralismo, das quais se destacam as 6/PLU-TV/2007 e 7/PLU-TV/2007, aprovadas em 19 de Junho e 4 de Julho de 2007, respectivamente, em que o Conselho recordava que o princípio da igualdade de oportunidades e tratamento entre todas as candidaturas às eleições tem clara consagração na

nossa ordem jurídica portuguesa – tanto na Constituição, como nas leis eleitorais.

O corpo de análise do estudo sobre a cobertura jornalística da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2009 inclui as publicações periódicas de expansão nacional e os blocos informativos dos serviços de programas generalistas RTP 1, RTP 2, SIC e TVI, assim como dos serviços de programas temáticos de informação RTPN, SIC Notícias e TVI24.

13. ESTUDO SOBRE A EXPOSIÇÃO PÚBLICA, NA IMPRENSA, DA INTIMIDADE E PRIVACIDADE DE CRIANÇAS, JOVENS E ADULTOS, INCLUINDO VÍTIMAS DE CRIMES CONTRA A AUTODETERMINAÇÃO SEXUAL

O estudo referido foi encomendado pela ERC, em 2009, a uma equipa universitária interdisciplinar coordenada pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES). O estudo abrange o universo das peças que envolvem exposição pública da intimidade e privacidade de crianças, jovens e adultos, incluindo vítimas de crimes contra a autodeterminação sexual, publicadas nas publicações periódicas de informação geral e expansão nacional durante o ano de 2009.

Através de indicadores construídos com base na legislação aplicável, a análise procura identificar, para além de elementos de natureza morfológica, a) *tipos de actores* envolvidos nas notícias (vítimas, agressores, outros); b) *formas de representação e de identificação* (textual, visual); c) os temas; d) *enfoque e problemáticas* tratados nas peças.

Os resultados do estudo serão publicados em livro e apresentados publicamente durante a IV Conferência Anual da ERC, prevista para Outubro de 2010.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



OS MEIOS

- I. **Caracterização dos Principais Grupos Económicos de Comunicação Social**
- II. **Consumos e Perfis dos Públicos dos Média**
- III. **Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social**
- IV. **Direito de Resposta e de Rectificação**

I. Caracterização dos Principais Grupos Económicos de Comunicação Social

Este capítulo foi realizado para a ERC pela CEGEA da Universidade Católica Portuguesa

DISCLAIMER

O relatório sobre *Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social* foi preparado em resposta a uma encomenda da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social ao Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Universidade Católica Portuguesa. O conteúdo deste relatório é confidencial: o acesso e a sua divulgação são da exclusiva responsabilidade do seu promotor. As opiniões veiculadas neste documento são da exclusiva responsabilidade dos seus autores e não vinculam a Universidade Católica Portuguesa.

UCP, Porto, 28 de Julho de 2010

Alberto de Castro, Ana Isabel Lourenço, Maria José Fonseca

AUTORES

CASTRO, Alberto (coordenador)

Doutorado em Economia pela Universidade da Carolina do Sul (EUA) e licenciado em Economia pela Faculdade de Economia do Porto. Director do CEGEA e Professor Associado da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa.

FONSECA, Maria José M. L.

Doutoranda em Ciências Empresariais na Faculdade de Economia da Universidade do Porto (FEP). Mestre em Ciências Empresariais com Especialização em Contabilidade, na FEP. Licenciada em Economia pela FEP, tendo sido agraciada pela Universidade do Porto com o prémio Doutor José António Sarmento. Desenvolveu actividade no Banco Português de Investimento onde exerceu funções na Assessoria de Estudos Económicos e Planeamento e na área de Banca de Empresas. Integrou equipas de avaliação de instituições bancárias, no âmbito dos respectivos processos de privatização. Desempenhou funções de docência na FEP, na área de Contabilidade. Desde 1996 é docente na Faculdade de Economia e Gestão da UCP, na área de Contabilidade. Tem ministrado formação na Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas e na Ordem dos Revisores Oficiais de Contas. Consultora de empresas. Desenvolve investigação em Contabilidade Internacional.

LOURENÇO, Ana Isabel

Doutorada em Gestão na Judge Business School da Universidade de Cambridge, com tese na área da regulação e contratos na indústria da produção de conteúdos. M.B.A. e Mestre em Adminis-

tração e Gestão de Empresas, com especialização em Comportamento Organizacional, pela Universidade Católica Portuguesa (Lisboa). Licenciada em Direito pela Universidade Católica Portuguesa (Porto). Professora Auxiliar da Faculdade de Economia e Gestão. Investigadora em regulação do audiovisual e membro da equipa britânica nos projectos internacionais EUROCAP (Towards a European Politics of Capabilities) e REFGOV (Reflexive Governance in the Public Interest).

1. SUMÁRIO

Neste documento procede-se à caracterização genérica e análise económica e financeira dos grupos de comunicação social ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM. Os grupos CONTROLINVESTE, IMPALA, ONGOING e LENA não foram objecto de estudo, uma vez que, à data de elaboração deste relatório, os respectivos documentos de prestação de contas de 2009 não tinham sido ainda divulgados.

Em 2009, os grupos económicos analisados foram responsáveis por um volume global de negócios de 2 707 milhões de euros, empregaram 10 450 pessoas e geriram activos que, no final do ano, totalizavam 5 110 milhões de euros.

Em termos de dimensão, evidenciam-se os grupos SONAECOM e ZON Multimédia que, em conjunto, representavam cerca de 67% do total dos activos e 65% do total de volume de negócios, em 2009. Atendendo ao número de trabalhadores, destaca-se a RTP que era responsável por cerca de 23% dos postos de trabalho, seguindo-se a SONAECOM, a MEDIA CAPITAL e a ZON Multimédia, responsáveis por 20%, 17% e 16% do total, respectivamente.

Quanto à rentabilidade, os indicadores revelam alguma disparidade entre os grupos, tanto no que respeita à rentabilidade do capital próprio, que variou entre 24,1% e -10,6%, como à rentabilidade operacional do activo, que variou entre 8,6% e -7,1%. É de notar que a amplitude evidenciada na rentabilidade do capital próprio não entra em consideração com a RTP, que apresenta valores negativos quer para o resultado do período, quer para o capital próprio. Os grupos ZON Multimédia e MEDIA CAPITAL situaram-se, em 2009, claramente acima da média no que respeita à rentabilidade do capital próprio, apresentando taxas de rentabilidade de 24,1% e 13,9%, respectivamente.

Em 2009, a maioria dos grupos de comunicação social em análise sofreu quebras no volume de negócios, tendo as taxas variado entre -2,7% e -9,4% face ao ano anterior. Foram excepções a ZON Multimédia e a RTP que registaram taxas de crescimento de 5,8% e 3,2%, respectivamente. É, todavia, de realçar que, no caso da RTP, o aumento do volume de negócios foi devido ao acréscimo de fundos públicos (indenizações compensatórias e contribuição para o audiovisual), já que os rendimentos comerciais apresentaram uma quebra de 0,8% face a 2008.

2. CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

INTRODUÇÃO

Este capítulo contém uma caracterização genérica dos principais grupos económicos de comunicação social sediados em Portugal. A caracterização de cada grupo económico em particular engloba uma síntese das alterações ocorridas em 2009, uma apresentação institucional, uma identificação das áreas de negócio e uma análise económica e financeira, a qual indica os principais eixos de evolução em relação ao ano de 2008. Serão apresentados, e caracterizados, os seguintes grupos económicos de comunicação social: ZON Multimédia, IMPRESA, MEDIA CAPITAL, RTP, COFINA, RENASCENÇA e SONAECOM. Não foram objecto de análise os grupos CONTROLINVESTE, IMPALA, ONGOING e LENA, uma vez que os respectivos documentos de prestação de contas, relativos a 2009, não estavam disponíveis à data de elaboração deste relatório. O grupo PORTUGAL TELECOM também não foi objecto de análise, pelo facto de o negócio de televisão não ser considerado autónomo para efeitos de reporte financeiro.

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

A dimensão, a diversidade de actividades e a própria génese não só conferem a cada um dos grupos características únicas, como limitam a comparabilidade entre si.

Acresce, ainda, que as alterações no perímetro de consolidação (número e tipo de empresas) ou nas percentagens de participação, de um ano para outro, tornam fálivel a comparação de valores, ainda que relativos a um mesmo grupo, em diferentes exercícios.

Pelas razões expostas, as comparações entre grupos económicos baseadas em demonstrações financeiras consolidadas têm de ser encaradas com alguma reserva.

PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ZON MULTIMÉDIA

As alterações no perímetro de consolidação, verificadas em 2009, referem-se à liquidação da ZON Serviços de Gestão Partilhados, à aquisição, pela ZON Multimédia, da totalidade do capital da empresa holandesa Teliz Holding, detentora de 30% da empresa Angolana FINSTAR – Sociedade de Investimentos e Participações, e à constituição da ZON Cinemas SGPS, pela ZON LM Cinemas, e da ZON Audiovisuais SGPS, pela ZON Multimédia. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. Em 2009, ocorreu, ainda, a fusão por incorporação, mediante a transferência global do património das sociedades TVTel, Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém para a ZON TV Cabo.

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, SA (abreviatura: ZON Multimédia)
Sede	• Av. 5 de Outubro n.º 208 - Lisboa
Data de constituição	• 15 de Julho de 1999
CAE (Rev. 3)	• 64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de Actividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações e audiovisual
Principais segmentos de Actividade	• Televisão por subscrição, banda larga e voz (triple play) • Audiovisuais (produção e distribuição de conteúdos cinematográficos, videogramas, fonogramas e outros) • Outros (sobretudo imobiliário)
Volume de negócios	• 818 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 1622
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Daniel Proença de Carvalho
CEO	• Rodrigo Jorge de Araújo Costa (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• ZON TV Cabo, SGPS, SA (inclui a TV Cabo Portugal e a ZON Conteúdos) • ZON Lusomundo Audiovisuais, SA • ZON Lusomundo Cinemas, SA • ZON Audiovisuais, SGPS, SA • ZON Cinemas, SGPS, SA • Teliz Holding BV (com sede na Holanda)
Principais sócios	• Caixa Geral Depósitos (17,41%) • Banco BPI, SA (9,09%) • Cinveste, SGPS, SA (5,79%) • Telefónica, SA (5,46%) • Espírito Santo Irmãos (5%) • Cofina, SGPS, SA (4,91%) • Joaquim Alves Ferreira de Oliveira (4,84%)* • ZON Multimédia (acções próprias) (4,53%) • Fundação José Berardo (4,34%)** • Ongoing Strategy Investments, SGPS, SA (3,16%) • Banco Espírito Santo, SA (2,92%) • Grupo Visabeira, SGPS, SA (2,15%) • Credit Suisse Group (2,01%) • Grupo SGC, SGPS, SA (2%) • ESAF, SA (1,97%) • BES Vida, SA (1,85%) • Metalgest, SGPS, SA (1,29%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

* São imputados 4,84% dos votos a Joaquim Oliveira, uma vez que controla a Gripcom, SGPS, SA e a Controlinveste International que detêm respectivamente 2,26% e 2,58% do capital social da ZON Multimédia.

** A posição da Fundação José Berardo é reciprocamente imputada à Metalgest – Sociedade de Gestão, SGPS, SA.

O ano de 2009, quando comparado com 2008, foi marcado pela estabilidade ao nível da contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver no quadro seguinte.

Descrição	2009	2008
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	90	89
Audiovisuais	10	11
Total	100	100

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

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

- ▶ **Televisão por subscrição (*pay-tv*, por cabo e satélite), banda larga e voz**, um segmento associado à oferta *triple-play*, desenvolvido pelas empresas ZON Televisão por Cabo, ZON TV Cabo Portugal, ZON Cabo TV Açoreana, ZON Cabo TV Madeirense, ZON Conteúdos, Lusomundo Editores, Teliz e a *joint venture* na Sport TV (detida em 50%).
- ▶ **Audiovisuais**, um segmento de negócio que envolve a prestação de serviços de distribuição e produção de conteúdos cine-

matográficos, videogramas, fonogramas e outros, e que é desenvolvido pelas empresas participadas ZON Audiovisuais, SGPS, SA, ZON Lusomundo Audiovisuais, ZON Lusomundo Cinemas, Lusomundo Moçambique, Lusomundo España e Grafilme.

A ZON Multimédia actua, ainda, em outras áreas de negócio não consideradas principais, tais como a exploração de activos imobiliários, desenvolvidas pela seguintes entidades: ZON Multimédia (para efeitos de reporte financeiro, a empresa-mãe é incluída neste segmento residual), Lusomundo Imobiliária, Lusomundo SII e Empracine.

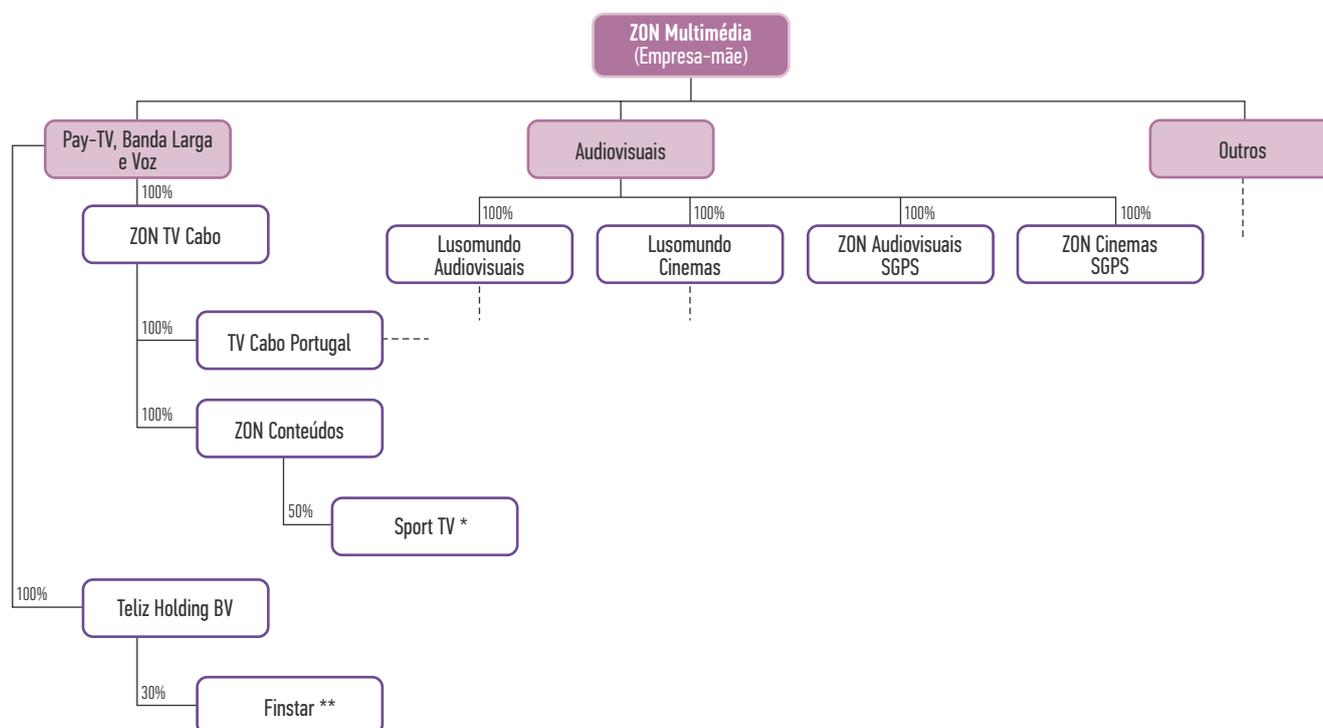
ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

Em 2009, ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes da aquisição de partes de capital e da constituição e liquidação de sociedades, já referidas. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2009, os activos do grupo ZON Multimédia ascendiam a cerca de 1 479 milhões de euros, apresentando um crescimento de 11,8% relativamente aos 1 323 milhões de euros existentes no final de 2008.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 192 milhões de euros, em 2008, para 190 milhões de euros, em 2009, registando um decréscimo de 1,1%.

Fig. 1 – Grupo ZON Multimédia (estrutura parcial)



Fonte: elaboração própria, a partir do Relatório e Contas da empresa. | Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

* A Sport TV é detida em 50% pela ZON Conteúdos, sendo os restantes 50% detidos pela Sportinvest, SGPS, uma empresa do grupo Controlinvest.

** A Finstar é detida indirectamente pela ZON Multimédia em 30%, sendo os restantes 70% do capital detidos pela SOCIIP - Sociedade de Investimentos e Participações, SA, uma empresa controlada pela empresária angolana Isabel dos Santos.

Uma vez que, em 2009, o aumento do activo foi acompanhado por uma diminuição no capital próprio, verificou-se uma descida, de 14,5% para 12,8%, no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 0,17, em 2008, para 0,15, em 2009.

O volume de negócios ascendeu, em 2009, a 818 milhões de euros, registando um crescimento de 5,8% face aos 773 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O crescimento do volume de negócios foi inferior ao crescimento do activo, o que originou, no período considerado, uma diminuição, de 0,58 para 0,55, no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2009, ascendeu a 823 milhões de euros, registando um aumento de 6%. Os gastos operacionais registaram um aumento superior ao dos rendimentos, o que originou uma descida de 23,3% nos resultados antes de juros e impostos (EBIT), passando de 100 milhões de euros, em 2008, para 77 milhões de euros, em 2009.

A diminuição dos resultados operacionais, conjugada com o aumento registado no volume de negócios, explica a quebra da rentabilidade operacional do volume de negócios de 12,9%, em 2008, para 9,4%, em 2009. Esta descida de 3,5 pontos percentuais, conjugada com a diminuição do grau de rotação do activo, originaram a quebra da rentabilidade operacional do activo, de 7,6% para 5,2%, conforme explicitado no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	9,4%	12,9%
(2) Volume de negócios/Activo	0,553	0,584
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	5,2%	7,6%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresenta uma subida de 10,3%, passando de 240 milhões de euros, em 2008, para 265 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA subiu 1,2 pontos percentuais, situando-se em 32,2%, em 2009, face aos 31,0% registados no ano anterior.

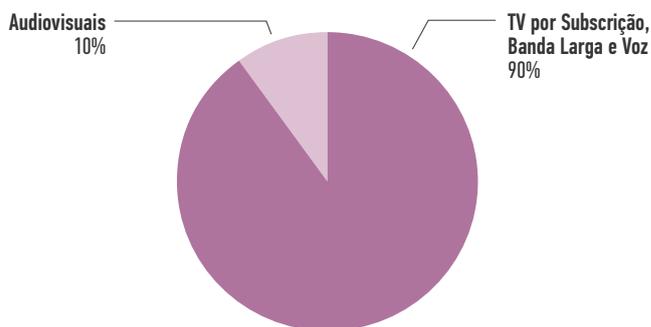
Em 2009, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 46 milhões de euros, verificando-se uma descida de cerca de 11,5% face aos 52 milhões de euros obtidos no ano anterior.

A descida no resultado líquido foi mais do que proporcional à descida verificada nos capitais próprios, pelo que a rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, diminui 2,8 pontos percentuais, situando-se em 24,1%, face aos 26,9% registados no ano anterior.

Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, o resultado líquido consolidado diminuiu cerca de 8,2%, situando-se em 48 e 44 milhões de euros, em 2008 e 2009, respectivamente. Já a taxa de rentabilidade do capital próprio desceu de 26,2%, em 2008, para 24,4%, em 2009.

INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR SEGMENTOS

Fig. 2 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2009)



TV por Subscrição, Banda Larga e Voz

O segmento “TV por Subscrição, Banda Larga e Voz” refere-se à prestação de serviços de TV por cabo, internet e voz (fixa e móvel) e inclui as seguintes entidades: ZON Televisão por Cabo, ZON TV Cabo Portugal, ZON Cabo TV Açoreana, ZON Cabo TV Madeirense, ZON Conteúdos, Lusomundo Editores, Teliz e a *joint venture* na Sport TV.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	737,8	688,2	7,2%
Operações com outros segmentos	1,6	0,0	–
Total	739,4	688,2	7,4%
Resultados operacionais	63,1	83,2	-24,1%
EBITDA	244,4	214,5	13,9%
Margem EBITDA	33,1%	31,2%	1,9%
Activos	1.001,6	893,3	12,1%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	195,6	158,4	23,5%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a 738 milhões de euros, o que representa um aumento de 7,2% face ao ano anterior e uma contribuição de 90% para o total de rendimentos operacionais consolidados.

Os resultados operacionais do segmento diminuíram 24,1%, situando-se em 63 milhões de euros, em 2009. O EBITDA cresceu 13,9%, passando para cerca de 244 milhões de euros, e a margem EBITDA subiu 1,9 pontos percentuais, situando-se em 33,1%, em 2009.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a 1 021 milhões de euros, apresentando um aumento de 12,1% face ao ano anterior. O investimento anual em activos fixos cresceu 23,5%, atingindo cerca de 196 milhões de euros, em 2009.

Audiovisuais

O segmento “Audiovisuais” refere-se à prestação de serviços de

distribuição e produção de conteúdos cinematográficos, videogramas, fonogramas e outros, e inclui as seguintes entidades: ZON Audiovisuais, ZON Cinemas, ZON LM Audiovisuais, ZON LM Cinemas, Lusomundo Moçambique, Lusomundo Espanha e Grafilme.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Audiovisuais	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	85,1	88,8	-4,2%
Operações com outros segmentos	22,7	14,7	54,5%
Total	107,8	103,5	4,1%
Resultados operacionais			
EBITDA	12,4	10,6	16,9%
Margem EBITDA	11,5%	10,3%	1,2%
Activos	102,4	91,0	12,6%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	6,4	5,2	21,6%

Em 2009, este segmento obteve rendimentos de operações com clientes externos no montante de 85 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 4,2% face ao ano anterior e uma contribuição de 10% para o total de rendimentos operacionais consolidados.

Os rendimentos provenientes de operações com outros segmentos subiram para cerca de 23 milhões de euros, o que representa um crescimento de 54,5%, face a 2008.

Os resultados operacionais do segmento atingiram 6 milhões de euros, em 2009. O EBITDA aumentou 16,9%, passando para 12,4 milhões de euros, e a margem EBITDA subiu 1,2 pontos percentuais, situando-se em 11,5%, em 2009.

No período considerado, os activos afectos ao negócio ascenderam a 102 milhões de euros. O investimento anual em activos fixos aumentou 21,6%, situando-se em 6 milhões de euros, em 2009.

Outros negócios

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

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

IMPRESA

As alterações no perímetro de consolidação, ocorridas em 2009, referem-se à alienação das participadas Dialectus, NJPT e Terra do Nunca (que foi alienada ao Grupo Madre SGPS, que detém a sociedade SP Televisão, produtora de conteúdos). Em 2009,

verificaram-se, ainda, as seguintes aquisições e alienações de participações em subsidiárias: alienação das participações detidas na New Media e na iPlay; aquisição, à ZON Conteúdos, de uma participação adicional de 40% do capital da Lisboa TV (empresa que transmite o canal SIC Notícias, líder de audiências na televisão por cabo); aquisição de uma participação adicional de 19% na Dirnet, através da Media Zoom; aquisição de uma participação adicional na AEIOU, através da Media Zoom, passando a deter a totalidade do capital daquela sociedade; constituição da cooperativa Visapress; e liquidação das sociedades Edimpresa.com e Adtech. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

O ano de 2009 foi caracterizado por uma relativa estabilidade face ao de 2008 quanto à contribuição de cada segmento para o total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver no quadro seguinte.

Descrição	2009	2008
Televisão	61	62
Publishing	36	35
Digital	2	2
Outros	1	1
Total	100	100

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Impresa, SGPS, SA (abreviatura: IMPRESA)
Sede	• R. Ribeiro Sanches n.º 65 - Lisboa
Data de constituição	• 18 de Outubro de 1990
CAE	• 64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de Actividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de Actividade	• Televisão • Publishing • Digital • Outros
Volume de negócios	• 248 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 1328
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Francisco José Pereira Pinto de Balsemão
CEO	• Francisco José Pereira Pinto de Balsemão (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• SIC, SA • Soicom, SGPS, SA • Sojornal, SA • Impresa Publishing, SGPS, SA • Media Zoom/Impresa Digital, Lda • AEIOU, SA • InfoPortugal, SA • Impresa Serviços, Unip. Lda • VASP-Distribuidora de Publicações, Lda • Lusa-Agência de Notícias de Portugal, SA
Principais sócios	• Impreger, SGPS, SA (50,31%) • Ongoing Strategy Investments SGPS, SA (20,02%) • Banco BPI, SA (4,06%) • Credit Suisse Group AG (3,95%) • Madre-SGPS, SA (3,57%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

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

- ▶ **Televisão:** segmento de negócio que é desenvolvido pela SIC, que opera diversos canais de televisão (SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Internacional e SIC K); em 2009, a SIC tornou-se a única detentora do capital da Lisboa TV, a empresa que transmite o canal temático SIC Notícias, tendo posteriormente a Lisboa TV sido fundida na SIC; estão ainda incluídas neste segmento a GMTS (empresa de serviços técnicos e produção multimédia), a SIC Filmes (detida em 51% pela SIC, sendo os restantes 49% detidos indirectamente pela Madre SGPS) e a SIC Indoor (cujo registo de liquidação foi feito em Janeiro de 2010).
- ▶ **Publishing:** segmento de negócio que é desenvolvido pela Impresa Publishing e que se centra na edição de publicações e comunicação; esta *sub-holding* detém a totalidade do capital da Sojornal (que edita os títulos Expresso e Courier Internacional), da Medipress (que edita títulos como Activa, Auto-sport, Blitz, Caras, Exame, FHM, Telenovelas, TV Mais e Visão), da Gesco (empresa de gestão de conteúdos) e da Impresa Classificados (publicidade); as publicações são distribuídas pela VASP, uma empresa detida em 33,33% pela IMPRESA.

- ▶ **Digital:** segmento de negócio que é desenvolvido pelas empresas participadas pela filial Media Zoom/Impresa Digital; engloba, entre outras, a AEIOU, uma empresa de investimentos multimédia detida em 100%, que explora o portal AEIOU e detém 51% da 7 Graus (que explora a *site* Olhares, que representa 32 milhões de *page views* mensais), e a empresa DIRNET, detida em 70%.

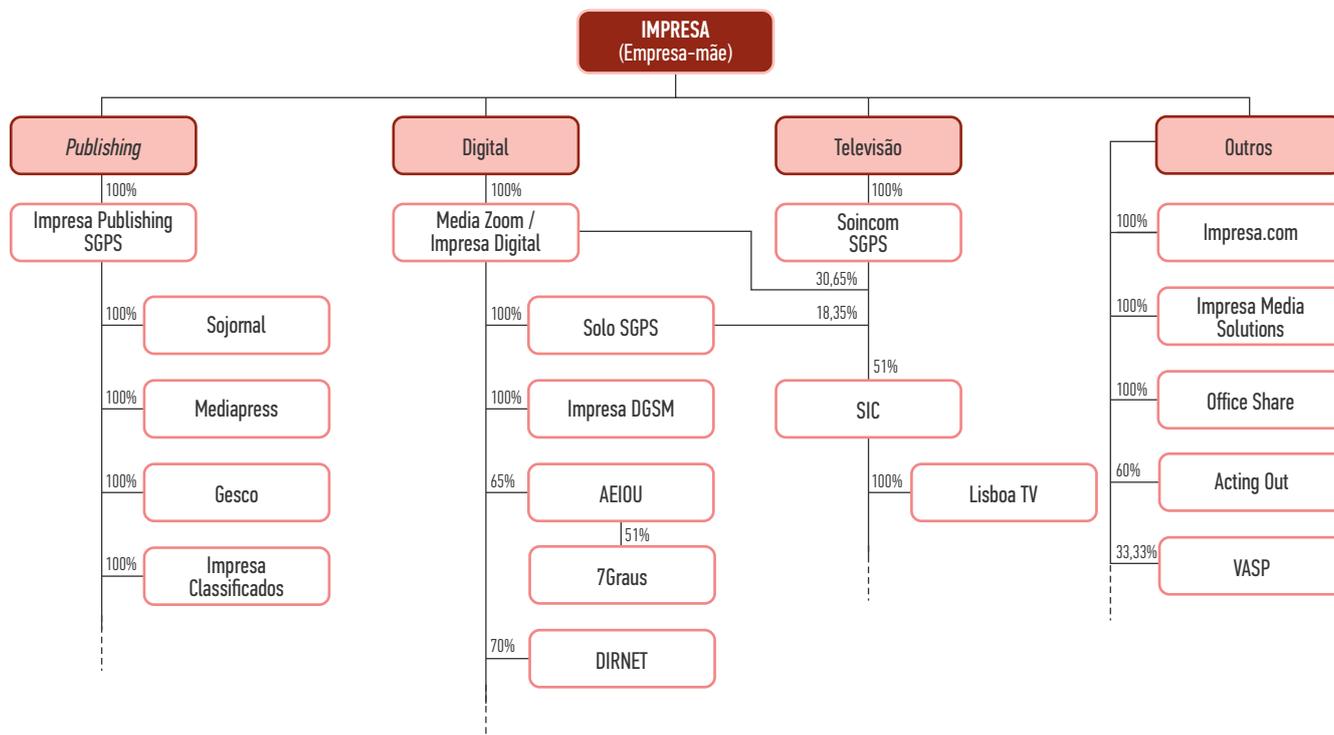
A IMPRESA actua ainda em outras áreas de negócio, tais como a distribuição de publicações (através da VASP), a produção de eventos (através da Acting Out e da Castillo de Elsinor), a comunicação e publicidade (através da Impresa.com e da Impresa Media Solutions) e a gestão de imóveis e serviços (através da Office.

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

Em 2009, ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes da aquisição de partes de capital e da constituição e liquidação de sociedades, já referidas. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2009, os activos do grupo IMPRESA ascendiam a 504 milhões de euros, apresentando uma diminuição de 2,9% relativamente aos 520 milhões de euros existentes no final de 2008.

Fig. 3 – Grupo IMPRESA (estrutura parcial)



Fonte: elaboração própria, a partir de uma apresentação da estrutura do grupo IMPRESA em 23 de Abril de 2009, disponível em www.impresa.pt/Impresa/Organigrama.pdf, conjugada com informação disponível no Relatório e Contas da empresa (em particular nas notas 4 e 8 do anexo às demonstrações financeiras).

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

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 145 milhões de euros, em 2008, para 149 milhões de euros, em 2009, registando um aumento de 2,9%.

Uma vez que, em 2009, a diminuição do activo foi acompanhada por um aumento no capital próprio, verificou-se a subida do grau de autonomia financeira de 27,9%, em 2008, para 29,6%, em 2009. Em conformidade, o rácio de solvabilidade aumentou, no período considerado, de 0,39 para 0,42.

O volume de negócios ascendeu, em 2009, a cerca de 248 milhões de euros, registando uma diminuição de 7,9% face ao ano anterior.

O decréscimo do volume de negócios foi mais acentuado que o decréscimo do activo, o que originou, no período considerado, uma diminuição, de 0,52 para 0,49, no grau de rotação do activo.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2009, o grupo IMPRESA obteve um total de rendimentos operacionais de 253 milhões de euros, apresentando uma descida de 7,3% face ao ano anterior.

Em 2009, a redução dos gastos operacionais foi mais acentuada que a diminuição dos rendimentos operacionais, o que permitiu a subida dos resultados operacionais de 5 milhões de euros negativos, em 2008, para 24 milhões de euros positivos, em 2009. O aumento dos resultados operacionais, conjugado com o decréscimo registado no volume de negócios, determinaram o aumento da rentabilidade operacional do volume de negócios para 9,6%, em 2009. Este aumento mais do que compensou a descida no grau de rotação do activo, pelo que a rentabilidade operacional do activo subiu para 4,7%, em 2009, conforme ilustra o quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	9,6%	-1,8%
(2) Volume de negócios/Activo	0,492	0,519
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	4,7%	-1,0%

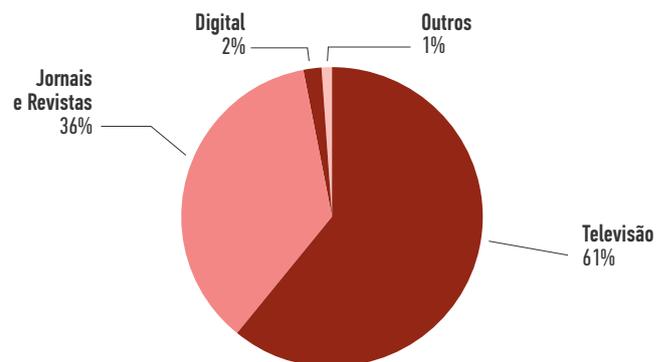
O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA), registou um acréscimo de 71,9%, situando-se em 33 milhões de euros e a margem EBITDA subiu 6,1 pontos percentuais, ficando em 13,2%, em 2009.

Em 2009, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 8 milhões de euros, registando uma melhoria face ao prejuízo de 25 milhões de euros apurado no ano anterior.

A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 5,1%, em 2009. Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, a rentabilidade do capital próprio foi de 5,2%, em 2009.

INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR SEGMENTOS

Fig. 4 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2009)



Televisão

O segmento “Televisão” representa cerca de 61% do total de rendimentos operacionais consolidados. Engloba os canais de televisão SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Internacional, SIC Mulher e SIC K. Estão, ainda, incluídas nesta categoria a GMTS, a SIC Filmes e a SIC Indoor.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

Televisão	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	154,1	170,2	-9,4%
Publicidade	92,7	109,2	-15,1%
Canais temáticos	42,5	38,1	11,6%
Outras	18,9	22,9	-17,6%
Operações com outros segmentos	1,3	1,3	-2,0%
Total	155,4	171,5	-9,4%
Resultados operacionais			
EBITDA	22,7	16,9	34,4%
Margem EBITDA	14,6%	9,8%	4,8%
Activos	134,9	133,9	0,7%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	3,6	4,9	-26,8%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 154 milhões de euros, registando uma descida de 9,4% face ao ano anterior.

Os rendimentos de publicidade desceram 15,1%, situando-se em 93 milhões de euros, em 2009. Os canais temáticos terminaram o ano de 2009 com uma subida de 11,6%, atingindo cerca de 43 milhões de euros. Nas actividades de multimédia, *merchandising* e outras, os rendimentos decresceram 17,6%, situando-se em 19 milhões de euros, em 2009.

Os resultados operacionais deste segmento ascenderam, em 2009, a 16 milhões de euros, evidenciando uma recuperação face ao prejuízo de cerca de 4 milhões de euros, apurado em 2008. O EBITDA subiu 34,4%, atingindo cerca de 23 milhões de euros, e a margem EBITDA aumentou 4,8 pontos percentuais, situando-se em 14,6%, em 2009.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a cerca de 135 milhões de euros, apresentando uma subida de 0,7% face ao ano anterior. O investimento anual em activos fixos tangíveis decresceu 26,8%, situando-se em, aproximadamente 4 milhões de euros, em 2009.

Publishing

Em 2008, as actividades de jornais e revistas passaram a ser reportadas num único segmento denominado *publishing*. Engloba, entre outros, o semanário Expresso e as revistas Visão, Exame, Caras. Adicionalmente, o Grupo inclui nesta categoria a Imprensa Classificados e a Gesco.

Este segmento representa cerca de 36% do total de rendimentos operacionais consolidados. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 8 – Publishing – Indicadores

Publishing	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	89,8	94,8	-5,2%
Publicidade	44,8	55,5	-19,2%
Circulação	34,5	32,4	6,5%
Outras	10,5	6,9	52,7%
Operações com outros segmentos	2,1	0,8	142,9%
Total	91,9	95,6	-3,9%
Resultados operacionais	10,6	4,5	137,4%
EBITDA	11,7	5,9	97,2%
Margem EBITDA	12,7%	6,2%	6,5%
Activos	70,2	71,0	-1,0%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	0,2	0,4	-59,6%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 90 milhões de euros, o que representa um decréscimo de 5,2% face ao ano anterior.

A publicidade gerou rendimentos de cerca de 45 milhões de euros, o que corresponde a uma descida de 19,2% face a 2008. As receitas de circulação registaram um aumento de 6,5%, situando-se em cerca de 35 milhões de euros, em 2009.

Como resultado da reestruturação efectuada em 2008 e das medidas de contenção de custos implementadas em 2009, não obstante a diminuição dos rendimentos, os resultados operacionais registaram uma subida de 137,4% face ao ano anterior, situando-se em cerca de 11 milhões de euros, em 2009. Em conformidade, o EBITDA subiu 97,2%, passando para cerca de 12 milhões de euros, e a margem EBITDA aumentou 6,5 pontos percentuais, situando-se em 12,7%, em 2009.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a 70 milhões de euros, apresentando uma quebra de 59,6% face ao ano anterior.

Digital

Este segmento representa cerca de 2% do total de rendimentos operacionais consolidados. Engloba, designadamente, a produ-

ção e distribuição de conteúdos em formato digital para múltiplas plataformas, através dos portais e *sites* AEIOU, Olhares e Dirnet e do Digital Guest Services para a indústria hoteleira. Adicionalmente, o Grupo inclui nesta categoria a InfoPortugal que actua na área da cartografia digital.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 9 – Digital – Indicadores

Digital	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	5,8	6,2	-5,3%
Operações com outros segmentos	0,6	0,5	12,0%
Total	6,4	6,7	-3,9%
Resultados operacionais	-0,9	-3,7	-
EBITDA	0,4	-1,9	-
Margem EBITDA	6,4%	-28,9%	-
Activos	12,1	12,0	0,8%
Investimento anual em activos fixos tangíveis	1,1	1,2	-14,5%

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

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos ascenderam a cerca de 6 milhões de euros, o que corresponde a uma descida de 5,3% face ao ano anterior.

No período considerado, os resultados operacionais foram negativos. Em 2009, o EBITDA ascendeu a 0,4 milhões de euros, o que representa uma subida face aos cerca de 2 milhões de euros negativos registados no ano anterior, e a margem EBITDA foi de 6,4%.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a 12 milhões de euros, apresentando um aumento de 0,8% face ao ano anterior. No período considerado, o investimento médio anual em activos fixos tangíveis situou-se em cerca de 1 milhão de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui as *holdings* do Grupo, parte da Media Zoom, a Acting Out, a Imprensa Serviços, a Imprensa.com, a Imprensa Media Solutions e a Office-Share.

MEDIA CAPITAL

O ano de 2009 foi marcado pela tentativa de aquisição, por parte da ONGOING, de 35% do capital da MEDIA CAPITAL. A ERC emitiu parecer de oposição à operação enquanto a ONGOING não vendesse a participação detida na IMPRESA, não tendo sido concretizada a referida aquisição.

No ano de 2009 ocorreram alterações ao perímetro de consolidação que se referem à aquisição de 30,8% do capital da IOL

Negócios, reflectindo a estratégia do Grupo em expandir o negócio de Internet, e às aquisições de 19,2% do capital da Tesela e de 40% do capital da Produtora Canária de Programas, decorrentes da estratégia do Grupo em desenvolver o negócio de produção de conteúdos. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. Em 2009 foi também alienada a participação detida na associada Transjornal, uma empresa de edição de publicações.

A comparação entre os anos de 2008 e 2009 evidencia um reforço da contribuição da área da produção para os rendimentos operacionais consolidados, um decréscimo da contribuição do segmento “entretenimento” e a estabilização da contribuição do segmento “televisão”.

Descrição	2009	2008
Televisão	58	58
Produção (audiovisual)	25	18
Entretenimento	10	13
Rádio	5	5
Outros	2	6
Total	100	100

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

Denominação	• Grupo Media Capital, SGPS, SA (abreviatura: MEDIA CAPITAL)
Sede	• R. Mário Castelhana, n.º 40 - Queluz de Baixo, Barcarena
Data de constituição	• 30 de Julho de 1992
CAE	• 64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de Actividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector dos média
Principais segmentos de Actividade	• Televisão • Produção • Entretenimento • Rádio • Outros
Volume de negócios	• 244 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 1805
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Jaime Roque de Pinho D'Almeida
CEO	• Bernardo Bairrão (Administrador Delegado)
Principais empresas participadas	• TVI, SA • RETI, SA • Media Capital Produções, SA (abreviatura: MCP) • Media Capital Rádios, SA (abreviatura: MCR II) • Media Capital Música e Entretenimento, SA (abreviatura: MCME) • CLMC Multimédia, SA (abreviatura: CLMC) • Media Capital Editora Multimédia, SA (abreviatura: Multimédia)
Principais sócios	• Vertix SGPS, SA (94,69%)* • Outros (5,31%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

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

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

Para efeitos de reporte financeiro, a MEDIA CAPITAL estrutura a sua actividade em cinco segmentos de negócio: televisão; produção, entretenimento, rádio e outros:

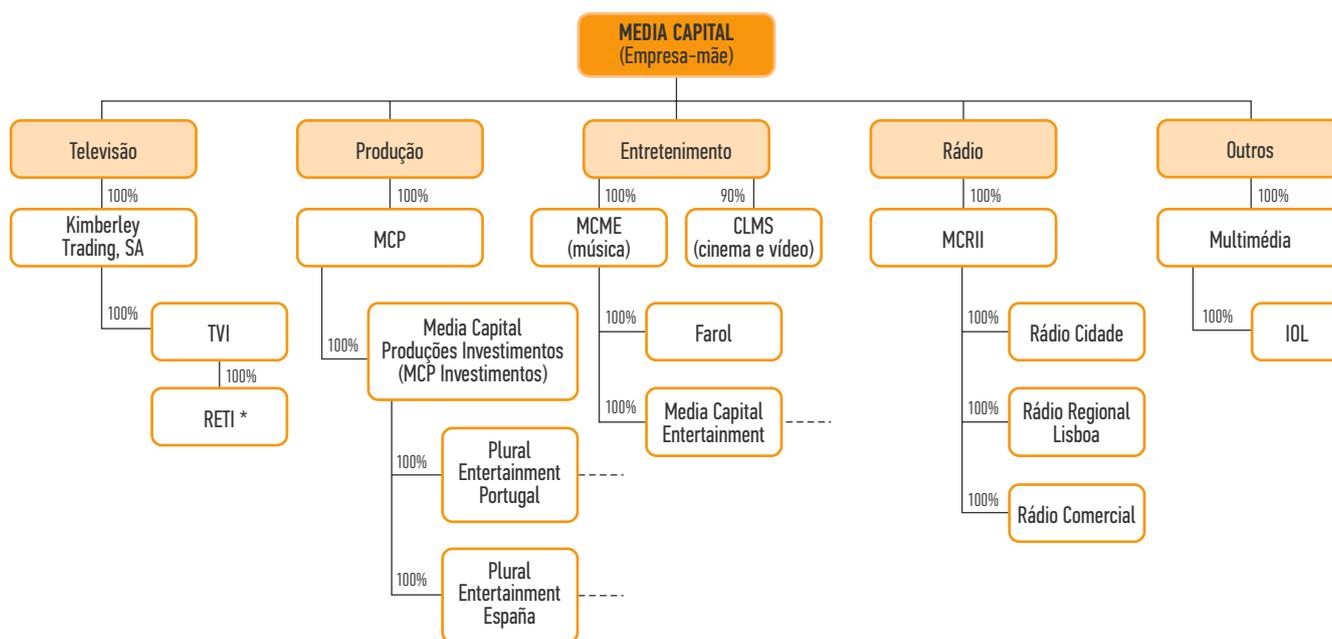
- ▶ **Televisão:** segmento de negócio que inclui a emissão de programas televisivos através do canal de televisão generalista TVI, detido indirectamente em 100% pela MEDIA CAPITAL, a difusão por cabo do canal de televisão TVI 24, um canal de notícias emitido em exclusivo na plataforma ZON, e a teledifusão levada a cabo pela RETI, detida indirectamente em 100% pela MEDIA CAPITAL.
- ▶ **Produção:** segmento de negócio que envolve a produção, realização e distribuição audiovisual e produção de programas/séries; esta área de negócio é desenvolvida pela MCP, que detém indirectamente a totalidade do capital das empresas Plural Entertainment Portugal (na qual foi fundida em 2009 a Fealmar, e que detém várias empresas com actividades associadas à produção de conteúdos) e Plural Entertainment Espanha (que detém, igualmente, diversas subsidiárias na área da produção).
- ▶ **Entretenimento:** segmento de negócio que envolve fundamentalmente a gravação e venda de CDs e DVDs de música, actividade que é desenvolvida pela Farol Música, Lda. (uma subsidiária da MCME), o agenciamento de artistas e a promoção de eventos (através da Media Capital Entertainment, uma subsidiária da MCME) e a distribuição cinematográfica e vídeo, desenvolvida pela CLMC, uma empresa detida indirectamente em 90% pela MEDIA CAPITAL.
- ▶ **Rádio:** segmento de negócio que envolve a emissão da programação das rádios da MEDIA CAPITAL, através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros; esta actividade é desenvolvida pela MCR II através das suas participadas detidas em 100% Rádio Cidade, Rádio Regional de Lisboa e Rádio Comercial; estas participadas detêm os alvarás para o exercício da radiodifusão sonora e difundem, em Portugal, a Rádio Comercial, a Rádio Cidade, a Rádio Clube Português e a M80, entre outras¹.
- ▶ **Outros:** este segmento inclui essencialmente a actividade associada à internet, que é desenvolvida pelas empresas participadas pela Multimédia, destacando-se entre estas a IOL Negócios, que explora o portal IOL e é detida indirectamente em 100% pela MEDIA CAPITAL.

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

Em 2009, ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes das aquisições de partes de capital já referidas. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. No final de 2009, os activos do grupo MEDIA CAPITAL ascenderiam a 438 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 2,4% relativamente aos 448 milhões de euros existentes no final de 2008.

¹ É de notar que foi amplamente noticiada na comunicação social a decisão de encerramento da estação Rádio Clube Português, comunicada pela MEDIA CAPITAL em Julho de 2010.

Fig. 5 – Grupo MEDIA CAPITAL (estrutura parcial)



Fonte: elaboração própria, a partir do Relatório e Contas da empresa. | Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.

* A MEDIA CAPITAL celebrou um contrato promessa de compra e venda para a alienação, em 2012, da RETI à PORTUGAL TELECOM (nota 31 do Relatório e Contas da MEDIA CAPITAL).

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 138 milhões de euros, em 2008, para 134 milhões de euros, em 2009, registando também uma descida de 2,4%. Para esta diminuição do capital próprio contribuiu a distribuição, em 2009, de dividendos (21 milhões de euros) não totalmente cobertos pelo resultado líquido desse período (19 milhões de euros).

Uma vez que, em 2009, a diminuição do activo foi acompanhada por idêntica descida no capital próprio, verificou-se a manutenção do grau de autonomia financeira em cerca de 30,7%. Em conformidade, o rácio de solvabilidade manteve-se, no período considerado, em 0,44.

O volume de negócios ascendeu, em 2009, a 244 milhões de euros, registando uma quebra de 9,4% face aos 270 milhões de euros obtidos no ano anterior.

Este decréscimo do volume de negócios foi superior à diminuição do activo, originando, no período considerado, a descida do grau de rotação do activo de 0,60 para 0,56.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2009, o grupo MEDIA CAPITAL obteve um total de rendimentos operacionais de 268 milhões de euros, 6,8% abaixo do registado no ano anterior.

Em 2009, a descida dos rendimentos operacionais foi superior à redução dos gastos operacionais, o que originou o decréscimo dos resultados operacionais em 2,4%, passando de 39 milhões de euros, em 2008, para 38 milhões de euros, em 2009.

A diminuição dos resultados operacionais foi inferior ao decréscimo registado no volume de negócios, permitindo a subida da

rendibilidade operacional do volume de negócios de 14,3%, em 2008, para 15,4%, em 2009. Este aumento de 1,1 pontos percentuais compensou a descida no grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rendibilidade operacional do activo manteve-se em cerca de 8,6%, conforme explicitado no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	15,4%	14,3%
(2) Volume de negócios/Activo	0,558	0,602
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	8,6%	8,6%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um decréscimo de 4,9%, passando de 53 milhões de euros, em 2008, para cerca de 50 milhões de euros, em 2009.

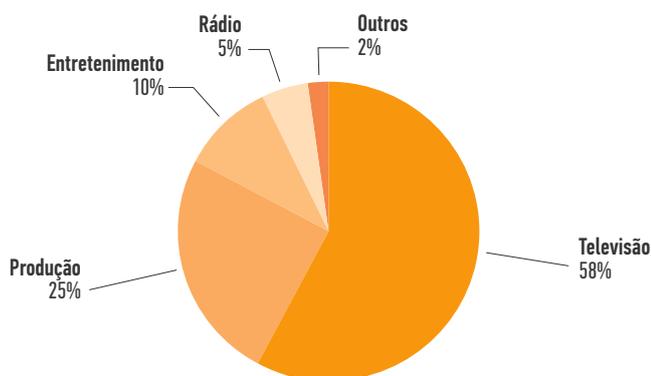
A margem EBITDA subiu 0,4 pontos percentuais, situando-se em 18,7% e 18,3%, em 2009 e 2008, respectivamente.

Em 2009, o resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em cerca de 19 milhões de euros, registando uma descida de 12,5% face ao ano anterior.

A rendibilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, diminuiu 1,6 pontos percentuais, situando-se em 13,9%, face aos 15,5% registados no ano anterior. Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, a rendibilidade do capital próprio situou-se em 13,6% e 15,1%, em 2009 e 2008, respectivamente.

INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR SEGMENTOS

Fig. 6 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2009)

**Televisão**

O segmento “Televisão” representa cerca de 58% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a emissão de um canal de TV generalista (TVI) e a difusão por cabo de um canal de televisão pago (TVI 24), já que a produção de programas e séries é reportada, desde 2008, no segmento “Produção”.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 12 – Televisão – Indicadores

Televisão	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	154,7	165,7	-6,6%
Operações com outros segmentos	1,9	2,7	-31,9%
Total	156,6	168,4	-7,0%
Resultados operacionais	38,0	39,5	-3,9%
EBITDA	43,7	44,7	-2,2%
Margem EBITDA	27,9%	26,6%	-1,3%
Activos	262,7	272,8	-3,7%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	3,7	11,4	-67,7%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos situaram-se em 155 milhões de euros, registando um decréscimo de 6,6% face ao ano anterior.

O EBITDA desceu 2,2%, ascendendo a cerca de 44 milhões de euros, e a margem EBITDA subiu 1,3 pontos percentuais, situando-se em 27,9%, em 2009.

Os activos líquidos afectos ao segmento ascendiam, no final de 2009, a cerca de 263 milhões de euros, apresentando um decréscimo de 3,7% face ao ano anterior. O investimento em activos fixos ascendeu, em 2009, a cerca de 4 milhões de euros.

Produção

O segmento “Produção” representa cerca de 25% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a produção, realização e distribuição audiovisual e a pro-

dução de programas e séries. Inclui a Plural España e as suas subsidiárias e a totalidade da actividade de produção de conteúdos audiovisuais e actividades conexas desenvolvidas pela Plural que, até 2008, estavam incluídas no segmento “Televisão”.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 13 – Produção – Indicadores

Produção	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	65,5	52,1	25,7%
Operações com outros segmentos	42,4	40,8	4,0%
Total	107,9	92,9	16,2%
Resultados operacionais	9,1	3,7	145,5%
EBITDA	12,3	8,8	32,9%
Margem EBITDA	11,4%	9,5%	1,9%
Activos	139,1	135,3	2,9%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	1,5	7,0	-77,9%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos aumentaram 25,7%, situando-se em cerca de 66 milhões de euros. As operações com outros segmentos registaram uma subida de 4,0%, para cerca de 42 milhões de euros, representando aproximadamente 39,3% do total de rendimentos operacionais do segmento, em 2009.

O EBITDA passou de 9 milhões de euros, em 2008, para 12 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA subiu 1,9 pontos percentuais, situando-se em 11,4% em 2009.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a 139 milhões de euros, apresentando uma subida de 2,9% face ao ano anterior. O investimento em activos fixos foi de 1,5 milhões de euros, em 2009.

Entretenimento

Este segmento representa cerca de 10% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve, fundamentalmente, a gravação e venda de CDs e DVDs de música, agenciamento de artistas e promoção de eventos, bem como a distribuição cinematográfica e videográfica.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

Tabela 14 – Entretenimento – Indicadores

Entretenimento	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	27,9	38,2	-26,8%
Operações com outros segmentos	0,2	0,4	-51,2%
Total	28,1	38,6	-27,0%
Resultados operacionais	-7,2	1,6	-
EBITDA	-7,0	1,8	-
Margem EBITDA	-24,9%	4,7%	-
Activos	28,5	35,8	-20,4%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	0,1	0,1	-49,5%

Em 2009, o segmento “Entretenimento” gerou rendimentos provenientes de operações com clientes externos no montante de 28 milhões de euros, o que representa uma quebra de 26,8% face ao ano anterior.

O EBITDA foi negativo em cerca de 7 milhões de euros e a margem EBITDA apresentou uma quebra, passando de 4,7%, positivos, em 2008, para 24,9%, negativos, em 2009.

Os activos afectos ao negócio totalizavam, no final de 2009, cerca de 29 milhões de euros, apresentando uma descida de 20,4% face ao ano anterior.

Rádio

Este segmento representa cerca de 5% do total de rendimentos operacionais consolidados. Envolve a emissão da programação das rádios através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

Rádio	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	13,3	13,7	-3,4%
Operações com outros segmentos	0,2	0,4	-39,0%
Total	12,5	14,1	-4,3%
Resultados operacionais			
EBITDA	0,3	-1,6	-
Margem EBITDA	2,1%	-11,7%	-
Activos	42,0	44,1	-4,7%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	1,3	1,4	-9,4%

Em 2009, os rendimentos provenientes de operações com clientes externos situaram-se em cerca de 13 milhões de euros, o que representa uma quebra de 3,4% face ano anterior.

O EBITDA ascendeu a cerca de 0,3 milhões de euros e a margem EBITDA foi de 2,1%, em 2009.

Os activos afectos ao negócio ascendiam, no final de 2009, a 42 milhões de euros, apresentando uma descida de 4,7% face ao ano anterior. No período considerado, o investimento médio anual em activos fixos situou-se em cerca de 1 milhão de euros.

Outros negócios

Esta categoria inclui, essencialmente, o negócio da internet (IOL) e a actividade da *holding* do grupo. Em 2008, incluía também o negócio da imprensa escrita para o período de 1 de Janeiro de 2008 a 30 de Junho de 2008 (data da sua alienação).

RTP

NOTA PRÉVIA

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

Serviço Público de Televisão, SA, a Radiodifusão Portuguesa, SA e a RTP-Meios de Produção, SA. Não obstante a RTP integrar actualmente os serviços de televisão e de rádio, estes não são objecto de segmentação para efeitos de reporte financeiro. Os documentos de prestação de contas da RTP apenas referem a repartição das prestações de serviços por segmentos geográficos – mercado nacional, mercado intracomunitário e mercado extracomunitário – como se pode ver no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
Mercado nacional	99	98
Mercado intracomunitário	0	1
Mercado extracomunitário	1	1
Total	100	100

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Rádio e Televisão de Portugal, SA (abreviatura: RTP)
Sede	• Av. Marechal Gomes da Costa, n.º 37 - Lisboa
Data de constituição	• 15 de Dezembro de 1955
CAE	• 60200
Área de Actividade	• Prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão
Principais segmentos de Actividade	• Televisão • Rádio • Produção de conteúdos
Volume de negócios	• 307 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 2374
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Manuel Guilherme de Oliveira da Costa
CEO	• Não aplicável
Principais empresas participadas	• NP-Notícias de Portugal, Coop. Inform. (8%) • Euronews Editorial (1,64%) • Lusa-Agência de Notícias de Portugal, SA (0,03%)
Principais sócios	• Sociedade de capitais exclusivamente públicos

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

O objecto da RTP é a prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão, estando associadas a estes serviços as marcas RDP e RTP, respectivamente. A RTP desenvolve a sua actividade através da exploração directa de vários serviços de programas:

- ▶ **Rádio:** inclui os serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3, as antenas regionais RDP Madeira e RDP Açores e as antenas internacionais RDP Internacional e RDP África.
- ▶ **Televisão:** inclui os canais RTP1 e RTP2, os canais regionais RTP Madeira e RTP Açores, os canais internacionais RTP Internacional e RTP África, os canais temáticos RTPN e RTP Memória e, ainda, a RTP Mobile.

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

No final de 2009, os activos da RTP ascendiam a 501 milhões de euros, apresentando uma subida de 17,8% face aos 425 milhões de euros existentes no final de 2008.

O capital próprio apresentava valores negativos de 592 e 697 milhões de euros, no final de 2009 e 2008, respectivamente. Verificando-se a insuficiência de capital prevista no art. 35.º do Código das Sociedades Comerciais, o pressuposto de continuidade das operações é assegurado através do reforço do apoio financeiro que vem sendo prestado pelo accionista único, conforme previsto no Acordo de Reestruturação Financeira celebrado em 2003.

O volume de negócios, incluindo subsídios à exploração, ascendeu, em 2009, a 307 milhões de euros, registando um aumento de 3,2% face aos 297 milhões de euros obtidos no ano anterior. O crescimento do activo foi superior ao crescimento do volume de negócios, o que originou, no período considerado, a descida no grau de rotação do activo de 0,70 para 0,61.

O total de rendimentos operacionais, em 2009, ascendeu a 308 milhões de euros, registando uma subida de 3,1%. Cerca de 23% (70,3 milhões de euros) são provenientes de rendimentos comerciais e os restantes 77% (237,2 milhões de euros) são provenientes de indemnizações compensatórias e contribuição para o audiovisual, conforme discriminação apresentada no quadro seguinte:

Descrição	2009 M€	2008 M€	Var.
Fundos públicos	237,2	227,5	4,3%
Indemnizações compensatórias	119,3	117,5	1,5%
Contribuição para o audiovisual	117,9	110,0	7,2%
Rendimentos comerciais	70,3	70,9	-0,8%
Publicidade	48,6	51,2	-5,1%
Distribuição e multimédia	12,1	11,0	9,6%
Outras	9,6	8,6	11,5%
Total de rendimentos operacionais	307,5	298,4	3,1%

Os rendimentos comerciais apresentaram uma redução de 0,8% face a 2008. Destes, os réditos de publicidade registaram uma redução de 5,1%, enquanto os provenientes de distribuição e multimédia cresceram 9,6%. Os restantes rendimentos operacionais experimentaram uma subida de 11,5%.

Em 2009, a subida dos rendimentos operacionais foi superior ao aumento dos gastos operacionais, o que conduziu a um acréscimo dos resultados operacionais em 47,0%, passando de 9 milhões de euros, em 2008, para cerca de 13 milhões de euros, em 2009. Este montante representa um diferencial positivo de 1,6 milhões de euros face ao previsto no Acordo de Reestruturação Financeira (cf. Relatório e Contas).

O aumento dos resultados operacionais foi superior à subida do volume de negócios, o que permitiu a subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 3,0%, em 2008, para 4,2%, em 2009. Este crescimento de 1,2 pontos percentuais compensou a diminuição do grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do activo subiu de 2,1% para 2,6%, conforme explicitado no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios × 100	4,2%	3,0%
(2) Volume de negócios/Activo	0,613	0,699
(3) = (1) × (2) Resultados operacionais/Activo × 100	2,6%	2,1%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) apresenta uma subida de 12,1%, passando de 23 milhões de euros, em 2008, para 26 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA aumentou 0,7 pontos percentuais, situando-se em 8,5% em 2009.

O resultado líquido foi de 14 milhões de euros negativos, o que representa uma recuperação face aos 47 milhões de euros negativos registados em 2008. Para esta evolução contribuiu a melhoria dos resultados financeiros ocasionada fundamentalmente pela redução das taxas de juro em 2009.

COFINA

Em 2009, as alterações ao perímetro de consolidação referem-se à aquisição, através da Cofina Media, SGPS, de 51% do capital da Web Works, uma empresa dedicada ao desenvolvimento de aplicações para internet; à aquisição, através da Metronews – Publicações, de 20% do capital da Transjornal e de 100% da Holdimédia, SGPS, detentora dos restantes 80% da Transjornal; à alienação da participação detida na sociedade O Sol é Essencial, empresa detentora do semanário Sol; e à constituição da sociedade Cofina – Eventos e Comunicação, em que o Grupo detém 70% do capital. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

O ano de 2009 foi caracterizado por um aumento do peso relativo do segmento “Jornais” no total de rendimentos operacionais consolidados, como se pode ver no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
Jornais	73	71
Revistas	27	29
Total	100	100

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

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

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

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Cofina, SGPS, SA (abreviatura: COFINA)
Sede	• R. General Norton de Matos, n.º 68 - Porto
Data de constituição	• 29 de Dezembro de 1989
CAE	• 64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de Actividade	• Gestão de participações sociais, essencialmente em empresas do sector dos media e conteúdos
Principais segmentos de Actividade	• Jornais • Revistas
Volume de negócios	• 118 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 947
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Paulo Jorge dos Santos Fernandes
CEO	• Paulo Jorge dos Santos Fernandes
Principais empresas participadas	• Cofina Media, SGPS: • Metronews, SA • Mediafin, SGPS, SA • Holdimédia, SGPS, SA • Grafedisport, SA • Webworks, SA • Presselivre, SA • Edisport, SA • Edirevistas, SA • Cofina Eventos e Comunicação, SA • VASP
Principais sócios	• Caderno Azul SGPS, SA (10,01% dos direitos de voto) • Promendo SGPS, SA (7,59% dos direitos de voto)* • Domingos José Vieira de Matos (7,11% dos direitos de voto) • Paulo Jorge dos Santos Fernandes (6,99% dos direitos de voto) • Ana Rebelo Mendonça Fernandes (6,22% dos direitos de voto)* • UBS AG, Zurique (5,89% dos direitos de voto) • Santander – Gestão de Fundos de Investimento Mobiliário SA (5,02% dos direitos de voto) • Pedro Miguel Matos Borges de Oliveira (4,81% dos direitos de voto) • Banco BPI (3,12% dos direitos de voto) • Millenium BCP-Gestão de Fundos de Investimento, SA (2,03% dos direitos de voto)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

* As acções da COFINA detidas pela Promendo são consideradas imputáveis à sócia Ana Rebelo Mendonça Fernandes. Consideram-se imputáveis a esta sócia um total de acções correspondentes a 15% do capital e dos direitos de voto da COFINA.

- ▶ **Jornais:** segmento de negócio que inclui jornais pagos, temáticos (Record, Jornal de Negócios) e generalistas (Correio da Manhã), e jornais gratuitos (Destak, Metro).
- ▶ **Revistas:** segmento de negócio que engloba títulos de temáticas diversas (Sábado, Máxima, TV Guia, Flash, Vogue, GQ, Rotas e Destinos, PC Guia, Automotor).

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

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

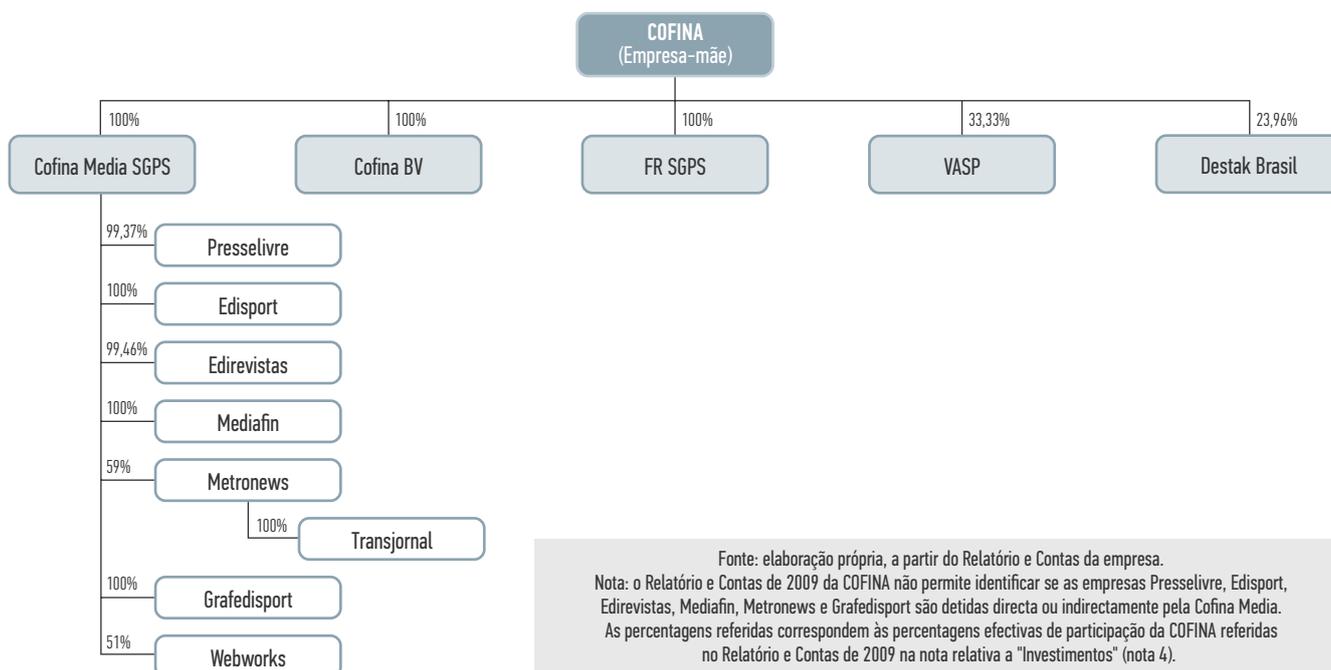
Em 2009, ocorreram alterações no perímetro de consolidação resultantes de aquisição e alienação de partes de capital e constituição de sociedade, já referidas. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios.

No final de 2009, os activos do grupo COFINA ascendiam a 247 milhões de euros, apresentando um aumento de 1,5% relativamente aos 244 milhões de euros existentes no final de 2008.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 12 milhões de euros negativos, em 2008, para 4 milhões de euros positivos, no ano seguinte. Esta variação deveu-se, essencialmente, ao resultado líquido apurado, em 2009, no montante de 17 milhões de euros.

Em 2008, verificou-se uma diminuição do capital próprio, decorrente do facto de a COFINA ter registado, nesse ano, perdas por redução do justo valor da participação que detém na ZON Multimédia. Com base na cotação destes títulos no final do ano, foram reconhecidas, em 2008, perdas de aproximadamente 86 milhões de euros. Em 2009, a COFINA continuou exposta à evolução da cotação daqueles títulos e, em consequência da valorização

Fig. 7 – Grupo COFINA (estrutura parcial)



verificada neste ano, foram reconhecidos ganhos no montante de aproximadamente 10 milhões de euros, incluídos no resultado líquido deste período.

Tendo o capital próprio registado uma subida, passando a apresentar valor positivo, verificou-se a recuperação do grau de autonomia financeira para 1,7% e do rácio de solvabilidade para 0,02, em 2009.

O volume de negócios ascendeu, em 2009, a 118 milhões de euros, registando uma quebra de 3,6% face aos 123 milhões de euros obtidos no ano anterior.

O decréscimo do volume de negócios, conjugado com a subida do activo, originou, no período considerado, uma diminuição de 0,50 para 0,48 no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2009, ascendeu a 134 milhões de euros, registando uma descida de 6,9%. Esta diminuição foi mais do que compensada pela descida verificada nos gastos operacionais do período, o que conduziu a um aumento dos resultados operacionais em 9,9%, situando-se em 18 milhões de euros, em 2009.

A repartição dos rendimentos operacionais consolidados, segundo a sua natureza, é a apresentada no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008	Var.
Circulação	68,3 M€ 47,6%	61,8 M€ 42,9%	3,3%
Publicidade	52,7 M€ 39,3%	60,2 M€ 41,8%	-12,5%
Produtos de <i>marketing</i> alternativo e outros	17,5 M€ 13,1%	22,0 M€ 15,3%	-20,4%
Total de rendimentos operacionais consolidados	134,0 M€ 100%	144,0 M€ 100%	-6,9%

Em 2009, apenas os rendimentos de circulação cresceram 3,3%. Já os de publicidade e os de produtos de *marketing* alternativo apresentaram reduções de 12,5% e 20,4%, respectivamente.

Em 2007, a publicidade era a principal origem de rendimentos operacionais. Após as reduções verificadas em 2008 e em 2009, a circulação passou a representar a maior fonte de rendimentos com uma contribuição de 47,6%.

O aumento dos resultados operacionais, conjugado com a diminuição registada no volume de negócios, originou uma subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 13,7%, em 2008, para 15,6%, em 2009. Este aumento de 1,9 pontos percentuais mais do que compensou a descida no grau de rotação do activo, pelo que, no período considerado, a rentabilidade operacional do activo subiu de 6,9% para 7,4%, conforme explicitado no quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	15,6%	13,7%
(2) Volume de negócios/Activo	0,477	0,503
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	7,4%	6,9%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um aumento de 5,2%, passando de 20 milhões de euros, em 2008, para 21 milhões de euros, em 2009.

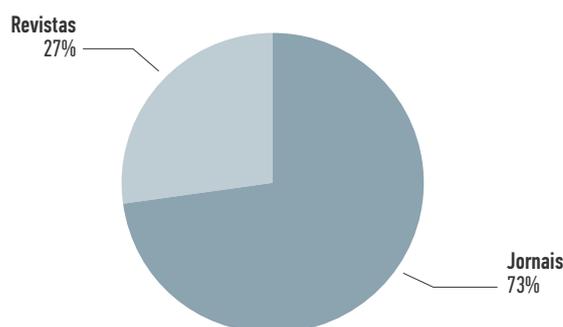
A margem EBITDA subiu 1,9 pontos percentuais, situando-se em 16,0%, em 2009, face aos 14,1% registados em 2008.

O resultado líquido consolidado, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, foi, em 2009, de 17 milhões de euros, o que representa uma recuperação face aos 73 milhões de euros negativos registados em 2008, devido, essencialmente, à perda por redução do justo valor da participação na ZON Multimédia, ocorrida nesse ano.

A rentabilidade do capital próprio, incluindo a parcela atribuível a interesses minoritários, situou-se em 4,1%, em 2009. Considerando apenas a parcela atribuível aos accionistas da empresa-mãe, a rentabilidade do capital próprio foi de 4,7%, em 2009.

INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR SEGMENTOS

Fig. 8 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2009)



Jornais

O negócio dos jornais representa cerca de 73% do total de rendimentos operacionais consolidados.

No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este segmento:

Jornais	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	98,5	102,9	-4,3%
Circulação	46,1	44,3	4,0%
Publicidade	40,1	44,8	-10,6%
Produtos de <i>marketing</i> alternativo e outros	12,3	13,8	-10,2%
EBITDA	20,5	18,2	13,0%
Margem EBITDA	20,8%	17,6%	3,2%

Em 2009, as operações com clientes externos registaram rendimentos de 99 milhões de euros, o que representa uma quebra de 4,3% face ao ano anterior.

Os rendimentos de circulação cresceram 4,0%, situando-se em 46 milhões de euros em 2009. Já os rendimentos de publicidade e de produtos de *marketing* alternativo apresentaram quebras de aproximadamente 10%, situando-se, em 2009, em cerca de 40 e 12 milhões de euros, respectivamente.

O EBITDA situou-se em 21 milhões de euros, tendo apresentado um aumento de 13% face a 2008. A margem EBITDA subiu 3,2 pontos percentuais para 20,8%, em 2009.

Revistas

O segmento das revistas representa cerca de 27% do total de rendimentos operacionais consolidados. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 23 – Revistas – Indicadores			
Revistas	2009 M€	2008 M€	Var.
Rendimentos operacionais			
Operações com clientes externos	35,5	41,1	-13,6%
Circulação	17,7	17,5	1,4%
Publicidade	12,6	15,4	-17,9%
Produtos de marketing alternativo e outros	5,2	8,3	-37,3%
EBITDA	0,1	2,2	-59,8%
Margem EBITDA	2,5	5,3	-2,8%

Em 2009, os rendimentos provenientes de clientes externos ascenderam a 36 milhões de euros, o que representa uma descida de 13,6% face ao valor registado no ano anterior.

Neste segmento, os rendimentos de publicidade e de produtos de marketing alternativo registaram descidas de 17,9% e 37,3%, respectivamente, enquanto os réditos de circulação subiram 1,4%, situando-se em cerca de 18 milhões de euros, em 2009. O EBITDA do segmento de revistas foi de cerca de 0,1 milhões de euros, o que representa um decréscimo de 59,8% face a 2008. A margem EBITDA desceu 2,8 pontos percentuais, atingindo 2,5% em 2009.

CONTROLINVESTE

À data de elaboração deste documento, o relatório e contas de 2009 do grupo CONTROLINVESTE ainda não tinha sido divulgado. O facto de a empresa apresentar contas consolidadas determina, nos termos do n.º 5 do art. 65.º do Código das Sociedades Comerciais, que o prazo para apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2009 termine a 31 de Maio de 2010. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove.

IMPALA

À data de elaboração deste documento, o relatório e contas de 2009 do grupo IMPALA ainda não tinha sido divulgado. O facto de a empresa apresentar contas consolidadas determina, nos termos do n.º 5 do art. 65.º do Código das Sociedades Comerciais,

que o prazo para apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2009 termine a 31 de Maio de 2010. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove.

GRUPO RENASCENÇA

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL	
Denominação	• Rádio Renascença, Lda
Sede	• R. Ivens, n.º 14 - Lisboa
Data de constituição	• 11 de Maio de 1931
CAE	• 60100 (actividade de rádio)
Área de Actividade	• Actividade de radiodifusão
Principais segmentos de Actividade	• Rádio
Volume de negócios	• 22 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 327
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Cónego João Aguiar Campos
CEO	• Não aplicável
Principais empresas participadas	• Intervoz Publicidade, SA (100%) • Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda (100%) • Rádio 90FM – Coimbra Radiodifusão, Lda (100%) • RO - Edições e Publicidade, Lda (100%) • Génius e Meios – Soc. Unipessoal, Lda (100%) • Rádio Pal – Soc. Unipessoal, Lda (100%)
Principais sócios	• Patriarcado de Lisboa (60%) • Conferência Episcopal Portuguesa (40%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

O Grupo RENASCENÇA actua fundamentalmente no sector da rádio através das marcas Rádio Renascença, RFM, Mega FM e Rádio SIM. Na webrádio, a estas rádios juntam-se a 80's RFM, a RFM Oceano Pacífico e a RFM Clubbing. A RENASCENÇA detém ainda a totalidade do capital da Intervoz Publicidade, a empresa que detém o exclusivo da angariação publicitária para todos os canais do grupo, e da Génius e Meios, empresa que actua nas áreas do entretenimento e formação.

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

No final de 2009, os activos do grupo RENASCENÇA ascendiam a 20 milhões de euros, apresentando uma diminuição de 12,8% face aos 23 milhões de euros registados no final do ano anterior. O total do capital próprio situou-se em 12 milhões de euros, registando um decréscimo de 12,2% face a 2008. Sendo, em 2009, a diminuição do activo mais acentuada que a do capital próprio, verificou-se um aumento, de 59,8% para 60,2%,

no grau de autonomia financeira. Em conformidade, o rácio de solvabilidade passou de 1,49, em 2008, para 1,52, em 2009.

O volume de negócios ascendeu, em 2009, a 22 milhões de euros, registando uma descida de 8,5% face aos 24 milhões de euros obtidos no ano anterior.

A diminuição do activo foi mais acentuada que a quebra do volume de negócios, pelo que, no período considerado, se verificou um aumento de 1,02 para 1,07 no grau de rotação do activo.

O total de rendimentos operacionais, em 2009, ascendeu a 22 milhões de euros, registando uma descida de 8,7% face ao ano anterior. Esta diminuição foi superior à redução verificada nos gastos operacionais do período, originando o aumento dos prejuízos operacionais que passaram de 0,1 milhões de euros, em 2008, para 1,4 milhões de euros, em 2009.

No período considerado, a rentabilidade operacional do volume de negócios e do activo foram negativas, conforme ilustra o quadro seguinte:

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	-6,7%	-0,4%
(2) Volume de negócios/Activo	1,069	1,018
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	-7,1%	-0,4%

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou uma quebra, passando de 1 milhão de euros, em 2008, para 0,2 milhões de euros negativos, em 2009. Em conformidade, a margem EBITDA desceu de 4,8%, em 2008, para 1,0% negativos em 2009.

O resultado líquido consolidado foi de 1 milhão de euros negativos, reflectindo a diminuição simultânea dos resultados operacionais e financeiros, em 2009.

SONAECOM

Em 2009, a SONAECOM procedeu à dissolução das sociedades Cape UK, Praesidium Technologies e Sexta. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. Em 2009, ocorreu, ainda, a fusão por incorporação da subsidiária Telemilénio Telecomunicações na Sonaecom Serviços de Comunicações. O ano de 2009 foi caracterizado pelo reforço da contribuição do segmento “sistemas de informação” para o total de rendimentos operacionais e pela descida do peso relativo do segmento “telecomunicações”.

Descrição	2009	2008
Telecomunicações	81	84
Sistemas de informação	15	12
Multimédia	3	3
Outros	1	1
Total	100	100

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

Denominação	• Sonaecom, SGPS, SA (abreviatura: SONAECOM)
Sede	• Lugar do Espido - Via Norte, Maia
Data de constituição	• 6 de Junho de 1988
CAE	• 64202 (Actividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras)
Área de Actividade	• Gestão de participações sociais em empresas do sector das telecomunicações, média e sistemas de informação
Principais segmentos de Actividade	• Telecomunicações • Sistemas de informação • Multimédia
Volume de negócios	• 949 milhões de euros
Número médio de pessoal (total consolidado)	• 2047
Chairman/ Presidente do Conselho de Administração	• Duarte Paulo Teixeira de Azevedo
CEO	• Ângelo Gabriel Ribeirinho dos Santos Paupério (Presidente da Comissão Executiva)
Principais empresas participadas	• Sonaecom – Serviços de Comunicações, SA • Sonae.com – Sistemas de Informação, SGPS, SA • Sonaecom BV • Sonaetelecom BV • Artis, SA • Tele2, Lda • Público – Comunicação Social, SA • Miauger, SA
Principais sócios	• Sonae, SGPS, SA (53,17%) • France Telecom (20%)* • BCP, SA (3,41%) • Santander Asset Management (2,02%)

Nota: salvo indicação expressa em contrário, a informação reporta-se a 31/12/2009 e tem como fonte o Relatório e Contas da empresa.

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

IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE ACTIVIDADE

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

- ▶ **Telecomunicações:** segmento de negócio desenvolvido pela Sonaecom – Serviços de Comunicações, que agrupa as telecomunicações móveis (operando sob a marca Optimus) e as telecomunicações fixas (operando sob as marcas Clix para o mercado residencial e Optimus para os mercados corporate e pequenas e grandes empresas, muito embora em Janeiro de 2010 tenha ocorrido uma operação de rebranding, no sentido de tornar a Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social 45 Optimus a única marca da SONAECOM no sector das telecomunicações). A Sonaecom – Serviços de Comunicações é participada pela SONAECOM, pela Sonae Telecom e pela Sonaecom BV.
- ▶ **Sistemas de informação:** segmento de negócio desenvolvido pela Sonae.com – Sistemas de Informação, que inclui as empresas participadas WeDo, Digitmarket (Bizdirect), Mainroad e Saphety. Em termos genéricos, estas empresas operam na área dos serviços de *software* e da consultoria em sistemas de informação. É de salientar que a WeDo detém, directa ou indirectamente, participações superiores a 90% em várias empresas WeDo de consultoria em sistemas de informação em

países como o Brasil, a Holanda, a Malásia, o México, o Egipto e o Reino Unido.

► **Multimédia:** segmento de negócio desenvolvido pela Miauger, que actua na organização e gestão de leilões electrónicos online através do *site* miau.pt, e pela empresa Público, que actua nas áreas da imprensa escrita, da edição de conteúdos na *internet* e da radiodifusão sonora; a empresa Público edita o jornal diário Público, e detém 50% da Unipress, uma empresa do sector gráfico; a empresa Público detém, ainda, 100% da M3G, dedicada à edição e produção de conteúdos na *internet*, e 45% da Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora (SIRS), uma empresa que actua na radiodifusão sonora através da Rádio Nova. A empresa Público é detida em 100% pela Sonaetelecom BV (uma *sub-holding* da SONAECOM).

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

Em 2009, ocorreram diversas dissoluções de sociedades, como referido. Estas operações naturalmente afectam a comparabilidade entre exercícios. No final de 2009, os activos do grupo Sonaecom ascendiam a 1 920 milhões de euros, apresentando uma descida de 2,7% relativamente aos 1 973 milhões de euros existentes no final de 2008.

O total do capital próprio, incluindo interesses minoritários, passou de 929 milhões de euros, em 2008, para 936 milhões de euros, em 2009, registando uma subida de 0,7%.

Uma vez que, em 2009, a descida no activo foi acompanhada

de uma subida no capital próprio, verificou-se o aumento do grau de autonomia financeira de 47,1%, em 2008, para 48,7%, em 2009. Em conformidade, o rácio de solvabilidade subiu de 0,89, em 2008, para 0,95, em 2009. O volume de negócios ascendeu, em 2009, a 949 milhões de euros, registando uma quebra de 2,7% face aos 976 milhões de euros obtidos no ano anterior. A descida do volume de negócios, acompanhada de idêntica diminuição no activo, originou a manutenção do grau de rotação do activo em cerca de 0,49, em 2009.

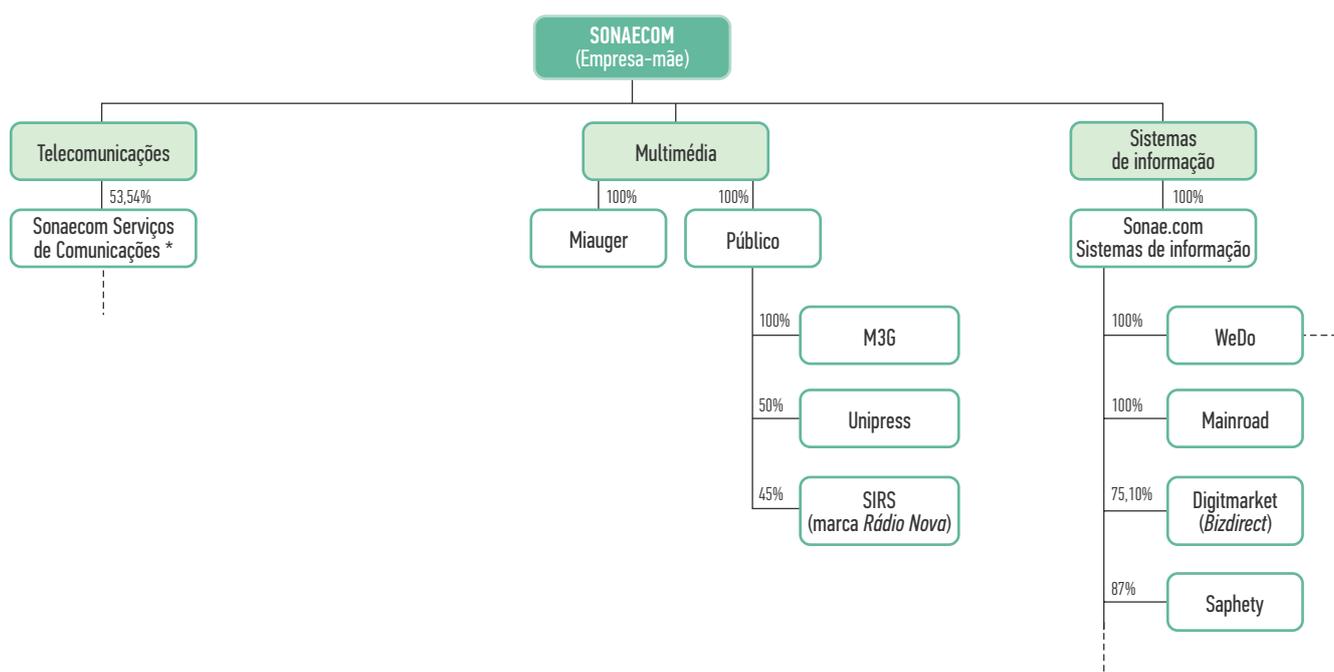
O total de rendimentos operacionais, em 2009, ascendeu a 956 milhões de euros, registando uma descida de 3,1%. Esta diminuição foi inferior à verificada nos gastos operacionais do período, o que conduziu a uma subida dos resultados operacionais, passando de 3 milhões de euros, em 2008, para cerca de 24 milhões de euros, em 2009.

Este aumento dos resultados operacionais, acompanhado da diminuição do volume de negócios, originou a subida da rentabilidade operacional do volume de negócios de 0,3%, em 2008, para 2,5%, em 2009. Este aumento de 2,2 pontos percentuais, conjugado com a manutenção do grau de rotação do activo, explica a subida na rentabilidade operacional do activo de 0,1% para 1,2%, conforme explicitado no quadro seguinte:

Tabela 26 – Rentabilidade operacional do activo

Descrição	2009	2008
(1) Resultados operacionais/Volume de negócios x 100	2,5%	0,3%
(2) Volume de negócios/Activo	0,494	0,495
(3) = (1) x (2) Resultados operacionais/Activo x 100	1,2%	0,1%

Fig. 9 – Grupo SONAECOM (estrutura parcial)



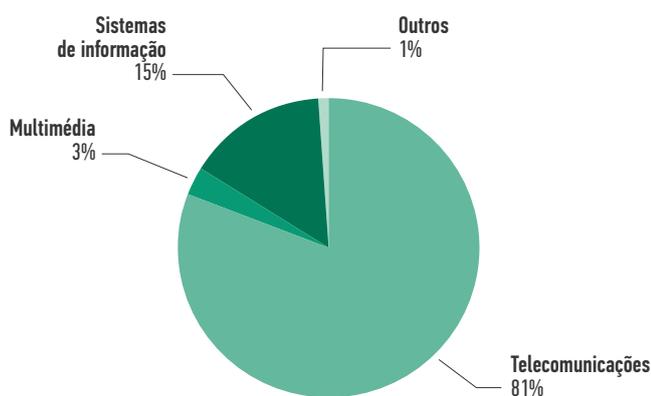
Fonte: elaboração própria, a partir do Relatório e Contas da empresa. | Nota: as linhas a tracejado indicam que existem outras empresas participadas.
 * A SONAECOM tem uma participação directa de 53,54% na Sonaecom-Serviços de Comunicações e uma participação indirecta de 8,52% via Sonaecom BV e de 37,94% via Sonae Telecom. Desta forma, a SONAECOM detém, directa e indirectamente, a totalidade do capital da Sonaecom-Serviços de Comunicações.

O resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) registou um acréscimo de 9,5%, passando de 160 milhões de euros, em 2008, para 176 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA subiu 2,1 pontos percentuais, situando-se em 18,4%, em 2008, face aos 16,3% registados em 2008.

O resultado líquido consolidado apresentou um aumento de 16,3% em relação a 2008, situando-se em 6 milhões de euros. Em conformidade, a taxa de rendibilidade do capital próprio subiu de 0,6%, em 2008, para 0,7%, em 2009.

INFORMAÇÃO FINANCEIRA POR SEGMENTOS

Fig. 10 – Repartição de rendimentos operacionais por segmentos (2009)



Telecomunicações

As actividades de comunicações móveis da Sonaecom são desenvolvidas pela Optimus. As comunicações fixas são desenvolvidas através das marcas Clix (mercado residencial) e Optimus (mercados *corporate* e PME), muito embora seja de salientar a decisão de *rebranding*, tomada em Janeiro de 2010, no sentido de tornar a Optimus a única marca da SONAECOM no sector das telecomunicações.

No seu conjunto, o segmento “Telecomunicações” representa 81% do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intra-grupo. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 27 – Telecomunicações – Indicadores

Telecomunicações	2009 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra-grupo)	809,4	877,0	-7,7%
Resultados operacionais	22,9	0,3	7.817,5%
EBITDA	172,3	156,5	10,1%
Margem EBITDA	21,5	18,1	3,4%
Activos	1.346,7	1.313,3	2,5%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	149,2	290,6	-48,6%

Em 2009, os rendimentos operacionais, antes de eliminação de operações intra-grupo, ascenderam a 809 milhões de euros, registando uma quebra de 7,7%, face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 10,1%, passando de 157 milhões de euros, em 2008, para 172 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA aumentou 3,4 pontos percentuais situando-se em 21,5%, em 2009.

No final de 2009, os activos afectos a este segmento ascendiam a 1 347 milhões de euros. O investimento em activo fixo realizado durante o ano foi de aproximadamente 149 milhões de euros.

Sistemas de informação

Este segmento inclui actividades desenvolvidas por empresas como a WeDo, a Bizdirect, a Mainroad e a Saphety. No quadro seguinte apresentam-se alguns indicadores relativos a este negócio:

Tabela 28 – Sistemas de Informação – Indicadores

Sistemas de informação	2009 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra-grupo)	150,3	122,5	22,7%
Resultados operacionais	6,4	5,2	23,3%
EBITDA	8,4	7,1	17,8%
Margem EBITDA	5,6%	5,9%	-0,3%
Activos	107,6	120,3	-10,5%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	3,2	0,0	-

O segmento “Sistemas de informação” representa 15% do total de rendimentos operacionais antes de eliminação de operações intra-grupo.

Os rendimentos, em 2009, ascenderam a cerca de 150 milhões de euros, registando um aumento de 22,7% face ao ano anterior.

O EBITDA subiu 17,8%, situando-se em cerca de 8 milhões de euros, em 2009. A margem EBITDA desceu 0,3 pontos percentuais, passando para 5,6%, em 2009.

No final de 2009, os activos afectos a este segmento ascendiam a 108 milhões de euros. O investimento em activo fixo realizado durante o ano foi de aproximadamente 3 milhões de euros.

Multimédia

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

Tabela 29 – Multimédia – Indicadores

Multimédia	2009 M€	2008 M€	Var.
Total de rendimentos operacionais (antes de eliminação de operações intra-grupo)	30,7	33,0	-7,1%
Resultados operacionais	-4,4	-3,6	-
EBITDA	-2,7	-3,1	-
Margem EBITDA	-8,7%	-9,5%	0,8%
Activos	15,6	16,8	-7,4%
Investimento anual em activos fixos tangíveis e intangíveis	0,8	0,8	-5,2%

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

Os rendimentos gerados em 2009 ascenderam a cerca de 31 milhões de euros, registando uma diminuição de 7,1% face ao ano anterior.

Em 2009, o EBITDA e a margem EBITDA foram negativos, muito embora se tenha verificado uma redução de perdas antes de juros, impostos, depreciações e amortizações, face a 2008.

Os activos afectos a este segmento ascendiam, no período considerado, a cerca de 16 milhões de euros.

Outros negócios

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

ONGOING

À data de elaboração deste documento, o relatório e contas de 2009 do grupo ONGOING ainda não tinha sido divulgado. O facto de a empresa apresentar contas consolidadas determina, nos termos do n.º 5 do art. 65.º do Código das Sociedades Co-

merciais, que o prazo para apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2009 termine a 31 de Maio de 2010. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove.

LENA

À data de elaboração deste documento, o relatório e contas de 2009 do grupo LENA ainda não tinha sido divulgado. O facto de a empresa apresentar contas consolidadas determina, nos termos do n.º 5 do art. 65.º do Código das Sociedades Comerciais, que o prazo para apresentação e apreciação dos documentos de prestação de contas referentes a 2009 termine a 31 de Maio de 2010. Acresce ainda que, não sendo uma empresa cotada, dispõe de três meses para efectuar o depósito da prestação de contas, contados a partir da data da deliberação social que as aprove.

SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES

ANO: 2009 Unidade: M€, excepto quando indicado de outra forma	ZON Multimédia	Impresa	Media Capital	RTP	Cofina	Renascença	Sonaecom
Activo	1.479	504	438	501	247	20	1.920
Capital próprio	190	149	134	-592	4	12	936
Grau de autonomia financeira	12,8%	29,6%	30,7%	n.a.	1,7%	60,2	48,7%
Rácio de solvabilidade	0,15	0,42	0,44	n.a.	0,02	1,52	0,95
Taxa de crescimento do activo	11,8%	-2,9%	-2,4%	17,8%	1,5%	-12,8%	-2,7%
Volume de negócios	818	248	244	307	118	22	949
Taxa de crescimento do volume de negócios	5,8%	-7,9%	-9,4%	3,2%	-3,6%	-8,5%	-2,7%
Resultados operacionais	77	24	38	13	18	-1,4	24
EBITDA	265	33	50	26	21	-0,2	176
Margem EBITDA	32,2%	13,2%	18,7%	8,5%	16,0%	-0,9%	18,4%
Resultado líquido consolidado de exercício	46	8	19	-14	17	1,3	6
Taxa de rentabilidade do capital próprio	24,1%	5,1%	13,9%	n.a.	4,1%	-10,6%	0,6%
Taxa de rentabilidade do activo	5,2%	4,7%	8,6%	2,6%	7,4%	-7,1%	1,2%
Número médio de pessoal	1.622	1.328	1.805	2.374	947	327	2.047

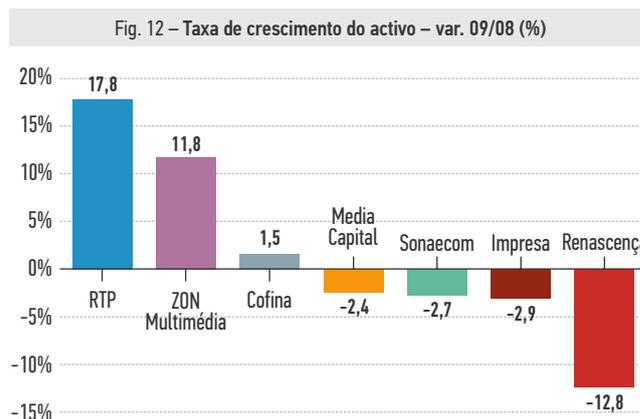
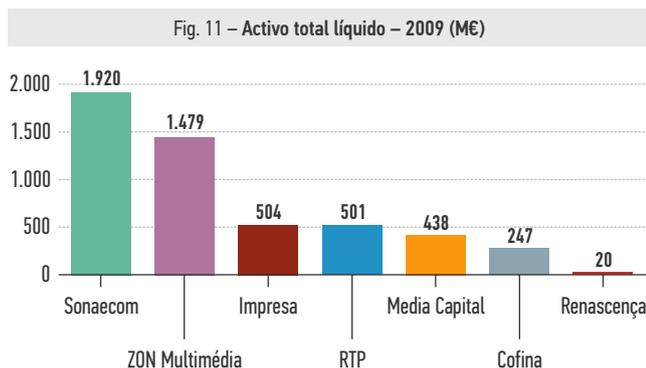


Fig. 13 – Volume de negócios – 2009 (M€)

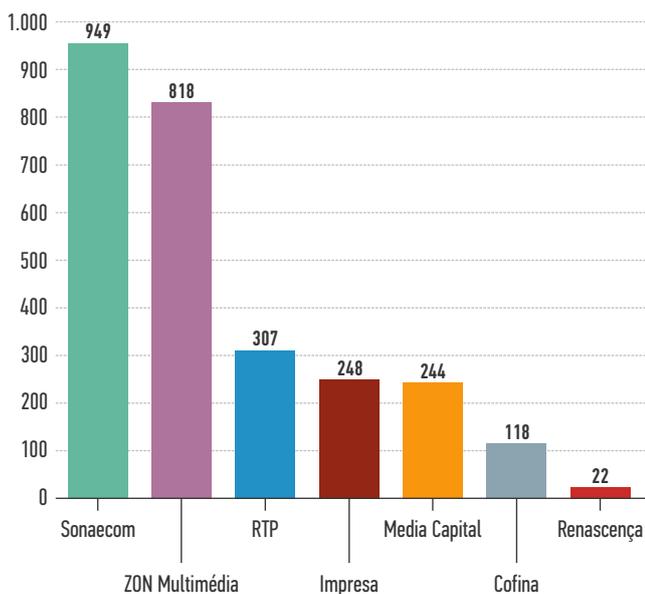


Fig. 16 – Margem EMITDA – 2009 (%)

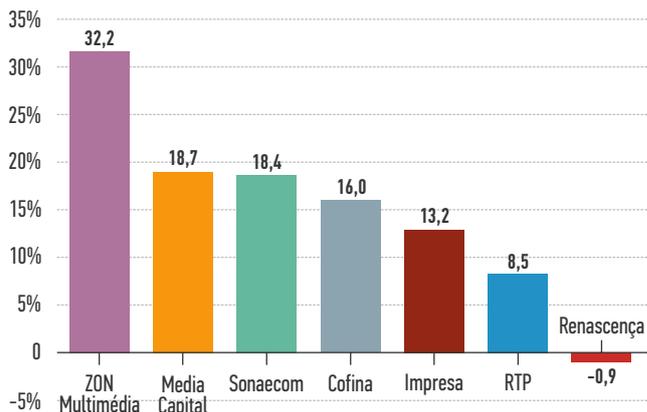


Fig. 14 – Taxa de crescimento do volume de negócios – var. 09/08 (%)

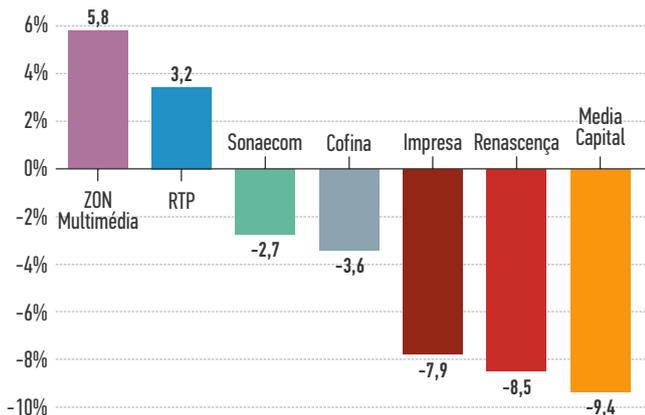


Fig. 17 – Rendibilidade do capital próprio – 2009 (%)

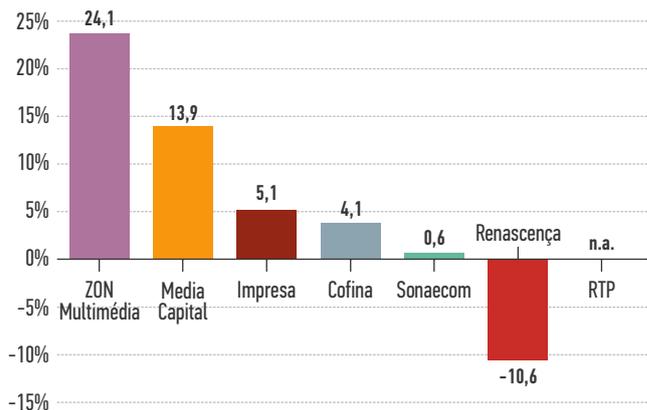


Fig. 15 – EBITDA – 2009 (M€)

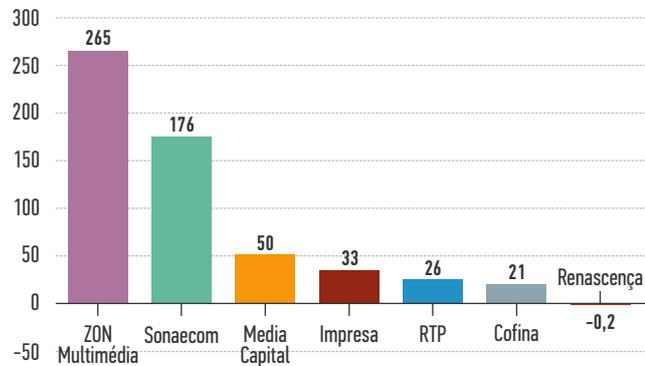
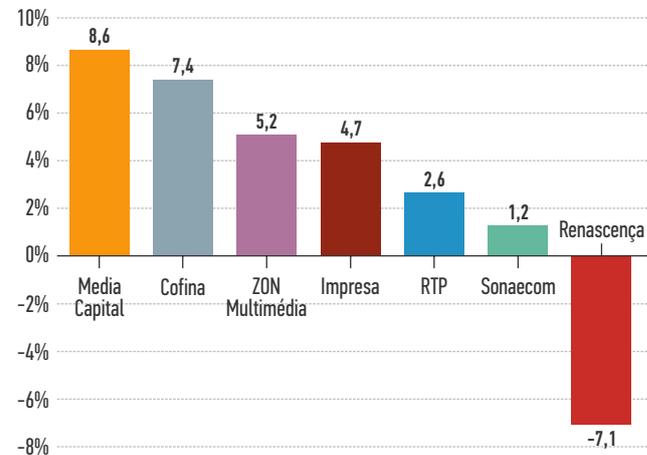


Fig. 18 – Rendibilidade operacional do activo – 2009 (%)



II. Consumos e Perfis dos Públicos dos Média

1. NOTA INTRODUTÓRIA

Nos pontos que se seguem apresenta-se uma caracterização geral dos padrões de consumo dos meios de comunicação social e do perfil dos seus públicos, traçada a partir do cruzamento e da sistematização de dados produzidos pela Autoridade Nacional das Comunicações (ANACOM), Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), Instituto Nacional de Estatística (INE) e Marktest.

O primeiro ponto, dedicado à televisão, organiza-se em duas partes: a primeira relativa ao serviço de televisão por assinatura em Portugal e respectiva diversificação de plataformas de acesso; a segunda dedicada à caracterização das audiências dos serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

No segundo ponto, consagrado à rádio, descrevem-se os tempos de audição radiofónica diária, os desempenhos de audiência por serviço de programas radiofónico e traça-se um perfil sociográfico dos públicos.

No ponto sobre a imprensa são apresentadas informações sobre a circulação da imprensa portuguesa, considerando diferentes periodicidades e segmentos de especialização.

Um quarto e último ponto é dedicado aos consumos de novos média, atendendo às taxas de utilização de computadores e de acesso à internet.

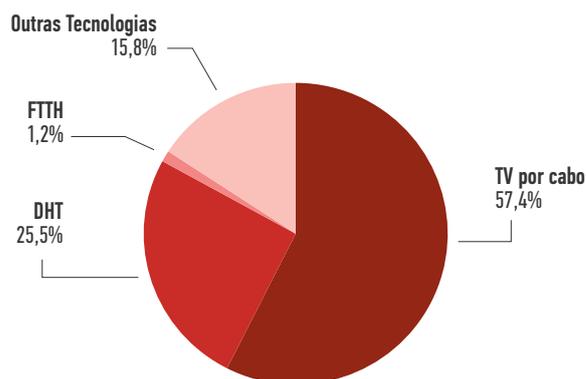
2. TELEVISÃO

De 2008 a 2009 foi notória a evolução da diversificação de plataformas de acesso à televisão por subscrição, ganhando expressão a distribuição sobre fibra óptica (FTTH), sobre rede telefónica pública (xDSL/IP) e sobre acesso fixo via rádio (FWA). No conjunto, estas modalidades mais recentes de acesso à TV representam perto de 432 mil assinantes do serviço televisivo por subscrição (17% deste segmento) (fig. 1).

Neste segmento mantém-se o domínio do cabo e do satélite. O satélite continuou a registar acréscimos no número de assinantes e o cabo perdeu, num ano, 23 mil assinantes. Esta quebra não prejudicou o crescimento global de assinantes de serviços de televisão por subscrição, que superou os 2,5 milhões de clientes

em 2009, mais 243 mil em relação ao período homólogo do ano anterior. Os principais motores do crescimento do serviço continuam a ser as “outras tecnologias de acesso” e o satélite.

Fig. 1 – Modalidades de acesso à televisão por subscrição: quadro síntese - 2009



Fonte: ANACOM - Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009

No que se refere ao sector televisivo, assinala-se que a Portugal Telecom iniciou, no final de Abril de 2009, as emissões de televisão digital terrestre exclusivamente para os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre, designadamente RTP1, RTP2, SIC e TVI, em Portugal Continental, e RTP Açores e RTP Madeira, nas respectivas Regiões Autónomas.

Os serviços de programas generalistas RTP1, SIC e TVI continuam a recolher a preferência dos espectadores, seja no acesso hertziano, seja através de outras redes e plataformas, não obstante se evidenciar uma evolução no sentido de aumentar o tempo de visionamento de outros canais. Por outras palavras, se é notória a multiplicação da oferta televisiva multi-canal num conjunto de redes e plataformas, subsistem os padrões tradicionais de visionamento. Segundo a medição de audiências da Marktest, a opção pelos designados canais generalistas é ainda pouco desafiada pelo, embora crescente, número de telespectadores que preferem outros canais da oferta televisiva.

2.1. TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO

a) Serviço de televisão por cabo

O cabo é a mais relevante plataforma de acesso ao serviço de televisão por assinatura, com um peso relativo de 57,4% deste mercado (fig. 1).

Em Portugal, dos 5,5 milhões de alojamentos recenseados, 4,3 milhões encontram-se “cablados”. Este valor terá, no entanto, de ser ponderado com o fenómeno da múltipla cablagem de um mesmo alojamento, que poderá atingir 12% dos alojamentos cablados.

Segundo a ANACOM, “a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores pode resultar em duplas contagens. Tal é evidente, por exemplo, na região de Lisboa, onde a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores é superior ao total de alojamentos. Este facto tem vindo a ganhar relevância com o crescimento da concorrência entre operadores” (in ANACOM – Serviço de Televisão por Subscrição. Informação Estatística/4.º Trimestre de 2009).

Lisboa e Norte são as regiões do país com maior número de alojamentos cablados, o que naturalmente reflecte o facto de serem os mais populosos. No entanto, nota-se um menor número de alojamentos cablados em relação ao total de alojamentos no Centro, o que resultará numa menor penetração do serviço de televisão por cabo nesta região (fig. 2).

Fig. 2 – Acesso ao serviço de televisão por cabo: Alojamentos cablados (milhares) – 2009

Regiões	Alojamentos cablados		Total de alojamentos N
	n	%	
Norte	1.340	31,1	1.812
Centro	600	13,9	1.376
Lisboa	1.818	42,2	1.392
Alentejo	164	3,8	456
Algarve	219	5,1	334
RAA	73	1,7	103
RAM	91	2,1	118
Total	4.304	100,0	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.

Nota: Total de alojamentos com base no INE – Instituto Nacional de Estatística.

Em 2009, regista-se uma quebra do número de assinantes do serviço de televisão por cabo, que no final do ano totalizava 1.452 milhares, menos 23 milhares em comparação com o ano anterior (-1,5%). Se em todas as regiões se verificaram quebras quanto ao número de assinantes, estas foram mais pronunciadas no Alentejo (-6%) e na Região Autónoma da Madeira (-4,5%).

Se, em termos globais, decresceu o número de subscritores de televisão por cabo, aumentou simultaneamente, em 222 mil, o número de assinantes do serviço digital de televisão por cabo. Estes representam, no final de 2009, cerca de 55% do total de assinantes do serviço de cabo.

Numa distribuição geográfica, Lisboa e Norte continuam a ser as regiões do país com maior número de assinantes do serviço de televisão por cabo (figs. 3 e 4).

Fig. 3 – Acesso ao serviço de televisão por cabo: Assinantes (milhares) – 2009

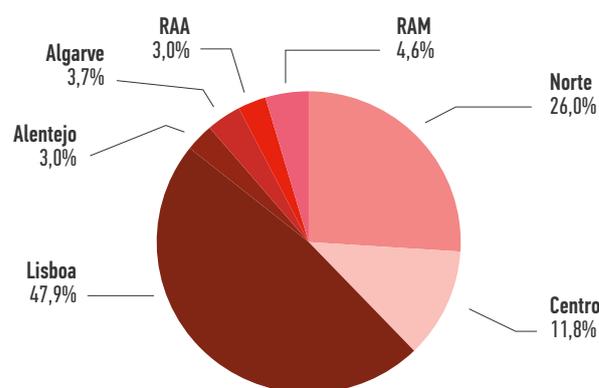
Regiões	Assinantes por região	Dos quais digitais	Total de alojamentos
Norte	378	211	1.812
Centro	171	76	1.376
Lisboa	695	384	1.392
Alentejo	43	20	456
Algarve	53	29	334
RAA	44	24	103
RAM	67	51	118
Total	1.452	795	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição.

Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.

Nota: Total de alojamentos com base no INE – Instituto Nacional de Estatística.

Fig. 4 – Distribuição do número de assinantes do serviço de televisão por cabo por regiões (%) – 2009



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.

b) Serviço de televisão por satélite

Até ao final de 2009 o serviço de televisão por satélite (DTH – Direct to Home) era subscrito por 645 mil clientes, uma subida de 59 mil clientes (9,9%) em relação ao ano anterior, em que já se verificara um aumento de 103 mil assinantes.

Observando a distribuição do número de assinantes do serviço de DTH por regiões do país, apenas na Região Autónoma dos Açores se registou um decréscimo do número de subscritores,

Fig. 5 – Acesso ao serviço de televisão por satélite (DTH – Direct to Home): Assinantes (milhares) – 2009

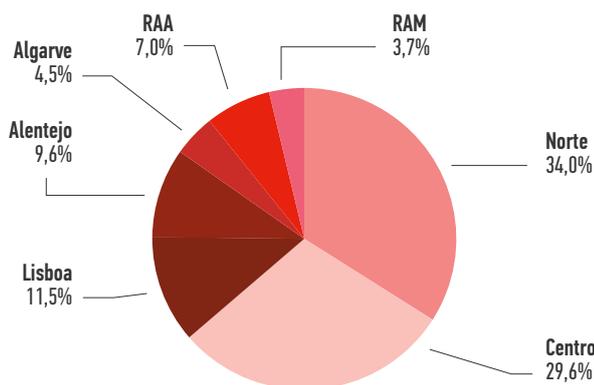
Regiões	Assinantes por região	Total de alojamentos
Norte	219	1.812
Centro	191	1.376
Lisboa	74	1.392
Alentejo	62	456
Algarve	29	334
RAA	45	103
RAM	24	118
Total	645	5.590

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição.

Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.

Nota: Total de alojamentos com base no INE – Instituto Nacional de Estatística.

Fig. 6 – Distribuição do número de assinantes do serviço de televisão por satélite (DHT) por regiões (%) – 2009



Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009*

enquanto se registaram aumentos acima dos 12% no Norte, Centro e Lisboa. Norte e Centro continuam a ser as regiões que concentram o maior número de assinantes (figs. 5 e 6).

c) Outras modalidades de acesso à televisão por subscrição

- ▶ Sobre fibra óptica (FTTH/B – *Fiber-to-the-Home/Fiber-to-the-Building*)¹

A ANACOM estima que, no final de 2009, existissem cerca de 1,2 milhões de casas cabladas com esta tecnologia que, num ano, passou a estar disponível em todas as regiões do país, excepto no Alentejo.

O número de assinantes ascendeu a 31 mil – no 3.º trimestre de 2009 eram 12.203, o que sinaliza uma rápida adesão a esta tecnologia – e concentram-se em Lisboa e no Norte.

- ▶ Sobre Rede Telefónica Pública (xDSL/IP)² e sobre FWA (*Fixed Wireless Access*)³

Segundo a ANACOM, o número de subscritores destas duas plataformas totalizava 401 milhares no final de 2009, o que representa um aumento de 178 mil novos subscritores em relação ao

Fig. 7 – Acesso ao serviço de televisão usando outras tecnologias: Assinantes – 2009

Regiões	Assinantes FTTH/B (unidades)	Assinantes xDSL/IP e FWA (milhares)
Norte	10.081	95
Centro	2.535	71
Lisboa	17.436	149
Alentejo	–	42
Algarve	25	27
RAA	61	10
RAM	920	7
Total	31.058	401

Fonte: ANACOM – *Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.*

período homólogo do ano anterior. Os assinantes concentram-se essencialmente em Lisboa, Centro e Norte (fig. 7).

2.2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS⁴

Entre 2008 e 2009 registou-se um ligeiro decréscimo dos tempos médios de visionamento diário de televisão, de quase seis minutos, que se fixou em 3h29m (fig. 8).

Fig. 8 – Tempo médio diário de visionamento televisivo (hh:mm:ss) – 2003 a 2009*

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Tempo de visionamento	03:26:48	03:34:10	03:32:09	03:30:05	03:29:36	03:35:11	03:29:06

Fonte: Marktest – *Anuário de Media e Publicidade 2009.*

Nota: Inclui cabo/outros.

* **Tempo médio de visionamento:** Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa.

Numa caracterização sociográfica, baseada em dados da Marktest, os públicos de televisão correspondem genericamente aos seguintes traços (fig. 9):

- ▶ As mulheres continuam a ver mais televisão do que os homens.
- ▶ No que respeita à distribuição do consumo televisivo por idades, verificou-se que os espectadores com mais de 64 anos continuam a ser aqueles que proporcionalmente mais vêem televisão (25,2%).
- ▶ O Interior do país é a região onde se continua a ver mais televisão, seguindo-se a Grande Lisboa e o Litoral Norte. Pelo

1 FTTH: *Fiber-to-the-home* - Utilização de fibra óptica para transporte de telecomunicações desde o operador até à casa do cliente final. O equipamento terminal do cliente converte o sinal óptico em eléctrico.

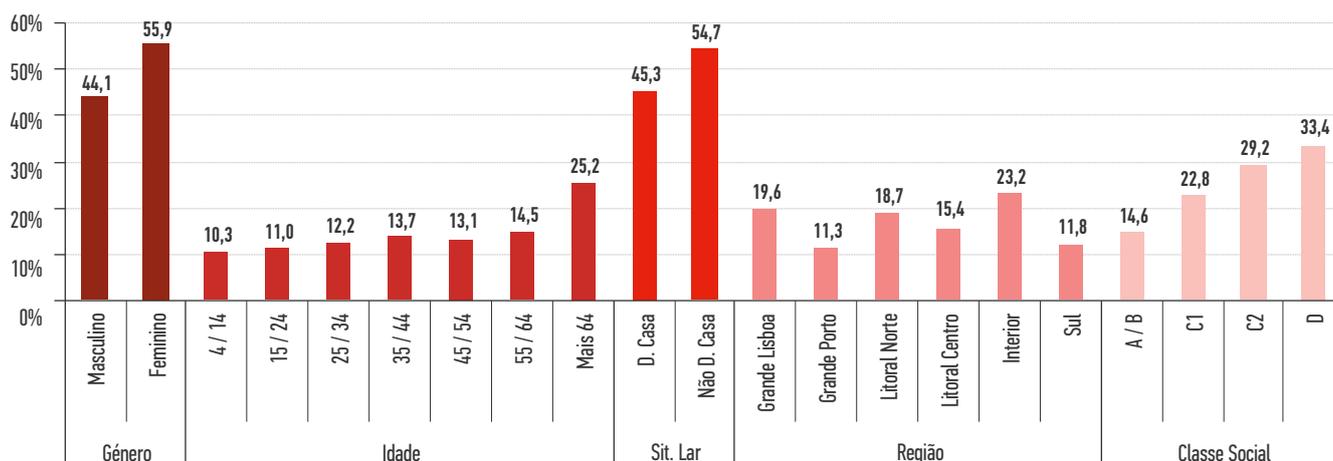
FTTB: *Fiber-to-the-building* - Utilização de fibra óptica para transporte de telecomunicações desde o operador até ao edifício do cliente final (a algumas dezenas de metros, portanto, do cliente final), onde o sinal óptico é convertido em eléctrico. Desta forma, é possível aumentar o débito relativamente às redes de acesso exclusivamente em cobre (in www.anacom.pt).

2 xDSL: *Digital Subscriber Line* - Conjunto de tecnologias de linha digital de assinante, genericamente denominadas DSL, capazes de transformar linhas de cobre (por exemplo, das linhas telefónicas vulgares) em linhas digitais de alta velocidade, passíveis de suportar serviços avançados de maior largura de banda, como acesso rápido à internet e *video-on-demand*. ADSL (Asymmetric DSL), HDSL (High data rate DSL) e VDSL (Very high data rate asymmetric DSL) são algumas das suas variantes (in www.anacom.pt).

3 FWA: *Fixed Wireless Access* - Tecnologia de acesso fixo via rádio que permite aos operadores fornecerem aos clientes ligação directa à sua rede de telecomunicações através de uma ligação rádio fixa das instalações deste à central local do operador, em vez de uma ligação com cabos de cobre ou fibra óptica, por exemplo (in www.anacom.pt).

4 As audiências de televisão em Portugal são medidas pelo processo de audimetria. As audiências são estimadas a partir de uma amostra de 1000 lares, designada de Painel, divididas em duas subamostras (lares com e sem TV cabo). Este serviço, designado de Audipanel, é assegurado pelo grupo Marktest. Através deste serviço são fornecidos dados de audiência para períodos horários e programas de televisão recebidos no território de Portugal continental via terrestre, satélite e cabo.

Fig. 9 – Caracterização sociográfica das audiências dos canais generalistas (%) – 2009



Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009

contrário, o Grande Porto e o Sul permanecem as regiões do país com menor visionamento televisivo.

- ▶ Os indivíduos pertencentes às classes C2 e D são tendencialmente os que mais consomem este meio, sendo a classe A/B a que menos consome.

Em 2009, a TVI continua a ser o canal televisivo a obter o mais elevado *share* de audiência (28,7%), seguindo-se a RTP1 e a SIC, com valores muito semelhantes (respectivamente, 24 e 23,4%); a RTP2 regista o *share* de audiência mais baixo entre este conjunto de canais generalistas (5,8%).

Entre 2008 e 2009, a TVI e a SIC desceram o seu *share* de au-

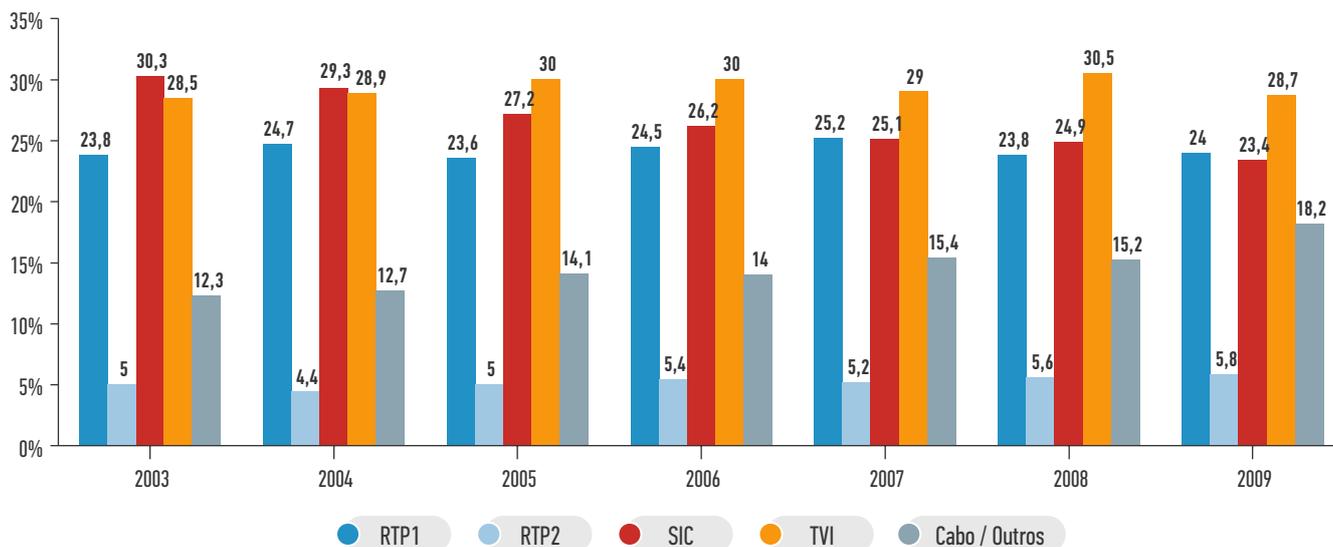
diência, respectivamente, em 1,8 e 1,5 p.p., ao passo que a RTP1 e a RTP2 registaram subidas quanto a este indicador, ambos de 0,2 p.p..

A maior diferença percentual entre 2008 e 2009 ocorreu no segmento de cabo e outros, com um acréscimo de 3 p.p., para 18,2% (fig. 10).

2.2.1. Serviço público de televisão (RTP1 e RTP2)

Em 2009, os espectadores despenderam, em média, aproximadamente menos um minuto por dia a ver a RTP1 do que no ano anterior, o que se traduziu num visionamento diário de cerca de

Fig. 10 – Quota de audiência (*Share*) dos canais generalistas (%) – 2003 a 2009



Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009

* Quota de audiência (*share*): o *share* de cada canal/programa/suporte é calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

50 minutos. Por outro lado, a RTP2 registou naquele período um tempo de visionamento diário de cerca de 12 minutos, apenas menos 3 segundos do que no ano anterior (fig. 11).

A quota de audiência da RTP1 manteve-se praticamente idêntica em horário nobre, com 24,1%, um acréscimo de apenas 0,1 p.p. face a 2008. Já a quota de audiência do segundo canal de serviço público diminuiu 0,3 p.p. em relação a 2008, situando-se nos 4,6% durante o designado *prime time*. Em suma, distintamente das estações comerciais, o *share* de audiência da RTP1 praticamente não se altera no horário nobre e o da RTP2 desce no mesmo período horário (fig. 12).

Fig. 11 – Tempo médio diário de visionamento da RTP1 e da RTP2 (hh:mm:ss) 2003 a 2009

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
RTP1	0:49:11	0:52:50	0:50:07	0:51:29	0:52:55	0:51:14	0:50:17
RTP2	0:10:22	0:09:27	0:10:40	0:11:17	0:10:59	0:12:06	0:12:03

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Fig. 12 – Quota de audiência (Share) da RTP1 e da RTP2 (%) – 2003 a 2009

Canal / Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
RTP1	23,8	24,7	23,6	24,5	25,2	23,8	24,0
Em horário nobre (20h-23h)	22	24	24,5	24,4	26,7	24,0	24,1
RTP2	5	4,4	5	5,4	5,2	5,6	5,8
Em horário nobre (20h-23h)	5	4	4,6	4,9	4,8	4,9	4,6

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Fig. 13 – Audiência média (Rating) da RTP1 e da RTP2 (%) – 2003 a 2009*

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
RTP1	3,4	3,7	3,5	3,6	3,7	3,6	3,5
RTP2	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

* Audiência média (rating): o rating é calculado em segundos. No seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte.

Numa caracterização sociográfica, verificam-se diferenças entre as audiências da RTP1 e da RTP2 (fig. 14):

- ▶ A RTP1 é mais vista por mulheres do que por homens, enquanto a RTP2 tem uma audiência equidistante numa perspectiva de género.
- ▶ A RTP1 é mais prezada por audiências mais velhas: o seu público com mais de 64 anos contribui para 39,5% das audiências deste serviço de programas. As crianças e jovens dos 4 aos 14 anos compõem o segmento que menos contribuiu para as audiências da RTP1. Pelo contrário, o grupo etário proporcionalmente mais significativo numa análise das audiências da RTP2 é o dos 4 aos 14 anos (22,2%), secundado pelo grupo etário dos indivíduos com mais de 64 anos (17,4%).
- ▶ Proporcionalmente, há mais audiências da RTP1 do que da RTP2 entre os espectadores identificados na categoria “dona de casa”.

- ▶ Em termos geográficos, as audiências dos dois canais de serviço público são superiores no Interior face às restantes regiões consideradas.
- ▶ As audiências da RTP1 continuam a ser mais representativas na classe D, ao passo que, no caso da RTP2, assume mais relevância a classe C2.

Fig. 14 – Caracterização sociográfica dos públicos da RTP1 e da RTP2 (%) – 2009

Indicadores sociográficos	RTP1	RTP2	Total TV
Género			
Masculino	44,0	50,5	44,1
Feminino	56,0	49,5	55,9
Idade			
4/14	4,1	22,2	10,3
15/24	5,7	10,6	11,0
25/34	9,8	11,9	12,2
35/44	9,8	16,1	13,7
45/54	12,8	10,5	13,1
55/64	18,1	11,3	14,5
+64	39,5	17,4	25,2
Situação no lar			
Dona de casa	52,0	36,0	45,3
Não dona de casa	48,0	64,0	54,7
Região			
Grande Lisboa	17,6	14,3	19,6
Grande Porto	11,2	12,2	11,3
Litoral Norte	18,3	22,9	18,7
Litoral Centro	15,6	15,4	15,4
Interior	24,9	24,3	23,2
Sul	12,5	10,9	11,8
Classe social			
A/B	12,3	18,7	14,6
C1	21,0	21,1	22,8
C2	24,8	32,7	29,2
D	41,9	27,5	33,4

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

2.2.2. Serviços de programas comerciais (SIC e TVI)

O tempo de visionamento diário da SIC fixa-se em 48m51s em 2009, menos cerca de 5 minutos do que em 2008. Já a TVI ocupa 59m55s de visionamento diário televisivo, continuando a ser o serviço de programas televisivo mais visto pelos públicos nacionais (fig. 15).

Fig. 15 – Tempo médio diário de visionamento da SIC e da TVI (hh:mm:ss) 2003 a 2009

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
SIC	01:02:41	01:02:48	00:57:43	00:54:56	00:52:36	00:53:30	00:48:51
TVI	00:58:59	01:01:52	01:03:39	01:02:56	01:00:52	01:05:42	00:59:55

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

A TVI regista, em 2009, um *share* de audiência de 28,7%, indicador que ascende aos 33,5% em horário nobre. A SIC regista um *share* de audiência de 23,4% em 2009, aumentando para 24,1% em horário nobre (fig. 16).

Fig. 16 – Quota de audiência (Share) da SIC e da TVI (%) – 2003 a 2009

Canal / Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
SIC	30,3	29,3	27,2	26,2	25,1	24,9	23,4
Em horário nobre (20h-23h)	30,0	29,0	27,2	26,9	24,2	24,5	24,1
TVI	28,5	28,9	30,0	30,0	29,0	30,5	28,7
Em horário nobre (20h-23h)	33	34	33,3	33,3	32,4	34,4	33,5

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Fig. 17 – Audiência média (Rating) da SIC e da TVI (%) – 2003 a 2009*

Canal/Ano	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
SIC	4,4	4,4	4,0	3,8	3,7	3,7	3,4
TVI	4,1	4,3	4,4	4,4	4,2	4,6	4,2

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Tanto a SIC como a TVI baixaram a sua audiência média em 2009 – 0,3 p.p. a primeira, 0,4 p.p. a segunda (fig. 17).

Numa caracterização sociográfica, há aspectos que aproximam as audiências da SIC e da TVI (fig. 18):

- ▶ A SIC e a TVI são visivelmente mais vistas por mulheres, com valores de audiências femininas que rondam os 60% (58,4% para a SIC e 64,1% no caso da TVI).
- ▶ Não existem grandes desníveis em termos da distribuição das audiências da SIC e da TVI pelos diferentes grupos etários, continuando, porém, mais pronunciadas entre os espectadores com mais de 64 anos. As crianças e jovens dos 4 aos 14

Fig. 18 – Caracterização sociográfica dos públicos da SIC e da TVI (%) – 2009

Indicadores sociográficos	SIC	TVI	Total TV
Género			
Masculino	41,6	35,9	44,1
Feminino	58,4	64,1	55,9
Idade			
4/14	11,6	10,3	10,3
15/24	13,0	12,9	11,0
25/34	12,9	9,2	12,2
35/44	14,6	14,0	13,7
45/54	13,6	13,2	13,1
55/64	13,0	14,5	14,5
+64	21,3	25,8	25,2
Situação no lar			
Dona de casa	42,8	49,0	45,3
Não dona de casa	57,2	51,0	54,7
Região			
Grande Lisboa	16,9	16,7	19,6
Grande Porto	9,5	9,2	11,3
Litoral Norte	21,6	18,5	18,7
Litoral Centro	15,6	15,4	15,4
Interior	25,4	26,4	23,2
Sul	11,0	13,8	11,8
Classe social			
A/B	12,2	9,7	14,6
C1	21,6	21,6	22,8
C2	31,2	31,7	29,2
D	35,0	37,1	33,4

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

anos contribuem para as audiências da SIC e da TVI em, respectivamente, 11,6% e 10,3%.

- ▶ Em ambos os canais a posição de “não-dona de casa” é a mais significativa entre os seus públicos.
- ▶ Considerando a distribuição geográfica das audiências, não se registaram diferenças assinaláveis entre a SIC e a TVI, sendo que o Interior surge como a região que mais contribui para o volume de audiências em ambos os canais.
- ▶ Os espectadores dos dois canais pertencem preferencialmente às classes D, seguindo-se a classe C2.

Dos dez programas mais vistos nos canais de acesso livre em 2009, oito foram transmitidos pela TVI, um pela RTP1 e um pela SIC. O Mundial de Futebol e telenovelas dominaram as audiências naquele período, como se pormenoriza na figura 19.

Fig. 19 – Top 10 dos serviços de programas generalistas – 2009

Data	Canal	Descrição	Rating (%)	Share (%)
18 Nov.	TVI	Todos com Portugal – Mundial 2010: Qualificação Bósnia × Portugal	29,4	66,0
15 Abr.	RTP1	Liga dos Campeões: FC Porto × Manchester United	24,7	58,5
28 Mar.	TVI	Todos com Portugal – Mundial 2010: Qualificação Portugal × Suécia	23,9	59,8
14 Nov.	TVI	Todos com Portugal – Mundial 2010: Qualificação Portugal × Bósnia	23,8	59,4
10 Out.	TVI	Todos com Portugal – Mundial 2010: Qualificação Portugal × Hungria	23,8	60,8
13 Abr.	TVI	Maddie: A verdade da mentira	23,4	53,7
11 Mai.	TVI	Deixa que te leve	23,2	52,8
21 Mar.	SIC	Futebol: Carlsberg Cup: Sporting × Benfica	23,2	59,3
14 Out.	TVI	Todos com Portugal – Mundial 2010: Qualificação Portugal × Malta	22,8	57,1
11 Mai.	TVI	Feitiço de amor	22,6	64,6

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

2.3. AUDIÊNCIAS CABO/OUTROS

O tempo de visionamento dedicado ao cabo e “outros”, que compreende vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos, tem aumentado desde 2003, atingindo quase 38 minutos em 2009. O share deste segmento tem também subido continuamente no mesmo período, atingindo uma quota de 18,2% em 2009 (fig. 20).

Fig. 20 – Tempo médio diário de visionamento, quota de audiência (Share) e audiência média (Rating) de cabo/outros – 2003 a 2009

Cabos/Outros	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Tempo de visionamento (hh:mm:ss)	0:25:31	0:27:09	0:30:01	0:29:27	0:32:15	0:32:39	00:37:59
Share (%)	12,3	12,7	14,1	14,0	15,4	15,2	18,2
Rating (%)	1,8	1,9	2,1	2,0	2,2	2,3	2,6

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Fig. 21 – Caracterização sociográfica das audiências de Cabo/Outros (%) – 2009

Indicadores sociográficos	Cabo / Outros	Total TV
Género		
Masculino	58,6	44,1
Feminino	41,4	55,9
Idade		
4/14	13,1	10,3
15/24	12,3	11,0
25/34	19,0	12,2
35/44	16,3	13,7
45/54	13,7	13,1
55/64	12,7	14,5
+64	12,9	25,2
Situação no lar		
Dona de casa	36,8	45,3
Não dona de casa	63,2	54,7
Região		
Grande Lisboa	31,9	19,6
Grande Porto	17,0	11,3
Litoral Norte	14,4	18,7
Litoral Centro	15,1	15,4
Interior	12,5	23,2
Sul	9,2	11,8
Classe social		
A/B	27,0	14,6
C1	29,4	22,8
C2	27,5	29,2
D	16,1	33,4

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Em contraste com a caracterização das audiências de televisão dos quatro canais generalistas, o cabo/outros (fig. 21):

- ▶ É preferido por audiências masculinas (58,6%) e por audiências mais jovens (19% para o grupo dos 25 aos 34 anos e 16,3% para o grupo dos 35 aos 44 anos).
- ▶ Este suporte é mais popular junto daqueles que ocupam a posição de “não-dona de casa” (63,2%).
- ▶ Quanto à distribuição geográfica, as audiências situam-se principalmente na Grande Lisboa (31,9%). Proporcionalmente, o

Fig. 22 – Audiências dos serviços de programas de cabo – 2009*

Categorias de programas	Rating # (000)	Share (%)	Tempo médio de visionamento (hh:mm:ss)
Cabo – Filmes e Séries	68,6	9,9	00:20:17
Cabo – Informação	46,6	6,7	00:13:49
Cabo – Infantil	30,4	4,4	00:09:01
Cabo – Entretenimento	26,9	3,9	00:07:58
Cabo – Documentário	20,2	2,9	00:05:59
Cabo – Desporto	11,4	1,6	00:03:22
Cabo – Generalistas	8,4	1,2	00:02:30

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Nota: esta análise é realizada para o âmbito AUDICABO (lares com cabo). São incluídos apenas os serviços de programas com programação falada, dobrada ou legendada em língua portuguesa.

* **Generalistas:** RTP África, TV Record, Porto Canal e TV Globo Portugal
Desporto: EuroSport, SportTV2, ESPN Classic, Caça&Pesca, SportTV3 e SportTV
Documentário: Odisseia, Discovery, História, National Geographic, Biography Channel, Discovery Turbo, Discovery Science, Discovery Civilization e Travel Channel
Entretenimento: People+Arts, SIC Mulher, SIC Radical, RTP Memória, E! Entertainment e MVM
Filmes e Séries: Hollywood, AXN, Fox, Fox Life, Fox Crime, FX, TVCINE1, TVCINE2, TVCINE3, TVCINE4, MOV e Sony Entertainment Television
Infantil: Panda, Disney Channel, Nickleodeon, Cartoon/TCM e Disney Cinemagic
Informação: EuroNews, SIC Notícias, RTP N e TVI24

Sul é onde se inscrevem as audiências mais modestas do cabo/outros (9,2%).

- ▶ As classes C1 (29,4%) e C2 (27,5%) denotam os hábitos de visionamento mais intensos destes canais, em contraste com a D, que exhibe hábitos de visionamento mais mitigados (16,1%).

Entre os canais de cabo, os espectadores preferem os da categoria “filmes e séries”, seguindo-se os de “informação” e os “infantis”. Comparativamente, os serviços de programas de cabo generalistas e de desporto são os que registam menores índices de audiências (fig. 22).

Os 10 programas de cabo com mais audiências em 2009 foram transmitidos ora pelo AXN, ora pela SIC Notícias, destacando-se a popularidade da série de ficção CSI (fig. 23).

Fig. 23 – Top 10 Programas dos canais de cabo – 2009

Data	Canal	Descrição	Rating (%)	Share (%)
20 Out.	AXN	CSI	240,4	35,2
04 Ago.	AXN	CSI Nova Iorque	230,6	32,9
12 Set.	SIC Notícias	Portugal 09	229,7	38,0
10 Set.	SIC Notícias	Edição da Noite	228,3	37,3
21 Mai.	AXN	CSI Miami	224,2	34,9
20 Jan.	SIC Notícias	Edição da Tarde	186,8	39,9
23 Out.	SIC Notícias	Jornal das 9	183,3	32,9
28 Out.	AXN	Flashforward	177,6	25,6
12 Abr.	SIC Notícias	Edição Especial. Filipe Soares Franco / António Dias da Cunha	165,2	32,6
24 Mar.	AXN	CSI (R)	164,4	28,8

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Nota: esta análise é realizada para o âmbito AUDICABO (lares com cabo). São incluídos apenas os serviços de programas com programação falada, dobrada ou legendada em língua portuguesa.

3. RÁDIO

O tempo consagrado à rádio, pelos públicos, de acordo com o Barre Rádío da Markttest, tem sofrido ligeiras quebras desde 2003. Porém, em 2009, o tempo médio de escuta de rádio fixou-se em 3h18m, mais 7 minutos do que no ano anterior. No conjunto dos serviços de radiodifusão contemplados na análise da Markttest, os grupos com maiores índices de audiência são, por esta ordem, os grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF (fig. 24).

Enunciam-se de seguida as principais características sociográficas das audiências de rádio (fig. 25):

- ▶ Os homens, tendencialmente, ouvem mais este meio do que as mulheres.
- ▶ As audiências radiofónicas concentram-se nos grupos etários entre os 25 e os 44 anos (23,5%, entre 25 e 34 anos; 19,9%, entre 35 e 44 anos). Os jovens dos 15 aos 17 anos são os que menos ouvem rádio.
- ▶ Numa distribuição das audiências de rádio por ocupação, os trabalhadores especializados (20,2%) e os reformados/pensionistas (19,4%) são os grupos que denotam mais hábitos de escuta de

Fig. 24 – Tempo médio diário de audiência de rádio (hh:mm) – 2003 a 2009*

Grupos/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grupo Renascença	03:14	03:01	02:59	02:53	02:59	02:56	02:57
RFM	03:29	03:13	03:07	03:06	03:01	03:02	02:59
R. Renascença	02:54	02:42	02:41	02:31	02:48	02:39	02:42
Mega FM	02:28	02:22	02:31	02:13	02:29	02:10	02:14
Rádio Sim	-	-	-	-	-	-	03:09
Grupo Media Capital	02:59	02:54	02:49	02:44	02:42	02:36	02:41
Rádio Comercial	02:52	02:47	02:48	02:50	02:48	02:37	02:37
Cidade FM	02:32	02:35	02:32	02:21	02:21	02:13	02:15
Rádio Clube	03:10	03:06	02:53	02:43	02:24	02:27	02:29
Best Rock FM	02:49	02:38	02:33	02:06	02:27	02:21	02:19
M80	-	-	-	-	02:54	02:38	02:55
Grupo RDP	02:42	02:30	02:35	02:36	02:35	02:29	02:21
Antena 1	02:29	02:20	02:16	02:32	02:27	02:21	02:13
Antena 2	02:58	02:40	02:30	02:19	02:16	02:17	02:20
Antena 3	02:51	02:34	02:46	02:35	02:41	02:31	02:22
TSF	02:31	02:15	02:17	02:09	02:04	02:07	02:00
Total Rádio	03:26	03:20	03:19	03:13	03:12	03:11	03:18

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

* **Tempo médio de audiência:** expresso em horas e minutos, consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia.

rádio. Pelo contrário, as domésticas constituem o grupo que tendencialmente escuta menos rádio (4,1%).

- ▶ Interior (21,3%), Litoral Norte (20,4%) e Grande Lisboa (20,3%) são as regiões do país que mais contribuem para as audiências de rádio. Sul é a região do país onde se detectam menores índices de escuta radiofónica (9,8%).
- ▶ As audiências radiofónicas concentram-se nas classes C2 (31,4%) e C1 (28,4%) e menos na classe D (19,5%).

3.1. SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO (RDP: ANTENA 1, ANTENA 2, ANTENA 3)

Para uma audiência média total da rádio de 6,3%, o Grupo RDP

registou um índice de audiência de 0,7%, mantendo a mesma proporção de 2008. Dentro deste aglomerado, a Antena 1 significou metade da audiência média (0,4%), seguindo-se a Antena 3 (0,2%) e a Antena 2 (0,1%) (fig. 26).

Fig. 26 – Audiência média da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2003 a 2009*

Grupo/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grupo RDP	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
Antena 1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Antena 2	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Antena 3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Total Rádio	7,0	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7	6,3

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

* **Audiência média:** audiência ponderada, pelo tempo de audição, do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação num determinado período horário.

O Grupo RDP obteve 10,9% do share de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Markttest em 2009, o que significa um decréscimo de 1 p.p. face a 2008. O principal decréscimo verificou-se na Antena 3, enquanto a Antena 2 e a Antena 1 cresceram 0,1 p.p. entre 2008 e 2009 (fig. 27).

Fig. 27 – Share de audiência da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2003 a 2009*

Grupo/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grupo RDP	10,2	10,7	12,2	13,1	13,1	11,9	10,9
Antena 1	4,7	4,9	5,9	6,8	6,8	5,9	6,0
Antena 2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7
Antena 3	4,5	4,9	5,1	5,2	5,2	5,0	3,9
Total Rádio	100,0						

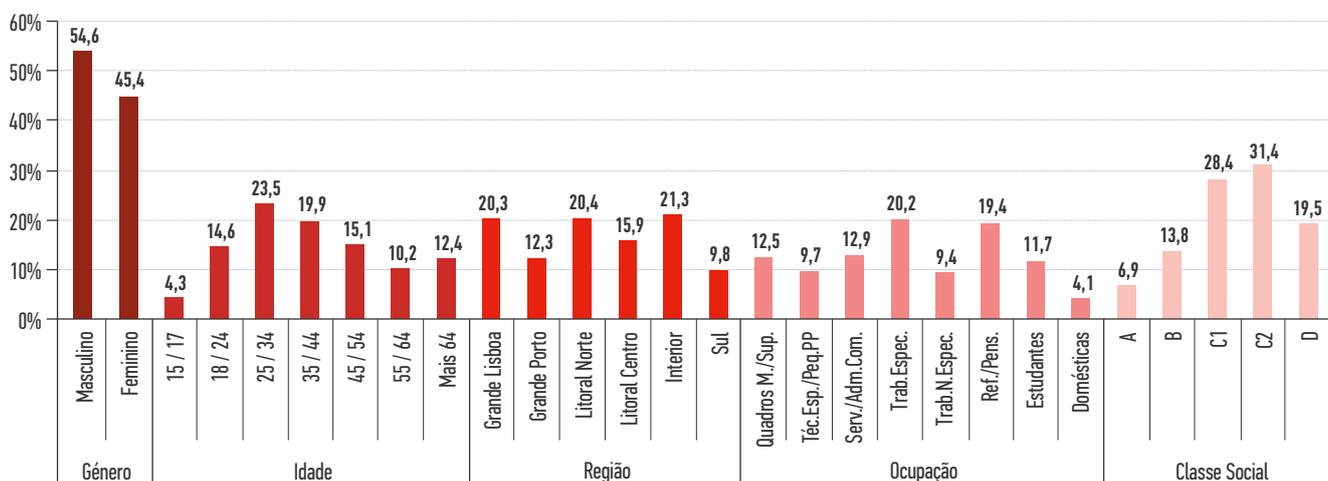
Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

* **Share de audiência:** consiste na percentagem de tempo despendido na audição de uma estação relativamente ao tempo total de audição de rádio num dado período.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações da RDP (fig. 28):

- ▶ Todas são mais ouvidas por homens do que por mulheres, as-

Fig. 25 – Caracterização sociográfica das audiências de rádio (%) – 2009



Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009

sinhalando-se que as audiências da Antena 1 são tendencialmente mais masculinas (72,2%).

- ▶ As audiências da Antena 1 e da Antena 2 concentram-se nos grupos etários mais idosos (+64 anos), verificando-se inversamente que 50,9% das audiências da Antena 3 se encontram no grupo entre os 25 e os 34 anos. As três estações da RDP são pouco escutadas pelas audiências dos 15 aos 17 anos.
- ▶ Registam-se também diferenças na distribuição geográfica das audiências das três rádios de serviço público: a Antena 1 é escutada fundamentalmente na Grande Lisboa (21,4%) e no Interior (20,9%); a Antena 2 na Grande Lisboa (41,1%) e no Grande Porto (19,9%); a Antena 3 no Interior (21,8%) e no Litoral Norte (20,9%).
- ▶ A Antena 1 é a mais ouvida por reformados e pensionistas. A Antena 2 é mais ouvida por reformados e pensionistas e por quadros médios e superiores. Por sua vez, a Antena 3 é mais ouvida por quadros médios e superiores e por estudantes.
- ▶ As audiências da Antena 1 e da Antena 3 convergem na classe C1, enquanto as da Antena 2 se concentram na classe B.

Fig. 28 – Caracterização sociográfica das audiências da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 (%) – 2009

Indicadores sociográficos	Antena 1	Antena 2	Antena 3	Total Rádio
Género				
Masculino	72,2	63,6	69,3	54,6
Feminino	27,8	36,4	30,7	45,4
Idade				
15/17	0,6	2,4	2,3	4,3
18/24	3,4	7,2	25,1	14,6
25/34	12,8	11,7	50,9	23,5
35/44	13,1	13,7	11,5	19,9
45/54	19,9	21,8	6,5	15,1
55/64	19,2	20,4	3,0	10,2
+64	31,1	22,8	0,7	12,4
Região				
Grande Lisboa	21,4	41,1	17,2	20,3
Grande Porto	12,3	19,9	13,1	12,3
Litoral Norte	17,0	15,1	20,9	20,4
Litoral Centro	15,4	10,7	15,9	15,9
Interior	20,9	7,7	21,8	21,3
Sul	13,0	5,5	11,2	9,8
Ocupação				
Quadros M.Sup.	15,7	33,0	27,1	12,5
Téc. Esp./Peq. PP	9,4	12,2	14,6	9,7
Serv. Adm. Com.	9,9	5,4	15,4	12,9
Trab. Esp.	15,6	7,7	14,0	20,2
Trab. N. Esp.	3,7	1,5	4,9	9,4
Ref./Pens.	38,7	33,0	6,1	19,4
Estudantes	3,1	6,5	17,2	11,7
Domésticas	3,9	0,7	0,9	4,1
Classe social				
A	8,5	22,8	12,7	6,9
B	19,3	38,6	21,5	13,8
C1	30,2	18,7	31,1	28,4
C2	20,3	14,0	22,5	31,4
D	21,7	5,8	12,2	19,5

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

3.2. SERVIÇOS COMERCIAIS DE RÁDIOFUSÃO (GRUPO RÁDIO RENASCENÇA, MEDIA CAPITAL RÁDIOS, TSF)

Para uma audiência média total de 6,3%, o Grupo Renascença representou uma audiência média de 2,6%; o Grupo Media Capital, de 1,4%; e a TSF, de 0,3%. A RFM e a Rádio Renascença, do Grupo Renascença, são as rádios mais escutadas. Por sua vez, a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, permanece como a terceira rádio mais escutada (fig. 29).

Fig. 29 – Audiência média das estações dos grupos RR, Media Capital e da TSF (%) – 2003 a 2009

Grupos/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grupo Renascença	3,2	2,5	2,5	2,3	2,4	2,4	2,6
RFM	1,7	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,5
R. Renascença	1,2	1,0	1,0	0,8	0,8	0,8	0,9
Mega FM	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Rádio Sim	–	–	–	–	–	–	0,1
Grupo Media Capital	1,3	1,5	1,5	1,3	1,2	1,3	1,4
Rádio Comercial	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7
Cidade FM	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
Rádio Clube	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1
Best Rock FM	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
M80	–	–	–	–	0,0	0,1	0,2
TSF	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3
Total Rádio	7,0	6,4	6,7	6,0	5,8	5,7	6,3

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Correlativamente, o Grupo Renascença obteve, em 2008, o *share* de audiência mais elevado (40,8%, sendo 23,8% relativos à RFM), seguindo-se o Grupo Media Capital (23,3%, sendo 11,4% correspondentes à Rádio Comercial). A TSF apresenta uma quota de audiência de 4,5% (fig. 30).

Fig. 30 – Share de audiência das estações dos grupos Renascença, Media Capital e TSF (%) – 2003 a 2009

Grupos/Estações	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grupo Renascença	45,5	39,6	37,6	37,7	41,2	41,5	40,8
RFM	24,9	22,4	21,2	22,2	23,6	24,6	23,8
R. Renascença	18,1	15,2	14,3	13,6	15,2	14,2	13,5
Mega FM	2,2	1,8	2,0	1,8	2,2	2,2	2,1
Rádio Sim	–	–	–	–	–	–	1,4
Grupo Media Capital	18,8	23,4	22,7	23,0	21,1	22,2	23,3
Rádio Comercial	8,4	9,9	9,5	11,4	10,6	10,9	11,4
Cidade FM	3,3	5,2	6,7	6,3	6,0	5,9	5,4
Rádio Clube	3,0	5,8	4,8	3,9	2,0	1,7	1,7
Best Rock FM	1,5	2,0	1,3	0,9	1,0	0,8	0,8
M80	–	–	–	–	0,8	2,1	3,0
TSF	5,6	5,8	6,5	5,4	5,0	5,2	4,5
Total Rádio	100,0						

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações de rádio do Grupo Renascença (fig. 31):

- ▶ A Rádio Renascença é a estação com audiências mais masculinizadas (58,6%); a RFM e a Mega FM são ouvidas em igual proporção por homens e mulheres.

- ▶ Quanto aos grupos etários, verifica-se novamente que a RFM é ouvida fundamentalmente por audiências dos 25 aos 44 anos, a Rádio Renascença por audiências com mais de 64 anos e a Mega FM por audiências entre os 18 e os 34 anos.
- ▶ Em termos de distribuição geográfica das audiências, a RFM é mais ouvida no Interior, bem como a Rádio Renascença, enquanto a Mega FM é mais ouvida na Grande Lisboa.
- ▶ Em termos ocupacionais, a RFM é mais ouvida por trabalhadores especializados (22,1%), a Rádio Renascença por reformados e pensionistas (37,8%) e a Mega FM por estudantes (29,4%).
- ▶ A RFM e a Mega FM são ouvidas preferencialmente pelas classes C1 e C2; a Rádio Renascença pelas classes C2 e D.

Fig. 31 – Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Renascença (%) – 2009

Indicadores sociográficos	RFM	Rádio Renascença	Mega FM	Total Rádio
Género				
Masculino	50,4	58,6	49,9	54,6
Feminino	49,6	41,4	50,1	45,4
Idade				
15/17	4,6	1,0	4,5	4,3
18/24	15,2	2,9	36,4	14,6
25/34	31,8	9,9	42,4	23,5
35/44	28,9	16,6	11,1	19,9
45/54	13,5	21,1	4,7	15,1
55/64	4,7	17,3	0,3	10,2
+64	1,3	31,2	0,6	12,4
Região				
Grande Lisboa	16,9	20,2	44,7	20,3
Grande Porto	13,1	11,4	10,8	12,3
Litoral Norte	21,5	22,0	22,1	20,4
Litoral Centro	16,2	15,0	14,5	15,9
Interior	23,1	23,7	4,0	21,3
Sul	9,2	7,7	3,8	9,8
Ocupação				
Quadros M.Sup.	16,6	5,8	15,0	12,5
Téc. Esp./Peq. PP	11,8	7,1	13,2	9,7
Serv. Adm. Com.	18,6	7,0	17,1	12,9
Trab. Esp.	22,1	24,1	13,6	20,2
Trab. N. Esp.	9,4	9,4	6,9	9,4
Ref./Pens.	7,1	37,8	4,2	19,4
Estudantes	12,2	2,4	29,4	11,7
Domésticas	2,3	6,4	0,6	4,1
Classe social				
A	7,8	2,9	12,2	6,9
B	17,2	10,0	16,2	13,8
C1	32,7	24,0	33,2	28,4
C2	30,6	33,4	27,3	31,4
D	11,7	29,7	11,2	19,5

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2009.

Numa caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Media Capital (fig. 32):

- ▶ A Cidade FM continua, em 2009, a ser mais ouvida por mulheres, ao passo que são predominantemente masculinas as audiências da Rádio Comercial, Rádio Clube Português, Best Rock FM e M80.
- ▶ A Rádio Clube Português é preferida pelas audiências com mais de 45 anos e a Cidade FM pelas audiências entre 18 e 24 anos.

Já as audiências das restantes estações deste grupo situam-se preferencialmente no intervalo etário entre os 25 e os 34 anos.

- ▶ A Rádio Comercial é mais ouvida no Interior, enquanto a Best Rock FM é mais ouvida no Grande Porto. As rádios Cidade FM, Rádio Clube Português e M80 são maioritariamente ouvidas na Grande Lisboa.
- ▶ Registam-se algumas variações entre as estações do Grupo Media Capital numa perspectiva ocupacional: a Cidade FM e a Best Rock são mais ouvidas por estudantes; a Rádio Clube por reformados e pensionistas; a M80 e a Rádio Comercial por trabalhadores especializados.
- ▶ A Cidade FM e a Rádio Comercial são mais escutadas por audiências da classe C2, enquanto as restantes estações deste grupo de comunicação são mais escutadas entre a classe C1.

Fig. 32 – Caracterização sociográfica das audiências das estações do Grupo Media Capital (%) – 2009

Indicadores sociográficos	Rádio Comercial	Cidade FM	Rádio Clube	Best Rock FM	M80	Total Rádio
Género						
Masculino	53,2	45,7	62,5	66,7	61,2	54,6
Feminino	46,8	54,3	37,5	33,3	38,8	45,4
Idade						
4/14	5,4	14,6	0,3	6,4	2,6	4,3
15/24	24,6	37,7	5,2	35,8	14,8	14,6
25/34	38,2	32,0	13,6	38,6	31,6	23,5
35/44	18,5	10,6	13,6	14,8	30,2	19,9
45/54	8,5	3,6	23,9	4,4	15,6	15,1
55/64	3,7	1,1	19,0	0,0	5,1	10,2
+64	1,1	0,4	24,5	0,0	0,1	12,4
Região						
Grande Lisboa	18,9	22,7	42,3	19,8	47,1	20,3
Grande Porto	7,5	14,9	4,2	35,9	26,3	12,3
Litoral Norte	22,2	21,1	3,7	10,4	8,5	20,4
Litoral Centro	15,2	17,5	24,2	19,3	12,0	15,9
Interior	23,5	12,3	6,1	14,3	3,9	21,3
Sul	12,7	11,5	19,5	0,3	2,1	9,8
Ocupação						
Quadros M.Sup.	17,5	7,6	15,7	18,1	16,7	12,5
Téc. Esp./Peq. PP	11,3	7,1	11,0	12,4	9,9	9,7
Serv. Adm. Com.	17,2	16,6	14,6	16,5	18,4	12,9
Trab. Espe.	20,0	17,4	11,2	12,5	27,2	20,2
Trab. N. Esp.	7,6	10,6	5,8	5,2	7,5	9,4
Ref./Pens.	6,7	7,1	34,4	4,0	5,1	19,4
Estudantes	18,1	31,9	4,1	28,7	11,9	11,7
Domésticas	1,7	1,8	3,1	2,4	3,2	4,1
Classe social						
A	8,4	4,8	12,3	7,3	11,3	6,9
B	15,7	8,6	17,0	20,2	17,8	13,8
C1	30,5	32,3	30,0	28,1	32,8	28,4
C2	32,0	40,3	20,5	26,4	30,4	31,4
D	13,4	14,0	20,2	18,0	7,7	19,5

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2009.

A audiência da TSF é predominantemente constituída por homens (proporção de 74,8%), entre os 35 e os 44 anos, residentes na Grande Lisboa, profissionalmente enquadrados na categoria de quadros médios e superiores e pertencentes às classes C1 e B. A TSF praticamente não é escutada entre os jovens dos 15 aos 17 anos (1,2%) (fig. 33).

Fig. 33 – Caracterização sociográfica das audiências da TSF (%) - 2009

Indicadores sociográficos	TSF	Total Rádio
Género		
Masculino	74,8	54,6
Feminino	25,2	45,4
Idade		
4/14	1,2	4,3
15/24	4,8	14,6
25/34	20,4	23,5
35/44	24,0	19,9
45/54	23,8	15,1
55/64	15,5	10,2
+64	10,3	12,4
Região		
Grande Lisboa	27,5	20,3
Grande Porto	16,8	12,3
Litoral Norte	19,2	20,4
Litoral Centro	11,9	15,9
Interior	21,0	21,3
Sul	3,6	9,8
Ocupação		
Quadros M.Sup.	31,8	12,5
Téc. Esp./Peq. PP	13,2	9,7
Serv. Adm. Com.	15,0	12,9
Trab. Esp.	12,8	20,2
Trab. N. Esp.	4,3	9,4
Ref./Pens.	17,0	19,4
Estudantes	4,9	11,7
Domésticas	1,1	4,1
Classe social		
A	18,5	6,9
B	28,7	13,8
C1	29,1	28,4
C2	16,3	31,4
D	7,5	19,5

Fonte: Markttest – Anuário de Media e Publicidade 2009.

4. IMPRENSA

Em 2009, praticamente todas as publicações, diárias e não diárias, de informação geral, e de alguns segmentos especializados, registam uma descida da sua circulação. Ainda assim, sublinhe-se o aparecimento de um novo projecto editorial de âmbito na-

cional e informação geral, o jornal diário “i”, editado pela Sojormedia Capital, SA, Grupo Lena.

O Correio da Manhã mantém, em 2009, a liderança entre os jornais diários e o Expresso entre os semanários, segundo os dados da APCT. A Visão mantém-se como a *newsmagazine* mais lida (fig. 34).

No sector editorial especializado, registam-se tendências ambivalentes: o aumento de circulação das publicações sobre economia e negócios e das revistas do social; e, por outro lado, a diminuição de circulação dramática dos jornais gratuitos e, de uma forma geral, dos jornais desportivos e das revistas masculinas e femininas.

4.1. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS NACIONAIS DE INFORMAÇÃO GERAL

O Correio da Manhã conserva a liderança entre os diários nacionais de informação geral, mantendo uma circulação de aproximadamente 122 mil exemplares, sendo secundado pelo Jornal de Notícias, que regista, em 2009, perdas de cerca de 12% na circulação. Nos diários, as descidas mais acentuadas foram registadas pelo 24 Horas (-24%) e pelo Diário de Notícias (-17,6%).

O Expresso continua a ser o semanário português com maior circulação (perto de 113 mil exemplares, uma quebra de 6,8%). A grande distância encontra-se o Sol, com uma circulação de aproximadamente 45 mil exemplares, menos 4,8% em comparação com 2008.

No universo das revistas de informação geral, a Visão conserva a liderança em termos de circulação, na ordem dos 102 mil exemplares, mantendo atrás de si a Sábado, que regista uma circulação de perto de 80 mil exemplares – um crescimento de 4,2% face a 2008 (fig. 35).

Fig. 34 – Quadro-síntese da circulação das publicações líderes por segmento - 2009*

Publicação	Editor	Segmento	Circulação 2009
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, SA	Diário Nacional de Informação Geral	122.264
Expresso	Sojornal – Sociedade Jornalística e Editorial, SA	Semanário Nacional de Informação Geral	112.883
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	Newmagazine	102.417
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda	Jornais de Economia, Negócios e Gestão	15.222
Record (A Bola não é auditada pela APCT)	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, SA	Jornal Desportivo	72.570
Metro Portugal	Transjornal – Edição de Publicações, SA	Jornal Gratuito	105.955
Maria	Impala – Editores, SA	Revista Feminina / Moda (semanal)	206.800
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	Revista Feminina / Moda (mensal)	133.980
Maxmen	Promotora General de Revistas, SA, Sucursal em Portugal	Revista Masculina	39.768
Nova Gente	Impala – Editores, SA	Revista de Sociedade	132.494
TV 7 Dias	Impala – Editores, SA	Revista de Televisão	148.164

Fonte: APCT – Boletim 2009.

* Circulação: compreende o número de exemplares vendidos em banca e por assinatura e as ofertas.

Fig. 35 – Circulação dos títulos nacionais de informação geral, diários e não-diários (inclui *newsmagazines*) (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Diários				
24 Horas	Global Notícias – Publicações, SA	38.476	29.262	-23,9
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, SA	122.207	122.264	0,0
Diário de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	41.333	34.063	-17,6
I	Sojormedia Capital, SA	–	13.492	–
Jornal de Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	103.165	90.892	-11,9
Público	Público – Comunicação Social, SA	43.642	38.229	-12,4
Semanários				
Expresso	Sojornal Sociedade Jornalística e Editorial, SA	121.107	112.883	-6,8
Semanário	Exactopress, Edições e Publicações, Lda	20.503	–	–
Sol	O Sol É Essencial, SA	47.813	45.539	-4,8
Newsmagazines				
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	102.350	102.417	0,1
Sábado	Presselivre – Imprensa Livre, SA	76.829	80.023	4,2
Focus	Impala – Editores, SA	13.126	10.198	-22,3

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

Nota: o Semanário deixou de ser auditado pela APCT; o i começou a ser publicado em Maio de 2009, pelos que os dados de circulação se referem-se ao período entre Maio e Dezembro de 2009.

4.2. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS DE ECONOMIA, NEGÓCIOS E GESTÃO

Todos os títulos diários especializados em Economia, Negócios e Gestão registaram subidas na circulação. Este segmento de imprensa é liderado pelo Diário Económico, com uma circulação de 15 mil exemplares. Salienta-se também os ganhos de circulação de 14,2% do Jornal de Negócios em 2009. Entre os semanários, o jornal Vida Económica apresenta a maior circulação, de cerca de 13 mil exemplares, mas com quebras de 2% em comparação com 2008, seguindo-se o Semanário Económico, com perto de 11 mil exemplares (ligeira descida de 0,5%) (fig. 36).

Fig. 36 – Circulação dos jornais de economia, negócios e gestão, diários e não-diários (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Diários				
Diário Económico	S.T. & S.F. Sociedade de Publicações, Lda	14.724	15.222	3,4
OJE (gratuito)	Megafin – Sociedade Editora, SA	26.964	27.103	0,5
Jornal de Negócios	Edisport Sociedade de Publicações, SA	9.343	10.668	14,2
Semanários				
Semanário Económico	S.T. & S.F. Sociedade de Publicações, Lda	11.086	11.036	-0,5
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	12.821	12.564	-2,0

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

4.3 CIRCULAÇÃO DE JORNAIS DESPORTIVOS

Os jornais desportivos considerados nesta análise registaram descidas de circulação em 2009. O Record mantém, entre os jornais diários desportivos auditados pela APCT, a liderança em termos de circulação, que ascende a 72.570 exemplares por edição. O Jogo regista, em 2009, uma circulação de aproximadamente 30 mil exemplares (descida de 8,3%) (fig. 37).

Fig. 37 – Circulação dos jornais desportivos diários (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Diários				
A Bola	Sociedade Vicra Desportiva	–	–	–
Record	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, SA	73.939	72.570	-1,9
O Jogo	Jornalinveste – Comunicação, SA	32.794	30.068	-8,3
Semanários				
Autosport	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	12.280	16.521	34,5

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

Nota: os valores de circulação de A Bola não são auditados pela APCT.

4.4. CIRCULAÇÃO DE JORNAIS GRATUITOS

Entre os diários gratuitos registaram-se quebras muito significativas em 2009, que variaram entre os 37% (Metro Portugal) e os 58% (Meia-Hora).

O Metro Portugal voltou a liderar em termos de circulação em 2009, ultrapassando em apenas mil exemplares o Global Notícias. O Meia-Hora registou uma circulação de cerca de 25 mil exemplares, quando em 2009 já tinha sido afectado por uma descida de 30,4% (fig. 38).

Fig. 38 – Circulação dos jornais gratuitos de informação geral, diários e não-diários (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Diários				
Global Notícias	Global Notícias – Publicações, SA	201.289	104.955	-47,9
Jornal Destak	Metro News Publicações, Lda	159.820	98.585	-38,3
Meia-Hora	Metro News Publicações, Lda	60.477	25.301	-58,2
Metro Portugal	Transjornal Edição de Publicações, SA	168.803	105.955	-37,2
Semanários				
Sexta	Vipu, Ace	285.171	–	–

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

Nota: O jornal Sexta deixou de se publicar.

4.5. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS FEMININAS/MODA

Este segmento foi, de uma forma geral, afectado por um decréscimo de circulação em 2009. A Maria continua a ser a publicação que lidera o segmento das revistas femininas e de moda,

com uma circulação média na ordem dos 207 mil exemplares por edição em 2009, o que representa uma quebra de 7,1%. A revista feminina Happy Woman continua a liderar a circulação entre as publicações mensais desta categoria e registou uma subida de 9,5% (fig. 39).

Fig. 39 – Circulação das revistas femininas/moda, semanais e mensais (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Semanais				
Ana	Impala – Editores, SA	53.903	49.775	-7,7
Maria	Impala – Editores, SA	222.493	206.800	-7,1
Mariana	Presspeople Edição de Publicações, Lda	22.618	23.431	3,6
Mulher Moderna	Impala – Editores, SA	11.744	8.122	-30,8
Mensais				
Activa	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	65.978	66.140	0,2
Cosmopolitan	Hearst Edimpresa – Editora, Lda	42.026	41.792	-0,6
Elle	RBA II Publicações, Lda	51.122	48.017	-6,1
Happy Woman	Baleska Press Publicações e Marketing, Lda	122.303	133.980	9,5
Lux Woman	Promotora General de Revistas, SA Sucursal em Portugal	48.178	45.855	-4,8
Máxima	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	55.417	56.510	2,0
Ragazza	RBA II Publicações, Lda	34.969	–	–
Vogue	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	32.892	29.839	-9,3

Fonte: APCT – Boletim 2009.

Nota: a Ragazza deixou de ser auditada pela APCT.

4.6. CIRCULAÇÃO DE REVISTAS MASCULINAS

Com excepção da GQ, as publicações masculinas registaram quebras da circulação em 2009. A Maxmen lidera o segmento, embora com pouca diferença da FHM (fig. 40).

Fig. 40 – Circulação das revistas masculinas, mensais (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
FHM	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	45.666	37.102	-18,8
GQ	Edirevistas Sociedade Editorial, SA	16.433	16.991	3,4
Maxmen	Promotora General de Revistas, SA Sucursal em Portugal	47.941	39.768	-17,0
Men's Health	Motorpress Rodale, SA	29.638	25.264	-14,8

Fonte: APCT – Boletim 2009.

Nota: a revista Homem Magazine deixou de ser auditada pela APCT.

4.7. CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE SOCIEDADE

O segmento de publicações de sociedade manifestou alguma resistência a uma tendência geral de descida da circulação. A Nova Gente, do grupo editorial Impala, continua a liderar o segmento das revistas de sociedade, com uma circulação de cerca de 132 mil exemplares por edição, o que representa uma des-

Fig. 41 – Circulação das revistas de sociedade, semanais (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Caras	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	89.845	90.603	0,8
Flash	Edirevistas, Sociedade Editorial, SA	46.016	51.322	11,5
Lux	Promotora General de Revistas, SA Sucursal em Portugal	64.005	64.874	1,4
Nova Gente	Impala – Editores, SA	134.611	132.494	-1,6
VIP	Impala – Editores, SA	37.385	40.126	7,3

Fonte: APCT – Boletim 2009.

cida de 1,6%. Salientam-se as subidas de circulação da Flash e da VIP (fig. 41).

4.8. CIRCULAÇÃO DAS REVISTAS DE TELEVISÃO

A TV 7 Dias continua a liderar o segmento, com uma circulação de cerca de 148 mil exemplares (uma descida de 1,5%), seguida a alguma distância da TV Guia. O conjunto das publicações deste segmento sofreu ligeiras quebras (fig. 42).

Fig. 42 – Circulação das revistas de televisão (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Telenovelas	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	95.226	–	–
TV 7 Dias	Impala – Editores, SA	150.484	148.164	-1,5
TV Guia	Edirevistas Sociedade Editorial, SA	80.745	78.531	-2,7
TV Guia Novelas	TVG – Editora de Publicações e Multimédia	23.913	–	–
TV Mais	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	68.689	68.643	-0,1

Fonte: APCT – Boletim 2009.

Nota: a Telenovelas e a TV Guia Novelas deixaram de ser auditadas pela APCT.

4.9. IMPRENSA LOCAL E REGIONAL

Entre os diários regionais auditados pela APCT, as tiragens não são normalmente elevadas, destacando-se, quanto a este indicador, o Diário Cidade (perto de 22 mil exemplares), a maior parte correspondente a ofertas, e o Diário de Notícias da Madeira (na ordem dos 13 mil exemplares). Estas são as únicas publicações diárias com circulação acima dos 10 mil exemplares por edição em 2009.

O Diário Regional de Viseu foi, entre os títulos auditados pela APCT, aquele que registou a circulação mais baixa (2.112 exemplares), com pouca diferença do Diário de Leiria (2.210 exemplares). O mais antigo jornal português ainda em circulação, o Açoriano Oriental, manteve uma circulação de aproximadamente 4 mil exemplares (fig. 43).

Entre os 16 jornais regionais de periodicidade não diária auditados pela APCT, O Mirante (27.550 mil exemplares), o Jornal

Fig. 43 – Circulação de publicações regionais diárias (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
Açoriano Oriental	Açormedia, SA	4.113	3.945	-4,1
Diário As Beiras	Sojormédia Beiras, SA	8.354	7.585	-9,2
Diário Cidade	O Liberal – Empresa de Artes Gráficas, Lda	21.888	22.219	1,5
Diário de Aveiro	Diaveiro – Empresa do Diário de Aveiro, Lda	3.863	3.766	-2,5
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda	9.801	9.561	-2,4
Diário de Leiria	Diário de Leiria Empresa Jornalística, Lda	2.258	2.210	-2,1
Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira, Lda	13.325	12.817	-3,8
Diário do Minho	Empresa Diário do Minho, Lda	4.940	4.857	-1,7
Diário do Sul	Piçarra & Companhia, Lda	5.431	5.410	-0,4
Diário de Viseu	Diário de Viseu, Lda.	2.005	2.112	5,3

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

do Fundão (13.436 mil exemplares), o Reconquista, o Região de Leiria e o Postal do Algarve (aproximadamente 11 mil exemplares cada) continuam a ser os títulos que registam os mais elevados níveis de circulação em 2009 (fig. 44).

5. INTERNET

5.1 PENETRAÇÃO E MODALIDADES DE ACESSO À INTERNET

O Instituto Nacional de Estatística estima que, no 1.º trimestre de 2009, 56% dos agregados domésticos possuíam computador⁵ (+ 6,2 p.p. em relação ao período homólogo de 2008) e 47,9% ligação à internet (+ 1,9 p.p.). Do conjunto de lares com acesso à internet, indica a mesma fonte, 46,2% faziam-no através de banda larga, o que representa um aumento de 7 p.p. em relação ao 1.º trimestre de 2008.

O INE estima que, de 2005 a 2009, se observa um aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à internet, traduzido num crescimento médio anual de 24,4% no que se refere à ligação por banda larga, de 11,7% na ligação à internet e de 7,7% no acesso a computador a partir de casa.

Lisboa é a região que apresenta as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à internet e acesso a este meio por banda larga, seguindo-se o Algarve e a Região Autónoma da Madeira.

Fig. 44 – Circulação de publicações regionais não-diárias auditadas pela APCT (unidades) – 2008 e 2009

Títulos	Editor	Circulação 2008	Circulação 2009	09/08 %
A Voz de Trás-os-Montes	Edireal – Edição de Jornais, Lda	5.692	5.393	-5,3
Açores Magazine	Açormedia, SA	4.805	4.537	-5,6
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial de S. Pedro e Santiago de Torres Novas	9.725	9.508	-2,2
Barcelos Popular	Milho-Rei, Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos	8.309	–	–
Correio do Ribatejo	João Arruda Sucessores, Lda	3.779	4.036	6,8
Jornal da Bairrada	Editorial Jornal da Bairrada, Lda	8.971	8.876	-1,1
Jornal do Centro	O Centro de Produção e Edição de Conteúdos, Lda	3.291	3.127	-5,0
Jornal do Fundão	Jornal do Fundão Editora, SA	14.229	13.436	-5,6
Jornal Soberania do Povo	Soberania do Povo Editora, SA	6.662	6.354	-4,6
Notícias de Vouzela	Sociedade Editora Lafonense, Lda	5.570	5.298	-4,9
O Aveiro	Vouga Press Edições e Publicações, SA	4.004	6.421	60,4
O Eco	Empresa Jornalística o Eco, Lda	2.811	3.769	34,1
O Mirante	Joaquim António Emídio/Maria de Fátima Emídio	28.705	27.550	-4,0
O Ribatejo	Jortejo Jornais, Rádio e Televisão, Lda	6.249	7.804	24,9
Postal do Algarve	Postal do Algarve Publicações e Editores, Lda	7.533	11.094	47,3
Reconquista	Fábrica Igreja S. Miguel da Sé	11.680	11.637	-0,4
Região de Leiria	Empresa Jornalística Região de Leiria, Lda	10.840	11.476	5,9

Fonte: APCT – *Boletim 2009*.

Nota: o Barcelos Interior deixou de ser auditado pela APCT.

Lisboa, Norte, Algarve e Região Autónoma da Madeira estão acima da média nacional no acesso a computadores (Região Autónoma dos Açores regista um valor de acesso idêntico à média nacional).

No acesso à internet e à internet de banda larga, Lisboa, Algarve e Região Autónoma da Madeira superam a média nacional. Regista-se um ligeiro decréscimo no acesso a computador no Alentejo em 2009. Esta é, aliás, a região onde se verificam os mais baixos valores na utilização de tecnologias de informação e de comunicação (fig. 45).

5.2. SERVIÇO FIXO DE ACESSO À INTERNET

Segundo a ANACOM, em 2009, o número de clientes do serviço fixo de acesso à internet elevou-se a cerca de 1,9 milhões,

⁵ O conceito de computador contempla computador de secretária (*desktop*), portátil e de bolso (*palmtop* ou PDA) (in www.ine.pt).

⁶ ADSL: *Asymmetric Digital Subscriber Line* - Tecnologia de transmissão assimétrica mais vulgarizada da família xDSL. Uma ligação ADSL proporciona um canal *downstream* de alto débito (1,5 a 9 Mbits/s), um canal *upstream* de débito inferior (16 a 640Kbits/s), para além do serviço telefónico normal na gama de baixas frequências (in www.anacom.pt).

Fig. 45 – Posse de computador, ligação à internet e banda larga nos agregados domésticos por regiões (%) – 1.º trimestre 2009

Regiões	Computador	Internet	Banda Larga
Norte	56,9	47,3	45,1
Centro	49,9	41,4	39,3
Lisboa	62,4	55,4	54,1
Alentejo	43,0	38,5	37,1
Algarve	57,1	50,6	50,2
RAA	56,0	46,7	45,5
RAM	58,3	49,7	48,2
Média Portugal	56,0	47,9	46,2

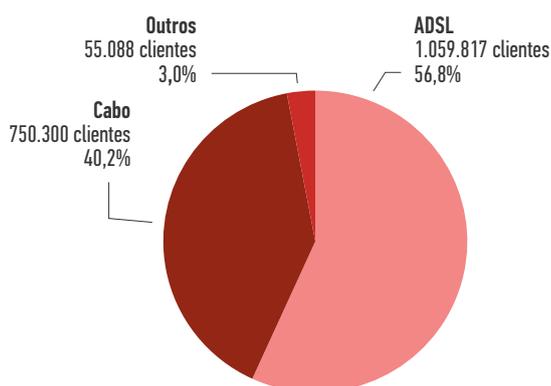
Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2009.

Fig. 46 – Clientes do serviço de acesso fixo à internet – 2009

Modalidade de acesso	2009
Acesso por banda larga	1.865.125
ADSL	1.059.817
Acesso modem cabo	750.300
Outros	55.008
Clientes de acesso dial-up	32.883
Total clientes	1.898.008

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2009.
Nota: a rubrica "outros" inclui ofertas baseadas em circuitos alugados, FWA e fibra óptica.

Fig. 47 – Modalidades de acesso fixo à internet por banda larga: quadro-síntese – 2009



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2009.

Nota: a rubrica "outros" inclui ofertas baseadas em circuitos alugados, FWA e fibra óptica.

a maioria optando pelo acesso por banda larga. Este valor representa uma subida de 13% em relação a 2008. A maioria dos clientes do serviço fixo utiliza essencialmente a tecnologia ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*⁶) e o cabo.

Outras tecnologias de acesso à internet em banda larga fixa registaram crescimentos significativos em 2009, na ordem dos 40%, o que se fica a dever essencialmente à fibra óptica (FTTH/B). No final do ano, esta rede contabilizava cerca de 30 mil clientes.

O acesso à internet em banda larga fixa alcançou, em 2009, de acordo com os dados da ANACOM, uma taxa de penetração de

17,6%, o que representa um aumento de 2,2 p.p. em relação a 2008 (fig. 46).

Ao crescimento da adesão ao serviço de internet de banda larga contrapõe-se o decréscimo de clientes de acesso *dial-up*, que totalizou perto de 33 mil em 2009 (figs. 46 e 47).

5.3. SERVIÇO MÓVEL DE ACESSO À INTERNET

Em 2009, continuou a consolidar-se o fenómeno da generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel, com

Fig. 48 – Clientes do serviço de acesso móvel à internet – 2009*

Modalidade de acesso	2009
Utilizadores com acesso à internet em banda larga móvel	3.792.501
Utilizadores activos	2.169.894

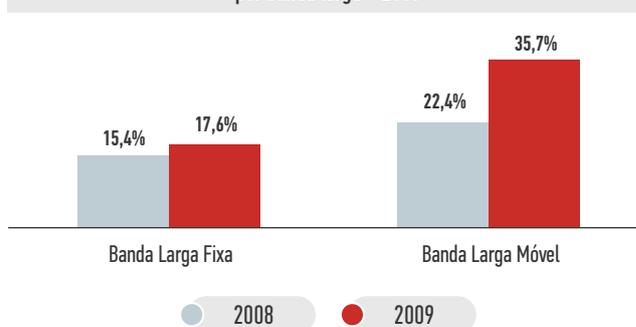
Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2009.

* Utilizadores com acesso à internet em banda larga móvel – clientes dos operadores móveis que podem aceder à internet em banda larga móvel e que o fizeram pelo menos uma vez desde o lançamento do serviço.

Utilizadores activos – clientes dos operadores móveis que podem aceder à internet em banda larga móvel e que o fizeram pelo menos uma vez no último trimestre de 2009 (in www.anacom.pt).

um número de utilizadores activos de 2.169 milhares (fig. 48). A banda larga móvel registou uma taxa de penetração de 35,7%, o que representa um aumento de 13,3 p.p. num ano (fig. 49).

Fig. 49 – Taxa de penetração do serviço de acesso à internet por banda larga – 2009



Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2009.
Nota: taxa de penetração calculada em função do número de clientes por cada 100 habitantes.

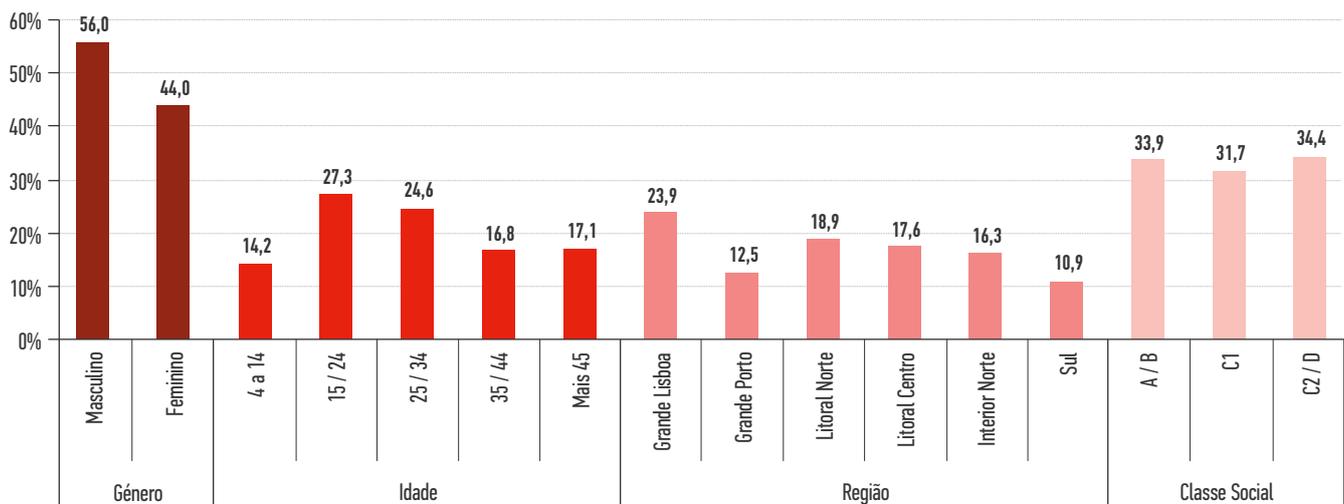
5.4. PERFIL DOS UTILIZADORES DE COMPUTADOR E DE INTERNET

Segundo a descrição da Marktest no *Anuário de Media e Publicidade 2009*⁷, o perfil dos utilizadores de internet mantém-se praticamente inalterado de 2008 para 2009 (fig. 50):

► Os homens continuam a aceder mais frequentemente a esta

⁷ Esta caracterização fundamenta-se no Netpanel, serviço da Marktest destinado a medir as audiências de internet em Portugal. Baseia-se num painel de lares (1000) e utiliza um software que permite acompanhar e registar a navegação nos computadores com acesso à internet, de todos os membros do painel.

Fig. 50 – Caracterização sociográfica dos utilizadores de internet (%) – 2009



Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2009

tecnologia do que as mulheres, embora se tenha registado um aumento de 4 p.p. na navegação feminina em relação a 2008.

- ▶ Trata-se de um meio com utilizadores essencialmente com idades entre os 15 e os 34 anos, sendo compreensível um maior controlo e limitação do uso dos 4 aos 14 anos. Denota-se um ligeiro aumento de utilização em faixas etárias superiores aos 45 anos.
- ▶ A Grande Lisboa é a região do Continente com mais utilizadores de internet, enquanto o Sul e o Grande Porto apresen-

tam os valores mais baixos. Quanto a este indicador, não se verificam alterações ao longo de 2009.

- ▶ Segundo a Marktest, a internet vai-se tornando uma plataforma socialmente transversal, sendo utilizada por indivíduos de todos os grupos sociais.

Cruzando esta caracterização da Marktest do perfil do utilizador de internet com os dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (fig. 51):

- ▶ Estatisticamente, confirmam-se os maiores níveis de utilização do computador e de acesso à internet junto dos homens; as mulheres ainda não atingem os 50% no acesso a computador e no uso de internet.
- ▶ A utilização do computador e o acesso à internet tendem a diminuir com a idade – é especialmente pronunciada nos segmentos etários dos 16 aos 44 anos e residual a partir dos 65 anos.
- ▶ O recurso a estas tecnologias tende também a acompanhar o nível de escolaridade, sendo que mais de 90% dos utilizadores têm habilitações ao nível do ensino superior.
- ▶ Numa relação com as condições perante o trabalho, os estudantes revelam hábitos mais intensos de utilização do computador e de acesso à internet (atingem praticamente os 100%), em contraste com os desempregados e outros inactivos, com menor interacção com estas tecnologias.

Estas tecnologias são utilizadas essencialmente com uma frequência diária e os principais locais de utilização são a casa e o trabalho.

6. SÍNTESE

Apresenta-se neste capítulo uma caracterização geral dos pa-

Fig. 51 – Perfil dos utilizadores de computador e de internet (%) 1.º trimestre 2009

Indicadores sociográficos	Computador	Internet
Média nacional	51,4	46,5
Género		
Masculino	56,4	51,0
Feminino	46,6	42,2
Idade		
16/24	92,2	88,1
25/34	82,4	77,1
35/44	59,6	53,3
45/54	41,3	36,0
55/64	26,9	21,4
65/74	8,1	6,6
Nível de escolaridade		
Até ao 3.º Ciclo	35,5	30,1
Ens. Secundário	91,2	86,8
Ens. Superior	95,1	92,6
Condição perante o trabalho		
Empregado	62,6	56,5
Desempregado	49,9	44,2
Estudante	99,3	96,7
Outros inactivos	15,0	12,1

Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2009.

drões de consumo dos meios de comunicação e do perfil dos seus públicos. A análise é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fontes de informação – ANACOM, APCT, INE e Marktest. Pretende-se, desta forma, identificar tendências evolutivas mais salientes ao nível dos consumos dos média.

a) Televisão por subscrição

A televisão por subscrição ultrapassou, em 2009, os 2,5 milhões de clientes, mais 243 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso constitui um dos principais contributos para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas – fibra óptica (FTTH), rede telefónica (xDSL/IP), acesso fixo via rádio (FWA). Estas plataformas de distribuição representaram 17% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2009 (432 mil assinantes).

O cabo e o satélite mantêm-se como as plataformas de acesso preferenciais, sendo que o acesso via satélite continuou a ver o seu número de assinantes aumentar, enquanto o cabo registou uma ligeira quebra de cerca de 23 mil assinantes.

b) Serviços de programas generalistas

A RTP1, a SIC e a TVI continuam a recolher a preferência dos espectadores, tanto no acesso livre (hertziano), como na televisão por subscrição. De acordo com os dados de audiências da Marktest, a opção por estes canais generalistas portugueses continua a ser privilegiada, subsistindo, assim, os padrões tradicionais de visionamento, apesar da diversificação da oferta de plataformas de distribuição.

A TVI continua a ser o canal televisivo com *shares* de audiência mais elevados (28,7%; em horário nobre – 33,5%), seguindo-se a RTP1 e a SIC, com valores muito próximos entre si (respectivamente, 24% e 23,4%; em horário nobre – ambas com 24,1%). A RTP2 regista o *share* de audiência mais baixo entre estes quatro generalistas (5,8%; em horário nobre – 4,6%).

O tempo médio de visionamento diário destes quatro canais generalistas regista uma ligeira descida em termos globais face a 2008. Os espectadores despenderam, em média, aproximadamente menos um minuto por dia a ver a RTP1 (cerca de 50 minutos). A RTP2 regista um tempo médio de visionamento diário de cerca de 12 minutos, menos 3 segundos do que no ano anterior.

Do lado dos generalistas comerciais, o tempo de visionamento diário da SIC reduziu cerca de 5 minutos em comparação com 2008 (48m51s). A TVI continua a ser o serviço de programas

mais visto, com 59m55s de visionamento médio por dia, tendo, no entanto, registado uma redução de quase 6 minutos neste indicador em relação ao ano anterior.

Dos dez programas mais vistos nos canais generalistas, em 2009, oito foram transmitidos pela TVI, um pela RTP1 e um pela SIC. Sobressaem como programas mais vistos as transmissões desportivas do Mundial de Futebol e as telenovelas.

c) Audiências cabo/outros

No respeitante às audiências de serviços de programas por cabo e outros (vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos), assiste-se a um aumento do tempo de visionamento desde 2003, tendo registado quase 38 minutos em 2009. O *share* dos serviços de programas por cabo tem também assinalado uma subida contínua, com uma quota de 18,2% em 2009.

Os serviços de programas de *filmes* e *séries* são os preferidos das audiências de cabo/outros, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*. Os dez programas de cabo com mais audiências em 2009 foram transmitidos pelo AXN e pela SIC Notícias, destacando-se neste segmento em particular as audiências obtidas pela série de ficção CSI.

d) Rádio

O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Bareme Rádio da Marktest, tem vindo a registar uma redução ligeira desde 2003.

Contudo, em 2009, verificou-se uma subida deste indicador – mais 7 minutos do que no ano anterior –, fixando-se em 3h18m o tempo médio de escuta de rádio.

Entre as rádios consideradas na análise da Marktest, as mais escutadas pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF.

As rádios do serviço público (RDP) obtiveram 10,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest em 2009, menos 1p.p. face a 2008. A Antena 3 é a estação da RDP que registou um maior decréscimo; a Antena 2 e a Antena 1 cresceram 0,1p.p. em 2009.

As rádios do Grupo Renascença representaram uma audiência média de 2,6%; as do Grupo Media Capital, 1,4%; e a TSF, 0,3%. A RFM e a Rádio Renascença, do Grupo Renascença, são as rádios mais escutadas.

Por sua vez, a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, permanece como a terceira rádio mais ouvida.

e) Imprensa

Praticamente todas as publicações, diárias e não diárias, de informação geral e de segmentos especializados, registaram, em 2009, uma descida da sua circulação. Nos jornais nacionais de informação geral, de acordo com os dados da APCT, o Correio da Manhã mantém-se como o diário de maior circulação, o Expresso mantém também a liderança entre os semanários e a Visão no segmento das *newsmagazines*.

No segmento da imprensa especializada, as publicações dedicadas a economia, negócios e gestão e as revistas do social viram os seus índices de circulação aumentar. Por outro lado, verifica-se uma diminuição acentuada da circulação de jornais gratuitos e, de uma forma mais atenuada, de jornais desportivos e das revistas masculinas e femininas.

f) Internet

O INE estima que, de 2005 a 2009, se assiste a um aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à internet. De acordo com estas estimativas, a ligação à internet deverá registar um crescimento médio anual de 11,7%, a ligação à internet por banda larga deverá aumentar 24,4% e o acesso a computador a partir de casa 7,7%.

Para o 1.º trimestre de 2009, os dados do INE indicam que mais de 56% dos agregados domésticos possuem computador – 47,9% com acesso à internet –, o que representa um crescimento de 6,2p.p. em relação ao mesmo período em 2008. Do conjunto de lares com acesso à internet, 46,2% encontram-se ligados através de banda larga, mais 7p.p. do que no 1.º trimestre de 2008.

III. Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social

1. NOTA INTRODUTÓRIA

Entre as finalidades do registo, figura a garantia de transparência da propriedade dos órgãos de comunicação social, reforçando-se, por esta via, um importante desiderato constitucional, como é a garantia do direito à informação.

A disciplina legal a que estão sujeitos os registos dos média em Portugal encontra-se essencialmente vertida no Decreto Regulamentar n.º 8/99, com as alterações introduzidas pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de Janeiro, estando cometida à ERC a missão de assegurar a existência de um registo específico dos órgãos de comunicação social nacionais ou sujeitos à jurisdição do Estado Português (cfr. n.º 1, do artigo 1.º do citado diploma).

Pelo mesmo normativo ficam definidas as finalidades do registo e, conseqüentemente, a missão da Unidade de Registos da ERC, consubstanciada na garantia da transparência da propriedade dos órgãos de comunicação social e no assegurar da protecção legal dos títulos das publicações periódicas e da denominação dos operadores de rádio e de televisão e dos serviços de programas radiofónicos e televisivos (cfr. n.º 2.º, do artigo 1.º do citado DR n.º 8/99, de 9 de Junho).

Os dados incluídos no presente capítulo foram integralmente produzidos pela Unidade de Registos da ERC.

2. ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTO

Estão obrigados a registo, nos termos previstos pelo artigo 2.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de Junho, com as alterações introduzidas pelo Decreto Regulamentar n.º 2/09, de 27 de Janeiro:

- ▶ As publicações periódicas portuguesas.
- ▶ As empresas jornalísticas.
- ▶ As empresas noticiosas.
- ▶ Os operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos.
- ▶ Os operadores de televisão e serviços de programas televisivos.
- ▶ Os operadores de distribuição.

- ▶ Os serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente pela internet.

Refira-se que também dos diplomas sectoriais resulta esta obrigação legal, concretamente:

- ▶ Publicações periódicas, empresas jornalísticas e empresas noticiosas – artigo 5.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro).
- ▶ Operadores radiofónicos – artigo 12.º da Lei n.º 4/01, de 23 de Fevereiro.
- ▶ Operadores televisivos e operadores de distribuição – artigo 19.º da Lei n.º 27/07.
- ▶ Difusão de serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente pela internet – artigo 13.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho.

Cumpre definir cada um dos conceitos em presença:

a) Publicações periódicas portuguesas

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos artigos 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro). 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 utilizado.

São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de apresentação permanente em território nacional.

Em conclusão, encontram-se obrigadas a registo, prévio e obrigatório à sua edição, todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob marca de editor português.

b) Empresas jornalísticas

As empresas proprietárias de publicações são empresas jornalísticas se tiverem como actividade principal a edição de publicações periódicas (artigo 7.º da Lei de Imprensa).

c) Empresas noticiosas

São empresas noticiosas as que têm por objecto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (artigo 8.º da Lei da Imprensa).

d) Operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos

Pessoas colectivas legalmente habilitadas para o exercício da actividade de radiodifusão (alínea b) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 4/01, de 23 de Fevereiro).

Conjunto dos elementos da programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador radiofónico e como tal identificado no título emitido na sequência de um processo administrativo de licenciamento ou de autorização (alínea c) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 4/01, de 23 de Fevereiro).

e) Operadores de televisão e serviços de programas televisivos

Pessoas colectivas responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitadas para o exercício da actividade de televisão (alínea f) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos da programação fornecido por um operador de televisão (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho).

f) Operadores de distribuição

Pessoas colectivas responsáveis pela selecção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicação electrónicas (alínea e) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho).

g) Serviços de programas televisivos distribuídos exclusivamente pela internet

Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da Internet e que não sejam objecto de retransmissão através de outras redes (n.º 8 do artigo 13.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho).

3. ACTOS REGISTAIS PRATICADOS EM 2009 – INSCRIÇÕES, AVERBAMENTOS, CONVERSÕES E CANCELAMENTOS

Características essenciais dos actos de registo (artigos 3.º, 4.º e 5.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de Junho):

- ▶ Os registos são lavrados em suporte próprio, com base nos elementos constantes da documentação apresentada.
- ▶ Os actos de registo dependem de requerimento do interessado, salvo aqueles relativos aos operadores de rádio e de televisão e respectivos serviços de programas, que decorrem de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização.
- ▶ O cancelamento dos registos é feito por averbamento.

3.1. INSCRIÇÕES**a) Publicações periódicas**

Dispõe o artigo 13.º do DR n.º 8/99 que as entidades proprietárias de publicações periódicas não podem iniciar a sua edição, mesmo electrónica, antes de efectuado o respectivo registo.

No ano de 2009, a ERC procedeu ao registo de 210 novas publicações. De notar que só do distrito de Lisboa foram registadas 110 publicações, seguindo-se o distrito de Coimbra com 22 e o Porto com 19 publicações.

Fig. 1 – Inscrições, em 2009, de publicações periódicas por distrito e por temática

Distrito	Inscrições	Tipo de publicação	Inscrições/ Tipo
Aveiro	5	Jornais não diários	1
		Publicações de informação especializada	1
		Outros periódicos	3
Beja	1	Publicações de informação e reportagem	1
Braga	10	Jornais não diários	2
		Publicações de informação especializada	3
		Outros periódicos	5
Bragança	3	Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	1
		Outros periódicos	1
C. Branco	2	Outros periódicos	2
Coimbra	22	Jornais não diários	2
		Publicações de informação e reportagem	2
		Publicações de informação especializada	9
		Outros periódicos	9
Évora	1	Jornais não diários	1
Faro	3	Outros periódicos	3
Guarda	2	Outros periódicos	2
Leiria	4	Jornais não diários	1
		Publicações de informação especializada	2
Lisboa	110	Outros periódicos	1
		Jornais diários	1
		Jornais não diários	2
		Publicações de informação e reportagem	9
		Publicações de informação especializada	52
Outros periódicos	46		
Portalegre	2	Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	1
Porto	19	Jornais diários	1
		Jornais não diários	4
		Publicações de informação e reportagem	3
		Publicações de informação especializada	5
		Outros periódicos	6
Reg. Aut. Açores	6	Jornais diários	1
		Publicações de informação especializada	2
		Outros periódicos	3
Reg. Aut. Madeira	3	Publicações de informação especializada	2
		Outros periódicos	1
Santarém	3	Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	2
Setúbal	7	Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	5
V. do Castelo	1	Jornais não diários	1
Vila Real	1	Jornais não diários	1
Viseu	5	Jornais não diários	2
		Publicações de informação especializada	1
		Outros periódicos	2
Total	210		210

Comparando os registos de publicações nos últimos três anos, verificou-se, em 2009, um decréscimo de 48 registos em relação a 2008 e de 18 relativamente a 2007. Em relação ao ano anterior, os maiores decréscimos registaram-se nos distritos de Lisboa e Porto; o maior crescimento verificou-se no distrito de Coimbra, que quase duplicou em relação ao ano transacto.

Fig. 2 – Inscrições de publicações periódicas por distrito no triénio 2007/2009

Distrito	2007	2008	2009
Aveiro	8	5	5
Beja	2	1	1
Braga	7	7	10
Bragança	1	1	3
Castelo Branco	1	1	2
Coimbra	20	12	22
Évora	0	3	1
Faro	11	7	3
Guarda	2	2	2
Leiria	5	4	4
Lisboa	121	152	110
Portalegre	0	2	2
Porto	17	31	19
Reg. Aut. Açores	1	4	6
Reg. Aut. Madeira	6	2	3
Santarém	12	7	3
Setúbal	8	13	7
Viana do Castelo	2	1	1
Vila Real	2	0	1
Viseu	2	3	5
Total	228	258	210

b) Empresas jornalísticas

No ano de 2009, foram inscritas nos registos da ERC 18 empresas jornalísticas, sendo 11 sociedades por quotas, cinco sociedades unipessoais e duas sociedades anónimas.

Fig. 4 – Empresas jornalísticas inscritas no Registo da ERC, em 2009

Sociedades unipessoais	
1	Desportotal - Sociedade de Comunicação, Unipessoal, Lda
2	Empresa de Comunicação Infinita, Unipessoal, Lda
3	Intermagia - Comunicação Unipessoal, Lda
4	Verbos & Letras - Edições Multimédia Unipessoal, Lda
5	Wondermédia, Unipessoal, Lda
Sociedades por quotas	
1	A Terra Minhota - Jornal e Tipografia, Lda
2	Catálogo de Letras, Lda
3	Edit.Set.Go!, Lda
4	Gritar ao Mundo - Comunicação de Qualidade, Lda
5	IBPress, Lda
6	Monitorius, Lda
7	Navega Aqui - Publicações, Lda
8	Papel de Carta Edições, Lda
9	Publicarte, Edições Periódicas, Lda
10	Tamanho das Palavras, Lda
11	Tãmegapress - Comunicação e Multimédia, Lda
Sociedades anónimas	
1	Sojormédia Capital, SA
2	Sojormédia Norte, SA

Fig. 3 – Inscrições de publicações periódicas por distrito no triénio 2007/2009

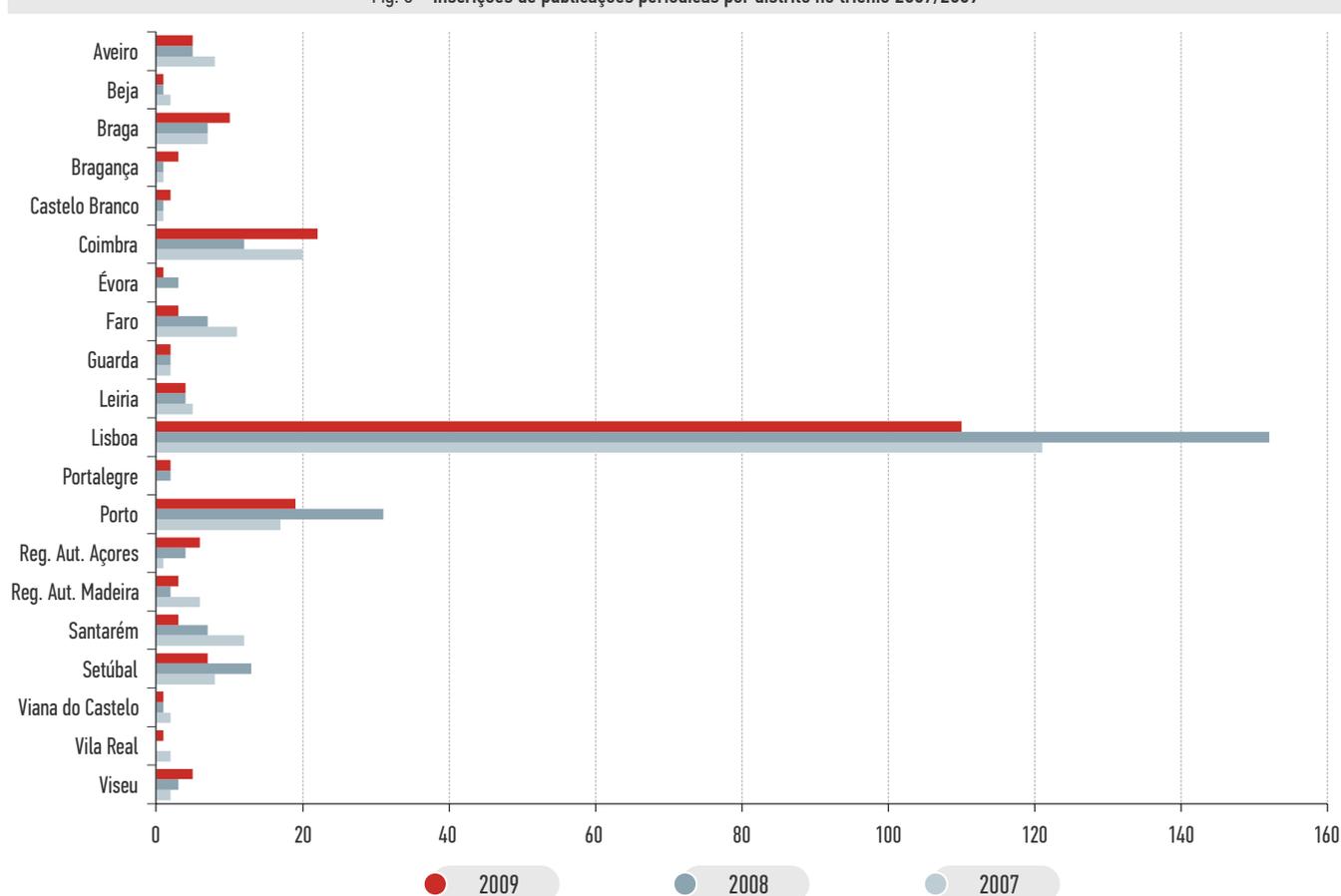
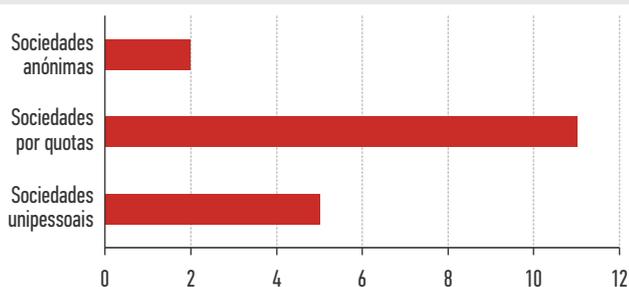


Fig. 5 – Inscrições de empresas jornalísticas/tipos societários



c) Empresas noticiosas

Em 2009, procederam ao seu registo duas novas empresas noticiosas:

- ▶ Slideshow, Unipessoal, Lda.
- ▶ Atlantico Press Comunicação e Imagem, Lda.

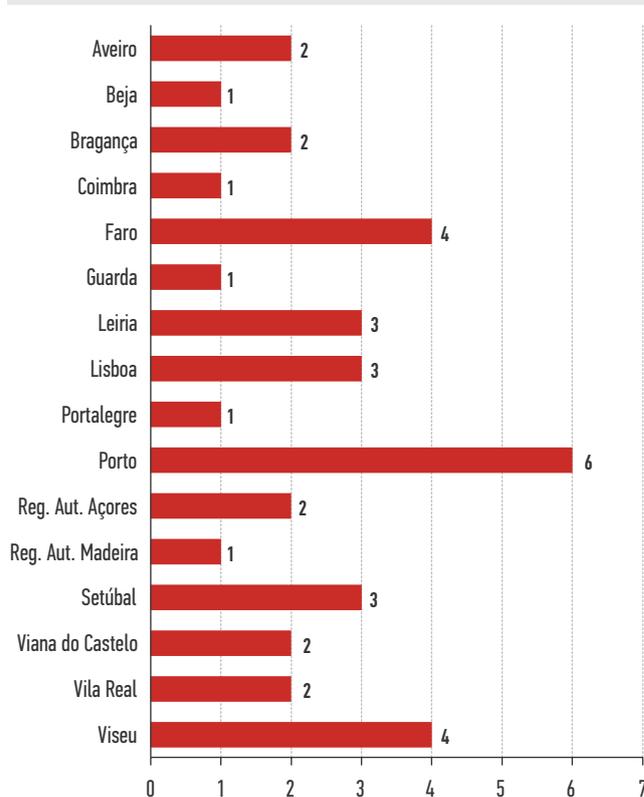
Fig. 6 – Operadores radiofónicos registados em 2009, por concelho

Distrito do licenciamento	Empresas Noticiosas
Aveiro	RCV - Rádio Central do Vouga, Lda Saldida FM - Rádio, Informação e Cultura, CRL
Beja	Rádio Praia, CRL
Bragança	Rádio Bragançana R.B.A., CRL Rádio Planalto, CRL
Coimbra	Flor do Éter Radiodifusão, Lda
Faro	Antena Dez - Rádio Santo António, Lda Rádio Atlântico Sul - Radiodifusão, Espectáculos e Publicidade, Lda RR - Rádio Restauração, CRL TSF - Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, CRL
Guarda	Rádio Elmo, Lda
Leiria	Emissora Regional Rádio Batalha, CRL Hora H - Agência de Comunicação, Unipessoal, Lda MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda
Lisboa	Lezíria - Comunicação Social, SA Rádio Horizonte Tejo - Radiodifusão, Comunicação e Meios, Unip., Lda RO - Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda
Portalegre	Rádio Tempos Livres, CRL
Porto	Drums - Comunicações Sonoras, SA ERA - Emissora Regional de Amarante, Lda Moviface - Meios Publicitários, Lda NRT Norte - Rádio e Televisão, Lda Rádio Clube de Gondomar Serviço de Radiodifusão Local, Unip., Lda SIRS - Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, SA
Reg. Aut. Açores	Cooperativa do Ramo de Cultura Denominada Ecos do Norte, CRL Sociedade de Radiodifusão Graciosense, Lda
Reg. Aut. Madeira	Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal, Lda
Setúbal	Lusocanal - Radiodifusão, Lda Rádio MiraSado, Cooperativa Cultural de Animação Radiofónica, CRL RS - Rádio Seixal, Lda
V. do Castelo	Associação Cultural, Recreativa e Desportiva Inês Negra Rádio Cultural de Cerveira - Cooperativa de Radiodifusão, CRL
Vila Real	Cooperativa Cultural Pala Pinta, CRL Rádio Clube Aguiarense, CRL
Viseu	Cooperativa de Informação e Divulgação Rádio Amador de Canas de Senhorim, CRL Rádio Club de Armamar Produções Radiofónicas, Unipessoal, Lda Rádio Voz de Mangualde, CRL Soncentro Emissora de Rádio, Lda

d) Operadores Radiofónicos

Foram registados 38 operadores radiofónicos, resultado da verificação de registo no âmbito do processo de renovação do licenciamento dos operadores.

Fig. 7 – Operadores radiofónicos registados em 2009, por concelho



e) Operadores de televisão e serviços de programas televisivos

Foram registados dois novos operadores e três novos serviços de programas.

f) Operadores de distribuição

Procedeu-se à inscrição de oito operadores de distribuição.

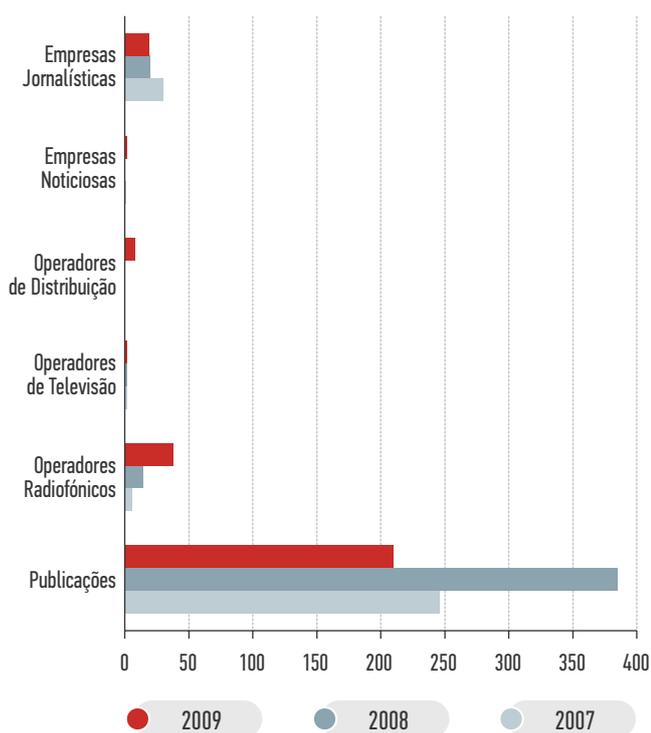
g) Serviços de programas transmitidos exclusivamente pela internet

Deram entrada na ERC 15 pedidos de registo de Serviços de Programas transmitidos exclusivamente pela internet, os quais, no final do ano, se encontravam pendentes para decisão.

Fig. 8 – Inscrições no triénio 2007/2009

Inscrições	2007	2008	2009
Empresas Jornalísticas	30	20	19
Empresas Noticiosas	1	0	2
Operadores de Distribuição	0	0	8
Operadores de Televisão	2	2	2
Operadores Radiofónicos	6	14	38
Publicações	246	385	210
Total	285	421	279

Fig. 9 – Inscrições no triénio 2007/2009



3.2. AVERBAMENTOS

Pretendendo-se que o Registo da ERC espelhe fidedignamente a realidade do sector, torna-se fundamental que as alterações que sobrevenham aos elementos inicialmente registados sejam averbadas assim que ocorram.

Visando garantir esta actualidade do registo, o legislador determinou, pelo artigo 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, que o averbamento das alterações verificadas relativamente a qualquer elemento de registo deverá ser requerido no prazo máximo de 30 dias após a sua verificação.

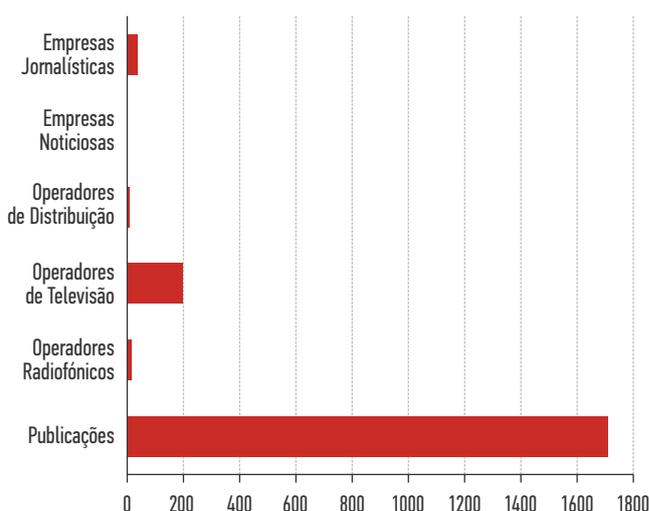
Os elementos obrigatórios de registo relativamente a cada um dos meios e órgãos de comunicação social estão elencados em anexo.

Em 2009 foram averbadas 1971 alterações aos elementos de registo (figs. 10 e 11).

Fig. 10 – Averbamentos efectuados em 2009/por órgãos e meios

Averbamentos	
Tipo de registo	N.º
Empresas Jornalísticas	39
Empresas Noticiosas	1
Operadores de Distribuição	8
Operadores de Radiodifusão	198
Operadores de Televisão	15
Publicações	1710
Totais	1971

Fig. 11 – Averbamentos efectuados em 2009/por órgãos e meios



3.3. ACTOS REGISTAIS DE CONVERSÃO

O registo das publicações periódicas é provisório por natureza, convertendo-se em definitivo mediante apresentação do primeiro exemplar publicado no prazo máximo de 90 dias (cfr. artigo 15.º do DR n.º 8/99, de 9 de Junho).

Caso não seja requerida a conversão da inscrição provisória ou caso o exemplar apresentado para o efeito desrespeite a sinopse do projecto inicial, a inscrição provisória não será convertida em definitiva e caducará, conforme prescrito pelos números 3 e 4 do artigo 15.º do DR n.º 8/99, de 9 de Junho.

Em 2009 foram convertidas 163 inscrições provisórias em definitivas, tendo caducado 26 registos relativos a projectos editoriais que não chegaram a concretizar-se.

3.4. ACTOS DE CANCELAMENTO OFICIOSO

Tendo presente que o registo pretende plasmar a realidade do sector da comunicação social, é preocupação essencial da ERC obstar à existência de registos sem efectiva correspondência material.

Para responder a esta questão, na medida em que, ao contrário do desejável, os proprietários dos média raramente trazem ao Registo a notícia do fim de edição das suas publicações, ou do termo de actividade da sua empresa, o legislador dotou o Registo da figura do cancelamento oficioso das inscrições (cfr. artigos 22.º e 38.º do DR n.º 8/99, de 9 de Junho).

O cancelamento oficioso opera sempre que uma publicação cesse de ser editada (desrespeitando a periodicidade com que

foi inscrita), que uma empresa jornalística ou noticiosa deixe de ter actividade ou, ainda, sempre que uma empresa jornalística deixe de ser proprietária de qualquer publicação periódica, perdendo, assim, a qualidade legal de empresa jornalística.

Nos casos das actividades sujeitas a licenciamento ou autorização, o registo é oficiosamente cancelado em caso de cessação

da validade da licença ou da autorização (artigo 32.º do DR n.º 8/99, de 9 de Junho).

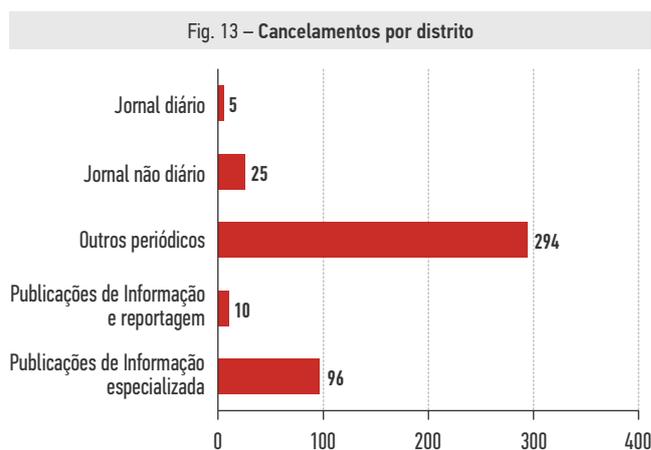
3.5. CANCELAMENTOS OPERADOS EM 2009

No ano de 2009, constatou-se o fim de edição de 430 publicações periódicas e a cessação de actividade de 17 empresas jornalísticas.

Fig. 12 – Cancelamentos por distrito

Cancelamento por distritos/tipo de publicações			
Distrito	N.º	Tipo de publicação	N.º
Aveiro	9	Jornais não diários	2
		Outros periódicos	7
Beja	3	Outros periódicos	3
		Jornais não diários	1
Braga	19	Publicações de informação e reportagem	3
		Publicações de informação especializada	4
		Outros periódicos	11
Bragança	3	Publicações de informação e reportagem	1
		Outros periódicos	2
Castelo Branco	6	Publicações de informação especializada	1
		Outros periódicos	5
Coimbra	39	Jornais não diários	3
		Publicações de informação especializada	6
Évora	7	Outros periódicos	30
		Jornais não diários	1
Faro	10	Publicações de informação especializada	2
		Outros periódicos	4
Guarda	2	Publicações de informação especializada	1
		Outros periódicos	9
Leiria	12	Outros periódicos	2
		Jornais não diários	3
		Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	4
Lisboa	234	Outros periódicos	4
		Jornais diários	1
		Jornais não diários	7
		Publicações de informação e reportagem	2
		Publicações de informação especializada	67
Portalegre	6	Outros periódicos	157
		Publicações de informação especializada	1
Porto	23	Outros periódicos	5
		Jornais diários	3
		Jornais não diários	2
		Publicações de informação especializada	4
Reg. Aut. Açores	3	Outros periódicos	14
		Outros periódicos	3
Reg. Aut. Madeira	5	Outros periódicos	5
		Jornais não diários	3
		Publicações de informação especializada	2
Santarém	13	Outros periódicos	8
		Jornais diários	1
		Jornais não diários	2
Setúbal	20	Publicações de informação e reportagem	1
		Publicações de informação especializada	3
		Outros periódicos	13
		Publicações de informação especializada	1
Viana do Castelo	3	Outros periódicos	2
		Publicações de informação e reportagem	1
Vila Real	5	Outros periódicos	4
		Jornais não diários	1
Viseu	8	Publicações de informação e reportagem	1
		Outros periódicos	6
Total	430		430

a) Cancelamentos de registos de publicações periódicas (figs. 12 e 13).



4. CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS – – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS, EMPRESAS JORNALÍSTICAS, EMPRESAS NOTICIOSAS, OPERADORES DE RÁDIO, OPERADORES DE TELEVISÃO E OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

O Universo dos Registos dos Órgãos e Meios de Comunicação Social inclui, em 2009, um total de 3732 inscrições activas, distribuídas pelas várias categorias registais (figs. 14 e 15).

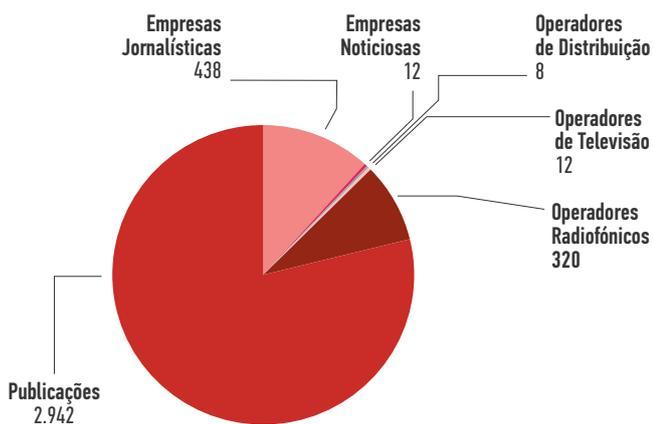
4.1. PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

Em 2009, foram editadas 2942 publicações, sendo 56 jornais diários e 573 jornais não diários (fig. 16).

Fig. 14 – Total de registos activos em 2009

Registos Activos		
Tipo de registo	N.º	%
Empresas Jornalísticas	438	11,74
Empresas Noticiosas	12	0,32
Operadores de Distribuição	8	0,21
Operadores de Televisão	12	0,32
Operadores Radiofónicos	320	8,57
Publicações	2.942	78,83
Total	3.732	100,00

Fig. 15 – Total de registos activos em 2009



Quanto ao seu conteúdo, verifica-se a edição de 2250 publicações de informação especializada e 63 de informação geral (figs. 17 e 18).

4.2. EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Neste momento, encontram-se activas 438 empresas jornalísticas, sendo 317 sociedades por quotas, 40 unipessoais, 51 sociedades anónimas, seis associações e 24 cooperativas de responsabilidade limitada.

4.3 EMPRESAS NOTICIOSAS

Em 2009, operavam em Portugal 12 empresas noticiosas, de acordo com a distribuição geográfica demonstrada na figura 19.

Fig. 16 – Publicações diárias e não diárias

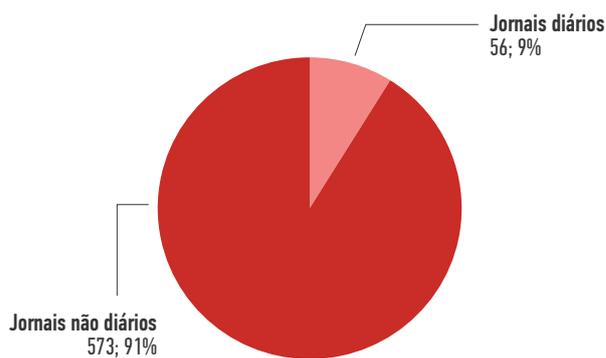


Fig. 17 – Publicações de informação especializada

Classificações	Totais
Femininas, masculinas e familiares	55
Inf. científica e técnica	184
Inf. histórica e geográfica	8
Infância, juv., BD e imp. ilustrada	49
Informação e reportagem	63
Jornais diários	56
Jornais não diários	573
Não classificados	614
Outros	1.037
Políticas, filosóficas, rel. e culturais	162
Radiotelevisão e cinema	12
Turismo, lazer e desportos	129
Total	2.942

4.4. OPERADORES RADIOFÓNICOS

Relativamente aos operadores radiofónicos, salienta-se o aumento do número de registos ocorrido em 2009, tendo 38 operadores regularizado a sua situação registal, sendo agora 320 os operadores e 391 os serviços de programas registados.

Fig. 18 – Publicações de informação especializada

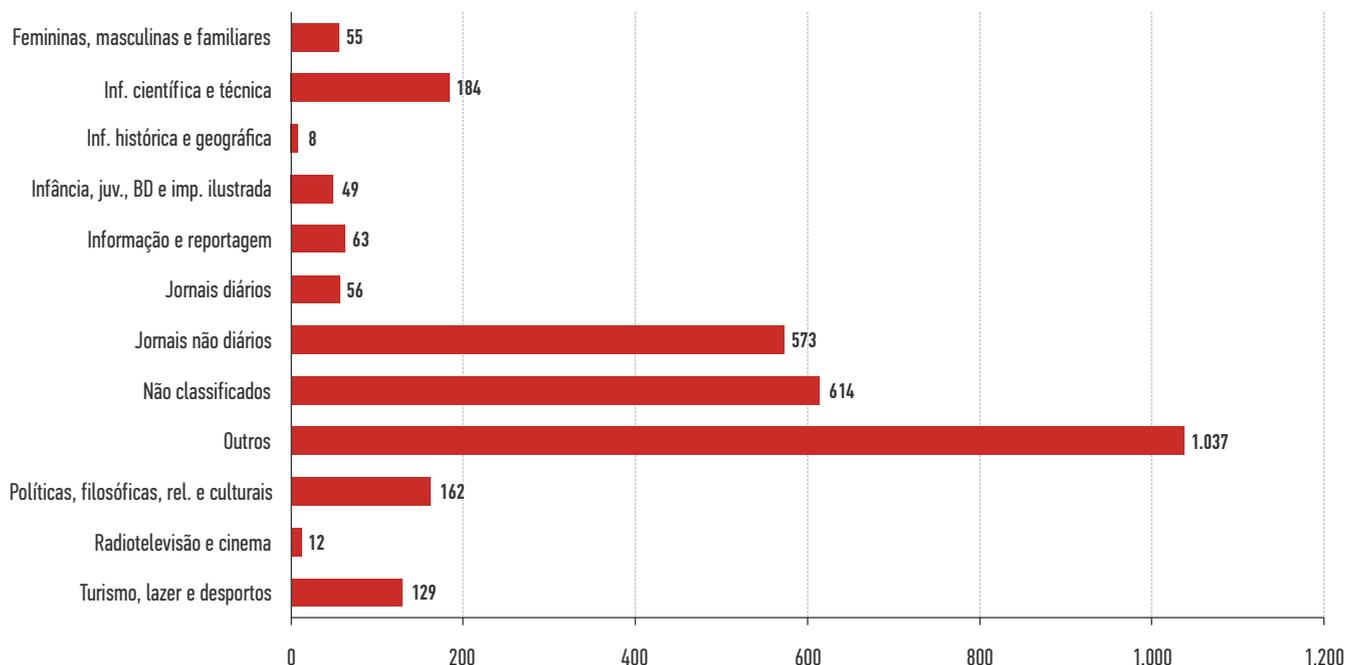
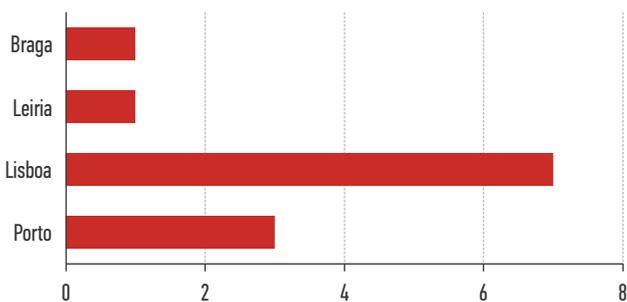


Fig. 19 – Empresas noticiosas a operar em Portugal, por localização geográfica



4.5. OPERADORES DE TELEVISÃO

Presentemente, encontram-se inscritos 13 operadores e 42 serviços de programas (32 classificados como generalistas e dez como temáticos).

4.6. OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Este ano, apresentaram-se a registo os oito operadores de distribuição que se enunciam:

- ▶ Cabo Televisão – Televisão por Cabo, SA
- ▶ PT Comunicações, SA
- ▶ STV, Sociedade de Telecomunicações do Vale do Sousa, SA
- ▶ Uniteldata – Telecomunicações, SA
- ▶ Vodafone Portugal – Comunicações Sociais, SA
- ▶ Zon TV Cabo Açoreana, SA
- ▶ Zon TV Cabo Madeira, SA
- ▶ Zon Portugal, SA

4.7. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DISTRIBUÍDOS PELA INTERNET

Em 2009, deram entrada na ERC 25 pedidos de registo de serviços de programas distribuídos pela internet, os quais, no final do ano, ainda se encontravam em fase instrutória.

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Em 2009, verifica-se um decréscimo na criação de novas publicações periódicas nacionais, passando de 258 em 2008 para 210 em 2009.

Este decréscimo é especialmente significativo nos distritos de Lisboa (de 152 para 110), do Porto (de 31 para 19), de Santarém (de sete para três) e de Faro (de sete para três).

Deve, no entanto, salientar-se o crescimento expressivo nos distritos de Coimbra (de 12 para 22), de Braga (de sete para dez) e de Bragança (de um para três). Também em sede de publicações editadas por entidades públicas, é notória a depressão do mercado, tendo apenas surgido 17 novas anotações contra as 127 requeridas no passado ano.

No respeitante à regularização da situação registal dos operadores radiofónicos, a nota é positiva, devido, em parte, ao facto de muitos operadores se encontrarem em fase de renovação dos seus alvarás, o que determinou que se verifique a inscrição de 38 novos operadores.

Sendo a actualização e fidedignidade do registo uma preocupação constante da ERC, em 2009 foram cancelados 430 registos de publicações periódicas já sem edição efectiva e 17 inscrições de empresas jornalísticas por terem cessado a sua actividade editorial.

Saliente-se a entrada de um novo tipo registal, os operadores de distribuição, tendo, durante o ano de 2009, sido oito os operadores que vieram junto da ERC regularizar a sua situação.

Também os serviços de programas transmitidos exclusivamente pela internet surgem em força em 2009, encontrando-se, no final do ano, 15 procedimentos administrativos em sede instrutória.

Anexo 1

ELEMENTOS DE REGISTO:

- ▶ **Publicações periódicas** – título, periodicidade, sede de redacção, nome do director, nome ou denominação da entidade proprietária e sua forma jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome e nacionalidade do editor.
 Importa salientar que a alteração de todos os elementos de registo está na livre disponibilidade dos particulares, com excepção da alteração do título/logótipo, a qual está dependente de autorização da ERC (n.º 1 do artigo 17.º do DR n.º 8/99).
- ▶ **Empresas jornalísticas** – denominação da empresa e sua forma jurídica, capital social e relação discriminada dos seus titulares e identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 2 do artigo 17.º do DR n.º 8/99).
- ▶ **Empresas noticiosas** – nome ou denominação da entidade proprietária e sua forma jurídica, sigla utilizada, domicílio ou sede da entidade proprietária, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais e nome do director de informação (artigo 24.º do DR n.º 8/99).
- ▶ **Operadores de rádio** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, identificação dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, localização das instalações das estações emisoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas, data de emissão da licença e respectivas renovações e identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão.
 Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio são oficiosamente efectuados pela ERC (artigo 28.º do DR n.º 8/99).
- ▶ **Operadores de televisão** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, identificação dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, classificação dos serviços de programas, data de emissão da licença e respectivas renovações.
 Também aqui os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio são oficiosamente efectuados pela ERC (artigo 33.º do DR n.º 8/99, de 9 de Junho).
- ▶ **Operadores de distribuição** – identificação e sede do operador, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, identificação dos serviços de programas que compõem a sua oferta e respectiva ordenação e data e prazo da licença (artigo 36.º-A do DR n.º 8/99, com as alterações introduzidas pelo DR n.º 2/09, de 27 de Janeiro).
- ▶ **Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet** – designação do serviço de programas, identificação do proprietário e respectivo domicílio/sede e titulares dos órgãos sociais (artigo 5.º do DR n.º 8/99, com as alterações introduzidas pelo DR n.º 2/09, de 27 de Janeiro e n.º 8 do artigo 13.º da Lei n.º 27/07, de 30 de Julho).

IV. Direito de Resposta e de Rectificação

I. DOCTRINA DA ERC SOBRE DIREITO DE RESPOSTA

1. Tal como se referiu nos Relatórios de 2007 e 2008, o direito de resposta e rectificação é um direito fundamental, consagrado constitucionalmente (art. 37.º, n.º 4, CRP). Este direito encontra a sua génese na colisão de outros dois direitos fundamentais: de um lado a liberdade de imprensa, do outro o direito ao bom nome e reputação. E existe na esfera da pessoa, singular ou colectiva, objecto de referências, directas e indirectas, que possam afectar a sua reputação e boa fama (art. 24.º, n.º 1, da Lei de Imprensa – LI). O direito de rectificação existe sempre que tenham sido feitas referências factuais inverídicas ou erróneas. Concomitantemente, o direito de resposta (em sentido amplo quando abrange os direitos de resposta e de rectificação) constitui, na esfera da publicação periódica, a obrigação de difusão de uma réplica a ela exterior, com relevo equivalente à notícia que lhe deu origem (art. 26.º, n.º 3, LI).

2. Ainda que integrado na liberdade de expressão e informação, o exercício do direito de resposta implica, necessariamente, um condicionamento da liberdade editorial (enquanto elemento integrante da liberdade de imprensa), por impor a publicação de um texto em determinado jornal ou publicação. Compreende-se, por isso, que o seu exercício fique condicionado à verificação de determinados pressupostos e requisitos, de fundo e de forma.

3. Estes últimos encontram-se materializados, essencialmente, nos artigos 25.º e 26.º, LI. O seu exercício depende do cumprimento de certo prazo, contenção do texto dentro de determinados limites, exclusão de expressões desproporcionadamente desprimorosas, existência de uma relação directa e útil com o texto respondido, etc..

4. No ano de 2008, face ao elevado número de solicitações que lhe vinham sendo dirigidas neste domínio, o Conselho Regulador considerou que se impunha a adopção de uma Directiva sobre a publicação de textos de resposta e de rectificação na Imprensa, que clarificasse a doutrina que vinha sendo aprofundada e aplicada pela ERC. Essa Directiva – Directiva 2/2008 – foi adoptada em 12 de Novembro de 2008.

5. A Directiva 2/2008, disponível para consulta no *website* da ERC, assume-se como um instrumento de cariz prático colocado ao dispor dos órgãos de comunicação social e dos cidadãos. O

documento obedece a uma abordagem essencialmente pragmática, sendo os grandes temas relacionados com o direito de resposta, ao abrigo da Lei de Imprensa, analisados na perspectiva das dúvidas de interpretação jurídica concretas que mais frequentemente se suscitam nas relações entre os regulados e o público. Com base nas orientações que tem vindo a consolidar ao longo de três anos de experiência regulatória, sem esquecer a experiência legada pela Alta Autoridade para a Comunicação Social, a ERC expôs aquilo que constitui o seu entendimento relativamente a diversos aspectos duvidosos ao longo de sete capítulos sucessivos, a saber:

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

6. A Directiva, cuja publicação foi precedida de um período de consulta pública, logrou um acolhimento favorável pelos seus destinatários. As orientações nela constantes surgem, com frequência crescente, citadas, quer por regulados, quer por cidadãos, no âmbito de recursos contra situações de denegação ou cumprimento deficiente do dever de facultar o direito de resposta ou de rectificação.

7. Para além disso, é de crer que este documento tenha gerado um acrescido grau de segurança jurídica e de transparência do Direito aplicável, com repercussões positivas na prevenção de alguma da conflitualidade ligada ao instituto.

II. ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS RECURSOS DE DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO APRECIADOS PELA ERC EM 2009

1. NOTA PRÉVIA

Tendo em conta que os recursos em sede de direito de resposta e de rectificação possuem um peso significativo nas queixas, re-

clamações e outro tipo de solicitações dirigidas à ERC, o Conselho Regulador considerou, atentas as suas atribuições e competências, que as questões ligadas ao direito de resposta e de rectificação mereciam tratamento qualitativo e quantitativo. Daí ter sido introduzido, nos Relatórios de Regulação de 2007 e de 2008, um capítulo dedicado à análise de conteúdo dos recursos apresentados à ERC nesses anos, a que agora se dá continuidade relativamente a 2009.

O interesse desta análise reside no facto de ela permitir identificar um conjunto de elementos úteis para um conhecimento mais completo e rigoroso dos cidadãos e das entidades públicas e privadas que recorrem à ERC. Por um lado, permite caracterizar os meios de comunicação social sujeitos a regulação da ERC; por outro, fazer a caracterização sociográfica dos recorrentes.

O presente capítulo apresenta, assim, os resultados da análise qualitativa e quantitativa dos recursos de direito de resposta e de rectificação que foram objecto de deliberação do Conselho Regulador no ano de 2009.

Os dados de 2009 são analisados comparativamente a 2008 e a 2007.

2. METODOLOGIA

O *corpus* de análise é constituído pelos recursos analisados em 2009, que perfazem um total de 84, correspondendo cada um deles a uma unidade de análise. Trata-se, assim, de uma análise extensiva a todo o universo de recursos apreciados em 2009.

Por comodidade e economia de exposição, os termos “recurso” e “recorrente” são aqui empregues em sentido amplo, designando dois sub-universos – os casos de recurso, propriamente dito, em que o interessado pretende obter, do órgão de comunicação social visado, a prática de um acto diferente do ocorrido (ou da pura recusa de publicação da resposta ou rectificação); e aqueles em que a ERC é chamada a apreciar, em processo de queixa, o desrespeito de normas aplicáveis, em termos sobretudo sancionatórios (sem que essa intervenção corresponda, forçosamente, à denegação dos direitos de resposta ou de rectificação).

A análise é, como referido, de natureza qualitativa e quantita-

tiva e assenta num conjunto de variáveis, criadas especificamente para o direito de resposta e rectificação, as quais são objecto de tratamento em base de dados com recurso ao programa estatístico SPSS¹. A cada uma das variáveis corresponde um código identificador. Os códigos atribuídos são inscritos nos campos referentes a cada registo da base de dados. Cada variável pode incluir várias categorias.

São as seguintes as variáveis consideradas:

1. Data de entrada do recurso/queixa na ERC.
2. Data do artigo/peça que originou o recurso/queixa.
3. Tipo de meio de comunicação social visado.
4. Identificação do meio de comunicação social visado.
5. Periodicidade do meio de comunicação social visado.
6. Localidade/área geográfica do meio de comunicação social visado.
7. Tipologia/caracterização do recorrente/queixoso.
8. Motivo/fundamento do recurso/queixa (invocado pelo recorrente/queixoso).
9. Resposta/reacção/justificação/do recorrido face ao pedido do titular do direito.
10. Temática do artigo/peça que originou o recurso/queixa (segundo tipologia própria).
11. Género jornalístico do artigo/peça que originou o recurso/queixa.
12. Género do recorrente/queixoso.
13. Data da decisão da ERC.
14. Sentido da decisão da ERC.
15. Consequências da decisão da ERC.

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

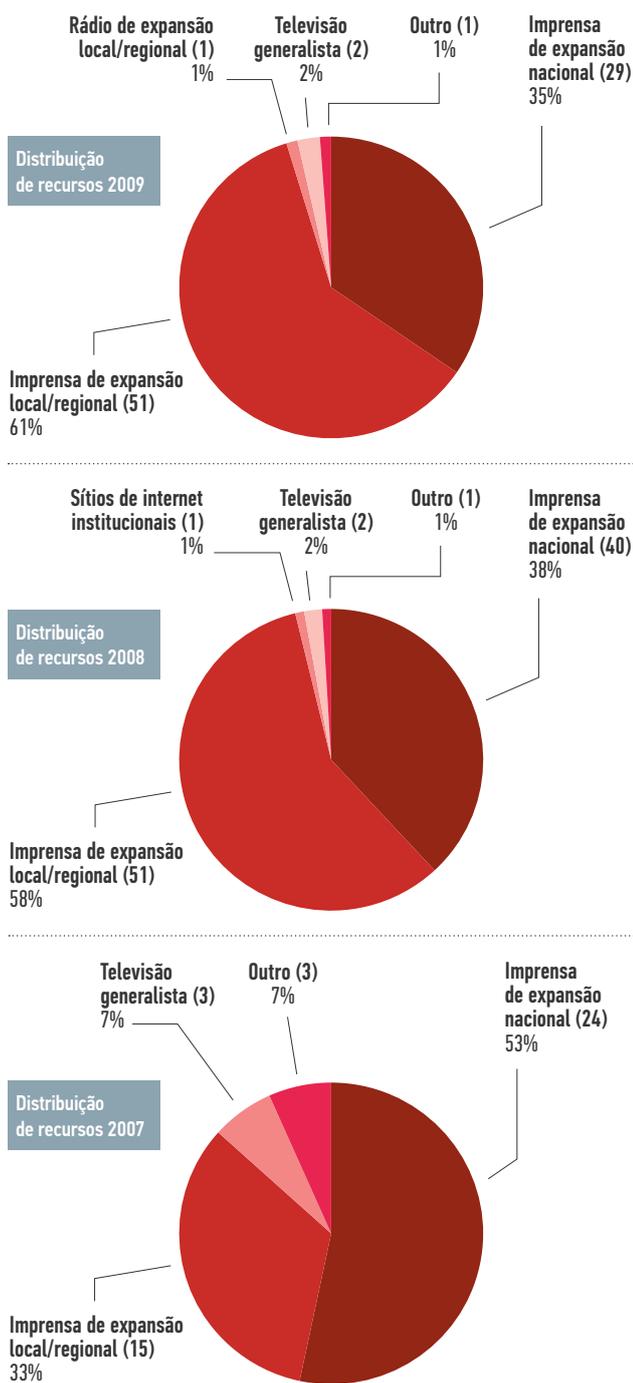
No ano de 2009, a ERC apreciou 84 recursos² de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre um total de 38 órgãos de comunicação social, sendo 81 relativos a *publicações periódicas*, dois a um *serviço de programas televisivo generalista*, de acesso não condicionado livre, e um a um *serviço de programas de radiodifusão*.

Trata-se de uma ligeira descida, quer no que respeita ao número de recursos de direito de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos, relativamente a 2008, continuando esses valores ainda muito acima dos verificados em 2007 (fig. 1).

¹ *Statistic Package for Social Science*

² Os 84 recursos apresentados em 2009 deram origem a 81 deliberações. Destas 81 deliberações, cinco são reclamações de publicações periódicas sobre decisões da ERC relativas a direitos de resposta, sendo uma do *Jornal Expresso* e as restantes do *Jornal O Coura*. Das 81 deliberações emitidas, uma corresponde a dois recursos de um mesmo requerente contra o mesmo órgão de comunicação social (Associação dos Órgãos de Comunicação Social do Algarve), embora incidindo em peças jornalísticas e motivos diferentes. Uma outra deliberação é de um mesmo requerente contra três órgãos de comunicação social, nomeadamente contra o *Jornal Albufeira*, *Jornal Correio Meridional* e *Jornal Gazeta do Salir*, sendo consideradas separadamente para efeitos estatísticos. Deste modo, o N total considerado é de 84 recursos.

Fig. 1 – Recursos de direito de resposta ou de rectificação por tipo de órgão de comunicação social em 2009, 2008 e 2007



Em 2009, tal como em 2007 e 2008, a grande maioria dos recursos tem como alvo a *imprensa* (96% dos recursos). Nesta, a de âmbito regional, alvo de 61% (51) dos recursos, é a que apresenta o número mais elevado.

A imprensa de âmbito *nacional* é alvo de 35% (29) dos recursos.

Apenas 2% (dois recursos) se dirigem à *televisão*, tendo como destinatários os serviços de programas dos operadores SIC e TVI (fig. 1).

Em 2009 surge, pela primeira vez, um recurso contra um serviço de programas de *radiodifusão* – Antena 1 Açores.

Fig. 2 – Identificação do órgão de comunicação social alvo de recurso (2007 a 2009)

Órgão de comunicação social recorrido	2009		2008	2007
	N.º de recursos	%	N.º de recursos	N.º de recursos
1 Jornal O Coura	14	16,7	1	
2 Jornal Barcelos Popular	10	11,9	9	1
3 Jornal Correio da Manhã	9	10,7	7	4
4 Jornal Expresso	5	6,0	5	2
5 Jornal Diário de Notícias da Madeira	4	4,8	3	
6 Jornal de Notícias	3	3,6	7	6
7 Jornal Público	3	3,6	5	5
8 Jornal da Madeira	2	2,4	1	2
9 Jornal Diário de Notícias	2	2,4	4	2
10 Jornal Labor	2	2,4		
11 Jornal Notícias de Albufeira	2	2,4		
12 Jornal O Mirante	2	2,4	3	1
13 Antena 1 Açores	1	1,2		
14 Jornal A Bola	1	1,2		
15 Jornal A Voz do Minho	1	1,2		
16 Jornal Correio do Minho	1	1,2	1	
17 Jornal Correio Meridional	1	1,2		
18 Jornal de Negócios	1	1,2		
19 Jornal Diário das Beiras	1	1,2		
20 Jornal Diário do Minho	1	1,2	1	1
21 Jornal Diário Económico	1	1,2		
22 Jornal Fórum da Quinta do Conde	1	1,2	2	
23 Jornal Gazeta das Caldas	1	1,2		
24 Jornal Gazeta do Salir	1	1,2		
25 Jornal Mirante	1	1,2		
26 Jornal Notícias de Vizela	1	1,2		
27 Jornal Nova Guarda	1	1,2		
28 Jornal O Ribatejo	1	1,2	2	
29 Jornal O Sol	1	1,2	4	
30 Jornal Reconquista	1	1,2		
31 Jornal Região de Pegões	1	1,2		
32 Jornal Sineense	1	1,2		
33 Revista dos Vinhos	1	1,2		
34 Revista O Veterano de Guerra	1	1,2		
35 Revista Plenitude	1	1,2		
36 Revista TV Guia	1	1,2		
37 SIC	1	1,2		
38 TVI	1	1,2		
Total	84	100		

N=84 (Número total de recursos analisadas em 2009)

A Figura 2 identifica os órgãos de comunicação social objecto de recurso de direito de resposta apreciados pela ERC em 2009. Dos 84 recursos, três publicações periódicas – O Coura (16,7%, 14 recursos, mais 13 que em 2008), o Barcelos Popular (11,9%, dez recursos, mais um que em 2008), ambos publicações periódicas de âmbito regional, e o Correio da Manhã (10,7%, nove recursos, mais dois que em 2008) – representam 39,3% da totalidade dos recursos apresentados à ERC em 2009.

Seguem-se o semanário Expresso, com o mesmo número de recursos que em 2008 (cinco recursos, 6%), e o Diário de Notícias da Madeira, com quatro recursos, mais um que em 2008 (4,8%). A Figura 2 mostra que, em 2009, se verificou maior dispersão

dos recursos de direito de resposta do que em 2008 e 2007, verificando-se que a maioria dos novos recorridos são publicações periódicas de âmbito regional.

Por outro lado, publicações periódicas de âmbito nacional, como o Diário Económico, o Jornal de Negócios, A Bola e a Revista

TV Guia, foram, em 2009, pela primeira vez desde 2007, objecto de recurso de direito de resposta.

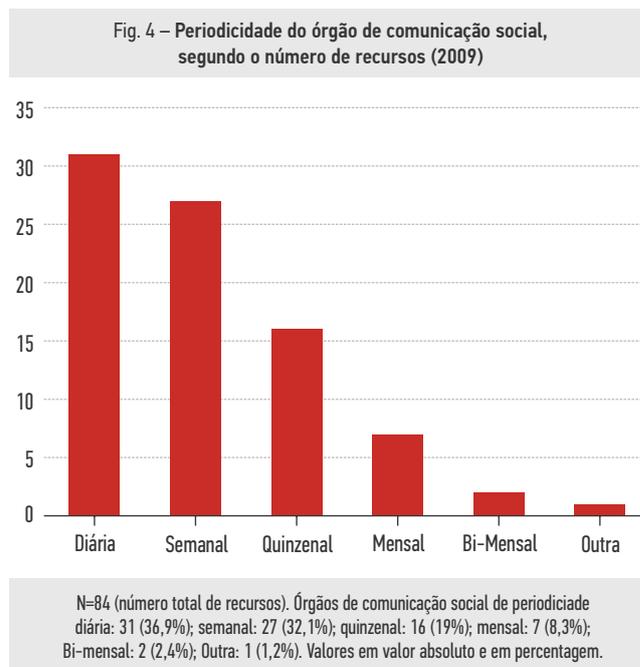
A Figura 3 mostra a distribuição geográfica dos órgãos de comunicação social objecto de recurso de direitos de resposta e de rectificação.

Fig. 3 – Distribuição dos recursos por publicação e por distrito / área geográfica (2009)

Área geográfica	OCS	Número de recursos	Total por área geográfica
Nacional genérico	Jornal A Bola	1	31
	Jornal Correio da Manhã	9	
	Jornal de Negócios	1	
	Jornal de Notícias	3	
	Jornal Diário de Notícias	2	
	Jornal Diário Económico	1	
	Jornal Expresso	5	
	Jornal O Sol	1	
	Jornal Público	3	
	Revista dos Vinhos	1	
	Revista Plenitude	1	
	Revista TV Guia	1	
	SIC	1	
TVI	1		
Total nacional genérico			31
Viana do Castelo	Jornal O Coura	14	14
Total Viana do Castelo			
Braga	Jornal A Voz do Minho	1	15
	Jornal Barcelos Popular	10	
	Jornal Correio do Minho	1	
	Jornal Diário do Minho	1	
	Jornal Notícias de Vizela	1	
	Revista O Veterano de Guerra	1	
Total Braga			15
Aveiro	Jornal Labor	2	2
Total Aveiro			2
Guarda	Jornal Nova Guarda	1	1
Total Guarda			
Coimbra	Jornal Diário das Beiras	1	2
	Jornal Mirante	1	
	Total Coimbra		
Castelo Branco	Jornal Reconquista	1	1
Total Castelo Branco			
Leiria	Jornal Gazeta das Caldas	1	1
Total Leiria			
Santarém	Jornal O Mirante	2	3
	Jornal O Ribatejo	1	
	Total Santarém		
Setúbal	Jornal Fórum da Quinta do Conde	1	3
	Jornal Região de Pegões	1	
	Jornal Sineense	1	
Total Setúbal			3
Faro	Jornal Notícias de Albufeira	2	4
	Jornal Correio Meridional	1	
	Jornal Gazeta do Salir	1	
Total de Faro			4
Açores	Antena 1 Açores	1	1
Total Açores			
Madeira	Jornal da Madeira	2	6
	Jornal Diário de Notícias da Madeira	4	
Total Madeira			6
Total Geral		84	

Para além das publicações de informação geral de âmbito nacional, na qual se incluem publicações generalistas, especializadas e operadores de televisão, é nos distritos de Braga e de Viana do Castelo que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos (15 em Braga e 14 em Viana do Castelo, tendo os recursos, neste último distrito, como alvo apenas uma publicação, o Coura).

De salientar o facto da Região Autónoma da Madeira ter passado de quatro recursos em 2008 para seis recursos em 2009, quatro do Diário de Notícias da Madeira e dois do Jornal da Madeira.



A Figura 4 mostra a distribuição dos recursos segundo a periodicidade do órgão de comunicação social visado, verificando-se que, em 2009, tal como em 2007, a maioria dos recursos (31) tem como alvo órgãos de comunicação social de periodicidade diária. Trata-se, maioritariamente, de publicações periódicas de informação geral e de âmbito nacional, ao contrário de 2008, em que a maioria dos recursos teve como alvo publicações periódicas de âmbito regional.

A Figura 5 refere-se à caracterização do recorrente/queixoso. Numa primeira leitura, a análise desta variável permite saber quem apresenta recurso por denegação ou deficiente cumprimento dos direitos de resposta e de rectificação.

Fig. 5 – Tipologia / Caracterização do recorrente

Recorrente / queixoso	N.º de recursos	%
Cidadão Anónimo	29	34,5
Pessoa Colectiva Privada	15	17,9
Autarca	6	7,1
Outro	5	6,0
Partido Político	5	6,0
Pessoa Colectiva Pública	5	6,0
Dirigente Partidário / Deputado	4	4,8
Figura Pública	3	3,6
Profissional da Comunicação Social	3	3,6
Funcionário da Administração Pública ou de Organismo Oficial	2	2,4
Governo Região Autónoma	2	2,4
Membro do Governo Nacional	2	2,4
Autarquia	1	1,2
Funcionário de Instituição Privada	1	1,2
Vários	1	1,2
Total	84	100,0

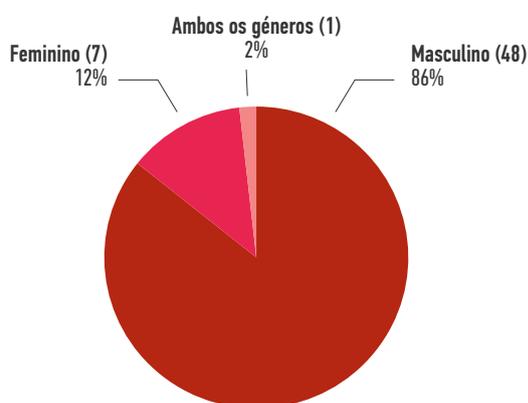
N= 84 (Número de recursos)

Os dados da Figura 5 mostram que, em 2009, os *Cidadãos anónimos* representaram 34,5% dos recorrentes (29 recursos) – a maioria relativa dos recorrentes – seguindo-se *Pessoa colectiva privada* que representa 17,9% dos recorrentes (15 recursos), a segunda categoria de recorrentes.

Agregando, porém, as categorias de recorrentes oriundos do campo político-partidário – *Autarcas* (seis, 7,1%), *Autarquias* (dois, 1,2%), *Partido Político* (cinco, 6%), *Dirigente partidário/deputado* (quatro, 4,8%), *Governo Nacional* (dois, 2,4%) e *Membro do Governo de Região Autónoma* (dois, 2,4%) –, atinge-se o valor de 23,9% (20 recorrentes), contra 36,2% (38) em 2008, o que significa que os membros do campo político-partidário representam, em conjunto, em 2009, a segunda categoria de recorrentes.

De notar que, em 2007, 2008 e 2009, os *Cidadãos anónimos* são sempre a primeira categoria de recorrentes, embora em 2007

Fig. 6 – Género do recorrente (2009)



N=84 (número de recursos). O indicador *Género do recorrente* não é aplicável às categorias *pessoa colectiva privada e pública*, *partido político*, *governo da região autónoma e autarquia*

e 2008 os recorrentes pertencentes ao campo político-partidário, quando tomados em conjunto, ultrapassassem os cidadãos anónimos, ocupando a primeira categoria de recorrentes.

A situação altera-se em 2009 em que os *Cidadãos anónimos* permanecem como primeira categoria de recorrentes, ultrapassando os recorrentes pertencentes ao campo político-partidário, mesmo tomados em conjunto.

A Figura 6 mostra que a grande maioria dos recursos foi apresentada por recorrentes/queixosos do *género masculino* (86%), enquanto 12% são do *género feminino*. 2% dos recursos foram apresentados, conjuntamente, por pessoas dos dois géneros.

Este dados revelam-se úteis na caracterização sociográfica dos recorrentes/queixosos que, nos anos de 2007 e 2008, tal como em 2009, foram sobretudo indivíduos do género masculino.

Fig. 7 – Temática dos artigos/peças alvo de recurso (2007 a 2009)

Temática	2009		2008	2007
	Frequência	%	Frequência	Frequência
Eleições	1	1,19		
Actividades de Autarquias	14	16,67	27	14
Actividades de Órgãos Regionais	4	4,76	3	
Escândalo/Irregularidades Políticas	3	3,57	8	1
Actividades da Administração Pública	1	1,19	1	1
Políticas do Governo para a Saúde	1	1,19	4	
Políticas do Governo para a Defesa, Forças Armadas	1	1,19		
Políticas do Governo para a Família	1	1,19		
Outros Assuntos Comunitários	1	1,19		
Crimes	1	1,19		
Actividades Policiais	2	2,38	2	
Outros Ordem Interna	8	9,52	1	
Funcionamento do Sistema Judicial	2	2,38		
Casos de Justiça	8	9,52	5	4
Outros Sistema Judicial	1	1,19	7	
Empresas e Negócios	1	1,19		
Outros Economia, Finanças e Negócios	1	1,19	1	1
Políticas Laborais das Empresas / Empresários	1	1,19		
Funcionamento do Sistema Educativo	3	3,57	2	
Outros Educação	1	1,19	2	
Outros Saúde e Acção Social	1	1,19	1	
Habituação	1	1,19		
Obras Públicas	4	4,76		
Ordenamento do Território	2	2,38		
Outros Urbanismo	2	2,38		
Outros Cultura	1	1,19	2	1
Outros Comunicação	4	4,76		
Outros Desporto	1	1,19		
Comportamentos Sociais	2	2,38	3	1
Casos de interesse Humano	1	1,19	1	1
Outros Sociedade	9	10,71	13	4
Total	84	100,0		

N= 84 (Número de recursos)

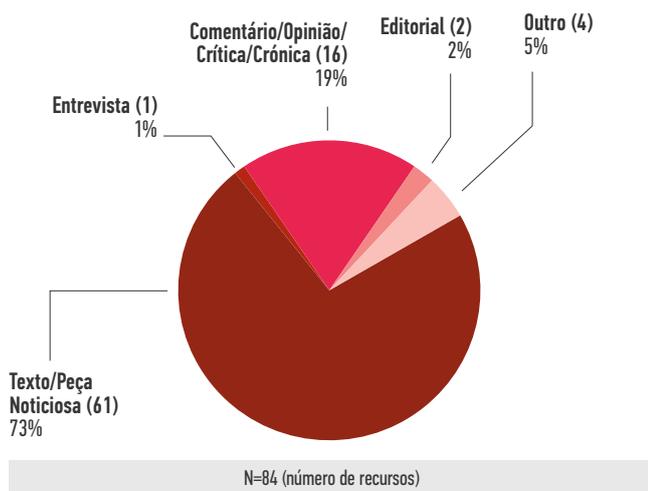
A Figura 7 identifica os *temas* dos artigos de imprensa e das peças audiovisuais que motivaram os recursos analisados pela ERC em 2009.

As temáticas ligadas às *Autarquias locais* são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação, representando 16,67% dos temas (25,7% em 2008). Seguem-se os temas *Casos de Justiça* (9,52%) e *Ordem Interna* (9,52%) que, juntamente com outros temas ligados ao *Sistema Judicial* (3,57%) e às *Actividades Policiais* (2,38%) atingem a percentagem de 24,99%, correspondendo à segunda categoria de recorrentes, encontrando-se as restantes categorias de temas a alguma distância (ver fig. 7).

De notar que, apesar de em 2009 se terem realizado três actos eleitorais, o tema *eleições* representa apenas 1,19% dos recursos apresentados à ERC.

Por outro lado, a hierarquia temática das peças que motivaram recursos em 2007 e 2008, no que respeita ao predomínio do tema *Actividades de Autarquias*, é idêntica à verificada em 2009, a mostrar a persistência de conflitualidade entre autarcas e órgãos de comunicação social relativamente a este instituto.

Fig. 8 – Género jornalístico das peças alvo de recurso (2009)



A análise do *género jornalístico*, isto é, do tipo/formato dos textos que originaram recursos de direito de resposta ou de rectificação, permite saber se são *peças noticiosas* (por definição baseadas em factos e sujeitas a tratamento jornalístico do órgão de comunicação social) ou *textos de opinião*, seja *comentário*, *crónica*, *crítica*, etc., (em geral, da autoria de colaboradores externos) ou *editorial* (da responsabilidade da direcção do órgão de comunicação social).

Os dados mostram que, em 2009, a grande maioria (73%) das peças alvo de recurso são *textos noticiosos* (57% em 2008), sendo 19% *textos de opinião*, seja *comentário*, *crónica*, *crítica*, etc.. A terceira categoria (5%) de textos pertence a géneros não clássicos, agrupados na categoria *outros* sob a forma de carta aberta, carta ao director, textos de humor, entre outros, valor bastante

inferior aos 12% deste género de textos que foram alvo de recurso de direito de resposta ou de rectificação em 2008.

Entre os textos que, em 2009, são alvo de recurso de direito de resposta ou de rectificação encontram-se dois editoriais (2%) e uma entrevista (1%).

De assinalar que o padrão identificado em 2009 quanto aos géneros jornalísticos dos textos que motivaram recursos de direito de resposta ou de rectificação é idêntico ao de 2007 e 2008.

Fig. 9 – Sentido da decisão da ERC (2009)

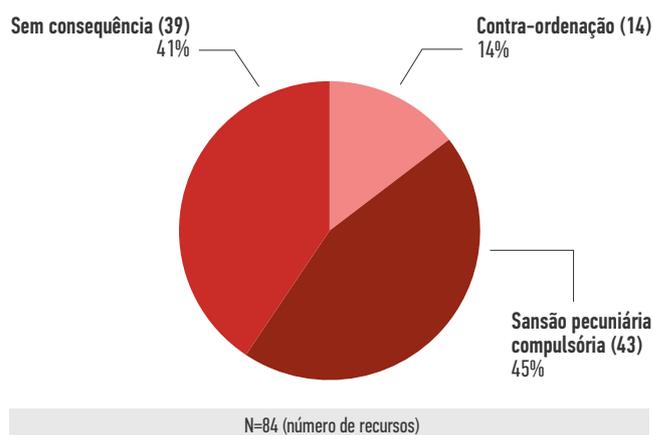
Decisão	N.º de recursos	%
Arquivamento (Decisão) por improcedência	18	21,4
Arquivamento por inutilidade superveniente	3	3,6
Arquivamento por desistência do recorrente	1	1,2
Arquivamento por falta de impulso processual	2	2,4
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de rectificação	33	39,3
Reconhecimento do direito de resposta e/ou de rectificação após reformulação do texto	15	17,9
Obrigação de republicação	9	10,7
Outra	3	3,6
Total	84	100,0

N= 84 (Número de recursos)

A Figura 9 mostra que, em 2009, na grande maioria das decisões (39,3%), o Conselho Regulador dá razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de rectificação* (25,7% em 2008). Em 17,9% dos recursos (31,4% em 2008), reconhece o direito mas obriga à *reformulação do texto* de resposta, e em 10,7% (19% em 2008) determina a republicação de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente).

Em 2009, 21,4% dos recursos (19% em 2008) têm decisão de arquivamento por improcedência e 3,6% (1% em 2008) por inutilidade superveniente.

Fig. 10 – Consequências da decisão nos recursos não sujeitos a arquivamento (2009)



Em 2009, nos recursos sobre os quais não recaiu a decisão de arquivamento, foi instaurado processo de *contra-ordenação* em 14 (14%), (11% em 2008) e decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 43 (45%), (8% em 2008). 39 recursos (41%) (80% em 2008) não tiveram consequências de natureza sancionatória.

Em 2009 não é adoptada qualquer recomendação em sede de direito de resposta ou de rectificação, ao contrário de 2007 e 2008 (uma recomendação em 2008; duas em 2007).

4. SÍNTESE CONCLUSIVA

1. No ano de 2009, a ERC apreciou 84 recursos de direito de resposta e de rectificação, os quais incidiram sobre um total de 38 órgãos de comunicação social, sendo 81 relativos a publicações periódicas, dois a um serviço de programas televisivo generalista, de acesso não condicionado livre, e um a um serviço de programas de radiodifusão.
2. Trata-se de uma ligeira descida, quer no que respeita ao número de recursos de direito de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos, relativamente a 2008, continuando esses valores ainda muito acima dos verificados em 2007.
3. Em 2009, tal como em 2007 e 2008, a grande maioria dos recursos tem como alvo a *imprensa* (96% dos recursos). Nesta, a de *âmbito regional*, alvo de 61% (51) dos recursos, é a que apresenta o número mais elevado. A *imprensa de âmbito nacional* é alvo de 35% (29) dos recursos.
4. Apenas 2% (dois recursos) se dirigem à *televisão*, tendo como destinatários os serviços de programas dos operadores SIC e TVI. Em 2009, surge, pela primeira vez, um recurso contra um serviço de programas de *radiodifusão* – Antena 1 Açores.
5. Dos 84 recursos, três *publicações periódicas* – O Coura (16,7%, 14 recursos, mais 13 que em 2008), o Barcelos Popular (11,9%, dez recursos, mais um que em 2008), ambos publicações periódicas de âmbito *regional*, e o Correio da Manhã (10,7%, nove recursos, mais dois que em 2008) – representam 39,3% da totalidade dos recursos apresentados à ERC em 2009.
6. Seguem-se o semanário Expresso, com o mesmo número de recursos que em 2008 (cinco recursos, 6%) e o Diário de Notícias da Madeira, com quatro recursos, mais um que em 2008 (4,8%).
7. Publicações periódicas de âmbito nacional, como o Diário Económico, o Jornal de Negócios, A Bola e a Revista TV Guia, são, em 2009, pela primeira vez desde 2007, objecto de recurso de direito de resposta.
8. Do ponto de vista geográfico, é nos distritos de Braga e de Viana do Castelo que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos em 2009 (15 em Braga e 14 em Viana do Castelo, tendo os recursos neste último distrito como alvo apenas uma publicação, o Coura).
9. A Região Autónoma da Madeira passa de quatro recursos em 2008 para seis recursos em 2009, quatro do Diário de Notícias da Madeira e dois do Jornal da Madeira.

10. Relativamente à *periodicidade* dos órgãos de comunicação social visados, em 2009, a maioria dos recursos (31) tem como alvo órgãos de comunicação social de *periodicidade diária*. Trata-se, maioritariamente, de *publicações periódicas de informação geral* e de *âmbito nacional*.

11. Em 2009, os *cidadãos anónimos* representam 34,5% dos recorrentes (29 recursos) – a maioria relativa dos recorrentes –, seguindo-se a *pessoa colectiva privada*, que representa 17,9% dos recorrentes (15 recursos), a segunda categoria de recorrentes.

12. Agregando, porém, as categorias de recorrentes oriundos do campo político-partidário – *Autarcas* (seis, 7,1%), *autarquias* (um, 1,2%), *partido Político* (cinco, 6%), *dirigente Partidário/Deputado* (quatro, 4,8%), *Governo Nacional* (dois, 2,4%) e *Membro do Governo de Região Autónoma* (-dois, 2,4%) –, atinge-se o valor de 23,9% (20 recorrentes), o que significa que os membros do campo político-partidário representam, em conjunto, em 2009, a segunda categoria de recorrentes.

13. As temáticas ligadas às *Autarquias Locais* são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação, representando 16,67% dos temas (25,7% em 2008). Seguem-se os temas *Casos de Justiça* (9,52%) e *Ordem Interna* (9,52%) que, juntamente com outros temas ligados ao *Sistema Judicial* (3,57%) e a *Actividades Policiais* (2,38%) atingem 24,99%, correspondendo à segunda categoria de recorrentes com as restantes categorias de temas a alguma distância.

14. De notar que, apesar de em 2009 se terem realizado três actos eleitorais, o tema eleições representa apenas 1,19% dos recursos apresentados à ERC.

15. Por outro lado, a hierarquia temática das peças que motivaram recursos no que respeita ao predomínio do tema *actividades das autarquias*, mostra a persistência de conflitualidade entre autarcas e órgãos de comunicação social relativamente a este instituto.

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

17. Em 2009, na grande maioria das decisões (39,3%), o Conselho Regulador dá razão ao recorrente, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de rectificação*. Em 17,9% dos recursos reconhece o direito mas obriga à *reformulação do texto* de resposta, e em 10,7% determina a *republicação* de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). 21,4% dos recursos tiveram decisão de arquivamento por improcedência e 3,6% por inutilidade superveniente.

18. Em 2009, nos recursos sobre os quais não recai a decisão de arquivamento, é instaurado processo de *contra-ordenação* em 14 (14%), decidida a possibilidade de aplicação de *sanção pecuniária compulsória* em 43 (45%). 39 recursos (41%) não tiveram consequências de natureza sancionatória.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



SONDAGENS

1. INTRODUÇÃO

Depois de um ano em que apenas ocorreu um acto eleitoral (Eleições Regionais dos Açores), como o de 2008, em que o número de sondagens e estudos de opinião realizados e depositados na Entidade Reguladora para a Comunicação Social foi significativamente inferior ao de períodos homólogos, perspectivava-se um ano de 2009 com uma produção muito intensa de estudos eleitorais, fortemente condicionada pelos três escrutínios realizados – Eleições Europeias, a 7 de Junho, Eleições Autárquicas, em 11 de Setembro, e Eleições Legislativas, a 27 do mesmo mês.

Não obstante, não se contabilizou em 2009 um número de depósitos de sondagens comparável ao de outros anos eleitorais (nomeadamente 2005 e 2001), confirmando-se a manutenção da tendência de quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos evidenciada no ano anterior, em consequência de uma retracção no investimento dos órgãos de comunicação social neste tipo de estudos.

Comparando com o ano de 2008, foram depositados em 2009 mais 94 estudos, num total de 196, estando todos eles no âmbito do disposto no artigo 1.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. Numa distribuição mensal largamente condicionada pelas datas dos actos eleitorais realizados, constata-se que Setembro e Outubro de 2009, com 30 e 64 depósitos, respectivamente, justificaram por si o acréscimo no número de estudos sujeitos à intervenção reguladora da ERC durante o ano que findou.

Durante o ano de 2009, 86,2% das sondagens depositadas foram acompanhadas de uma divulgação efectiva dos seus resultados¹, crescendo em relação a 2008 (81,4%), mas mantendo a tendência observada em 2007 (86,3%), ano em que ocorreram três actos eleitorais. Em resultado da forte mediatização do clima político-eleitoral que se viveu durante grande parte do ano e da acção mais interventiva da ERC neste domínio, o número de peças noticiosas recolhidas quase triplicou em 2009.

Durante o ano de 2009, incrementou-se o ritmo de acções desenvolvidas pela Unidade de Sondagens da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de que é reflexo directo a recuperação e acompanhamento de um número significativamente superior de peças noticiosas relativas aos estudos depositados.

Mantendo a capitação do número de técnicos adstritos a esta subunidade funcional da ERC², foi possível aprofundar o conjunto de tarefas que lhe estão cometidas, graças à agilização dos procedimentos internos da Unidade de Sondagens, à introdução do programa de gestão documental da ERC e a novos desenvolvimentos da base de dados de registo e análise da conformidade legal das sondagens depositadas e dos estudos divulgados.

A intervenção da ERC, no domínio das suas competências relativamente às sondagens, manteve a postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, procurando, na medida do possível, empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

As acções e consultas desencadeadas no ano anterior no desenho da Ficha Técnica de depósito de sondagens, tiveram como corolário a aprovação, pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora (CREG), de um novo modelo³, mais ajustado às exigências de rigor e transparência, bem como às reais necessidades e limitações das empresas credenciadas.

Já anteriormente, em Julho de 2009, e através da Deliberação 1/SOND/2009, o Conselho Regulador da ERC se havia debruçado sobre as questões relativas à transparência dos estudos políticos e eleitorais, deliberando pela possibilidade de consulta pública das sondagens e estudos de opinião depositados nesta Entidade, através da sua disponibilização no sítio electrónico da ERC⁴.

Estas e outras acções tidas junto de todas as entidades intervenientes, empresas de estudos e órgãos divulgadores, resultaram em melhorias substanciais relativamente à informação que é remetida à ERC para apreciação da qualidade e conformidade dos estudos realizados, bem como àquela que é facultada aos órgãos de comunicação social e que por eles é veiculada, com benefícios evidentes relativamente ao seu tratamento jornalístico.

Foi ainda com o objectivo de agilizar procedimentos, tanto internos como externos, que a Direcção Executiva, recebida a aprovação do Conselho Regulador, decidiu abrir um concurso para a abertura de um Portal das Sondagens no sítio electrónico da ERC, criando uma porta de ligação mais expedita e imediata com as entidades credenciadas para a realização de sondagens de opinião, com o objectivo de permitir o depósito online dos

1 Registam-se, como em anos anteriores, as sondagens para as quais foi possível recolher elementos de divulgação.

2 Em número de três, sendo que apenas um se encontra em regime de tempo completo, estando um outro técnico em regime de tempo parcial e uma técnica em regime de avença.

3 Deliberação 2/SOND/2009, de 5 de Agosto, que aprova o Modelo de "ficha técnica" para depósito de sondagens de opinião.

4 Deliberação 1/SOND/2009, de 8 de Julho.

estudos, bem como da gestão interna do cadastro das empresas e dos respectivos depósitos. A sua implementação está prevista para o segundo trimestre de 2010.

Aprofundaram-se, em paralelo, os estudos internos e externos conducentes à proposta de alteração do normativo legal vigente (Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho), numa abordagem que procura estudar modelos alternativos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, mantendo o espírito de rigor e transparência que lhes são exigíveis, tendo em atenção o trabalho desenvolvido pelas empresas credenciadas, bem como pela intervenção dos órgãos de comunicação social ao nível da divulgação dos estudos. A formulação de propostas concretas de alteração legislativa faz parte da programação da ERC para o ano de 2010, não se tendo concretizado no ano de 2009 por a Assembleia da República estar, então, em final de Legislatura.

Alicerçados, para além da Lei actual, no conjunto de informação compilada em 2008, na apreciação e análise dos códigos de conduta e de ética instituídos por associações profissionais do sector, nacionais e internacionais, bem como em legislação congénere aplicada noutros países, esta análise recolheu um incremento adicional, através do estudo encomendado pela ERC aos Professores Fernando Cascais, Helena Nicolau e José Vidal Oliveira, denominado *Sondagens e Inquéritos de Opinião – Diagnóstico e sugestões de medidas a adoptar*, e que foi apresentado em Outubro de 2009 na Conferência anual da ERC. Este estudo está a ser analisado para adopção de eventuais medidas.

Em conformidade com aquilo que tem sido produzido em anos anteriores, a apresentação e análise de resultados que ora se enceta procurará estabelecer uma linha comparativa entre 2008 e 2009. Os ajustamentos introduzidos pelos técnicos da Unidade de Sondagens na base de dados – ERC Sondagens –, por força das alterações verificadas no modelo de Ficha Técnica de depósito, não têm repercussões ao nível desta análise, dado que os mesmos visaram apenas o aprofundamento da informação registada, para que a mesma possa estar devidamente normalizada no momento de implementação do já aflorado Portal de Sondagens.

À semelhança do expediente utilizado em anos anteriores, a divulgação das sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pela Markdata, com base no serviço contratado pela ERC, e, sobretudo, por pesquisa directa nos órgãos de informação dos clientes das empresas, nas suas versões impressa e da internet.

Quatro das 18 empresas acreditadas junto da ERC, à data de 31 de Dezembro de 2008 – Euroteste, Norma-Açores, Novadir e Pitagórica –, viram confirmada pela Entidade Reguladora a caducidade das suas credenciações, após terem sido oficiadas relativamente à ausência de qualquer depósito de sondagens divulgadas nos dois anos anteriores, conforme determina o n.º 4 do artigo 3.º da Lei n.º 10/2000. Destas, apenas a Norma-Açores encetou com sucesso um novo processo de credenciação, tendo obtido a correspondente credenciação em Setembro de 2009⁵.

A GBN e a Apeme, acreditadas junto da ERC para a realização de sondagens de opinião, em momento anterior, encetaram novos processos de credenciação, os quais culminaram com a aprovação das respectivas credenciações pelo Conselho Regulador da ERC em Julho⁶ (GBN) e Agosto⁷ (Apeme) de 2009.

À data de 31 de Dezembro de 2009, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 17 entidades, menos uma que na mesma data do ano anterior (fig. 1).

Fig. 1 – Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2009 (ordem alfabética)

APEME - Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda
Aximage - Comunicação e Imagem, Lda
Consulmark2 - Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda
DOMP - Desenvolvimento Organizacional Marketing, SA
Eurequipa - Opinião, Marketing e Consultadoria, Lda
Euroexpansão - Análises de Mercado e Sondagens, SA
Eurosondagem - Estudos de Opinião, SA
G.Triplo - Estudos e sondagens de Opinião, Lda
GBN - Gabinete de Estudos de Mercado, Lda
GEMEO - Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda
Intercampus - Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, Lda
IPOM - Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda
Marktest - Marketing, Organização, Formação, Lda
Motivação - Estudos Psico-sociológicos, Lda
Netsonda - Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, SA
Universidade Católica Portuguesa - CESOP

Processos das empresas credenciadas (2009).

2. ACTIVIDADE DA UNIDADE DE SONDAJENS EM 2009

2.1. NÚMERO DE DEPÓSITOS⁸

Observaram-se 196 depósitos de sondagens ditas “políticas” durante o ano civil de 2009, mais 94 (+92,2%) do que no ano anterior, estando todas elas no âmbito do disposto no artigo 1.º da

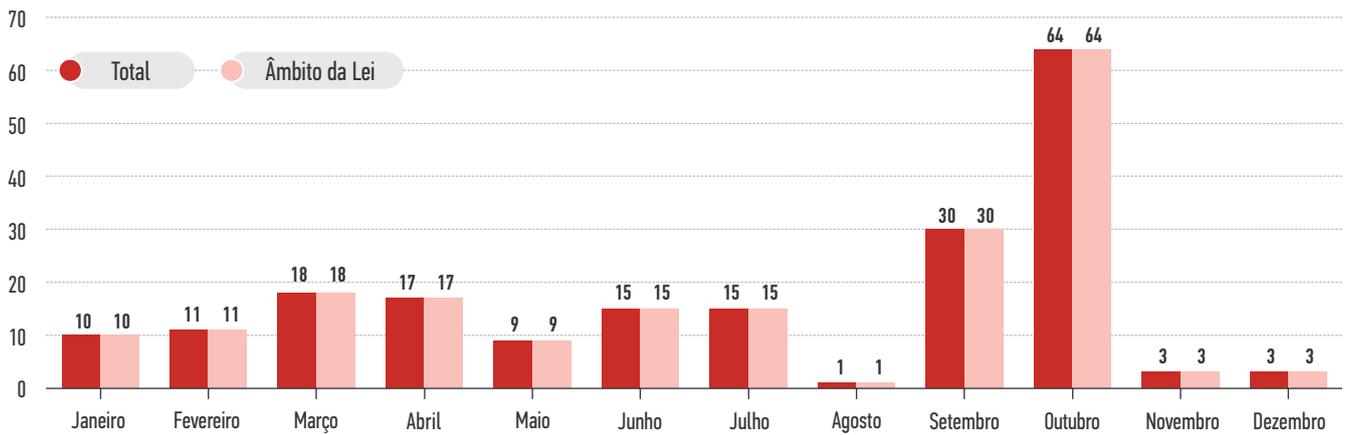
⁵ Deliberação 3/SOND-CR/2009, de 16 de Setembro de 2009.

⁶ Deliberação 1/SOND-CR/2009, de 8 de Julho de 2009.

⁷ Deliberação 2/SOND-CR/2009, de 5 de Agosto de 2009.

⁸ Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas empresas credenciadas para apreciação da ERC, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei das Sondagens.

Fig. 2 – Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano 2009 *



Total de depósitos N=196; Total de depósitos no âmbito da Lei N=196.

* Muito embora as sondagens que não estão no âmbito do artigo 1.º da Lei n.º 10/2000 não sejam taxadas, o depósito implica uma apreciação do conteúdo e, subsistindo dúvidas acerca do seu objecto, são as mesmas presentes ao departamento jurídico da ERC, para elaboração fundamentada de um parecer.

Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. A distribuição mensal das sondagens depositadas foi a correspondente ao identificado nas figuras 2 e 3.

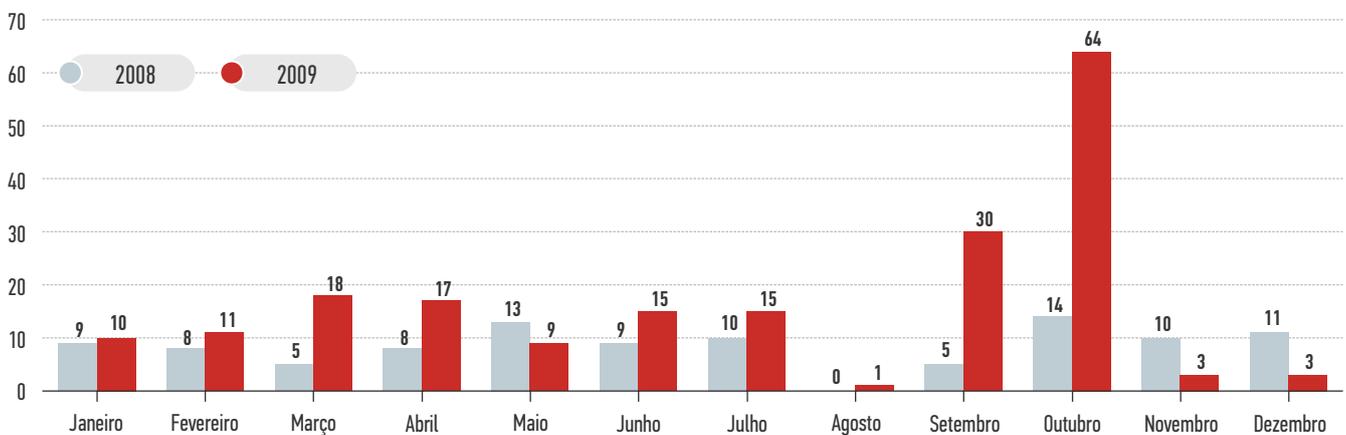
Contrariamente ao verificado em 2008, em que apenas se realizou o escrutínio para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores, em Outubro, e sem grandes repercussões em termos de estudos depositados e divulgados, o ano de 2009 foi um ano eleitoral por excelência, tendo-se desenrolado três escrutínios junto dos eleitores portugueses, em Junho (Eleições Europeias), Setembro (Eleições Legislativas) e Outubro (Eleições Autárquicas), sendo que estes dois últimos são, e por razões derivadas do seu impacto na vida do país, mais fortemente mediatizados do que o primeiro.

Assim, do conjunto de dados recolhidos ao longo do ano, e tendo

em consideração o histórico da antiga AACSS⁹ e da ERC em anos eleitorais, serão de relevar os seguintes aspectos:

- ▶ O conjunto de depósitos observados ao longo de 2009 apresenta uma grande irregularidade, por via, precisamente, dos actos eleitorais realizados.
- ▶ Setembro e Outubro representam, isoladamente, mais 75 depósitos do que o observado no período homólogo do ano anterior, ou seja, perto de 80% da diferença de depósitos de sondagens contabilizados entre 2008 e 2009.
- ▶ Ultrapassado o período eleitoral, apenas nos dois últimos meses do ano de 2009 foram os depósitos mensais inferiores aos de 2008, com apenas seis estudos entregues na ERC em Novembro e Dezembro.
- ▶ Não obstante o clima eleitoral que se viveu durante grande parte do ano que findou, com mais forte incidência nos meses

Fig. 3 – Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2008 e de 2009



Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).

9 Alta Autoridade para a Comunicação Social, extinta em 2005, substituída pela ERC, que entrou em funções em Fevereiro de 2006.

de Setembro e Outubro, o número de estudos depositados ficou muito aquém do observado, por exemplo, em 2005, ano em que, ainda na vigência da antiga AACCS, foram contabilizados 336 depósitos de sondagens e estudos de opinião, com forte incidência nos estudos de antecipação para as Eleições Autárquicas de Outubro daquele ano (161), mas também das Eleições Legislativas de Fevereiro de 2005 (27 estudos).

- ▶ Para este facto, podem ser considerados factores de diversa ordem, como a diminuição do número de empresas credenciadas, bem como factores conjunturais que afectaram o mercado dos estudos de mercado e de opinião, como sejam a crise nacional e internacional, e a crise no sector dos média, que durante 2008 e 2009 se agravou substancialmente (figs. 2 e 3).

Convém frisar, relativamente aos dados recolhidos pela ERC no final do ano, que apenas estão sujeitos a depósito junto desta Entidade Reguladora os estudos para os quais, ao abrigo da Lei das Sondagens, as empresas e os órgãos seus clientes perspectivavam uma divulgação pública dos resultados. Assim, supõe-se que foram realizados durante o ano de 2009 muitos outros estudos de cariz político-eleitoral, adjudicados sobretudo pelas diversas forças políticas em presença, mas cuja divulgação não foi detectada pelo que o total de depósitos contabilizados pela ERC no final do ano não deverá representar fielmente a verdadeira dimensão do mercado. No entanto, e dado que o fenómeno é recorrente de ano para ano, e sobretudo em períodos eleitorais, constata-se, de facto, uma retracção do mercado¹⁰, em 2009, se aplicado este pressuposto aos anos de 2005 (336 depósitos – eleições Legislativas e Autárquicas) e de 2001 (408 depósitos – eleições Presidenciais e Autárquicas).

Foram 13 as empresas de sondagens credenciadas pela ERC que procederam ao depósito de estudos durante o ano de 2009, mais uma do que em 2008 (fig. 4), sendo de relevar os seguintes aspectos:

- ▶ Intercampus e Eurosondagem mantiveram em 2009 a posição cimeira no número de depósitos, representando cerca de metade do total de estudos enviados para apreciação da ERC (49,5% do total). Em termos absolutos, ambas duplicaram o número de depósitos – de 24 para 49, no caso da Intercampus, e de 22 para 48, no caso da Eurosondagem.
- ▶ Todas as empresas mais representativas do sector aumentaram o número de depósitos junto da Entidade Reguladora durante o ano de 2009, sendo no entanto de evidenciar os 20 depósitos da empresa IPOM (mais 19 do que em 2008), maioritariamente de âmbito concelhio.

- ▶ Aximage, IPOM, Markttest e Universidade Católica Portuguesa representam entre 12% e 9% do total dos estudos depositados, sendo de realçar o crescimento das três últimas e a manutenção do número de depósitos pela Aximage, cujo número, no ano passado, correspondia à quinta parte do total de depósitos submetidos à ERC, aproximando-se apenas dos 12% em 2009.

Fig. 4 – Número de sondagens depositadas nos anos de 2008 e 2009, por empresa

Empresa	2008	%	2009	%	Var. Abs.
Intercampus	24	23,5	49	25,0	+
Eurosondagem	22	21,6	48	24,5	+
Aximagem	21	20,6	23	11,7	+
IPOM	1	1,0	20	10,2	+
Markttest	12	11,8	19	9,7	+
UCP	5	4,9	18	9,2	+
GEMEO	3	2,9	8	4,1	+
Eurequipa	2	2,0	4	2,0	+
DOMP	5	4,9	3	1,5	-
G.Triplo	5	4,9	1	0,5	-
Euroexpansão	1	1,0	1	0,5	=
Netsonda	1	1,0	1	0,5	=
Consulmark2	0	0,0	1	0,5	+
Total	102		196		

Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).

Nesta análise, pode-se concluir que a produção de sondagens depositadas pela Aximage não parece sofrer influência do calendário eleitoral. Existem empresas que mantêm a regularidade na realização de sondagens independentemente da maior ou menor proximidade das eleições. Outras empresas, como o IPOM, aumentam exponencialmente em altura de eleições.

Um outro tipo misto de empresas, que integra a Eurosondagem, CESOP/UCP e Intercampus, realiza, além da sua actividade regular, uma série de sondagens fruto do calendário eleitoral, o que explica o enorme crescimento no número de sondagens depositadas.

A manutenção da estrutura das empresas que procederam a depósitos de sondagens junto da ERC entre 2008 e 2009 reflecte a tendência de especialização que se tem vindo a observar no mercado dos estudos de opinião e políticos nos últimos anos, particularmente evidente na redução do número de empresas credenciadas, menos sete do que em 2006 (24 em 31 de Dezembro de 2006, e 17 em 31 de Dezembro de 2009).

As 196 sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2009 foram realizadas para 54 clientes distintos, um número consideravelmente superior (mais 16) ao apurado em 2008 (38 clientes).

¹⁰ Ainda que tal retracção não signifique uma diminuição da procura de sondagens por parte dos órgãos divulgadores (em virtude das parcerias na encomenda de sondagens).

Fig. 5 – Principais clientes das sondagens depositadas na ERC, e número de estudos contemplados (2008 e 2009)

Empresa	2008	2009
TVI	21	47
SIC	14	29
RCP	0	27
Expresso	15	24
Correio da Manhã	21	22
Jornal de Negócios	21	22
Rádio Renascença	14	22
RDP / Antena 1	5	18
RTP 1	5	18
Semanário Económico	5	17
Diário Económico	3	17
Diário de Notícias	2	13
Jornal de Notícias	4	12
TSF	1	12
Record	21	11
Sábado	21	11
PS (---concelhias---)	2	7
DN Madeira	0	6
Grande Porto	0	6
Jornal de Leiria	0	5
PSD (---concelhias---)	0	5
O Verdadeiro Olhar	0	4
Outros clientes (n.º)*	22	32

Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).

* Este indicador refere-se apenas ao número de clientes com expressão reduzida em termos de sondagens contratadas individualmente, representando um total de 39 e de 35 estudos, respectivamente.

Confrontados os elementos compilados no ano de 2009 com aqueles que foram obtidos em 2008 (fig. 5), serão de relevar os seguintes aspectos:

- ▶ Um aumento global das sondagens contratadas pela generalidade das entidades indicadas, com particular incidência nas televisões e rádios.
- ▶ O número elevado de estudos contratados pela TVI, fruto da manutenção do seu barómetro semanal durante alguns meses do ano, adjudicado à empresa Intercampus, mas também dos inúmeros estudos eleitorais de âmbito local realizados pela mesma empresa durante as Eleições Autárquicas de Outubro.
- ▶ O reforço da importância das parcerias na contratação dos estudos, particularmente evidente na relação TVI/RCP, Expresso/SIC/Rádio Renascença, Correio da Manhã/Record/Jornal de Negócios/Sábado, mas também na parceria entre o Semanário Económico e o Diário Económico/TSF e a junção do DN à parceria RTP/RDP/JN.

2.2. TEMAS ABORDADOS

Se, no ano de 2008, a incidência temática recaiu, através da ma-

nutenção dos barómetros políticos regulares, na abordagem da imagem das principais instituições políticas do país e seus representantes, bem como da dos líderes partidários, ou ainda na monitorização das intenções de voto em eleições nacionais, um ano eminentemente eleitoral como o vivido em 2009 repercutiu-se no aumento exponencial das temáticas em torno do voto e das projecções eleitorais (fig. 6).

Assim, o tema do voto autárquico destaca-se do conjunto das matérias alvo dos 196 estudos depositados, com 102 referências (52,0% do total), seguindo-se-lhe em ordem de grandeza o número de sondagens que versaram o voto legislativo (78), representando cerca de 40% do total de estudos depositados. No cômputo geral, estes dois temas ocuparam 166 das 196 sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2009 (84,7%)¹¹. A temática relacionada com o voto nas eleições para o Parlamento Europeu mereceu, ainda assim, a atenção de 15 estudos (7,7%)

Mantiveram-se em 2009 os temas recorrentes dos barómetros regulares das empresas de sondagens, como sejam a avaliação da imagem dos líderes partidários, Presidente da República, primeiro-ministro, ministros e Governo Nacional, que foram objecto da abordagem num número de estudos ligeiramente inferior ao apurado em 2008.

De outro modo, constata-se que temas relacionados com as autarquias locais, como sejam a imagem do presidente da câmara – referenciado em 27 dos estudos –, a apreciação dos problemas concelhios/locais – com 22 referências – e a imagem das autarquias – abordado em 20 estudos –, tiveram um aumento exponencial, condizente com o interesse que as eleições autárquicas mereceram aos órgãos de comunicação social.

Foram, assim, assinalados, num total de 135, os diferentes temas nas sondagens depositadas durante o ano de 2009¹² (menos 26 do que o apurado em 2008¹³), que representaram um total de 738 referências distintas no conjunto das 196 sondagens depositadas. De destacar, pela sua marcada presença, as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições autárquicas e legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, primeiro-ministro, Governo, ministros e líderes partidários, bem como dos órgãos das autarquias.

¹¹ Contabilizaram-se, para o efeito, um total de 14 estudos que abordaram, em simultâneo, ambos os temas.

¹² Consideraram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

¹³ Recorde-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2008, após algumas melhorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

Fig. 6 – Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2009 e de 2008, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2008 e 2009)*

	2008	%	2009	%
Voto Autárquico	8	7,8	102	52,0
Voto Legislativo	56	54,9	78	39,8
Imagem Líderes Partidários	57	55,9	46	23,5
Imagem Presidente da República	52	51,0	46	23,5
Imagem Primeiro-ministro	48	47,1	39	19,9
Imagem Presidente da Câmara	9	8,8	27	13,8
Problemas Concelhios / Locais	4	3,9	22	11,2
Imagem dos Ministros	27	26,5	21	10,7
Imagem Autarquias	2	2,0	20	10,2
Imagem Governo Nacional	29	28,4	17	8,7
Cenários Eleitorais	5	4,9	16	8,2
Voto Europeias	0	0,0	15	7,7
Projeção Eleitoral	2	2,0	11	5,6
Voto Anterior	1	1,0	11	5,6
Expectativas Económicas	5	4,9	10	5,1
Avaliação dos Serviços Municipais	3	2,9	10	5,1
Confiança para Primeiro-ministro	2	2,0	10	5,1
Imagem dos Candidatos	1	1,0	8	4,1
Dinâmica de Vitória Eleitoral	0	0,0	8	4,1
Candidatos Autárquicos	3	2,9	7	3,6
Avaliação dos Candidatos	1	1,0	7	3,6
Caso Freeport	0	0,0	7	3,6
Partidos Políticos	0	0,0	7	3,6
Casos de Justiça	0	0,0	6	3,1
Projeção de Vereadores	0	0,0	6	3,1
Imagem Assembleia da República	9	8,8	5	2,6
Audiência de Meios	0	0,0	5	2,6
Previsão de Deputados / Eleitos	0	0,0	5	2,6
Crise Financeira Internacional	3	2,9	4	2,0
Notoriedade Figuras Públicas / Políticas	3	2,9	4	2,0
Cenários Pós-eleitorais	1	1,0	4	2,0
Proximidade Política	1	1,0	4	2,0
Coligações Partidárias	0	0,0	4	2,0
Temas relacionados com o PSD	12	11,8	3	1,5
Situação Económica	11	10,8	2	1,0
Imagem Pr. da Assembleia da República	7	6,9	0	0,0
Liderança dos Partidos	5	4,9	3	1,5
Imagem Oposição	5	4,9	2	1,0
Áreas de Governação	5	4,9	1	0,5

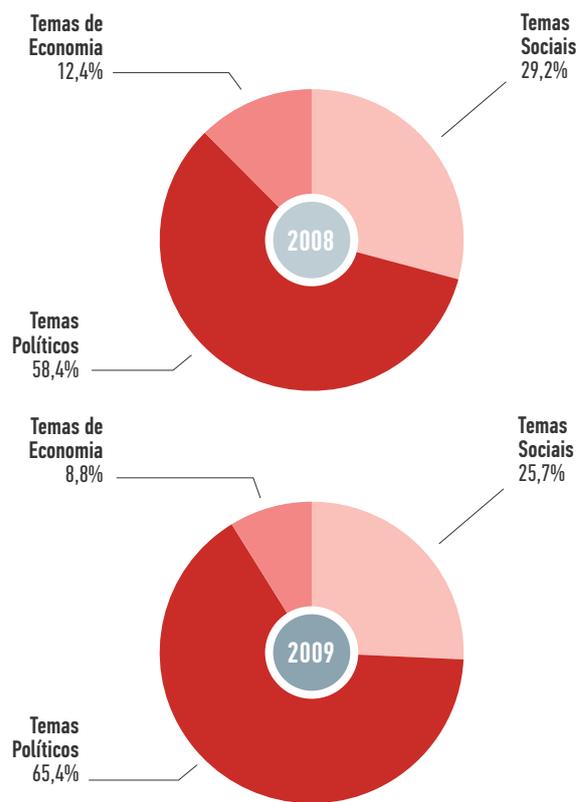
Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008); Total de temas=135.

* Percentagens calculadas sobre o número total de sondagens depositadas durante os anos de 2008 e de 2009, respectivamente.

Comparando os dois anos em presença, aumentou consideravelmente em 2009 a percentagem de abordagem de temas políticos, por via dos actos eleitorais que ocorreram em três momentos do ano, mas também pela manutenção dos barómetros regulares (fig. 7).

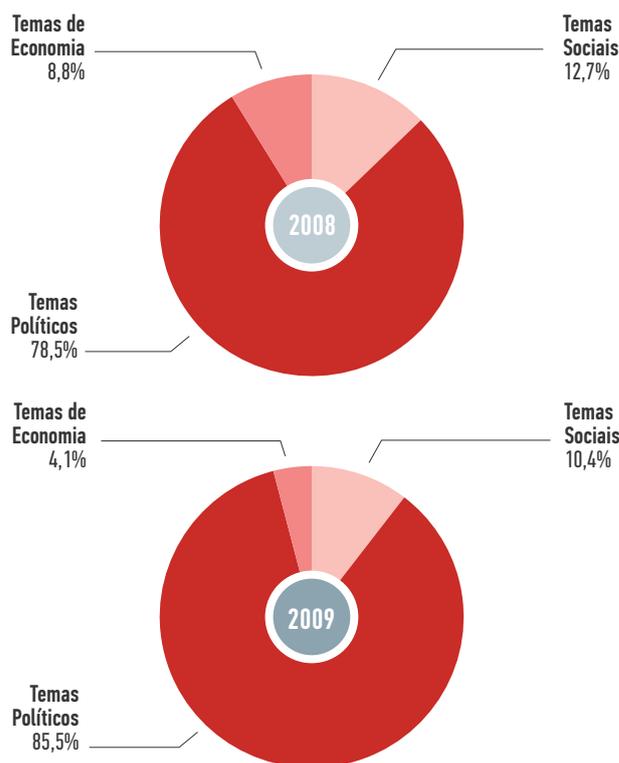
Aumentaram também, em 2009, as referências temáticas produzidas relativas a temas políticos, com mais forte incidência na abordagem do voto (legislativo, autárquico ou europeu), o qual aumentou de 11% para 26% do total, entre 2008 e 2009 (fig. 8). Em contrapartida, o número de referências temáticas produzidas relativamente à imagem dos órgãos de soberania (Presidente da República, presidente da Assembleia da República, primeiro-ministro, ministros e Governo) reduz-se em cerca de 11% do total, passando de 28% para 17% dos totais apurados respectivamente em 2008 e 2009.

Fig. 7 – Número de temas apurados nas sondagens de 2008 a 2009, por grandes grupos



Total de temas registados N=135 (2009); N=161 (2008).

Fig. 8 – Número total de referências temáticas produzidas em 2008 e 2009, por grandes grupos



Total de referências temáticas N=738 (2009); N=581 (2008).

3. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAGENS¹⁴

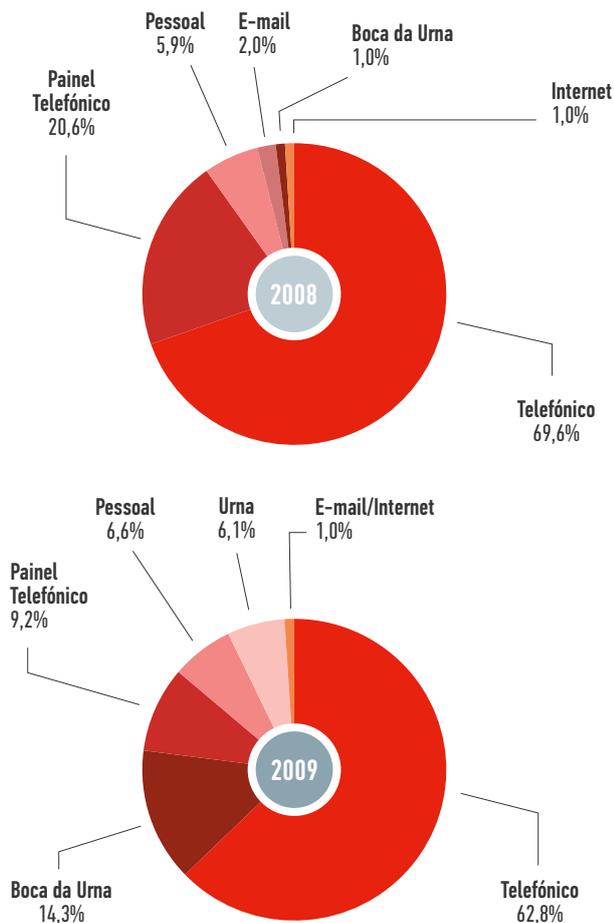
3.1. MÉTODO DE RECOLHA

De acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o método de recolha de informação mais utilizado continua a ser o *telefónico*, tendo sido utilizado, através de selecção directa ou em *painel*, em 141 das 196 sondagens depositadas durante o ano de 2009, ou seja, em cerca de 72% delas.

Não obstante, a importância relativa deste método de recolha esbate-se perante os inúmeros estudos que recorreram à simulação do voto em *urna* durante o ano de 2009, quer através de estudos nas residências dos entrevistados (*urna*, em 6,1% dos estudos depositados) ou no dia do acto eleitoral, à saída das secções de voto (*boca da urna*, em 14,3% das sondagens).

Tendo ocorrido apenas um acto eleitoral durante o ano de 2008,

Fig. 9 – Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2008 e 2009)



Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).

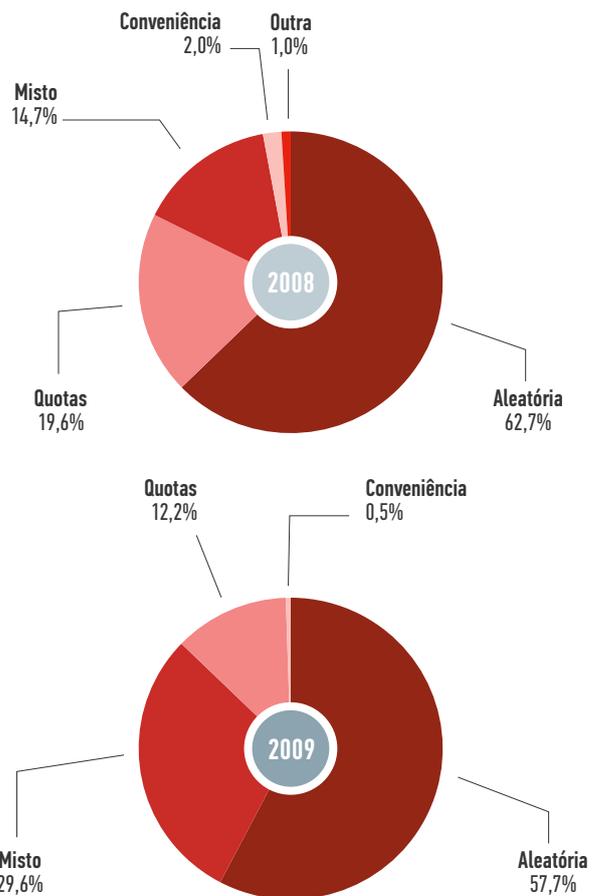
com fraca abordagem em termos de estudos de opinião, os três actos eleitorais de 2009 justificam, assim, o aumento substancial do número de estudos que recorreram aos métodos em *urna* (fig. 9).

Sendo um método que apenas é utilizado por uma das empresas credenciadas, a redução da importância relativa dos estudos que recorreram ao denominado painel telefónico deriva de não ter ocorrido uma grande flutuação no número de estudos depositados por esta empresa entre 2008 e 2009, bem como, e obviamente, do aumento exponencial dos estudos que recorreram ao método de simulação do voto em urna.

3.2. MÉTODO DE SELECÇÃO

No que concerne à selecção das amostras, a grande alteração entre 2008 e 2009 reside no aumento do número de estudos que utilizaram mais do que um método naquele processo, em grande parte das situações através do recurso à selecção aleatória das

Fig. 10 – Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2008 e 2009) *



Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).
* A inclusão da categoria Misto motivou uma reclassificação dos dados compilados em 2008.

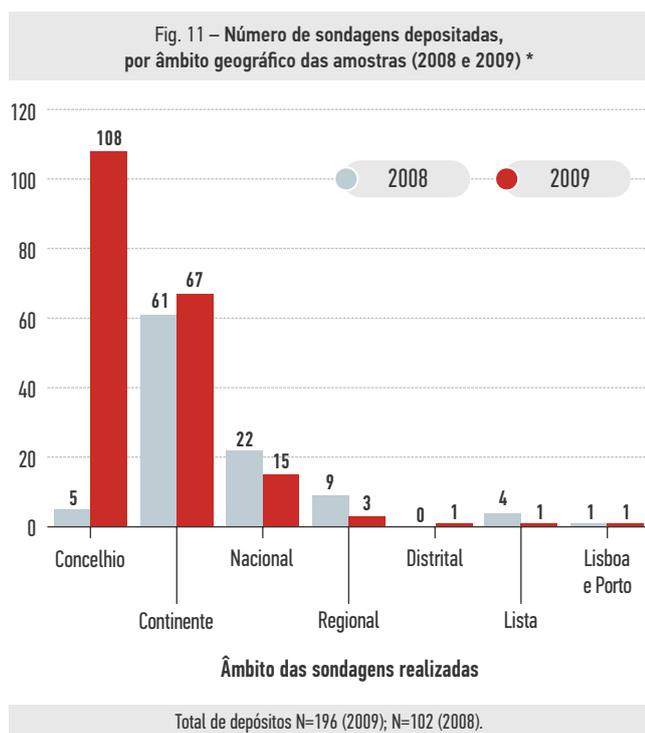
¹⁴ A análise envolve as sondagens depositadas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante o ano civil de 2009.

unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), procedendo depois à utilização de quotas para seleccionar os indivíduos a entrevistar.

O grande número de estudos pré-eleitorais, de monitorização da evolução do sentido de voto, particularmente a nível autárquico, mas também de âmbito nacional, justificará a utilização deste método misto, com recurso a informação demográfica nacional (INE) (fig. 10).

3.3. ÂMBITO DOS ESTUDOS

Entre 2008 e 2009, constatou-se novamente uma alteração substancial do perfil do âmbito da recolha de informação nas sondagens depositadas junto da ERC, devido precisamente aos actos eleitorais realizados. Tal facto surge evidente no gráfico da figura 11, no qual se confirma a variação extremamente acentuada dos estudos de âmbito local (concelhio).



Para além deste, observou-se um aumento do número de sondagens em que o universo respectivo se define como a população residente em Portugal Continental.

3.4. DIMENSÃO DAS AMOSTRAS

As sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2009 com-

prenderam a inquirição total de 420.238 indivíduos, o que representa um aumento de 424% em relação ao número total de entrevistas realizadas nos estudos submetidos à ERC em 2008 (80.104 indivíduos).

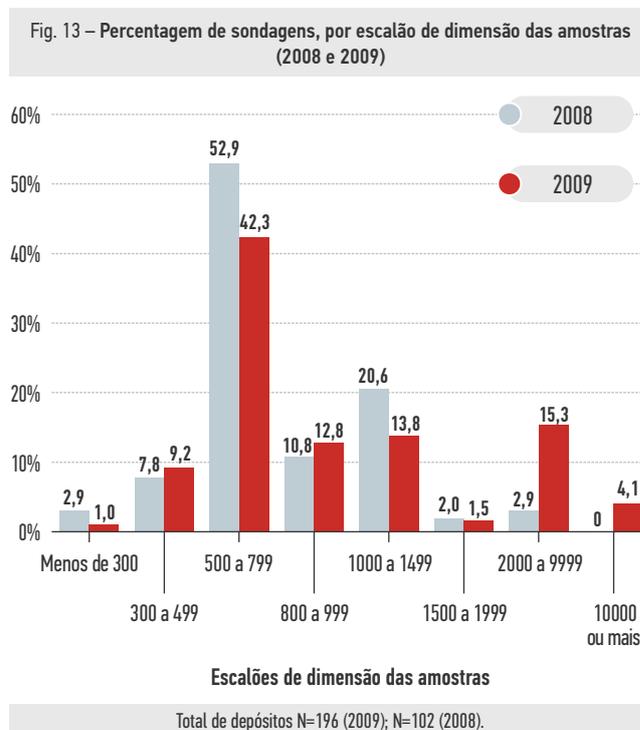
Fig. 12 – Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2008 e 2009)

	2008	%	2009	%
Menos de 300	3	2,9	2	1,0
300 a 499	8	7,8	18	9,2
500 a 799	54	52,9	83	42,3
800 a 999	11	10,8	25	12,8
1000 a 1499	21	20,6	27	13,8
1500 a 1999	2	2,0	3	1,5
2000 a 9999	3	2,9	30	15,3
10000 ou mais	0	0,0	8	4,1
Total	102	100	196	100

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
Total de depósitos N=196 (2009); N=102 (2008).

Para esta grande discrepância de valores contribuiu decisivamente o facto de, durante o ano de 2009, terem sido depositadas 28 sondagens com metodologia à boca da urna¹⁵, contrariamente ao verificado no ano de 2008, no qual se contabilizou apenas um estudo com estas características. A maior daquelas amostras teve uma dimensão de 46.997 indivíduos.

A dimensão de amostra mais frequente foram, ainda assim, as 600 entrevistas, situando-se a mediana¹⁶ no escalão das 500 às



15 Denominam-se “à boca da urna” as sondagens realizadas em dia de acto eleitoral, junto de locais de escrutínio previamente seleccionados, em que é solicitado ao inquirido que replique o sentido de voto que acabou de exercer, através do preenchimento de um boletim de voto idêntico, com deposição em urna selada.

16 Mediana é uma medida de tendência central, um número que separa a metade inferior da amostra, população ou probabilidade de distribuição, da metade superior. Mais concretamente, metade da população terá valores inferiores ou iguais à mediana e a outra metade terá valores superiores.

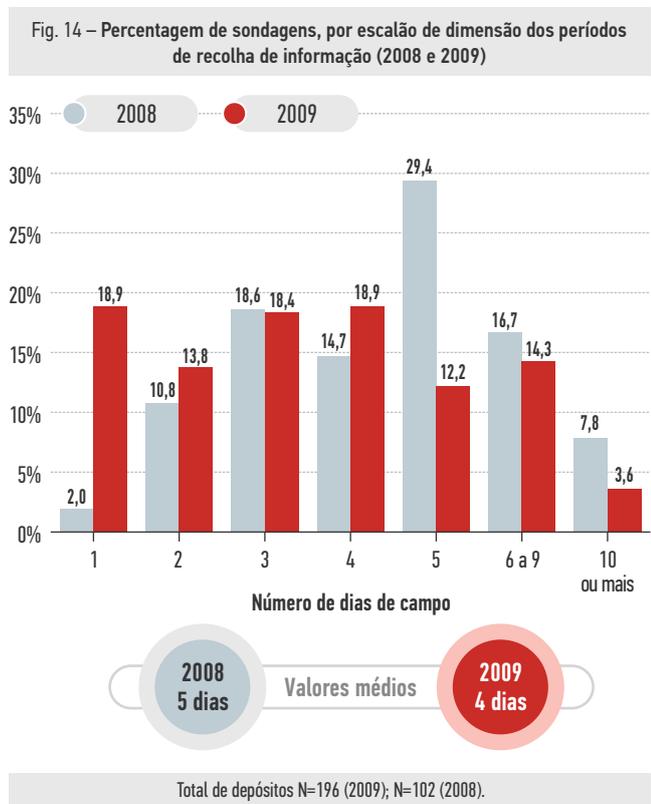
799 entrevistas, mas aproximando-se do escalão imediatamente superior (mediana em 2009 – 796 entrevistas; mediana em 2008 – 614 entrevistas) (figs. 12 e 13).

Calculou-se para o ano de 2009 uma média de 2.144 entrevistas para a totalidade das amostras dos 196 estudos depositados, o que quase triplica o valor apurado para o ano que o precedeu (785 entrevistas, em 102 depósitos), valor que, como se referiu anteriormente, se encontra fortemente inflacionado pelos estudos de acompanhamento eleitoral realizados, particularmente as projecções em dia de acto eleitoral. Excluindo este tipo de estudos, vulgarmente designados à *boca da urna*, obtêm-se médias, respectivamente, de 829 e 734 entrevistas (em 169 e 101 depósitos, respectivamente).

As amostras variaram entre um mínimo de 38 entrevistas, num estudo dirigido a líderes de opinião, e 46.997 entrevistas, numa das projecções à *boca da urna* para as eleições para o Parlamento Europeu, em Junho de 2009.

3.5. PERÍODOS DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO

Os períodos de recolha de informação apresentam, como em



anos anteriores, algumas variações entre 2008 e 2009, por via das características dos estudos realizados, constatando-se que 69,9% das sondagens foram realizadas em menos de cinco dias, quando essa percentagem era significativamente mais reduzida em 2008 (46,1%).

A forte incidência de sondagens realizadas em dia de acto eleitoral, através da metodologia de recolha de voto à *boca da urna*, resultou num número substancialmente superior de estudos com um dia de campo, atingindo 18,9% das sondagens depositadas em 2009 (fig. 14).

4. DIVULGAÇÃO DE SONDAGENS¹⁷

4.1. NÚMERO

Foram divulgadas em órgãos de comunicação nacionais 169 das 196 sondagens depositadas junto da Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante o ano de 2009¹⁸.

Comparando este indicador com o apurado em 2008, constata-se ter sido superior a percentagem de sondagens depositadas na ERC que foram objecto de divulgação em órgãos de comunicação nacionais (+4,8%), representando esta percentagem o concomitante aumento do número absoluto de estudos divulgados entre 2008 e 2009 (de 83 para 169) (fig. 15).

Fig. 15 – Número de sondagens divulgadas (2008 e 2009)

	2008	2009
Sondagens depositadas	102	196
Sondagens divulgadas	83	169
Percentagem	81,4%	86,2%

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
Total de sondagens divulgadas N=169 (2009); N=83 (2008).

A ausência de divulgação para um número ainda considerável de estudos (27) (fig. 16), o qual vem contrariar o âmbito de aplicação da Lei das Sondagens, quando se diz que a mesma “regula a realização e a publicação ou difusão pública de sondagens”¹⁹, ou ainda que “a publicação ou difusão pública de qualquer sondagem de opinião apenas é permitida após o depósito desta”²⁰, explica-se pela realização de estudos, normalmente em períodos muito próximos dos actos eleitorais, particularmente em antecipação das eleições autárquicas, com o intuito de monitorizar as

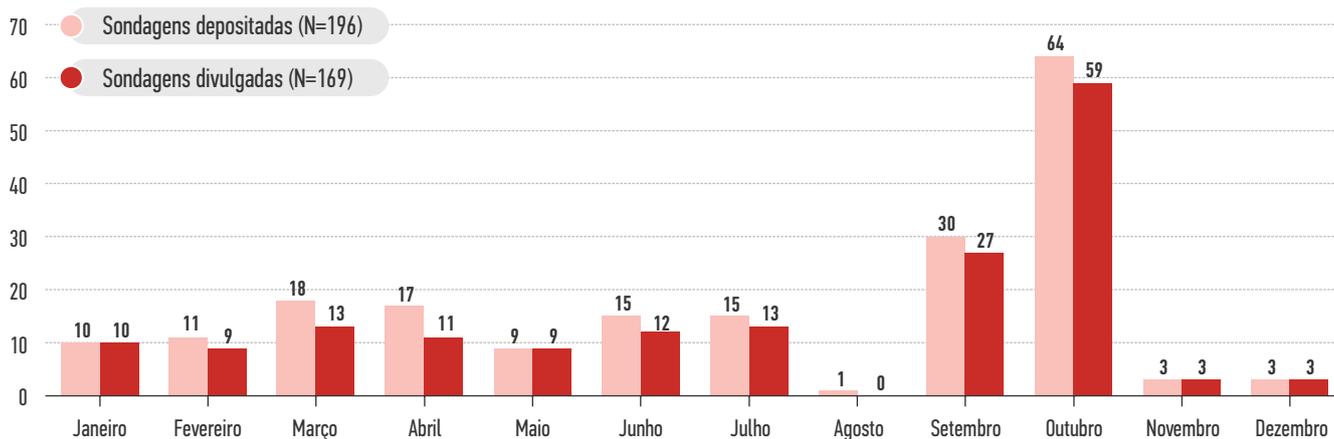
¹⁷ A análise envolve as sondagens divulgadas em órgãos de comunicação social nacionais durante o ano civil de 2009 com correspondência nos depósitos concretizados no mesmo período temporal.

¹⁸ Contabiliza-se na figura 17 o número de sondagens divulgadas, do conjunto de estudos que foram depositados na ERC durante o ano civil de 2009.

¹⁹ Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, artigo 1.º, n.º 1.

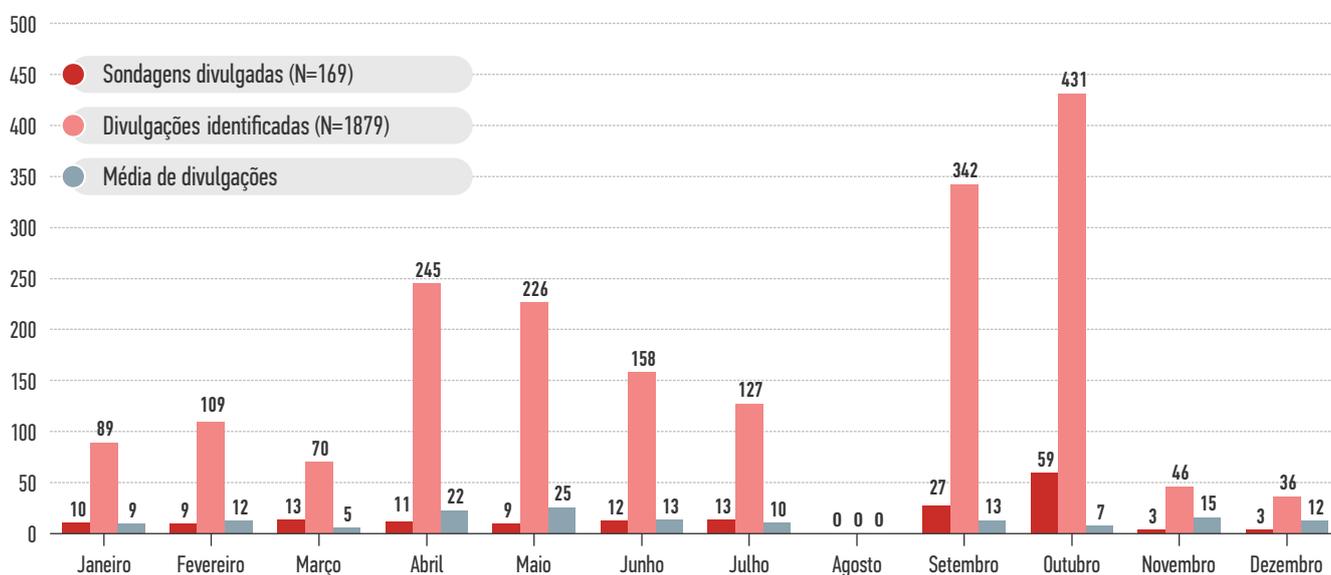
²⁰ Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, artigo 5.º, n.º 1.

Fig. 16 – Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2009)



Total de depósitos N=196 (2009); Total de sondagens divulgadas N=169 (2009).

Fig. 17 – Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2009)



Total de sondagens divulgadas N=169 (2009); Total de sondagens identificadas N=1879 (2009).

flutuações do eleitorado, bem como pelos estudos que são realizados a pedido das diversas forças políticas, sem intuítos declarados de divulgação.

Em resultado da forte mediatização do clima político-eleitoral que se viveu durante grande parte do ano, bem como da acção mais interventiva da ERC neste domínio, recuperaram-se durante o ano de 2009 um total de 1884 peças noticiosas, triplicando o número de peças recolhidas em 2008 (626), e aumentando de oito para 11 o número médio de divulgações por sondagem no último ano. daquelas, cinco recuperam resultados de estudos depositados na ERC ainda durante o ano de 2008, pelo que as 169 sondagens depositadas e divulgadas durante o ano de 2009

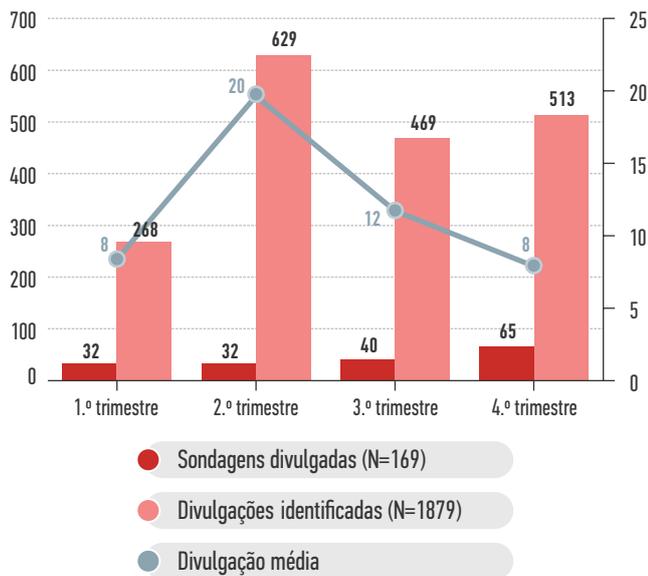
resultaram na recuperação de 1879 peças noticiosas no mesmo período (figs. 17 e 18).

Como em anos anteriores, o elevado número de divulgações reflecte um conjunto de situações que poderíamos sintetizar no seguinte:

- ▶ Determinadas sondagens, particularmente os estudos regulares de opinião política (barómetros), são encomendados, em parceria, por mais do que um órgão de comunicação social (normalmente, imprensa, televisão e rádio), o que se traduz, em consequência, num número de divulgações significativamente superior ao dos depósitos²¹.
- ▶ A temática e o forte impacto dos resultados obtidos e apre-

²¹ Refira-se, a título de exemplo, que determinadas sondagens, contratadas por parcerias de órgãos de comunicação social, chegam a obter um número de divulgações muito superior à média anual (11).

Fig. 18 – Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre (2009)



Total de sondagens divulgadas N=169 (2009).
Total de divulgações identificadas N=1879 (2009).

sentados em algumas sondagens gera interesse na sua divulgação por parte de outros suportes de comunicação social.

- ▶ Os resultados obtidos nos barómetros políticos são, normalmente, desdobrados e, como tal, apresentados em múltiplas edições dos órgãos de comunicação que os contrataram.

A diferença entre os depósitos registados mensalmente na ERC e o número de sondagens divulgadas em cada mês não apresenta grandes irregularidades ao longo do ano. Contudo, tal diferença acentua-se muito ligeiramente durante os meses de

Fig. 20 – Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2009)

a)	Intercampus	4	f)	UCP	21
b)	Eurosondagem	19	g)	GEMEO	2
c)	Aximage	6	h)	Eurequipa	7
d)	IPOM	3	i)	DOMP	2
e)	Marktest	20	j)	G.Triplo	2

Média de peças noticiosas por sondagem divulgada.

Março, Abril e Outubro, previsivelmente pela realização de alguns estudos para monitorização das flutuações do sentido de voto do eleitorado, de âmbito nacional ou local (fig. 16).

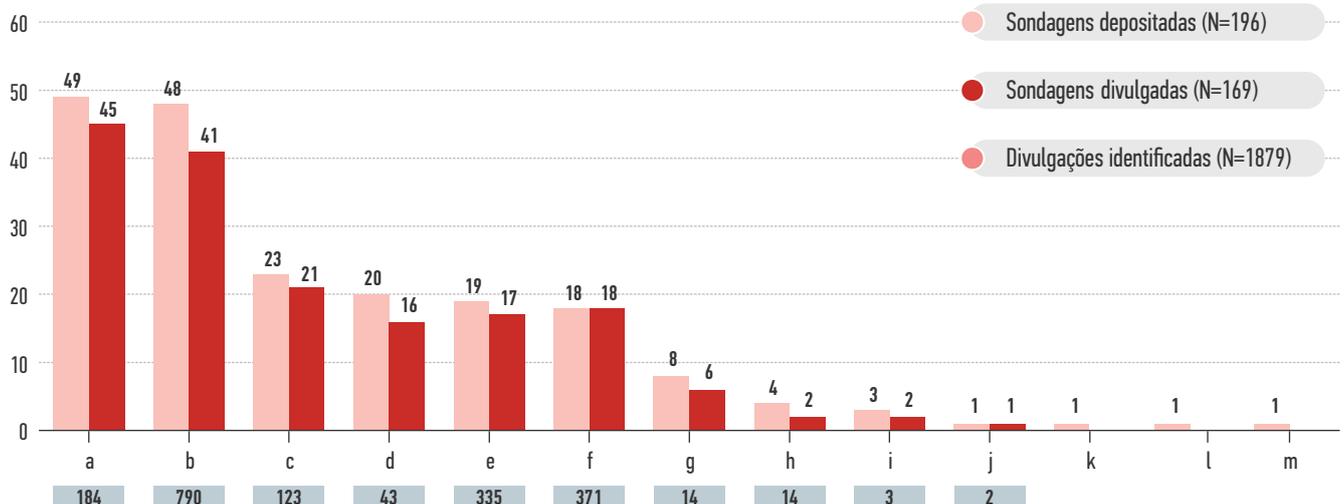
Das entidades que realizaram depósitos de sondagens durante o ano de 2009, regista-se para a Universidade Católica Portuguesa (UCP) a média de divulgações superior (21), logo acompanhada da Marktest e Eurosondagem, com 20 e 19 peças noticiosas recuperadas, em média, por cada sondagem divulgada em órgãos de comunicação social nacionais.

Não obstante, a Eurosondagem, com 790 peças noticiosas, para um total de 41 sondagens divulgadas, é, indubitavelmente, a empresa mais representada nos órgãos de comunicação social acompanhados ao longo do ano que findou (figs. 19 e 20).

4.2. ÓRGÃOS DIVULGADORES

Na sequência do acompanhamento verificado, identificou-se um total de 86 órgãos de comunicação que procederam à divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2009, ou seja, mais 38 do que o apurado em 2008 (48).

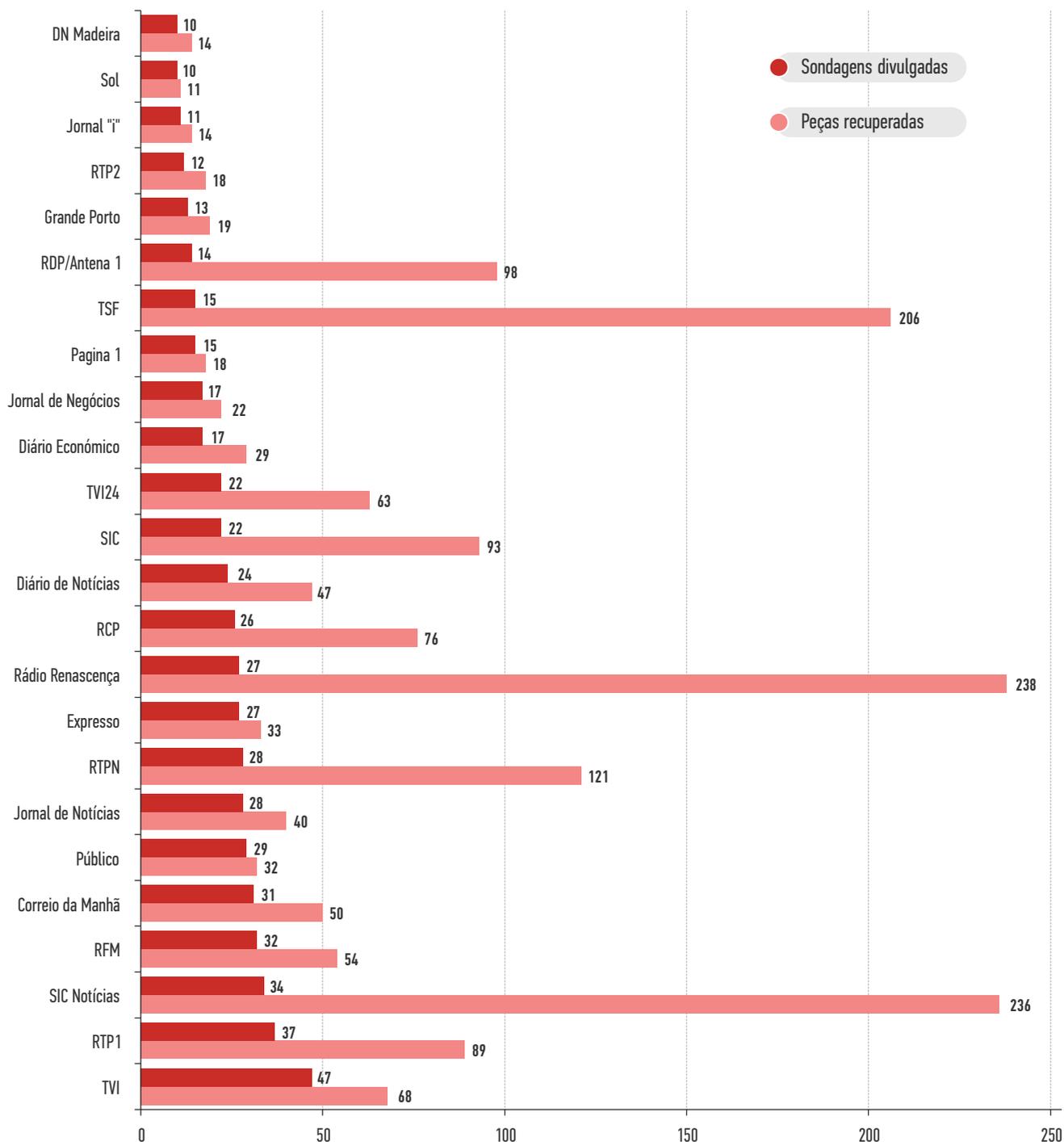
Fig. 19 – Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas (2009) *



Total de depósitos N=196 (2009). Total de sondagens divulgadas N=169 (2009). Total de divulgações identificadas N=1879 (2009).

* Para esclarecimento de dúvidas relativamente à definição deste conceitos, aconselha-se a leitura do Glossário.

Fig. 21 – Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2009) *



Total de sondagens divulgadas N=169 (2009). Total de divulgações identificadas N=1879 (2009).

* Consideram-se "principais órgãos", e para efeito de análise, todos aqueles que durante o ano civil de 2009 procederam à divulgação de dez ou mais sondagens.

A TVI surge novamente no lugar cimeiro em termos de sondagens divulgadas, devido ao barómetro semanal que manteve durante alguns meses com a empresa Intercampus. Não obstante, a Rádio Renascença, a SIC Notícias e a TSF, com 238, 236 e 206 peças noticiosas, respectivamente, foram os órgãos que mais atenção dispensaram à divulgação deste tipo de estudos.

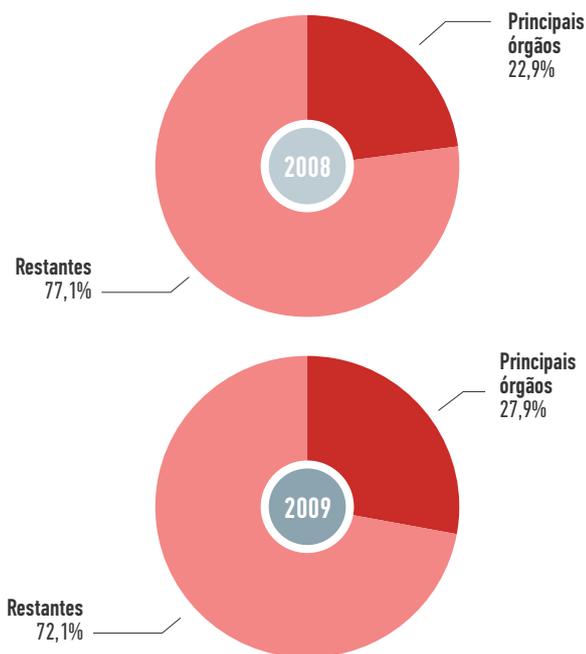
A TSF é, inclusivamente, a entidade que apresenta o número médio mais elevado de peças noticiosas por sondagem de opi-

nião divulgada (14), destacando-se da Rádio Renascença (nove) e da SIC Notícias (sete) (fig. 21).

Deste conjunto de órgãos mais representativos, de destacar ainda a RTP 1 (37 estudos divulgados), a RFM e o Correio da Manhã, com 32 e 31 estudos divulgados, respectivamente (fig. 21).

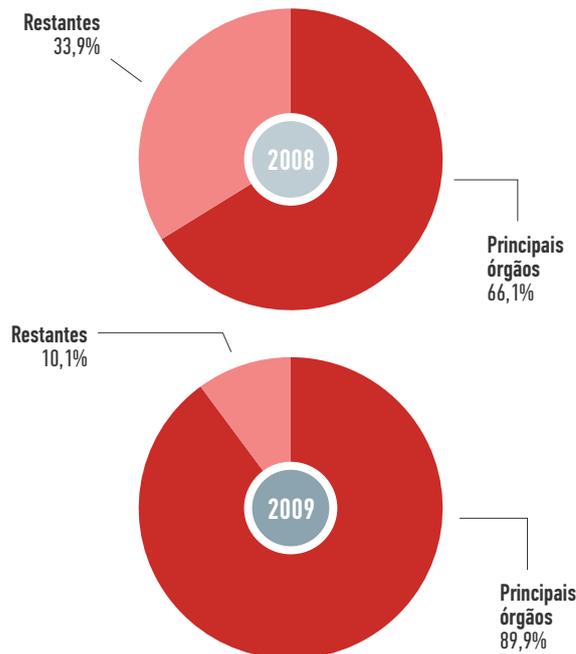
A informação compilada pela ERC ao longo do ano revela ainda que 41,9% dos órgãos (36) procederam à divulgação de apenas

Fig. 22 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2008 e 2009)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=86 (2009); N=48 (2008)*.
 * Para efeitos de análise, consideram-se "principais órgãos" aqueles que procederam à divulgação de dez ou mais estudos.

Fig. 23 – Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2008 e 2009)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=86 (2009); N=48 (2008).
 Total de divulgações identificadas N=1879 (2009); N=626 (2008).

um estudo depositado na ERC durante o ano de 2009, representando apenas 49 peças noticiosas (2,6% do total monitorizado). Para esta grande alteração em número e estrutura do conjunto de órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens de opinião, bem como do conjunto de peças noticiosas acompanhadas, muito contribuíram a atenção que mereceram aos média os três actos eleitorais realizados durante o ano.

Poderemos sintetizar neste conjunto de factores as alterações observadas em 2009 relativamente a este indicador²²:

- ▶ A realização de três actos eleitorais de âmbito nacional durante o ano de 2009, com forte relevância política.
- ▶ Em consonância com o anterior, o grande interesse pelos assuntos do foro eleitoral e político por parte dos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam e procedem à divulgação de sondagens de opinião.
- ▶ O aumento global do número de sondagens contratadas, particularmente as de âmbito local.
- ▶ A divulgação de um número significativo de sondagens por parte de órgãos de comunicação locais, versando temas de âmbito local e/ou regional, muito embora a sua expressão em termos do número de peças noticiosas seja reduzida.

Contabilizaram-se, em 2009, um total de 24 órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião durante o ano, ou seja, 27,9% do total (mais 13 do que 2008). A importância relativa destes órgãos cresceu consideravelmente em relação ao apurado em 2008, ano em que os órgãos de comunicação social que haviam divulgado mais de dez sondagens representavam 22,9% do total desse ano (fig. 22).

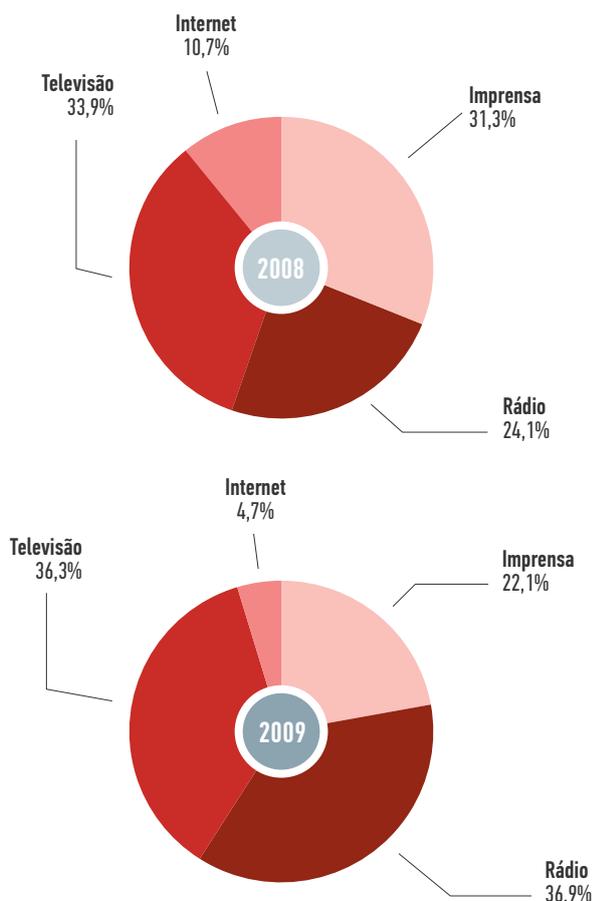
Em 2009, os órgãos de comunicação social mais significativos em termos de divulgações (em número de 24) representaram um total de 1689 peças noticiosas monitorizadas, correspondendo os restantes 62 a pouco mais da décima parte (179), ou seja, 11,2% do total de divulgações (1879).

O perfil apurado para o ano de 2009 revela uma tendência para a concentração das divulgações num número mais restrito de órgãos, o que é comum em anos em que os estudos de antecipação e/ou projecção eleitoral são mais importantes.

Assim, os dados recolhidos pela ERC em 2009 revelam que cerca da quarta parte dos órgãos de comunicação social que divulgaram sondagens durante o ano²³ representaram cerca de 90% do total

²² A par destes aspectos, nunca será demais realçar o aumento da capacidade de acompanhamento da estrutura da ERC neste domínio, através da sua Unidade de Sondagens.
²³ Para efeitos desta apreciação, consideraram-se os OCS que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

Fig. 24 – Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
Total de divulgações identificadas N=1879 (2009); N=626 (2008).

de divulgações identificadas, o que representa uma diferença muito significativa em relação às percentagens relativas calculadas para o ano de 2008 (fig. 23).

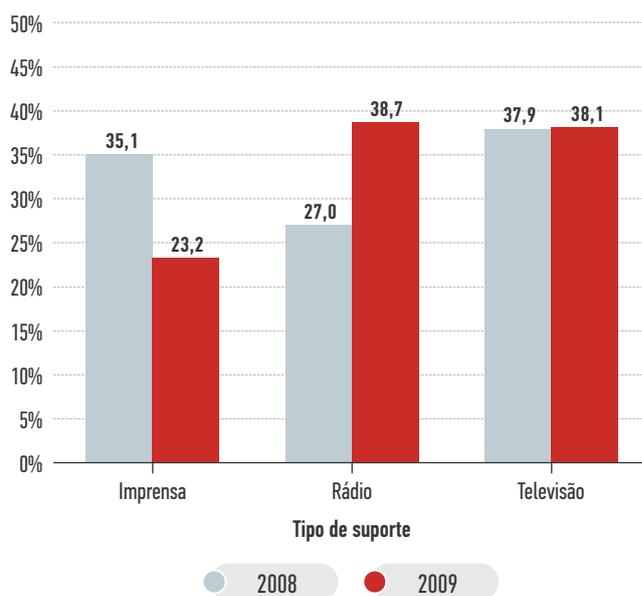
4.3. TIPOLOGIA DOS SUPORTES

Contrariamente ao apurado em 2008, a rádio (36,9%) suplantou a televisão (36,3%) e a imprensa (22,1%) como principal fonte de divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2009, representando aqueles dois primeiros suportes perto de três quartos do total de divulgações recuperadas (73,2%). Embora tenha crescido em termos de peças monitorizadas²⁴, a importância relativa da internet reduz-se a metade do apurado em 2008.

O aumento substancial das divulgações realizadas pela TSF, a forte incidência das divulgações realizadas pela rádio e televisão

em antecipação dos actos eleitorais realizados, bem como das próprias projecções no dia das eleições, a par da manutenção de um perfil semelhante por parte dos órgãos de imprensa, isto é, em que o número médio de peças recuperadas por sondagem divulgada se mantém nos níveis de 2008 (1,8 e 1,6 em 2009 e 2008, respectivamente), justificam as alterações do peso relativo dos diferentes suportes observadas entre 2008 e 2009 (figs. 24 e 25).

Fig. 25 – Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2008 e 2009)



Total de divulgações identificadas nos três suportes indicados N=1791 (2009); N=559 (2008).

Isolando os três suportes tradicionais da comunicação social, resulta evidente a variação apurada entre 2008 e 2009, com o crescimento substancial das divulgações realizadas na rádio, a manutenção de um perfil idêntico na televisão e a redução acentuada da importância relativa dos órgãos de imprensa (fig. 25).

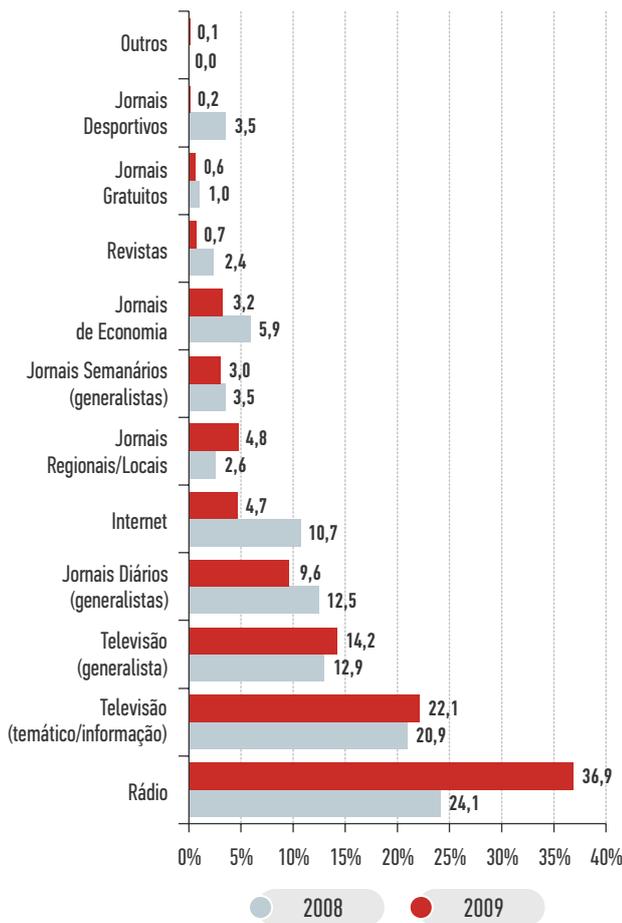
A rádio, no seu todo²⁵, reforça a sua liderança em termos de divulgações de peças referentes a sondagens de opinião, aumentando para cerca de 15% a diferença em relação à percentagem de divulgações recolhidas nos canais de informação ou temáticos da televisão.

No cômputo geral, e não obstante o aumento considerável de peças noticiosas recolhidas durante o ano, o perfil entre 2008 e 2009 mantém-se no que concerne a este indicador.

²⁴ Incluem-se nesta as divulgações, bem como as referências a sondagens em peças noticiosas.

²⁵ Consideram-se, nesta categoria, as emissoras radiofónicas nacionais, bem como as locais, muito embora estas tenham uma reduzida expressão (3,6%) no total apurado para este suporte.

Fig. 26 – Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2008 e 2009) *



Total de divulgações identificadas N=1879 (2009); N=626 (2008).

* A tipologia utilizada procura distinguir o suporte, de acordo com o tipo de difusão, periodicamente e, quando relevante, o tipo de informação veiculada.

De relevar ainda o aumento (para cerca do dobro) da importância relativa dos jornais regionais/locais no conjunto das divulgações monitorizadas, bem como, a redução substancial da percentagem de divulgações na internet e jornais de economia (fig. 26).

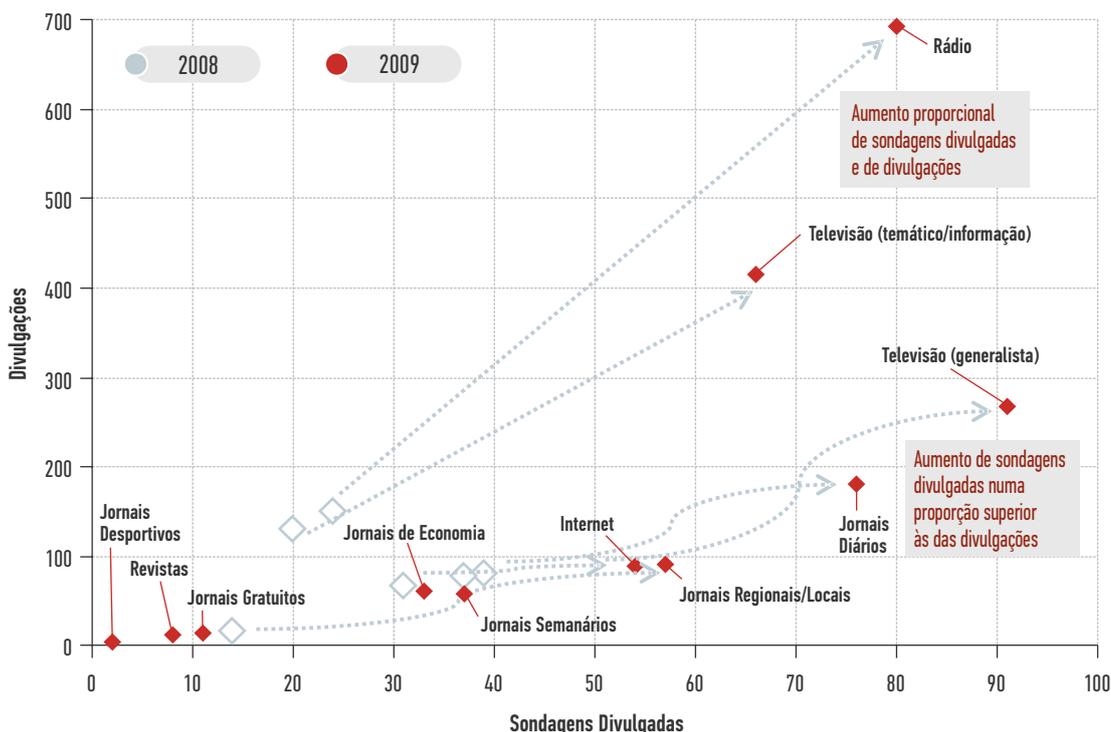
4.4. ÓRGÃOS DE IMPRENSA

À semelhança do apurado no ano anterior, e não obstante as diferenças observadas no conjunto dos suportes de média que foram reportadas anteriormente, o número de sondagens divulgadas pela imprensa e a concomitante quantidade de divulgações recuperadas (peças noticiosas) aumentaram consideravelmente em 2009, representando estas últimas um aumento de 112,2% em relação ao número apurado em 2008, ou seja, mais do dobro.

Contudo, dos três tipos de suportes designados tradicionais (imprensa, rádio e televisão), foi naquele primeiro que, não obstante o número de peças noticiosas recuperadas ter crescido mais do que o de sondagens divulgadas (+32,9%), o aumento médio de divulgações por sondagem foi menor, variando duas décimas (de 1,6 para 1,8, em média).

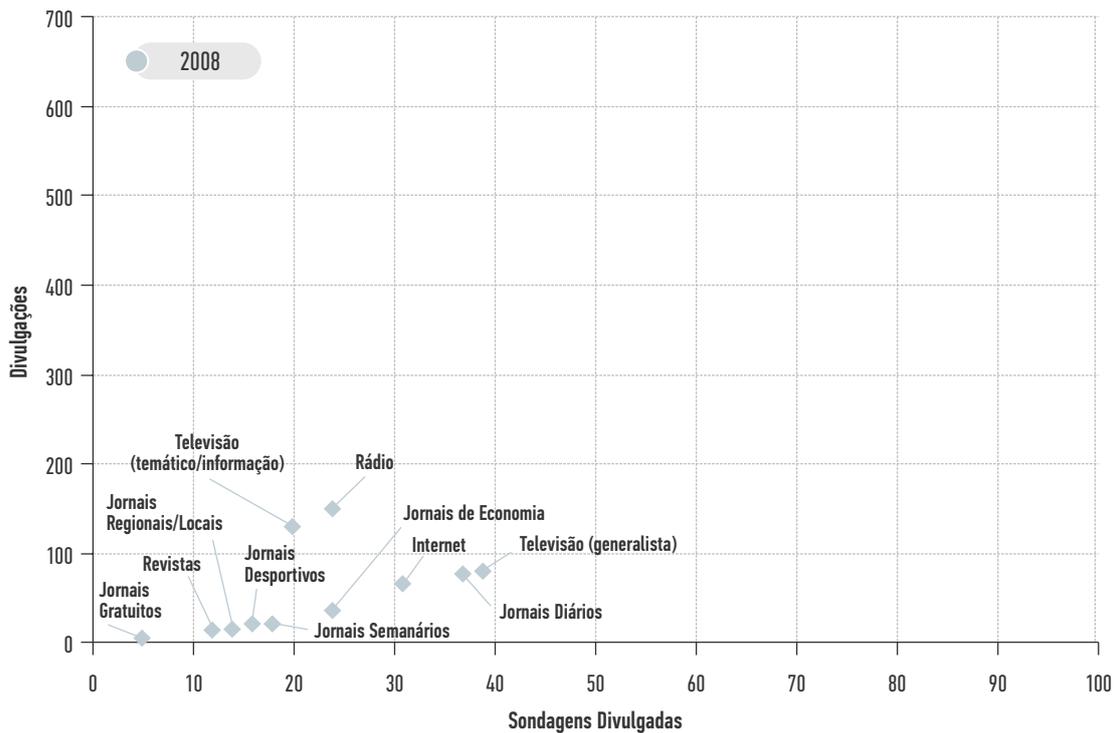
O escalonamento dos diversos tipos de órgãos de imprensa é muito diferente daquele que foi apurado em 2008. A posição cimeira das divulgações realizadas pelos órgãos de imprensa diária não sofre contestação entre 2008 e 2009, reforçando-se até que a nota mais importante a retirar dos gráficos que compõem a figura 29 é o aumento considerável da importância relativa dos

Fig. 27 – Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2009) *



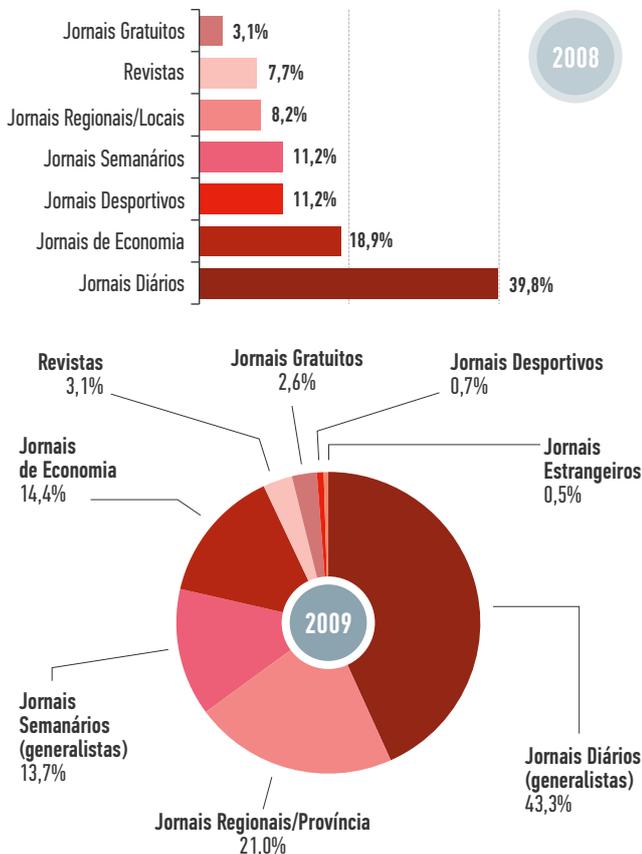
* As figuras 26 e 27 confirmam as alterações em número e estrutura das divulgações de sondagens de opinião observadas entre 2008 e 2009.

Fig. 28 – Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008)



Fonte: ERC (base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=1879 (2009); N=626 (2008).

Fig. 29 – Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2008 e 2009)

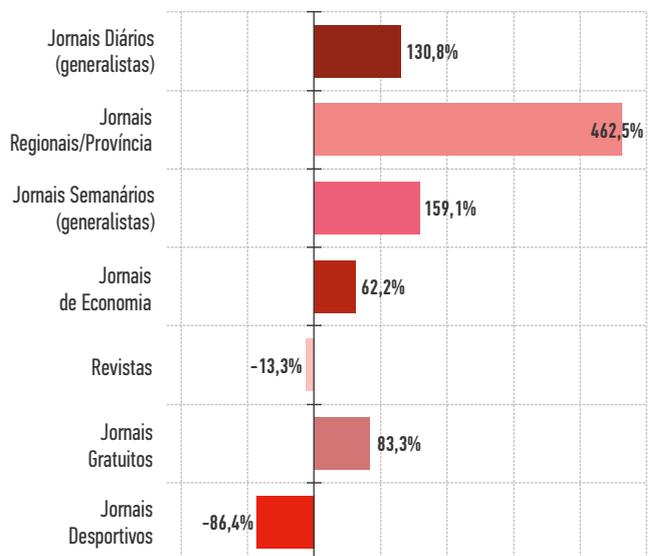


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=416 (2009); N=196 (2008).

órgãos de imprensa regional/local (cresce de 8,2% para 21% do total de divulgações realizadas pela imprensa), representando, em termos absolutos, um aumento de 462,5% do número de peças noticiosas recuperadas (mais 74).

Em contrapartida, a importância relativa das divulgações realizadas pelos órgãos de imprensa que se dedicam à abordagem de

Fig. 30 – Variação do número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte, entre 2008 e 2009 (em %)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=416 (2009); N=196 (2008).

temas económicos diminuí cerca de 4,5%, e desce ainda mais o peso relativo dos órgãos de imprensa desportiva (menos 10,5%). Aliás, é junto destes e das revistas que se observa a única redução do número de divulgações entre 2008 e 2009.

Das 416 divulgações apuradas em órgãos da Imprensa durante o ano de 2009, ou seja, mais 112,2% do que o observado em 2008 (196), será de relevar a manutenção das posições cimeiras por parte dos órgãos Diário de Notícias e Correio da Manhã, mas também o posicionamento do Jornal de Notícias, do Expresso, do Público e do Diário Económico, cada um deles com mais de 20 estudos publicados.

Num leque mais diversificado de órgãos divulgadores do que em 2008, será de realçar que apenas dois apresentam percentagens de divulgação de sondagens acima dos 10%²⁶ – Diário de Notícias e Correio da Manhã.

De relevar, ainda, o forte incremento do número de divulgações do Jornal de Notícias (mais 30), do Público (mais 20), do Diário de Notícias (mais 19), mas também o investimento do novel órgão Grande Porto na divulgação deste tipo de estudos, com 19 sondagens divulgadas, a grande maioria de âmbito local. Por outro lado, será de relevar a quase ausência de peças noticiosas recolhidas no jornal desportivo Record (menos 21 divulgações) (fig. 31).

Fig. 31 – Principais órgãos divulgadores na imprensa (2008 e 2009)

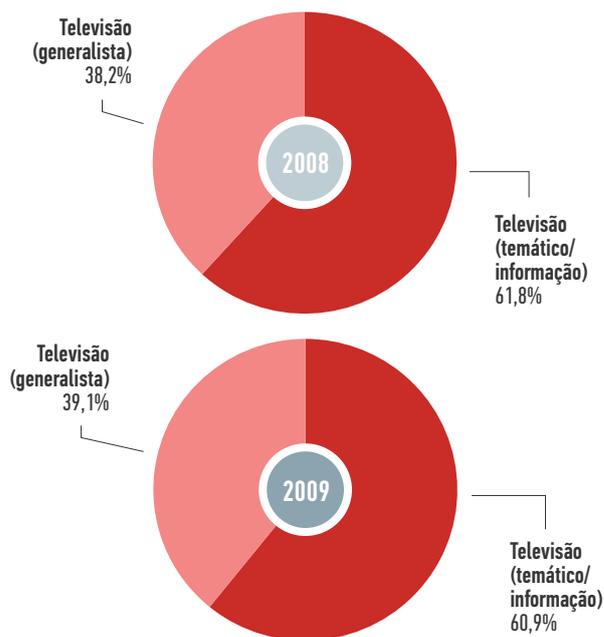
Empresa	2008	%	2009	%	Dif. (08-09)
Diário de Notícias	26	16,5	45	10,8	19
Correio da Manhã	34	21,5	42	10,1	8
Jornal de Notícias	10	6,3	40	9,6	30
Expresso	20	12,7	29	7,0	9
Público	8	5,1	28	6,7	20
Diário Económico	12	7,6	26	6,3	14
Grande Porto	0	0,0	19	4,6	19
Jornal de Negócios	20	12,7	18	4,3	-2
Semanário Económico	6	3,8	16	3,8	10
Jornal "I"	0	0,0	14	3,4	14
DN Madeira	1	0,6	12	2,9	11
Jornal de Leiria	0	0,0	11	2,6	11
Sol	1	0,6	11	2,6	10
O Diabo	0	0,0	7	1,7	7
Diário do Minho	1	0,6	6	1,4	5
24 Horas	0	0,0	5	1,2	5
Correio do Minho	0	0,0	5	1,2	5
Destak	0	0,0	5	1,2	5
Visão	10	6,3	5	1,2	-5
Weekend Económico	0	0,0	5	1,2	5
Focus	4	2,5	4	1,0	0
Jornal da Madeira	3	1,9	4	1,0	1
Semanário	2	1,3	4	1,0	2
Outras divulgações	38	24,1	55	13,2	17

Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=416 (2009); N=196 (2008).

4.5. ÓRGÃOS DE TELEVISÃO

A primeira ilação que se retira da apreciação relativa às divulgações de sondagens no universo televisivo durante o ano de 2009, será o da manutenção do perfil obtido entre órgãos temáticos e informativos, por um lado, e canais generalistas, por outro, com um crescimento de décimas (0,9%) do número de divulgações nos canais de televisão temáticos/generalistas (fig. 32).

Fig. 32 – Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009)



Fonte: ERC (base de dados dos depósitos de sondagens).
Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=682 (2009); N=212 (2008).

A principal diferença ocorrida entre os dois anos reside no incremento de divulgações entre 2008 e 2009, da ordem dos 222%, correspondendo a um aumento de 470 peças noticiosas (fig. 33).

Fig. 33 – Principais órgãos divulgadores na televisão (2008 e 2009)

Empresa	2008	%	2009	%	Dif. (08-09)
SIC Notícias	93	43,9	236	34,6	143
RTP N	38	17,9	121	17,7	83
SIC	22	10,4	91	13,3	69
RTP 1	28	13,2	88	12,9	60
TVI	25	11,8	66	9,7	41
TVI 24	0	0,0	62	9,1	62
RTP 2	6	2,8	18	2,6	12

Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=682 (2009); N=212 (2008).

Muito embora a sua importância relativa no cômputo das divulgações de sondagens na televisão se tenha esbatido entre 2008 e 2009, o serviço de programas temático/informativo SIC Notícias mantém o lugar cimeiro neste indicador, destacando-se pelo

²⁶ Será importante ter em consideração, nesta apreciação dos quadros sectoriais, que os totais apresentados podem não corresponder aos valores da figura 31, dado que um mesmo órgão de comunicação social pode apresentar divulgações no seu suporte habitual, mas também no seu portal da internet. Esta nota aplica-se tanto à imprensa, como à televisão e à rádio.

incremento acentuado do número de peças noticiosas dedicadas às sondagens de opinião (mais 143 do que no ano anterior). De relevar ainda o aumento muito significativo do número de divulgações na generalidade dos restantes órgãos, com excepção da RTP2, cujo aumento é muito ligeiro, se comparado, com os restantes órgãos. Da leitura do quadro da figura 33 é particularmente relevante o posicionamento do novel canal TVI24 como órgão divulgador de sondagens.

4.6. ÓRGÃOS DE RÁDIO

Dos dados recolhidos durante o ano de 2009 relativamente às divulgações de sondagens realizadas pelas emissoras radiofónicas, conclui-se ter havido um aumento muito substancial do número de peças noticiosas (mais 358,9%), contabilizando-se 693 registos, mais 542 do que em 2008.

Do quadro da figura 34, será de relevar, acima de tudo, a retoma de divulgações por parte da TSF, a qual viu interrompida em 2008 a sua parceria com a Marktest para a divulgação do barómetro político mensal desta empresa. Aquele órgão de comunicação social e a Rádio Renascença contabilizam, entre si, cerca de 63% do total de divulgações recuperadas.

Fig. 34 – Principais órgãos divulgadores na rádio (2008 e 2009)

Empresa	2008	%	2009	%	Dif. (08-09)
Rádio Renascença	87	57,6	233	33,6	146
TSF	6	4,0	203	29,3	197
RDP/Antena 1	22	14,6	98	14,1	76
RCP	13	8,6	76	11,0	63
RFM	21	13,9	54	7,8	33
Antena Minho	0	0,0	19	2,7	19
Rádio Comercial	2	1,3	6	0,9	4
Rádio Univers. do Minho	0	0,0	4	0,6	4

Total de divulgações identificadas em órgãos de rádio N=693 (2009); N=151 (2008).

O aumento do número de divulgações na generalidade dos suportes é outra das ilações a retirar da informação compilada pela Unidade de Sondagens da ERC, sendo ainda de relevar o número de divulgações concretizadas por duas rádios locais (Rádio Antena Minho e Rádio Universitária do Minho), relativas a estudos realizados junto da população eleitoral do concelho de Braga.

4.7. INTERNET

Na sequência do iniciado em 2007 e aprofundado em 2008, a atenção concedida às divulgações de sondagens realizadas na internet manteve-se em 2009, permitindo recolher um conjunto apreciável de peças apresentadas em diversos portais.

À semelhança do reportado em 2008, a maior parte das notícias produzidas sobre sondagens de opinião em 2009 – aproxima-

damente 83% – foram produzidas nas versões online dos diversos órgãos de comunicação social, replicando, ou sumarizando, o conteúdo das notícias que são produzidas nas versões impressas, radiofónicas ou televisivas.

Num panorama de aumento não muito acentuado da atenção concedida às divulgações de sondagens de opinião e políticas (de 67 peças em 2008, para 82 em 2009), o jornal Página 1, distribuído em formato *pdf* via correio electrónico, destaca-se dos restantes órgãos. Nestes, será de destacar a redução substancial do número de divulgações realizadas pela Rádio Renascença (menos nove) e pelo Diário Digital (menos quatro), apresentando o Correio da Manhã o mesmo número de divulgações de 2008 (oito) (fig. 35).

Fig. 35 – Principais órgãos divulgadores na internet (2008 e 2009)

Empresa	2008	%	2009	%	Dif. (08-09)
Página 1	0	0,0	16	18,2	16
Correio da Manhã	8	11,9	8	9,1	0
Fábrica de Conteúdos	2	3,0	5	5,7	3
Rádio Renascença	14	20,9	5	5,7	-9
Expresso	1	1,5	4	4,5	3
Jornal de Negócios	0	0,0	4	4,5	4
Público	1	1,5	4	4,5	3
Jornal de Leiria	0	0,0	4	4,5	4
Correio do Minho	0	0,0	3	3,4	3
Diário Económico	0	0,0	3	3,4	3
Portugal Diário	3	4,5	3	3,4	0
Diário de Notícias	1	1,5	2	2,3	1
DN Madeira	0	0,0	2	2,3	2
loL.pt	0	0,0	2	2,3	2
Diário Digital	6	9,0	2	2,3	-4
TSF	0	0,0	2	2,3	2
Outros órgãos	31	46,3	19	21,6	-12

Total de divulgações identificadas em portais da internet N=88 (2009); N=67 (2008).

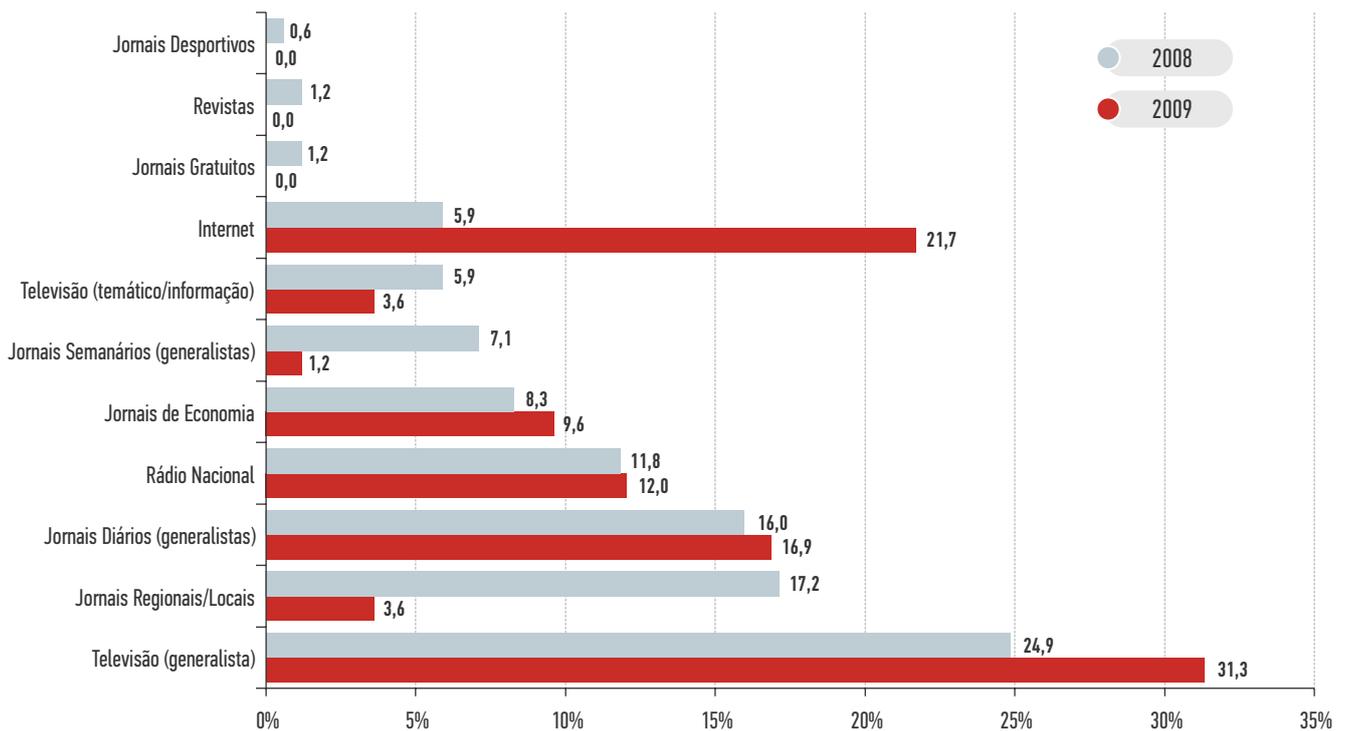
4.8. PRIMEIRAS DIVULGAÇÕES

Uma análise mais atenta dos estudos de opinião apresentados nos órgãos de comunicação nacionais permite concluir que o perfil das primeiras divulgações ou difusões sofreu algumas modificações entre os anos de 2008 e de 2009.

Assim, os dados recolhidos para o ano de 2009 evidenciam que os canais televisivos generalistas são aqueles que, à semelhança do apurado no ano anterior, apresentam o maior número de divulgações (31,3% do total). Ao contrário do observado em 2008, em que detinha um pouco mais da quinta parte do total, a internet foi responsável em 2009 por apenas 5,9% das primeiras divulgações.

O maior crescimento observou-se nos órgãos de imprensa local e regional, os quais foram responsáveis por 17,2% destas divulgações (mais 26 do que em 2008) (fig. 36).

Fig. 36 – Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009) *



Total de sondagens divulgadas N=169 (2009); N=83 (2008).

* Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os suportes que procederam à primeira publicação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e na hora em que tal ocorreu.

Exceptuando a internet, que vê reduzida em oito o número de primeiras divulgações entre 2008 e 2009, todos os restantes suportes registam um aumento, por via da enorme diferença entre o total de estudos divulgados nos dois anos (fig. 37).

Fig. 37 – Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (variação entre 2008 e 2009)*

Empresa	2008	%	2009	%	Dif. (08-09)
Televisão (generalista)	26	31,3	42	24,9	16
Jornais Regionais / Locais	3	3,6	29	17,2	26
Jornais Diários (generalistas)	14	16,9	27	16,0	13
Rádio Nacional	10	12,0	20	11,8	10
Jornais de Economia	8	9,6	14	8,3	6
Jornais Semanários (generalistas)	1	1,2	12	7,1	11
Televisão (temático / informação)	3	3,6	10	5,9	7
Internet	18	21,7	10	5,9	-8
Jornais Gratuitos	0	0,0	2	1,2	2
Revistas	0	0,0	2	1,2	2
Jornais Desportivos	0	0,0	1	0,6	1

Total de sondagens divulgadas N=169 (2009); N=83 (2008).

* Este quadro reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os suportes que procederam à primeira publicação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e na hora em que tal ocorreu.

O gráfico da figura 38 espelha as alterações observadas entre 2008 e 2009 no que concerne aos órgãos de comunicação social que procederam às primeiras divulgações. Num perfil geral mais heterogéneo, verifica-se que tanto a TVI como o Correio

da Manhã se mantêm como os órgãos que mais vezes divulgaram “em primeira mão” resultados de sondagens de opinião durante o ano de 2009, muito embora a sua importância relativa se tenha reduzido substancialmente entre 2008 e 2009.

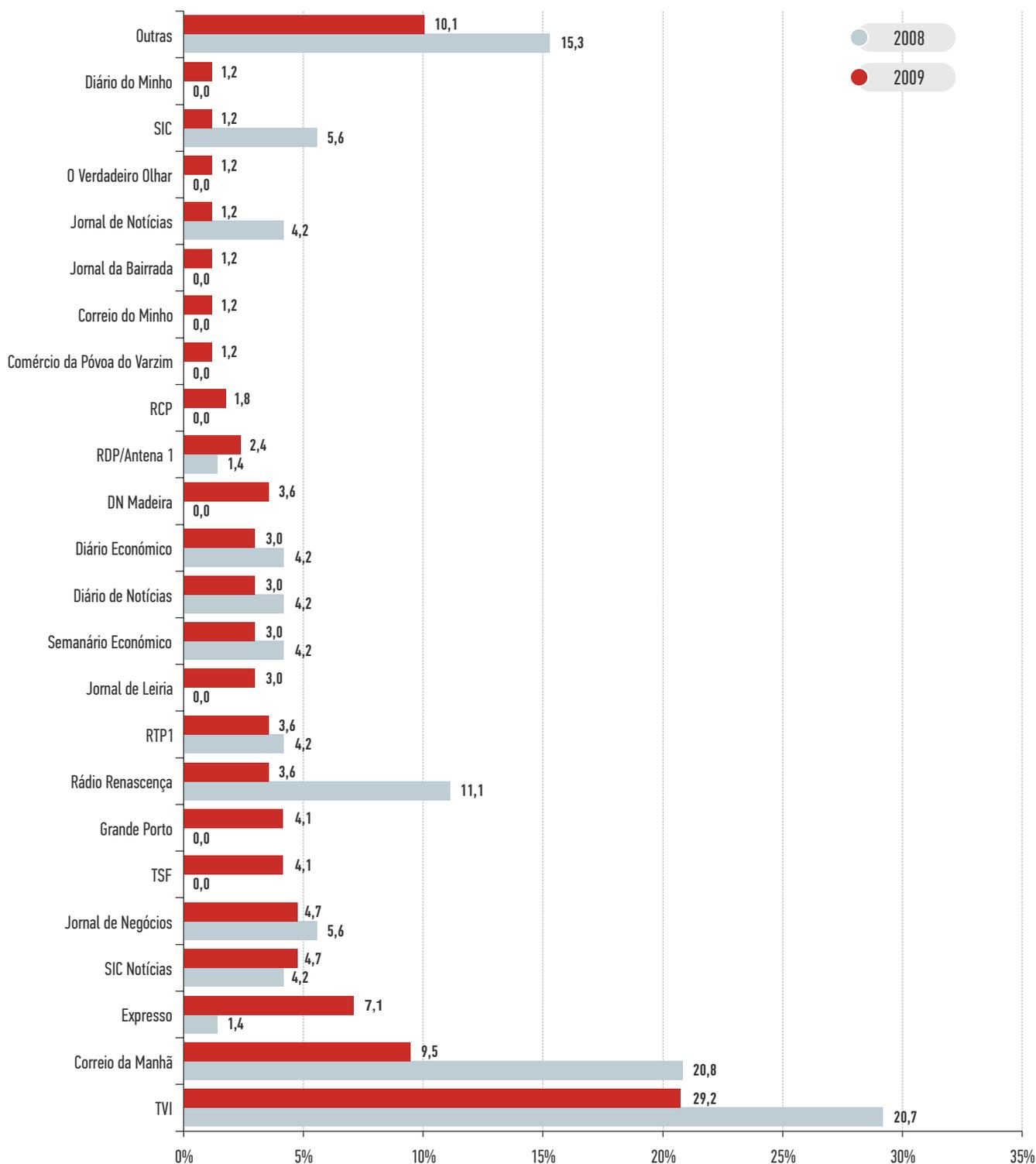
O Expresso e a TSF são os órgãos de comunicação social que revelam um aumento mais acentuado no número de primeiras divulgações. No pólo oposto, a Rádio Renascença, a SIC e o Jornal de Notícias vêm reduzir substancialmente a sua importância relativa neste grupo de órgãos.

Aumentou consideravelmente em 2009 a percentagem de sondagens que foram divulgadas no próprio dia do seu depósito (mais 7,7%), em consequência do aumento do número de estudos “à boca da urna” para projecção dos actos eleitorais realizados. Em termos absolutos representa um acréscimo de 39 estudos (mais 139%)

Se em 2008 o número de sondagens com aquelas características representava 33,7% do total, tal percentagem subiu para 41,4% em 2009.

O conjunto de dados apresentados leva-nos a concluir por um deslocamento no sentido da redução considerável dos tempos decorridos entre o depósito do estudo junto da ERC e a sua divulgação,

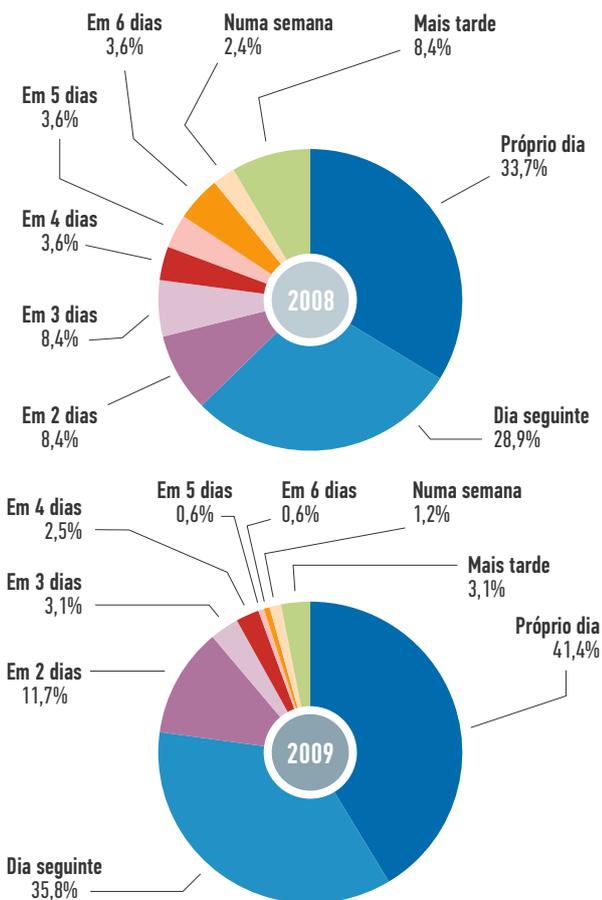
Fig. 38 – Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações e respectiva percentagem (2008 e 2009) *



Total de sondagens divulgadas N=169 (2009); N=83 (2008).

* Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os suportes que procederam à primeira publicação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e na hora em que tal ocorreu.

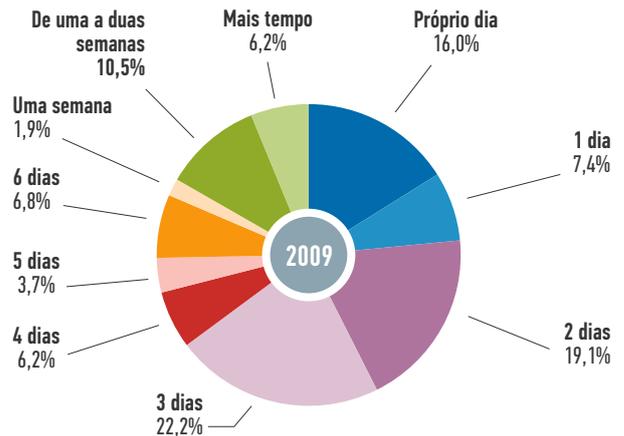
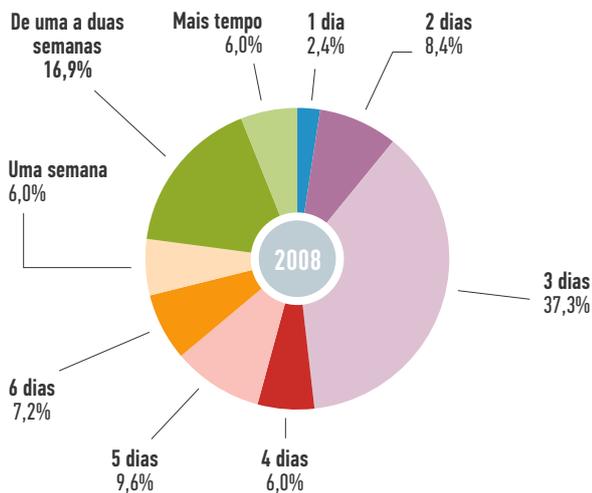
Fig. 39 – Momento da primeira divulgação das sondagens (2008 e 2009)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens).
 Total de sondagens divulgadas N=162* (2009); N=83 (2008).
 * Estão excluídas deste cálculo percentual sete sondagens cujo momento de depósito é posterior ao da divulgação da sondagem, após diligências da ERC junto das entidades que realizaram esses estudos.

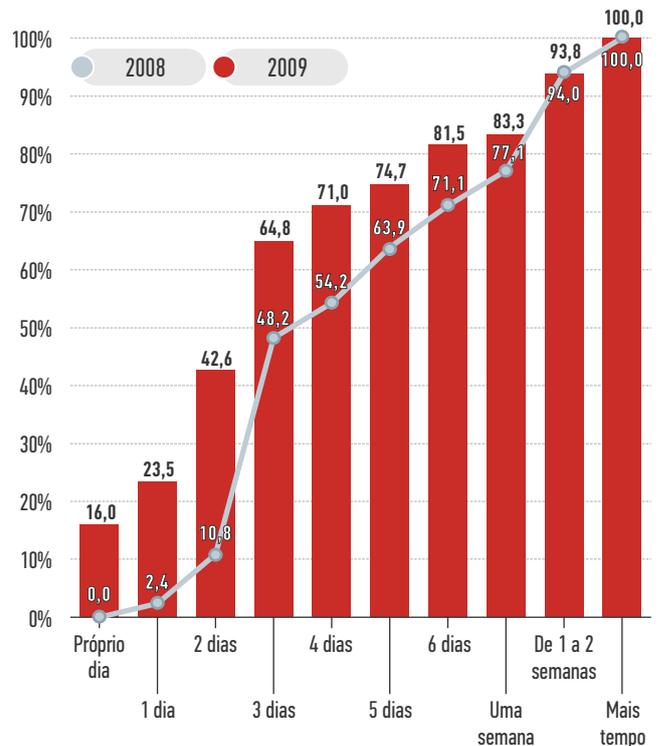
entre 2008 e 2009. Por via deste indicador, foi possível determinar que, em 2009, o tempo decorrido, em média, entre a data do depósito das sondagens na Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a data da sua primeira divulgação, se apro-

Fig. 40 – Tempo decorrido entre a data de fim de campo* e a primeira divulgação das sondagens (2008 e 2009)



Total de sondagens divulgadas N=162** (2009); N=83 (2008).
 * Data de fim de campo = data de finalização do trabalho de recolha da informação junto da amostra. ** Estão excluídas deste cálculo percentual as sete sondagens do gráfico da figura 39 respeitante a 2009

Fig. 41 – Tempo decorrido entre a data de fim de campo* e a primeira divulgação das sondagens (2008 e 2009). Percentagem acumulada.



Tempo decorrido entre o fim de campo e a 1.ª divulgação

Total de sondagens divulgadas N=162** (2009); N=83 (2008).
 * Data de fim de campo = data de finalização do trabalho de recolha da informação junto da amostra seleccionada. ** Estão excluídas deste cálculo percentual as nove sondagens do gráfico da figura 39 respeitante a 2009.

xima do dia e meio, quando em 2008 ultrapassou claramente os três dias (fig. 39).

Será ainda interessante verificar que 83,3% dos estudos depositados em 2009, que foram objecto de divulgação, tiveram a sua primeira apresentação pública em órgãos de comunicação social uma semana depois de terminar o processo de recolha de

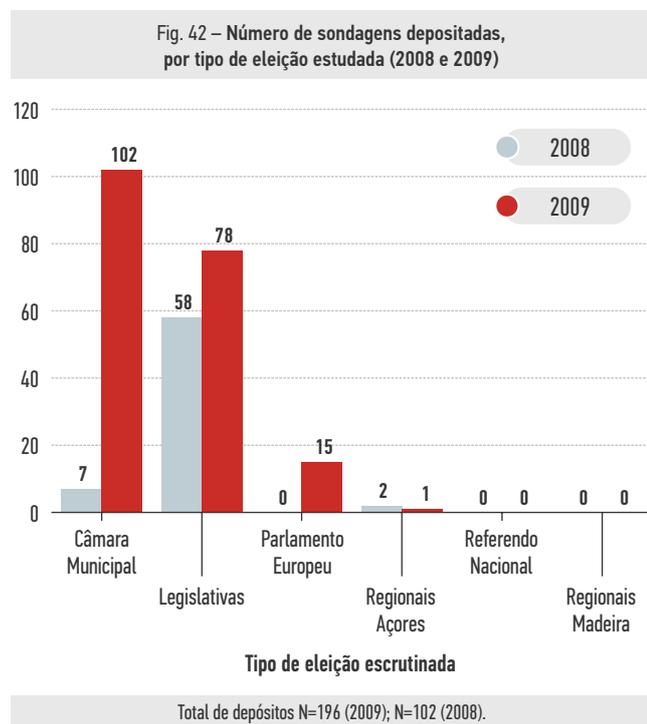
informação junto das amostras seleccionadas, mais 6,2% do que o indicador homólogo de 2008 (fig. 40).

Do conjunto de resultados apurados em 2009, será ainda relevante o facto de 42,6% dos estudos terem sido divulgados até três dias após a finalização da recolha de informação (mais 31,7% do que em 2008), e o facto de a percentagem de divulgações que ocorreram num período máximo de duas semanas ser praticamente idêntica à calculada para as divulgações de 2008 (93,8% e 94%, respectivamente) (fig. 41).

5. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2009 – – CARACTERÍSTICAS E PRINCIPAIS RESULTADOS

5.1. CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e sentido do voto dos eleitores foi produzida em 178 sondagens das 196 depositadas em 2009 (90,8% do total), número e percentagem significativamente superiores ao apurado no ano de 2008 (67 sondagens, representando 65,7% do total de estudos depositados) (fig. 41).



O aumento do número de estudos que abordaram a intenção e o sentido de voto em Eleições Autárquicas (de 6,9%, em 2008, para 52% da totalidade das sondagens depositadas em 2009, correspondendo a +95 estudos, em valor absoluto), é o dado mais

relevante deste indicador. A abordagem das Eleições Legislativas²⁷ (mais 20 estudos) e Eleições Europeias (mais 15) completam este leque de sondagens, num ano, como foi já referenciado anteriormente, em que os estudos de opinião e políticos estiveram fortemente condicionados pelos escrutínios nacionais realizados.

Conforme foi já relevado anteriormente, os três actos eleitorais realizados durante o ano de 2009 condicionaram fortemente a produção de sondagens de opinião e, concomitantemente, o interesse e alcance das divulgações realizadas pelos órgãos de comunicação social.

Recordando, os três escrutínios ocorreram em Junho, Setembro e Outubro de 2009, com os períodos de campanha eleitoral a decorrerem conforme se apresenta na figura 43.

Fig. 43 – Datas das eleições realizadas em 2009

Eleições	Início da campanha eleitoral	Data da eleição
Eleição Europeia	25.05.2009	07.06.2009
Eleição Legislativa	13.09.2009	27.09.2009
Eleição Autárquica	29.09.2009	11.10.2009

Tomando em consideração os estudos respeitantes a cada tipo de escrutínio, realizados entre o início das respectivas campanhas eleitorais e o dia da eleição, conclui-se terem sido depositadas 71 sondagens (36,2% do total de estudos depositados), repartidas do seguinte modo:

Fig. 44 – Estudos realizados / depositados a partir do início das campanhas eleitorais, por tipo de eleição estudada (2009) *; ^

Tipo de eleição	Início da campanha eleitoral	Data da eleição	Estudos realizados	%*
Parlamento Europeu	25.05.2009	07.06.2009	8 (11)	53,3
Legislativas	13.09.2009	27.09.2009	9 (11)	11,5
Câmara Municipal	29.09.2009	11.10.2009	54 (70)	52,9

Total de depósitos N=196 (2009).

* Consideram-se os estudos que foram realizados (em campo) desde o início da respectiva campanha eleitoral, e que foram depositados até ao final do dia da eleição.

^ Entre parêntesis está indicado o número de estudos que foram depositados desde o início e até ao final de cada uma das campanhas eleitorais consideradas, independentemente do trabalho de campo ter decorrido inteiramente nesse período.

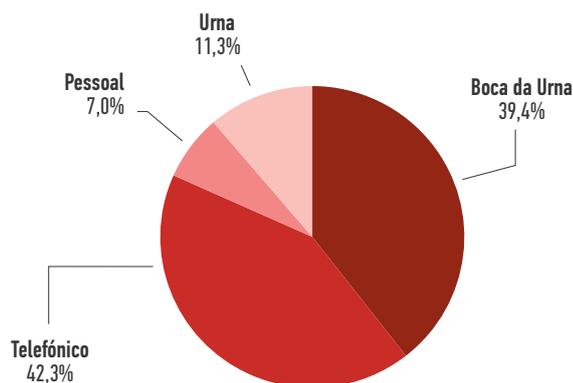
* A percentagem refere-se ao total de estudos que se debruçaram sobre este tipo de eleição durante o ano de 2009.

Da leitura do quadro da figura 44, conclui-se que os estudos depositados que abordaram a intenção e o sentido de voto em eleições Europeias e Autárquicas (Câmara Municipal) foram realizados, maioritariamente, durante os períodos da campanha eleitoral respectiva.

Foram realizadas 28 sondagens em dia de acto eleitoral (“boca da urna” – 39,4%), para o conjunto das três eleições estudadas,

²⁷ Destas 78 sondagens que abordaram as Eleições Legislativas, apenas 60 foram de âmbito nacional.

Fig. 45 – Estudos realizados desde o início das campanhas eleitorais, por método de recolha de informação (2009)



Depósitos efectuados até ao final do dia da eleição, com início de campo posterior ao início da campanha eleitoral N=71 (2009).

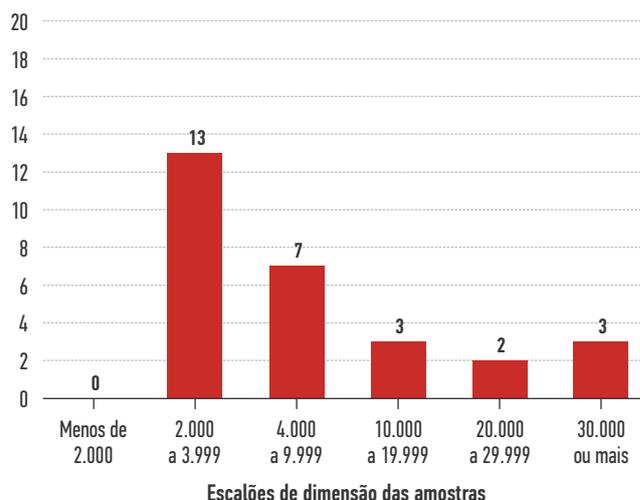
sendo 22 delas referentes a estudos de âmbito local no dia das eleições autárquicas, e os restantes seis em estudos para as eleições legislativas (três) e europeias (três) (figs. 45 e 46).

Calculou-se neste tipo de estudos uma média de 10.031 entrevistas, para um total de 280.887 indivíduos que responderam aos estudos indicados.

5.1.1. Principais resultados – breve resumo das eleições Legislativas e Europeias²⁸

Muito embora se possa concluir da leitura do quadro da figura 47 ter havido uma grande regularidade na determinação do sentido

Fig. 46 – Número de sondagens à "boca da urna", por escalão de dimensão das amostras (2009)



Sondagens à "boca da urna" N=28 (2009).

de voto dos eleitores desde o início da campanha eleitoral, o resultado final do escrutínio eleitoral revela que houve alguma sobrestimação do voto no Partido Socialista (PS), aspecto que foi já evidenciado com outros exemplos pela Comissão nomeada pelo Conselho Regulador da ERC para análise das sondagens eleitorais realizadas em Portugal desde 2005, e cujas principais conclusões e recomendações se apresentam num outro subcapítulo deste relatório.

Muito embora apresentem valores dentro das margens de erro respectivas, uma leitura mais atenta das variações percentuais ao

Fig. 47 – Percentagem de votos validamente expressos dos estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Legislativas 2009^{•, ^}

	Erro máximo da amostra	%					
		PS	PPD/PSD	CDS-PP	BE	PCP-PEV	OUT. / BR. / NULO (total)
Eleições (27.09.09)		36,6	29,1	10,4	9,8	7,9	6,2
Intercampus (28.09.09, 01:42) – Boca da Urna	0,5	38,0	28,3	10,1	10,0	7,5	6,1
Eurosondagem (27.09.09, 19:43) – Boca da Urna	0,5	38,3	28,8	8,8	10,1	7,6	6,4
UCP (27.09.09, 19:42) – Boca da Urna	0,7	38,0	27,0	10,0	10,5	8,5	6,0
Aximage (24.09.09, 20:09)	3,4	38,9	29,2	8,6	9,8	8,5	5,1
Intercampus (24.09.09, 19:52)	3,1	37,9	29,9	7,7	9,5	8,4	6,6
UCP (24.09.09, 12:53)	1,5	38,5	28,2	9,0	10,3	7,7	6,4
Marktest (23.09.09, 17:42)	3,5	38,7	30,8	7,9	8,8	7,0	6,8
Intercampus (18.09.09, 19:58)	3,1	32,9	29,7	6,9	12,0	9,2	9,2
Aximage (17.09.09, 19:37)	4,4	37,7	31,0	7,9	10,4	7,8	5,0
Eurosondagem (17.09.09, 16:25)	2,2	34,8	31,6	8,4	9,6	8,4	7,2
UCP (17.09.09, 11:04)	2,7	37,7	29,5	6,6	13,1	6,6	6,6

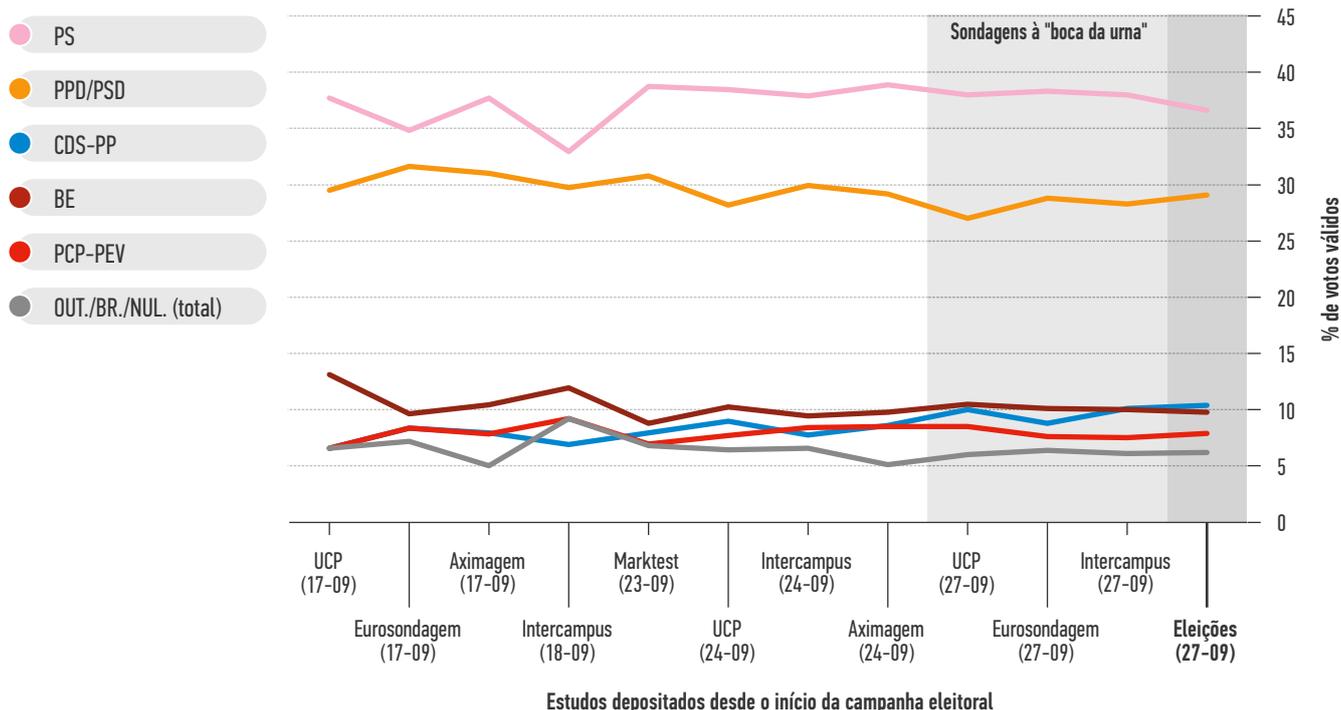
Depósitos efectuados desde o início da campanha eleitoral até ao final do dia da eleição N=11 (2009).

[•] Estudos depositados desde o início da campanha eleitoral (13.09.2009), ordenados de forma decrescente de acordo com a data e hora do depósito (indicada entre parêntesis).

[^] Os resultados dos estudos realizados no dia das eleições ("boca da urna") representam o ponto médio das escalas de intervalos apresentadas pelas empresas. Para os restantes, excluíram-se os não votantes declarados e não respondentes (Não sabe/Não responde), recalculando-se em conformidade o total de votos validamente expressos. Este último tratamento é da inteira responsabilidade da Unidade de Sondagens da ERC.

28 Consideram-se apenas, por razões operacionais de tratamento da informação, os estudos realizados para as eleições Legislativas e Europeias de 2009, que foram depositados na ERC durante as campanhas eleitorais respectivas. Porque abordam realidades locais muito distintas, que não permitem obter e apreciar uma regularidade de recolha de informação e similaridade de tratamento da mesma. Excluem-se deste breve resumo os estudos realizados para as eleições Autárquicas de 2009.

Fig. 48 – Evolução do sentido de voto (estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Legislativas 2009)



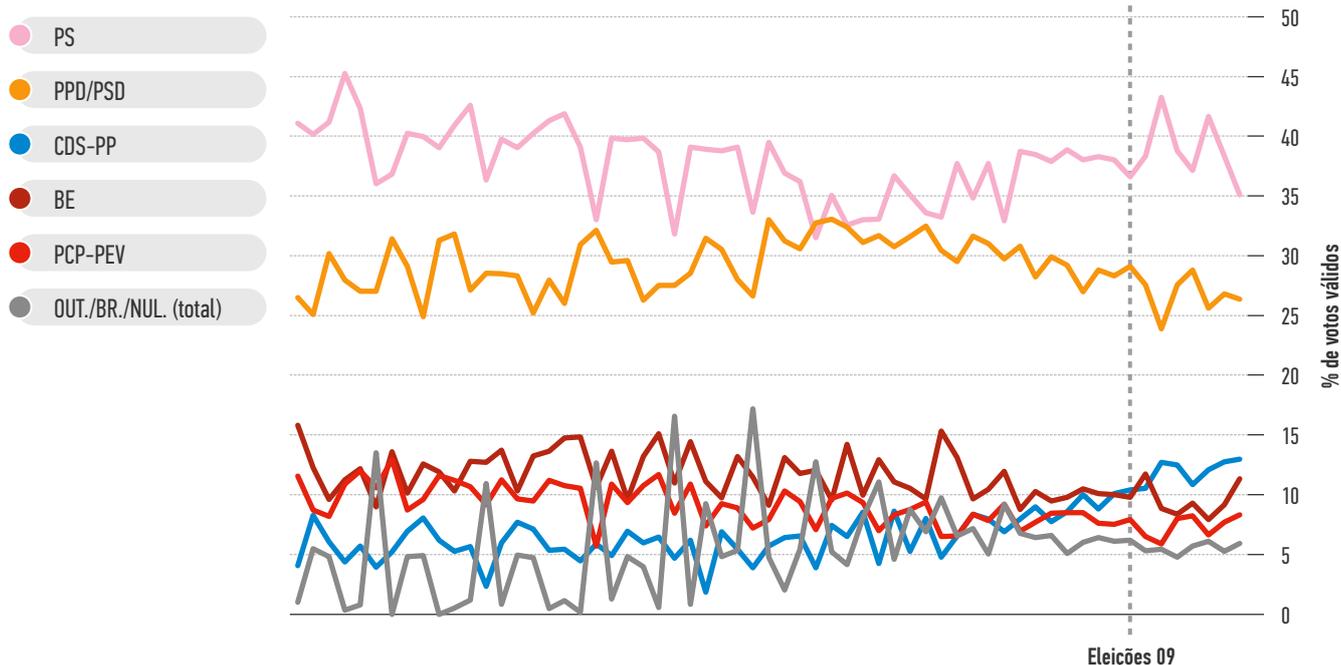
Depósitos efectuados desde o início da campanha eleitoral até ao final do dia da eleição N=11 (2009).

longo do tempo revela algumas dificuldades dos estudos eleitorais realizados na abordagem das flutuações dos eleitorados do Bloco de Esquerda (BE) e da Coligação Democrática Unitária (PCP-PEV). No que se refere ao Partido Social Democrata (PPD/PSD), constatou-se ainda uma ligeira sobreavaliação dos seus resulta-

dos, que resultará também das dificuldades em fixar as eventuais transferências de voto entre esta força política e o CDS/PP.

Numa visão gráfica da evolução do sentido de voto dos eleitores ao longo da campanha eleitoral, o gráfico da figura 48 é elucidativo da

Fig. 49 – Evolução do sentido de voto em 2009



Depósitos de sondagens nacionais que abordaram a intenção de voto em eleições Legislativas N=60 (2009).

Fig. 50 – Percentagem de votos validamente expressos dos estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Europeias 2009 * : ▲

	Erro máximo da amostra	%					
		PS	PPD/PSD	CDS-PP	BE	PCP-PEV	OUT. / BR. / NULO (total)
Eleições (07-06-2009)		31,7	26,5	10,7	10,6	8,4	12,0
Intercampus (07.06.2009, 21:11) – Boca da Urna	2,8	32,4	26,1	11,3	8,0	11,2	11,0
Eurosondagem (07.06.2009, 19:45) – Boca da Urna	0,5	32,4	26,1	12,5	10,4	8,4	8,0
UCP (07.06.2009, 19:35) – Boca da Urna	0,9	31,1	29,6	10,5	10,5	8,5	8,5
Aximage (04.06.2009, 17:24)	2,7	31,5	30,5	10,2	10,1	5,0	7,6
UCP (04.06.2009, 14:47)	1,7	30,9	36,2	9,9	11,6	5,0	10,7
Eurosondagem (04.06.2009, 10:54)	2,0	29,8	33,1	10,2	9,0	6,1	6,9
Marktest (03.06.2009, 19:06)	3,5	31,8	36,0	8,9	8,9	3,3	17,0
Intercampus (28.05.2009, 19:39)	3,1	32,6	29,3	9,9	7,7	3,5	9,9
Marktest (28.05.2009, 17:30)	3,5	31,9	37,1	7,1	7,1	4,6	19,1
Eurosondagem (28.05.2009, 15:54)	2,0	30,0	31,9	8,8	9,2	6,6	7,5
Aximage (28.05.2009, 14:57)	2,8	32,4	35,5	9,0	8,4	6,7	3,0

Depósitos efectuados desde o início da campanha eleitoral até ao final do dia da eleição N=11 (2009).

* Estudos depositados desde o início da campanha eleitoral (25.05.2009), ordenados de forma decrescente de acordo com a data e hora do depósito (indicada entre parêntesis).

▲ Os resultados dos estudos realizados no dia das eleições ("boca da urna") representam o ponto médio das escalas de intervalos apresentadas pelas empresas. Para os restantes, excluíram-se os não votantes declarados e não respondentes (Não sabe/Não responde), recalculando-se em conformidade o total de votos validamente expressos. Este último tratamento é da inteira responsabilidade da Unidade de Sondagens da ERC.

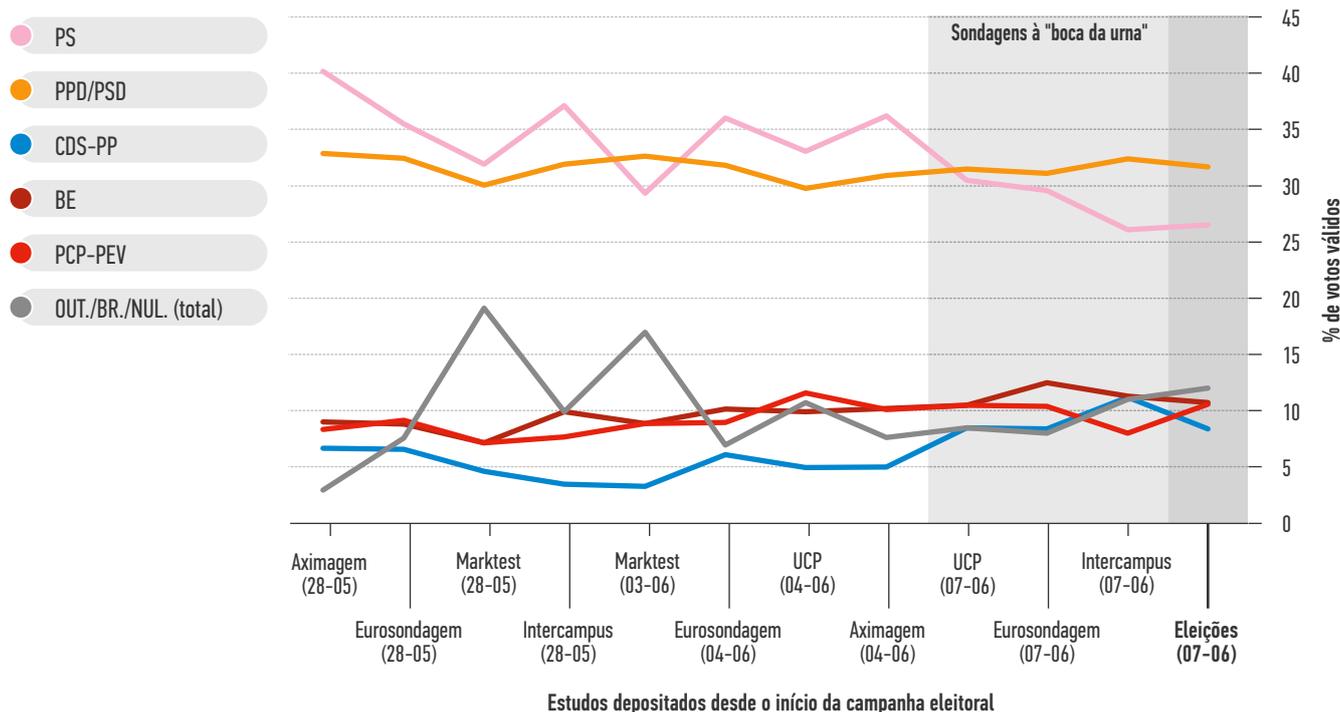
regularidade da recolha do sentido de voto durante as duas semanas de campanha eleitoral (13/09/2009 a 27/09/2009), bem como das discrepâncias entre estas e os resultados finais do escrutínio.

No que concerne às estimativas da abstenção, as três empresas que realizaram sondagens no dia das eleições aproximaram-se com grande rigor da percentagem final de eleitores não votantes (40,3%), variando entre 39% (Intercampus e Eurosondagem) e 40,5% (UCP). Relativamente aos restantes estudos depositados durante a campanha eleitoral, apenas a empresa Aximage pro-

cedeu a uma estimativa daquele indicador, apresentando 35,8% na sondagem de 17 de Setembro e 36,3% na sondagem de 24 de Setembro.

Relativamente às sondagens depositadas na ERC desde o início da campanha eleitoral para as eleições Europeias de 7 de Junho de 2009, as sondagens pré-eleitorais estimaram de forma precisa (dentro das margens de erro) as votações no PSD, no BE e na CDU. Em relação ao PS existiu uma sobreavaliação. De forma inversa, e relativamente ao CDS-PP, verificou-se uma subavaliação (fig. 50).

Fig. 51 – Evolução do sentido de voto (estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Europeias 2009)



Depósitos efectuados desde o início da campanha eleitoral até ao final do dia da eleição N=11 (2009).

No que concerne às sondagens “à boca da urna”, na generalidade foram precisas relativamente aos resultados do escrutínio.

No que concerne aos valores estimados para a abstenção, quer a Intercampus (63,5%), quer a Universidade Católica (63%), aproximaram-se com grande rigor da percentagem de eleitores não votantes (63,2%). Nos restantes estudos depositados durante a campanha eleitoral, apenas a empresa Aximage realizou essa estimativa, apresentando 65,3% e 64,7% nos estudos depositados, respectivamente, nos dias 4 de Junho e 28 de Maio.

6. O RELATÓRIO DA COMISSÃO DE SONDAGENS

Na sequência de uma reunião, em 19 de Junho de 2009, do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) com representantes de mais de 95% das empresas de sondagens e da Associação Portuguesa de Empresas de Estudos de Mercado e Opinião, onde se discutiu o estado do sector em Portugal e, em especial, os resultados das sondagens nas últimas eleições para o Parlamento Europeu, o CREG constituiu uma comissão constituída por Fernando Cascais, jornalista e director do CENJOR, Helena Bacelar Nicolau, professora da Universidade de Lisboa, e José António Simões Vidal de Oliveira, professor da Escola Superior de Comunicação Social, para efectuar um “diagnóstico sobre a situação das sondagens e apresentar sugestões sobre medidas a adoptar”.

O trabalho foi feito em circunstâncias especiais, dada a época do ano e o período político em que decorreu e o limitado prazo de execução. Não obstante estes condicionalismos, a própria Comissão considerou altamente positiva a decisão da ERC em desencadear a discussão desta temática, de que o Relatório é um primeiro contributo.

Da audição de representantes de empresas de estudos de opinião, da análise das Fichas Técnicas e de 38 sondagens publicadas na semana anterior às eleições Europeias de 2009, Regionais da Madeira de 2008, Regionais dos Açores de 2007, Autárquicas Intercalares de Lisboa de 2007, Presidenciais de 2006, Autárquicas de Lisboa e Porto de 2005, e Legislativas de 2005, e dos contributos recebidos de quatro empresas, extraíram-se as conclusões e recomendações que a seguir se enumeram, sem prejuízo de maior aprofundamento ou de desenvolvimentos futuros de algumas.

6.1. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

▶ Os órgãos de comunicação social são importantes clientes/utilizadores de sondagens. O investimento, feito normalmente

em parceria, rende um fluxo de informação significativo, em manchetes, notícias, comentários.

- ▶ A divulgação mediática do resultado das sondagens de opinião é uma questão muito sensível e continua a apresentar tendências positivas e negativas conhecidas. Por um lado, são parte integrante do cenário eleitoral e tornaram-se um elemento importante para a opinião pública e para a formação de opiniões individuais (independentemente do tipo de efeitos que possam gerar); por outro, transforma frequentemente a observação em prognóstico e enquadra o processo eleitoral como uma competição.
- ▶ As Fichas Técnicas analisadas permitem concluir que o seu preenchimento feito por algumas empresas não está sistematizado e, nas mais antigas, está incompleto em alguns campos.
- ▶ Os universos nem sempre estão bem definidos quando se trata de entrevistas telefónicas; a quantificação exacta para o universo com telefone fixo no lar é secundária.
- ▶ Os procedimentos de amostragem adoptados, se cumpridos, não levantam objecções.
- ▶ Não existe correlação significativa entre a dimensão da amostra e a precisão das estimativas, o que poderá indiciar a existência de erros sistemáticos, inerentes à medida, que as empresas credenciadas devem tentar reduzir.
- ▶ Alguns questionários não contemplam perguntas para estimar a abstenção, o que poderá causar enviesamentos nos resultados estimados. As perguntas efectuadas não se revelaram tendenciosas ou manipuladoras de resposta.
- ▶ O número de entrevistas por entrevistador varia em função da empresa e da dimensão do questionário.
- ▶ No caso de amostras não probabilísticas, não existe menção de que o erro de amostragem é desconhecido; pelo contrário, pode dar-se a ideia de que o erro é o mesmo que o que se obteria com uma sondagem probabilística e ele tanto pode ser maior como menor.
- ▶ O desvio, em módulo, entre o valor estimado e o valor real da abstenção, nas sondagens cuja Ficha Técnica menciona valores para a abstenção estimada (25 das 38 sondagens) é elevado; há que ter em conta que algumas empresas (Marktest e Intercampus), em algumas sondagens, não medem o valor da abstenção com uma pergunta específica.
- ▶ Nas sondagens, cujos dados da Ficha Técnica permitiram o cálculo dos desvios em módulo entre os valores estimados através da projecção e os valores reais da eleição para os diferentes partidos (32 em 38), o desvio médio em módulo foi no conjunto de 2,3%.
 - ▶ Foi menor nas projecções:
 - para as Eleições Legislativas de 2005, seguindo-se-lhes as projecções para as Eleições Presidenciais de 2006 e Autárquicas Intercalares de Lisboa de 2007.
 - realizadas pela empresa Ipom, seguida de Universidade Católica e Aximage.

- que utilizaram o procedimento de amostragem aleatória de selecção de freguesias tipo e último aniversariante, seguido pelos procedimentos de amostragem de selecção aleatória de indivíduo através de *master sample* e selecção aleatória de lar e último aniversariante.
- que recorreram à entrevista pessoal.
- ▶ Foi maior nas projecções:
 - para as Eleições Europeias de 2009.
 - realizadas pela empresa Pitagórica, seguida da Intercampus.
 - que utilizaram o procedimento de selecção “homem mais novo” – Pitagórica – e selecção aleatória de lar e quotas de indivíduo.
 - que recorreram à entrevista telefónica.
- ▶ As transformações aplicadas pelas empresas, pela distribuição dos indecisos e não respondentes, como seria de esperar, aproximam de forma global os resultados das sondagens dos resultados das eleições, melhorando as projecções relativamente aos resultados brutos.
- ▶ Considerando todas as eleições em análise, com excepção das Presidenciais de 2006:
 - os resultados das projecções para o PSD tenderam a ser subavaliados em todas as realizadas para as Eleições Autárquicas 2005 de Lisboa e ligeiramente sobreavaliados nas projecções para as Eleições Legislativas de 2005.
 - com excepção das Eleições Legislativas 2005 e das Autárquicas 2005 no Porto, os resultados das projecções para o PS tenderam a ser sobreavaliados em todas as realizadas para as restantes eleições, sobretudo no que respeita às Eleições Europeias de 2009.
 - os resultados do CDS nas projecções europeias de 2009 foram subavaliados em todas elas.
 - os resultados das projecções para o PCP, embora ligeiramente subavaliados, estão sempre muito próximos da realidade para todas as eleições analisadas.
 - os resultados das projecções para o BE, embora muito ligeiramente sobreavaliados nas Autárquicas de 2005 em Lisboa e Porto, estão sempre muito próximos da realidade, para todas as eleições analisadas.
 - para as projecções das Eleições Legislativas de 2005 e das Europeias de 2009, identificadas como as mais distintas entre si, a análise conjunta dos desvios observados por partidos, confirma, ilustra e enquadra de forma global e precisa o padrão de desvios associado às projecções de cada um dos dois tipos de eleições.
 - para as Eleições Europeias 2009, as projecções analisadas, em termos de intervalo de confiança a 95% para o voto expresso nos diferentes partidos, revelam que todas (cinco) apontavam para o PSD um intervalo de votação que se verificou correcto, o mesmo não acontecendo com o PS e restantes partidos, mais vincadamente com o CDS.

- ▶ Algumas empresas credenciadas não apresentam com os dados depositados uma “interpretação técnica”, tal como o determina o ponto 3 do artigo 4.º da Lei 10/2000 de 21 de Junho; tal ajudaria a interpretação editorial.

6.2. RECOMENDAÇÕES

- ▶ Deve ser mais regulamentado o “inquérito de opinião”, para evitar a possibilidade de publicação de dados relativos a eleições por empresas não credenciadas.
- ▶ A revisão e a actualização da legislação sobre sondagens e inquéritos de opinião devem atender, nomeadamente:
 - à redefinição dos “inquéritos de opinião”, diferenciando-os de formas de apelo à opinião individual favorecidas pelas novas tecnologias da comunicação, sobretudo nos domínios audiovisual e internet.
 - às condições a que deve obedecer a divulgação de sondagens e inquéritos de opinião exclusivamente através da internet.
 - à redução significativa da Ficha Técnica publicada nos órgãos de comunicação social, em conjugação com a divulgação pelo regulador da Ficha Técnica depositada.
 - à mudança da responsabilidade do depósito da sondagem da empresa credenciada para o cliente/órgão de comunicação divulgador.
- ▶ A divulgação de dados de sondagens/projecções não publicadas ao fim de 15 dias, ou de respostas a perguntas não publicadas a seguir à publicação, poderá configurar a infracção de regras de deontologia a que estão obrigados as empresas e técnicos.
- ▶ A Ficha Técnica que os órgãos de comunicação social são obrigados a publicar deve ser mínima, só com elementos considerados nucleares.
- ▶ A proposta de alteração de Ficha Técnica objecto de depósito tem em vista a sua monitorização futura.
- ▶ A Ficha Técnica deve ser o mais reduzida e objectiva possível, estruturada de modo a facilitar a sua resposta de modo uniforme, para permitir uma fácil monitorização.
- ▶ Deve ser exigido o preenchimento correcto da Ficha Técnica.
- ▶ No caso de estudos multi-clientes, deve ser indicado o número total de perguntas do questionário e a ordem das perguntas relativas à sondagem.
- ▶ Não existe uniformidade de compreensão do conceito de “controlo de entrevistas”, pelo que se deve considerar “inspecção” ou “supervisão”.
- ▶ Os resultados das sondagens/projecções são indicados em valores percentuais com uma decimal (com excepção da Universidade Católica que os refere em números inteiros), o que dá uma ideia de rigor que a sondagem não possui. Aconselha-se

uma sensibilização das empresas, para que comecem a indicar os valores percentuais, sem decimal.

- ▶ A criação de um programa informático para acompanhar a evolução/tendência dos dados brutos das diferentes sondagens para o mesmo tipo de eleição, relacionando-os com as suas características, ajudará na monitorização da sua qualidade técnica.
- ▶ O rigor e a transparência da divulgação mediática das sondagens/projecções podem melhorar através de práticas e de iniciativas como:
 - proximidade e colaboração entre empresas credenciadas e órgãos de comunicação social.
 - produção de manuais breves e esclarecedores sobre o correcto e o errado no tratamento jornalístico das sondagens.
 - informação obrigatória dos resultados brutos da sondagem e apresentação dos resultados em números inteiros.
 - criação de formação especializada no tratamento jornalístico de sondagens/projecções.
 - aperfeiçoamento do controlo de qualidade e monitorização da documentação depositada junto da ERC.
- ▶ A adequação dos meios da Entidade Reguladora para a cabal monitorização de todo o processo relativo à produção e divulgação de sondagens deverá ser assegurada.
- ▶ A Lei 10/2000 aponta para outros domínios além do político, nomeadamente o cultural e social; a importância de todo este tipo de questões sociais e o recurso a sondagens e inquéritos com divulgação nos órgãos de comunicação social leva a que tal se deva ter em conta em futura revisão legislativa.

7. ACOMPANHAMENTO PROCESSUAL²⁹

A preocupação da ERC em matéria de sondagens num ano eminentemente eleitoral, como foi o de 2009, centrou-se numa avaliação mais apurada de depósitos e divulgações, nas exigências de rigor e transparência que têm estado no centro dos critérios de intervenção da Unidade de Sondagens.

Reforçando o espírito de co-regulação que tem norteador as acções da ERC neste domínio desde 2007, sempre balizados pelos trâmites impostos pela Lei das Sondagens, o ano de 2009 revelou novamente um aumento substancial dos níveis de intervenção da ERC junto das empresas credenciadas e dos órgãos de comunicação social, não apenas em resultado de uma atenção redobrada dedicada à validação legal de depósitos e divulgações, bem como nas acções de sensibilização para o rigor e transparência que são devidos ao público consumidor.

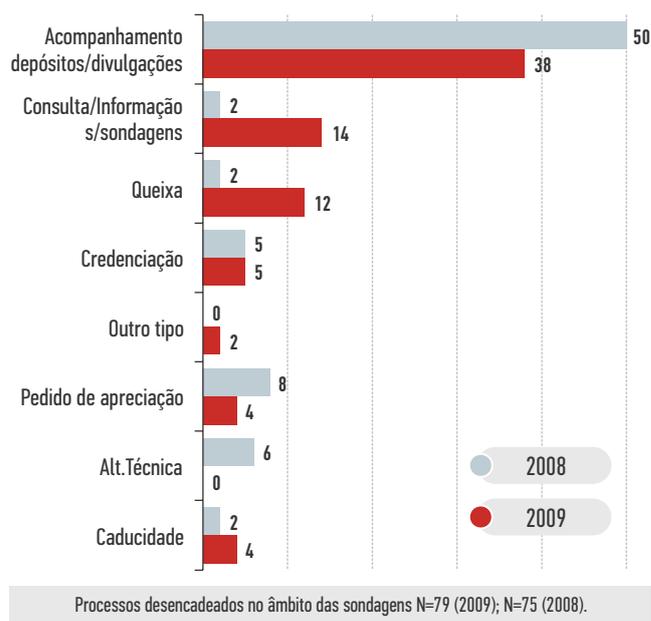
Não obstante, apesar do aumento dos depósitos de sondagens e do concomitante crescimento exponencial do número de divulgações que caracterizaram o ano de 2009, e não obstante as novas melhorias introduzidas na sistematização do conjunto de procedimentos adstritos à Unidade de Sondagens, o número de processos de averiguações foi idêntico ao de 2008, o que demonstra que a intervenção pedagógica realizada junto das entidades credenciadas e dos órgãos de comunicação social, durante o ano de 2008, teve resultados positivos.

Paralelamente, as deliberações do CREG relativas ao novo modelo de Ficha Técnica de depósito, bem como, e principalmente, ratificando a possibilidade de acesso público aos depósitos de sondagens, promovendo inclusivamente a sua publicitação no portal da ERC na internet, vieram introduzir novos patamares de exigência e de exposição pública das entidades produtoras de estudos, dos órgãos de comunicação seus contratantes e também da própria ERC, enquanto Entidade Reguladora neste domínio.

7.1. NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

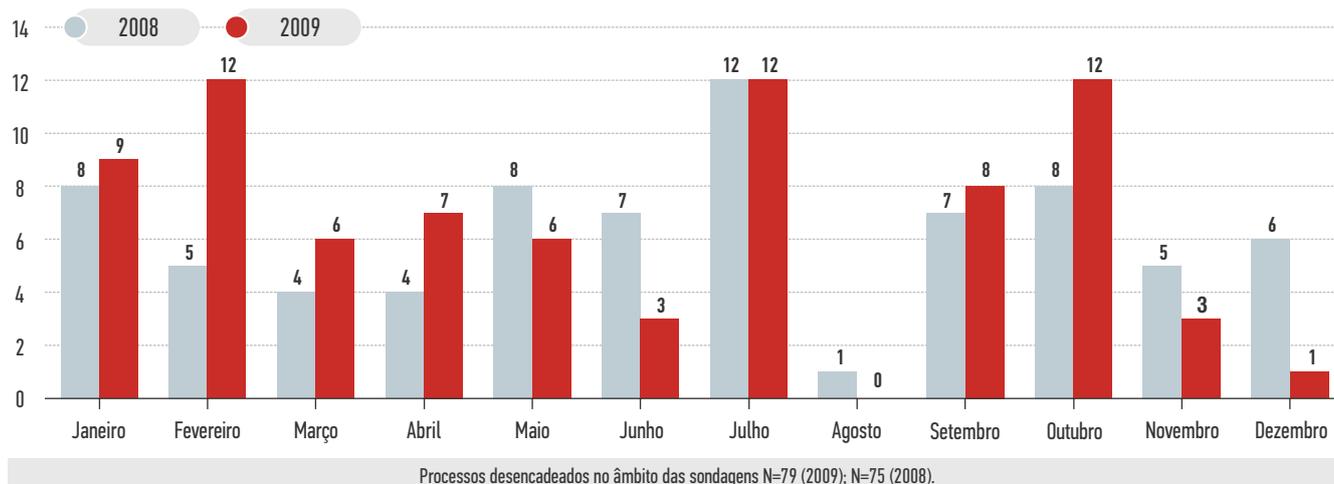
A melhoria das condições genéricas de intervenção da Unidade de Sondagens, bem como a assumpção de uma política mais atenta às divulgações de estudos de opinião, justificou a abertura de 79 procedimentos de diversa índole, um número superior ao apurado para o ano de 2008 (fig. 52).

Fig. 52 – Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2008 e 2009)



²⁹ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante os anos civis de 2008 e 2009, em referência aos trâmites de aplicação da Lei n.º 10/2000, no que concerne ao depósito e divulgação de sondagens, bem como os relativos aos processos de acreditação das empresas.

Fig. 53 – Procedimentos desencadeados por mês (2008 e 2009)



Acompanhando aquela que foi a intervenção típica da Unidade de Sondagens neste domínio em 2008, será de relevar novamente o posicionamento das intervenções desencadeadas por acompanhamento interno dos depósitos de sondagens e respectivas divulgações.

A possibilidade de consulta pública das sondagens depositadas na ERC, deliberada pelo CREG em Julho de 2009 (Deliberação 1/SOND/2009), após um debate aceso no seio da classe política sobre a credibilidade deste tipo de estudos, veio também ao encontro dos inúmeros pedidos que a ERC recebeu nesse sentido, antes e depois da referida deliberação, e que se encontram espelhados no número de processos referidos como “consulta/pedidos de informação sobre sondagens”³⁰.

Fig. 54 – Processos encerrados no ano, segundo o tipo (2009)

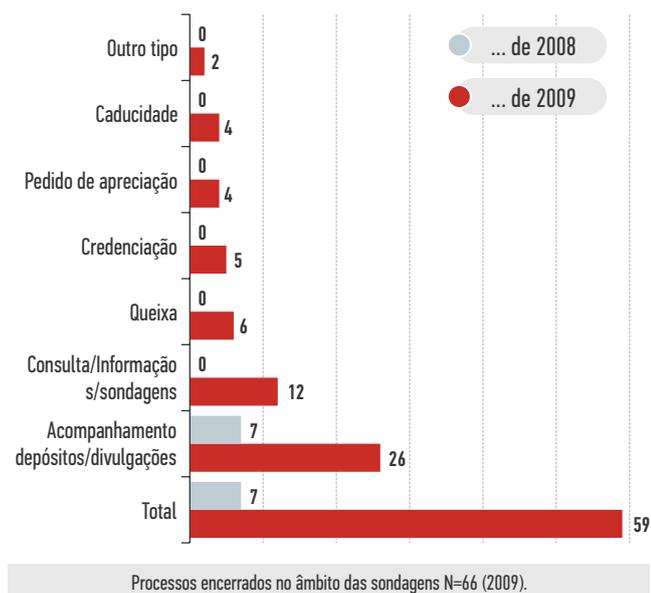


Fig. 55 – Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2009)

Processos	Total	Arquivado Administrativamente*	Arquivado com Deliberação
Acompanhamento	33	24	9
Consulta / Informação sem sondagens	12	11	1
Queixa	6	0	6
Credenciação	5	2	3
Pedido de apreciação	4	4	0
Caducidade	4	4	0
Outro tipo	2	2	0
Total	66	47	19

Processos encerrados no âmbito das sondagens N=66 (2009).

* O conceito de “arquivo administrativo”, por contraposição à deliberação formal da ERC, significa que esta Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrados por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.

Do total de processos encerrados durante o ano de 2009, 47 (69,4%) foram encerrados administrativamente, sem ser necessária a pronúncia do CREG através de uma deliberação formal.

O ano eleitoral que se viveu em 2009, e uma maior sensibilização por parte dos consumidores deste tipo de estudos, para a transparência nas condições de realização destas investigações e rigor no seu tratamento jornalístico, a que não serão estranhas certamente as deliberações do CREG nesse sentido, justificam o aumento substancial do número de processos resultantes de queixas, mais 10 do que em 2008 (fig. 52).

Foram encerrados em 2009 um total de 66 procedimentos, tendo 59 dos quais sido desencadeados durante o próprio ano (89,4%) e sete (11,3%) transitado de 2008 (fig. 55). Refira-se ainda que 73,3% do total de procedimentos desencadeados durante o ano de 2009 tiveram resolução no decorrer do próprio ano.

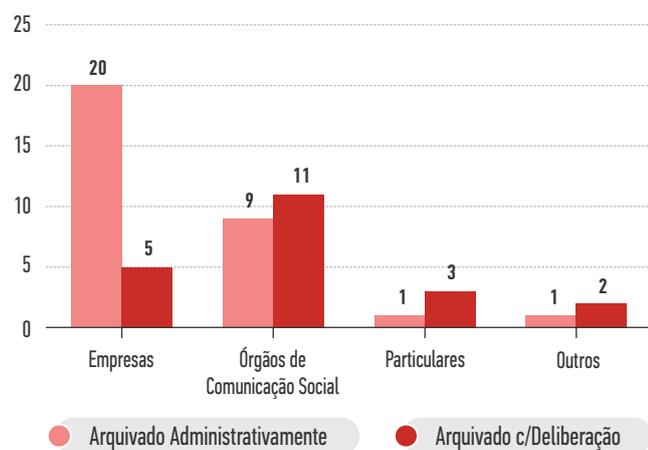
Dos que transitaram para 2010, em número de 20, a maioria (12) refere-se a processos gerados no acompanhamento de depósitos e/ou divulgações, seis resultantes de queixas e dois relativos

³⁰ Acresce dizer que este número seria certamente maior se a Unidade de Sondagens tivesse registado como procedimento interno algumas das consultas que recebeu nesse sentido por via directa (telefone), e que não resultaram em solicitações formais (e-mail ou carta).

a pedidos de consulta ou de informação sobre sondagens. Acresce dizer que um dos processos gerados por queixa em 2009, e que transitou para o corrente ano, teve resolução no primeiro trimestre de 2010, através de Deliberação do CREG.

No que concerne aos 33 processos encerrados relativos ao acompanhamento de depósitos e divulgações de sondagens (fig. 55), estiveram denunciadas, entre averiguação de incumprimentos, solicitação de esclarecimentos ou apreciação do âmbito dos estudos, um total de 34 entidades distintas, sendo que nove delas estiveram envolvidas em mais do que um procedimento (fig. 56).

Fig. 56 – Intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009) *



Processos encerrados por acompanhamento de depósitos e divulgações N=33 (2009) / Número de entidades envolvidas (excluindo a ERC, enquanto Entidade Reguladora) N=34 (2009).
* O somatório das colunas apresentadas no gráfico excede o número de entidades envolvidas, em virtude de nove delas intervirem em mais do que um processo.

7.2. PRINCIPAIS OCORRÊNCIAS

Nos 38 processos desencadeados durante o ano de 2009 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, foi detectado um total de 75 referências à Lei das Sondagens (entre apreciações e incumprimentos)³¹.

No cômputo geral, 54,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com inconformidades em relação ao artigo 7.º da Lei n.º 10/2000, no qual se estipulam as Regras de Divulgação ou Interpretação de Sondagens. A percentagem deste tipo de ocorrências havia sido superior em 2008, muito embora a diferença não seja significativa (mais 4,1%).

As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito (artigo 6.º) registaram 22,7% do total apurado, percentagem superior à do ano transacto (16,5%)

De relevar ainda o aumento substancial de referências ao artigo 5.º (Regulamentação do Depósito de Sondagens) entre 2008 (6,2%) e 2009 (17,3%).

Desdobrando esta informação em termos do resultado final das averiguações para os processos dados por encerrados durante o ano que findou – arquivo administrativo ou deliberação do CREG –, conclui-se que, e de modo semelhante ao apurado durante o ano de 2008, estes últimos justificaram o seu nível de intervenção pelo grande volume de incumprimentos, principalmente os relativos às Regras de Divulgação ou Interpretação de Sondagens (artigo 7.º da Lei das Sondagens) (fig. 57).

Detalhando a informação anterior, e centrando a nossa atenção nos depósitos (artigo 5.º - Depósito, artigo 6.º - Ficha Técnica) e divulgações (artigo 7.º - Regras a observar na Divulgação ou Interpretação de Sondagens), serão de levar as inconformidades relativamente às seguintes alíneas, ordenadas de acordo com a frequência das ocorrências:

Artigo 5.º:

- ▶ n.º 1 A publicação ou difusão deve ser precedida do seu depósito junto da ERC

Artigo 6.º:

- ▶ n.º 1, alínea g) Amostra, sua distribuição geográfica e composição

Fig. 57 – Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total	%	Arquivado administrativamente	Arquivado com deliberação	Em apreciação
Artigo 4.º	Regras gerais sobre realização de sondagens	2	2,7	0	2	0
Artigo 5.º	Regulamentação do depósito das sondagens	13	17,3	6	1	6
Artigo 6.º	Ficha Técnica do depósito	17	22,7	15	1	1
Artigo 7.º	Regras da divulgação ou interpretação de sondagens	41	54,7	1	15	25
Artigo 8.º	Regras a observar na divulgação ou interpretação de inquéritos	2	2,7	0	0	2
Total de incumprimentos		75		22	19	34

Processos desencadeados em 2009 por acompanhamento de depósitos e divulgações N=38 (2009).

³¹ O número de referências à Lei das Sondagens é superior ao número de processos gerados, pelo facto de cada processo poder ser motivado pela constatação de mais do que um incumprimento.

Fig. 58 – Detalhe dos principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total	%	Arquivado administrativamente	Arquivado com deliberação	Em apreciação
Artigo 4.º, n.º 2, alínea c)	Interpretação dos resultados brutos	1	1,3	0	1	0
Artigo 4.º, n.º 3	Códigos de conduta dos técnicos	1	1,3	0	1	0
Artigo 5.º	Depósito de sondagens	8	10,7	5	0	3
Artigo 5.º, n.º 1	Obrigatoriedade do depósito prévio (à divulgação)	5	6,7	1	1	3
Artigo 6.º	Ficha Técnica do depósito	7	9,3	6	0	1
Artigo 6.º, n.º 1, alínea g)	Amostra, sua distribuição geográfica e composição	5	6,7	5	0	0
Artigo 6.º, n.º 1, alínea o)	Taxa de resposta e eventuais enviesamentos	1	1,3	1	0	0
Artigo 6.º, n.º 1, alínea q)	Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	2	2,7	1	1	0
Artigo 6.º, n.º 1, alínea r)	Texto integral das questões colocadas e de outros documentos apresentados às pessoas inquiridas	1	1,3	1	0	0
Artigo 6.º, n.º 1, alínea t)	Métodos e coeficientes máximos de ponderação	1	1,3	1	0	0
Artigo 7.º, n.º 1	Divulgação isenta, transparente e rigorosa	8	10,7	0	2	6
Artigo 7.º, n.º 2	Elementos de divulgação obrigatórios (genérico)	3	4,0	1	1	1
Artigo 7.º, n.º 2, alínea d)	Universo alvo da sondagem	2	2,7	0	1	1
Artigo 7.º, n.º 2, alínea e)	Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição	4	6,4	0	1	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea f)	Taxa de resposta do estudo	1	1,3	0	1	0
Artigo 7.º, n.º 2, alínea g)	Percentagens de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo	6	8,0	0	3	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea h)	Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	7	9,3	0	4	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea i)	Datas do processo de recolha de informação	2	2,7	0	1	1
Artigo 7.º, n.º 2, alínea j)	Método de amostragem e taxa de resposta	3	4,0	0	0	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea l)	Método de recolha da informação	3	4,0	0	0	3
Artigo 7.º, n.º 2, alínea n)	Margem de erro estatístico máximo e níveis de significância	1	1,3	0	0	1
Artigo 7.º, n.º 4	Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior	1	1,3	0	1	0
Artigo 8.º, n.º 1	Representatividade dos inquiridos de opinião	1	1,3	0	0	1
Artigo 8.º, n.º 2	Divulgação da advertência para os limites das generalizações	1	1,3	0	0	1
Total de incumprimentos		75		22	19	34

Processos desencadeados em 2009 por acompanhamento de depósitos e divulgações N=38 (2009).

- ▶ n.º 1, alínea q) Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- ▶ n.º 1, alínea o) Taxa de resposta e eventuais enviesamentos
- ▶ n.º 1, alínea r) Texto integral das questões colocadas e de outros documentos apresentados às pessoas inquiridas
- ▶ n.º 1, alínea t) Métodos e coeficientes de ponderação

Artigo 7.º:

- ▶ n.º 1 Divulgação isenta, transparente e rigorosa
- ▶ n.º 2 Elementos de divulgação obrigatórios
- ▶ n.º 2, alínea h) Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- ▶ n.º 2, alínea g) Percentagem de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo
- ▶ n.º 2, alínea e) Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição
- ▶ n.º 2, alínea j) Método de amostragem e taxa de resposta
- ▶ n.º 2, alínea l) Método de recolha
- ▶ n.º 2, alínea d) Universo alvo da sondagem
- ▶ n.º 2, alínea i) Datas do processo de recolha de informação
- ▶ n.º 2, alínea f) Taxa de resposta do estudo
- ▶ n.º 2, alínea n) Margem de erro estatístico máximo e níveis de significância
- ▶ n.º 4 Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior

No que concerne aos processos desencadeados durante o ano devido a Queixas (12) (fig. 52), devem-se a situações geradas maioritariamente ao abrigo do artigo 7.º da Lei das Sondagens, particularmente no que concerne às condições efectivas de publicação, difusão e interpretação técnica dos resultados, as quais não podem falsear ou deturpar o seu sentido e limites. Outros aspectos estão relacionados com o conjunto de informações que devem acompanhar a publicação ou difusão de tais resultados.

8. CONCLUSÃO

8.1. PROJECTOS A DESENVOLVER

Estão projectadas para o ano de 2010 algumas iniciativas que a ERC antevê como extremamente importantes para a sua missão na área das sondagens de opinião e, particularmente, na sua relação com as empresas credenciadas e órgãos de comunicação social, no objectivo comum de alcançar patamares mais altos de uma efectiva co-regulação que garanta a qualidade metodológica dos estudos de opinião realizados, bem como, e mais importante ainda, o rigor e a transparência que são devidos ao público consumidor.

Assim, o Plano de Actividades da ERC para 2010 prevê, na área

das sondagens e inquéritos de opinião, o seguinte conjunto de acções:

- ▶ Análise das sondagens depositadas, suas metodologias, resultados apurados e respectiva conformidade legal.
- ▶ Aprofundamento da recolha e análise das divulgações e difusões de sondagens e respectiva conformidade legal.
- ▶ Manutenção da actualização quotidiana da base de dados, nas suas diversas vertentes:
 - Registo das características técnicas das sondagens depositadas.
 - Análise da conformidade legal das sondagens depositadas.
 - Registo das divulgações.
 - Análise da conformidade legal das divulgações, através da lista de verificação implementada em 2008.
 - Registo dos processos e fluxo de documentos.
 - Actualização do ficheiro de empresas.
- ▶ Desenvolver e proceder ao registo informático de uma análise qualitativa das divulgações, na sequência das apreciações preliminares elaboradas em 2009.
- ▶ Elaboração de informações e pareceres, abertura de processos e demais diligências, no âmbito do acompanhamento a que a Entidade Reguladora está adstrita.
- ▶ Informação, abertura e demais diligências relativas a processos de renovação e de novas credenciações das empresas de sondagens.
- ▶ Finalização das diligências encetadas em 2009 no âmbito da redefinição do modelo de Ficha Técnica das sondagens, a depositar pelas empresas credenciadas nesta Entidade Reguladora.
- ▶ Conclusão de uma *Carta de Princípios sobre as Sondagens de Opinião*, de acordo com o estudo preliminar em elaboração desde 2007.
- ▶ Lançamento do *Estudo de Avaliação das Sondagens de Opinião*, de acordo com o caderno de encargos elaborado em 2009, e respeitando o estudo preliminar elaborado em 2008.
- ▶ Elaboração e entrega para apreciação dos deputados à Assembleia da República de um *Projecto de Alteração da Lei das Sondagens*, a elaborar pelo Departamento Jurídico da ERC antes do final da presente Legislatura.
- ▶ Início da actividade do Portal das Sondagens.
- ▶ Manutenção do site da ERC, relativamente às sondagens divulgadas.
- ▶ Monitorização, através de um processo de amostragem, das divulgações de sondagens em rádios locais.
- ▶ Balanço semestral das análises empreendidas, relativas a depósitos e divulgações de sondagens de opinião.
- ▶ Análise, em articulação com o Departamento Jurídico, do *Relatório da Comissão para o Estudo das Sondagens*, tendo em vista a eventual proposição de medidas para o sector.
- ▶ Manutenção de encontros periódicos com empresas credenciadas e associações do sector.

8.2. A PROPOSTA DE ALTERAÇÃO LEGISLATIVA (LEI N.º 10/2000, DE 21 DE JUNHO)

De entre as incumbências que recaem sobre esta Entidade Reguladora conta-se o dever de zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião.

No contexto comunicacional, as sondagens têm vindo a ser vistas, sobretudo na vida política, como elemento informador e orientador, quer para a pluralidade de entidades que a elas recorrem, quer para o cidadão comum. Mais do que um instrumento fundamental de avaliação da opinião pública, a sondagem tem sido encarada como um veículo importante de condicionamento de qualquer abordagem do tema proposto. A proliferação do número de sondagens realizadas tem justificado um esforço de reflexão em torno da sua credibilidade e do tratamento que lhes é conferido.

No desenvolvimento das suas competências, a ERC tem vindo a assegurar um trabalho de acompanhamento e fiscalização sobre a realização e publicação de sondagens de opinião referentes a matéria coincidente com o âmbito definido na Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho (Lei das Sondagens).

Acresce que, quer de acordo com o Estatutos da ERC (cfr. Lei n.º 58/2005, de 8 de Novembro), quer de acordo com a Lei das Sondagens, recai também sobre esta Entidade o dever de se pronunciar quanto à aplicação do regime legal relativo à difusão de sondagens de opinião, seus méritos e insuficiências.

De acordo com o trabalho efectuado, esclarecimentos prestados a questões colocadas pelos interessados e acompanhamento das preocupações e dificuldades dos agentes do sector – não só das empresas credenciadas responsáveis pela efectivação deste género de estudos, como também dos órgãos de comunicação social responsáveis pela sua divulgação – resultou clara a percepção da necessidade de revisão do regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião.

Com o escopo de melhorar o enquadramento legal aplicável, revendo as obrigações dos intervenientes em conformidade com a sua actuação estrutura e diversidade (com especial atenção à oneração dos operadores radiofónicos na divulgação de informações obrigatórias), procedeu-se à elaboração de um documento de trabalho, onde, de forma fundamentada, tendo em atenção a evolução histórica e soluções consagradas em outros ordenamentos jurídicos, é elencado um conjunto de apreciações que se têm por adequadas à tão almejada melhoria do regime jurídico aplicável.

As linhas de reforma propostas visam, desde logo, a simplifica-

ção de procedimentos, imprimindo ao regime maior clareza e funcionalidade. Importa salientar que, neste trabalho, procurou-se, sobretudo, dar resposta às deficiências da Lei n.º 10/2000, de 20 de Junho, identificando os problemas e deixando, assim, o caminho aberto para uma possível revisão do regime legal.

8.3. SÍNTESE CONCLUSIVA

Perspectivando-se um ano de 2009 com uma produção muito forte de estudos eleitorais, fortemente condicionada pelos três escrutínios realizados – Eleições Europeias, a 7 de Junho, Eleições Autárquicas, em 11 de Setembro, e Eleições Legislativas, a 27 do mesmo mês –, não se contabilizarou, não obstante, um número de depósitos de sondagens comparável ao de outros anos eleitorais (nomeadamente 2005 e 2001), confirmando-se a manutenção da tendência de quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos evidenciada no ano anterior, em consequência de uma retracção no investimento dos órgãos de comunicação social neste tipo de estudos.

Comparando com o ano de 2008, foram depositados, em 2009, mais 94 estudos, num total de 196, com uma distribuição mensal fortemente condicionada pelas datas dos actos eleitorais realizados.

Durante o ano de 2009, 86% das sondagens depositadas foram acompanhadas de uma divulgação efectiva dos seus resultados, reforçando a tendência já observada em 2007 e 2008.

Incrementou-se no ano que findou o ritmo de acções desenvolvidas pela Unidade de Sondagens da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de que é reflexo directo a recuperação e acompanhamento de um número muito elevado de peças noticiosas relativas aos estudos depositados.

Foi possível à ERC aprofundar o conjunto de tarefas que lhe estão cometidas, graças à agilização dos procedimentos internos da Unidade de Sondagens, à introdução do programa de gestão

documental da ERC e a novos desenvolvimentos da base de dados ERC - Sondagens.

A intervenção da ERC, no domínio das suas competências relativamente às sondagens, manteve a postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, procurando, na medida do possível, promover uma co-regulação efectiva.

As acções e consultas desencadeadas tiveram como corolário a aprovação, pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora (CREG), de um novo modelo de Ficha Técnica para depósito das sondagens, mais ajustado às exigências de rigor e transparência, bem como às reais necessidades e limitações das empresas credenciadas. Paralelamente, o Conselho Regulador da ERC deliberou no sentido de possibilitar a consulta pública das sondagens e estudos de opinião depositados nesta Entidade Reguladora.

Estas e outras acções tidas resultaram em melhorias substanciais na preocupação relativamente à informação que é remetida à ERC para apreciação da qualidade e conformidade dos estudos realizados, bem como aquela que é facultada aos órgãos de comunicação social e que por eles é veiculada, com benefícios evidentes relativamente ao seu tratamento jornalístico.

Foi ainda com o objectivo de agilizar procedimentos, que a ERC decidiu abrir um concurso para a abertura de um Portal das Sondagens no sítio electrónico da ERC, criando uma porta de ligação com as entidades credenciadas para a realização de sondagens de opinião, com o objectivo de permitir o depósito online dos estudos.

Aprofundaram-se, em paralelo, os estudos internos e externos conducentes à proposta de alteração do normativo legal vigente (Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho). O envio de uma proposta concreta de alteração legislativa à Assembleia da República faz parte da programação da ERC para o ano de 2010.

9. GLOSSÁRIO

Âmbito geográfico das amostras	Consideram-se de âmbito Nacional as sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas;
	Continente, as sondagens realizadas em Portugal continental;
	Regional, as sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores);
	Local, as sondagens de âmbito concelhio;
	Lisboa e Porto, as sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto;
	Lista, as sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.
Depósito de sondagem	Sondagem que é enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa da imprensa, rádio e televisão que consubstancia a divulgação de determinada sondagem, previamente depositada na ERC.
Grupos temáticos das sondagens depositadas	Temas Sociais – conjunto de referências relacionadas com assuntos de integração social das populações e de participação na comunidade, como sejam, entre outros, a educação, o desemprego, os temas de saúde, os temas relativos à habitação e os problemas de segurança;
	Temas de Economia – conjunto de referências relacionadas com assuntos eminentemente económicos ou relacionados com a economia, como sejam, entre outros, as crises nacionais e internacionais, o custo de vida, as despesas dos portugueses e a confiança nas instituições financeiras/bancárias;
	Temas Políticos – conjunto de referências relacionadas com assuntos do foro eleitoral e político, como sejam, entre outros, a imagem das instituições políticas e judiciais, as candidaturas eleitorais nacionais, locais e partidárias e a intenção e projecção de resultados eleitorais.
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 seleccionado e de inquirição regular;
	Boca da Urna – método de recolha realizado em dia de acto eleitoral, com replicação do voto em urna selada;
	Pessoal – sondagens realizadas por entrevista directa e pessoal;
	Urna – método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de acto eleitoral;
	Postal – estudos com entrega e recepção dos questionários por via postal;
	E-mail – estudos com selecção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio electrónico;
	Internet – estudos realizados online através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de selecção das amostras	Denomina-se Aleatório ao método de selecção em que cada membro do universo (ou sub-universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste Relatório o seu detalhe. Denomina-se por Quotas ao método de selecção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas. O método Misto representa todo o tipo de estudos em que a selecção das amostras se encontra desdobrada em duas fases, através de uma selecção aleatória das unidades de selecção principais, numa primeira fase, e a selecção por quotas dos indivíduos a entrevistar, numa segunda fase (por ex. numa selecção aleatória dos números de telefone dos lares e selecção por quotas do indivíduo a entrevistar dentro do lar). Conveniência é todo o tipo de métodos de selecção das amostras que assentam fundamentalmente na selecção por facilidade de acesso ou de contacto a determinados membros de uma população ou grupo.
Primeiras divulgações	Critério de apreciação estritamente temporal. Consideram-se os suportes ou órgãos de comunicação social que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e na hora em que tal ocorreu.
Processo arquivado administrativamente	A Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrado por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.
Processo arquivado com deliberação	Processo de averiguações que resultou numa pronúncia formal do CREG.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objecto de divulgação pública, através de órgãos de comunicação social nacional.
Tipo de suporte	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;
	Outros – agência noticiosa, órgãos partidários e universitários.

10. ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Fig. 1 – Página 108
Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2009 (ordem alfabética)

Fig. 2 – Página 109
Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano de 2009

Fig. 3 – Página 109
Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2008 e de 2009

Fig. 4 – Página 110
Número de sondagens depositadas nos anos de 2008 e 2009, por empresa

Fig. 5 – Página 111
Principais clientes das sondagens depositadas na ERC e número de estudos contemplados (2008 e 2009)

Fig. 6 – Página 112
Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2009 e de 2008, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2008 e 2009)

Fig. 7 – Página 112
Número de temas apurados nas sondagens de 2008 e 2009, por grandes grupos

Fig. 8 – Página 112
Número total de referências temáticas produzidas em 2008 e 2009, por grandes grupos

Fig. 9 – Página 113
Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2008 e 2009)

Fig. 10 – Página 113
Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2008 e 2009)

Fig. 11 – Página 114
Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2008 e 2009)

Fig. 12 – Página 114
Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2008 e 2009)

Fig. 13 – Página 114
Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2008 e 2009)

Fig. 14 – Página 115
Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão dos períodos de recolha de informação (2008 e 2009)

Fig. 15 – Página 115
Número de sondagens divulgadas (2008 e 2009)

Fig. 16 – Página 116
Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2009)

Fig. 17 – Página 116
Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2009)

Fig. 18 – Página 117
Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre do ano (2009)

Fig. 19 – Página 117
Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas (2009)

Fig. 20 – Página 117
Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2009)

Fig. 21 – Página 118
Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2009)

Fig. 22 – Página 119
Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2008 e 2009)

Fig. 23 – Página 119
Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2008 e 2009)

Fig. 24 – Página 120
Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009)

Fig. 25 – Página 120
Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2008 e 2009)

Fig. 26 – Página 121
Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2008 e 2009)

Fig. 27 – Página 121
Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2009)

Fig. 28 – Página 122
Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008)

Fig. 29 – Página 122
Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2008 e 2009)

Fig. 30 – Página 122
Variação do número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte, entre 2008 e 2009 (em %)

Fig. 31 – Página 123
Principais órgãos divulgadores na imprensa (2008 e 2009)

Fig. 32 – Página 123
Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009)

Fig. 33 – Página 123
Principais órgãos divulgadores na televisão (2008 e 2009)

Fig. 34 – Página 124
Principais órgãos divulgadores na rádio (2008 e 2009)

Fig. 35 – Página 124
Principais órgãos divulgadores na internet (2008 e 2009)

Fig. 36 – Página 125
Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2008 e 2009)

Fig. 37 – Página 125

**Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte
(variação entre 2008 e 2009)**

Fig. 38 – Página 126

**Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações
e respectiva percentagem (2008 e 2009)**

Fig. 39 – Página 127

Momento da primeira divulgação das sondagens (2008 e 2009)

Fig. 40 – Página 127

**Tempo decorrido entre a data de fim de campo e a primeira divulgação
das sondagens (2008 e 2009)**

Fig. 41 – Página 127

**Tempo decorrido entre a data de fim de campo e a primeira divulgação
das sondagens (2008 e 2009). Percentagem acumulada.**

Fig. 42 – Página 128

**Número de sondagens depositadas,
por tipo de eleição estudada (2008 e 2009)**

Fig. 43 – Página 128

Datas das eleições realizadas em 2009

Fig. 44 – Página 128

**Estudos realizados/depositados a partir do início das campanhas eleitorais,
por tipo de eleição estudada (2009)**

Fig. 45 – Página 129

**Estudos realizados desde o início das campanhas eleitorais,
por método de recolha de informação (2009)**

Fig. 46 – Página 129

**Número de sondagens à “boca da urna”,
por escalão de dimensão das amostras (2009)**

Fig. 47 – Página 129
Percentagem de votos validamente expressos dos estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Legislativas 2009

Fig. 48 – Página 130
Evolução do sentido de voto (estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Legislativas 2009)

Fig. 49 – Página 130
Evolução do sentido de voto em 2009 (Legislativas)

Fig. 50 – Página 131
Percentagem de votos validamente expressos dos estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Europeias 2009

Fig. 51 – Página 131
Evolução do sentido de voto (estudos depositados a partir do início da campanha eleitoral – Europeias 2009)

Fig. 52 – Página 134
Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2008 e 2009)

Fig. 53 – Página 135
Procedimentos desencadeados por mês (2008 e 2009)

Fig. 54 – Página 135
Processos encerrados no ano, segundo o tipo (2009)

Fig. 55 – Página 135
Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2009)

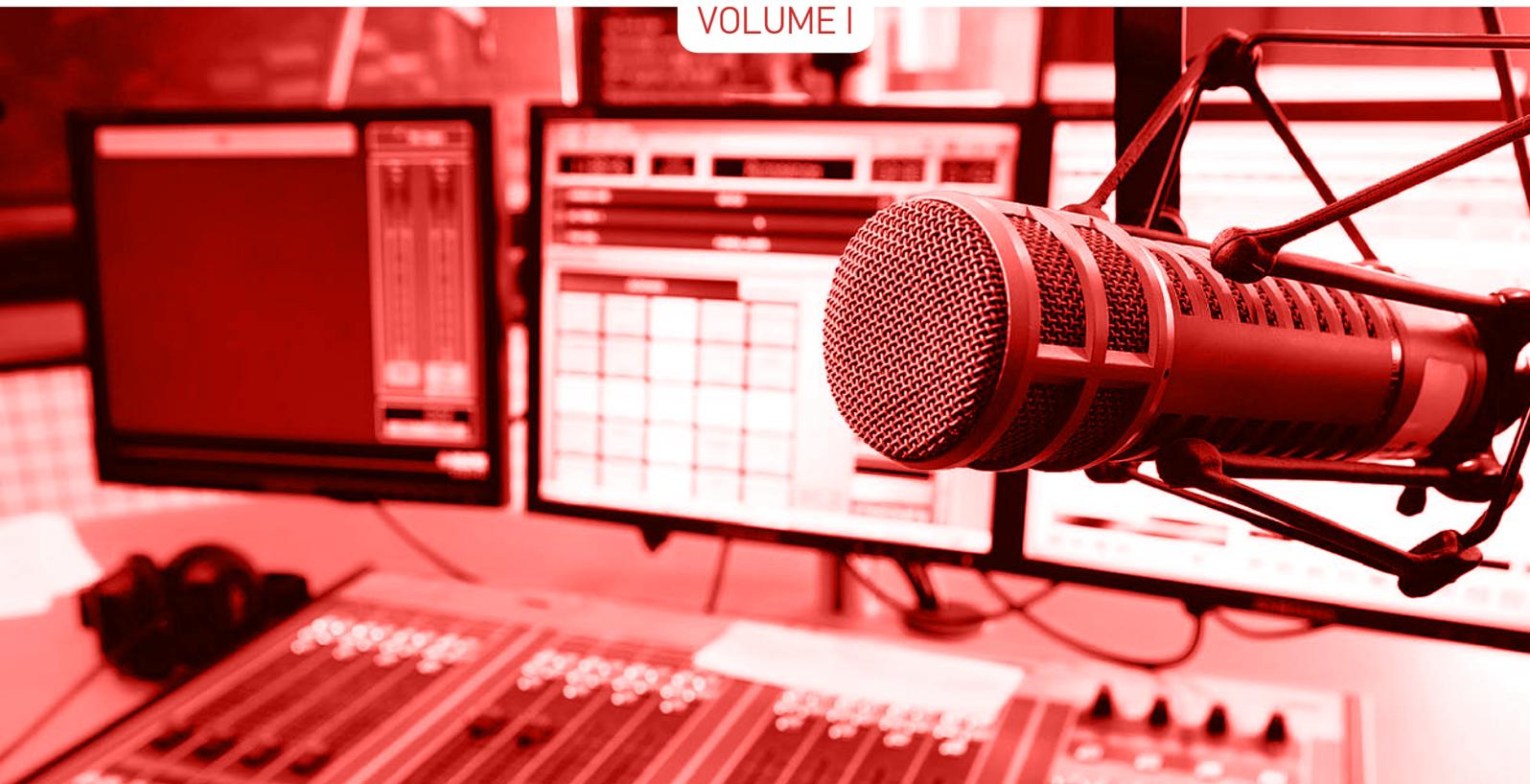
Fig. 56 – Página 136
Intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009)

Fig. 57 – Página 136
Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009)

Fig. 58 – Página 137
Detalhe dos principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2009)

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



RADIODIFUSÃO SONORA

- I. Actividade de Fiscalização no Ano de 2009
- II. Títulos Habilitadores para o Exercício da Actividade de Radiodifusão Sonora
- III. Alterações do Projecto de Radiodifusão
- IV. Detentores do Controlo da Empresa
- V. Quotas da Música Portuguesa
- VI. Análise Comparativa da Informação Diária nos Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial
- VII. Serviço Público de Radiodifusão

I. Actividade de fiscalização no ano de 2009

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2009, acções de fiscalização junto de operadores do sector de radiodifusão sonora, com vista à verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis. Tais acções foram desencadeadas segundo três critérios:

1. A partir de queixa formulada contra um operador ou serviço de programas.
2. A partir de pedidos de renovação de licença, para verificação dos requisitos legais da entidade interessada e das suas emissões.
3. A partir de ambos, para verificação, no local, do desenvolvimento do projecto de radiodifusão autorizado, realizando-se para o efeito uma visita de fiscalização à sede e, ou, ao serviço de programas do operador.

Realizaram-se 51 acções de fiscalização junto de operadores de rádio, valor que representa cerca de 15% do total de 347 operadores em actividade no sector.

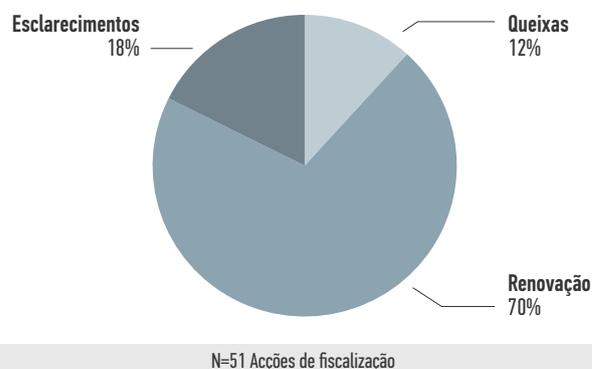
a) Com base em queixas apresentadas, foram desencadeadas seis acções de fiscalização – representativas de 12% do total de acções desenvolvidas –, que motivaram a instrução do referido processo. Este processo inclui, entre outros, averiguação dos elementos referentes à programação, dos meios técnicos e humanos afectos ao serviço de programas e gravação da emissão de dois dias, das 0h00 às 24h00 (fig. 1).

Nas queixas formuladas, verifica-se que, entre outros, são apresentados como principais fundamentos questões relativas a irregularidades ou ausência de programação própria, restrições à actividade de radiodifusão, localização dos estúdios de emissão e produção da programação, entre outras.

b) Tendo em vista a pronúncia da ERC quanto aos pedidos de renovação de licenças apresentados, e para observância do cumprimento dos requisitos legais impostos aos operadores, foram desenvolvidas 36 acções de fiscalização, que representam 70% do total de acções desenvolvidas (fig. 1).

c) Visando o esclarecimento sobre diversas questões processuais como a localização do estúdio de emissão do serviço de programas e outras condições de programação, foram desenvolvidas nove acções de fiscalização, que representam 18% do total de rádios fiscalizadas (fig. 1).

Fig. 1 – Total das acções de fiscalização realizadas em 2009

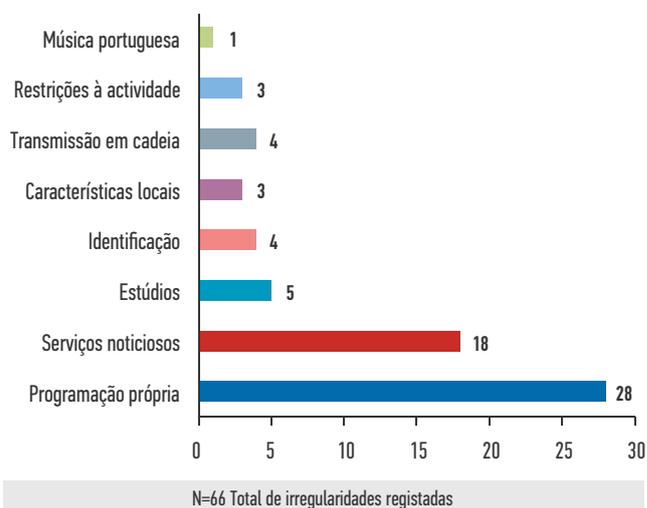


Das 51 acções de fiscalização desenvolvidas no decurso do ano de 2009, houve necessidade de realizar 12 visitas de fiscalização às instalações e serviços de programas dos operadores, para verificação da actividade desenvolvida, emissão, meios envolvidos e instalações afectas.

Nas visitas de fiscalização efectuadas ao local, foram abrangidos 12 concelhos, distribuídos por sete distritos, a saber: Alcochete, Alijó, Arruda dos Vinhos, Bragança, Elvas, Leiria, Mogadouro, Montijo, Sabrosa, Valpaços, Vila Franca de Xira e Vimioso.

Conforme evidenciado na figura 2, na qual se encontra assinalado um total de 66 irregularidades na emissão dos operadores, conclui-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos períodos de programação própria (28), na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos

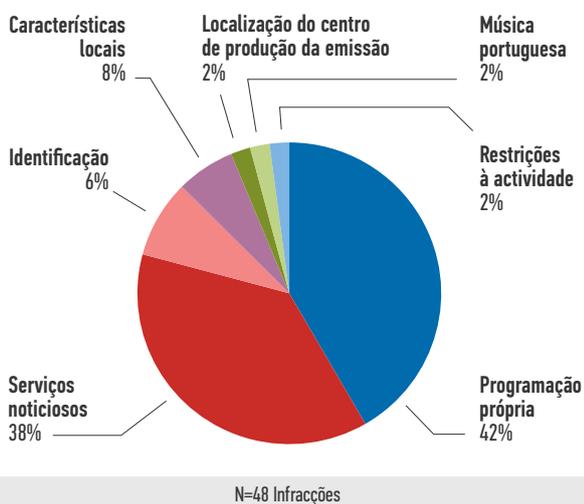
Fig. 2 – Infracções mais significativas registadas em 2009



direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador (18), ausência de informação quanto à localização dos estúdios de produção da emissão (cinco), incumprimento da obrigação de identificação do serviço de programas (quatro), ausência de características locais da programação (três), irregularidades no cumprimento da quota de música portuguesa (uma), restrições à actividade de radiodifusão (três) e transmissão em cadeia (quatro).

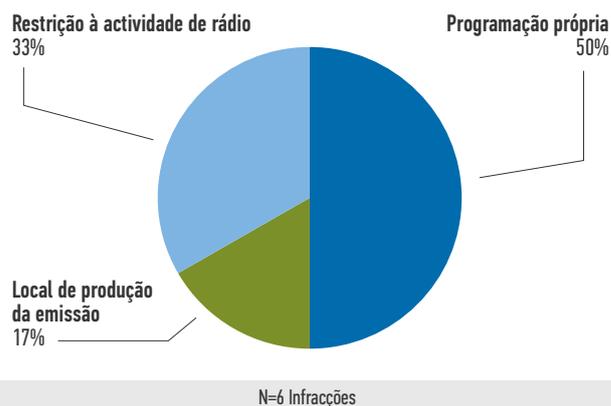
As irregularidades registadas foram apuradas no âmbito das três vertentes de apreciação já identificadas: apreciação dos pedidos de renovação da licença de radiodifusão (48), análise de queixas (seis) e, por último, outras acções de fiscalização desencadeadas (12).

Fig. 3 – Infrações registadas no âmbito de processos de renovação de licenças em 2009



No âmbito da apreciação dos processos de renovação de licenças de radiodifusão verifica-se que a principal irregularidade registada se reporta ao incumprimento de obrigações de programação própria, perfazendo um total de 20 situações; registam-se também 18 ocorrências de incumprimento em matéria de divulgação de serviços noticiosos, quatro reportadas à obrigação de identificação, três relacionadas com a ausência de programação direccionada para a área de licenciamento, uma situação relativa à falta de informação actualizada quanto à localização do centro de produção da emissão, uma irregularidade relativa

Fig. 4 – Infrações registadas na sequência de queixas em 2009

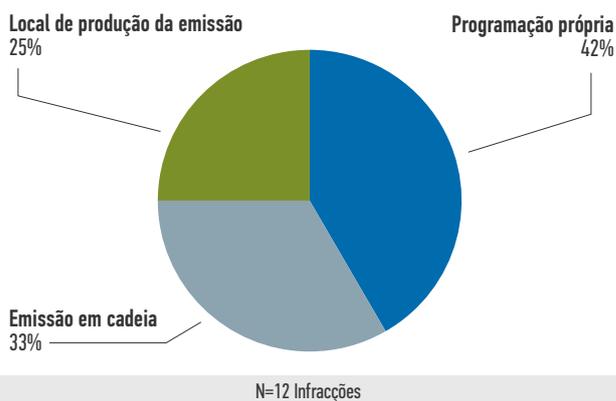


ao cumprimento das quotas de música portuguesa e uma situação referente a restrições à actividade de radiodifusão (fig. 4).

No âmbito da apreciação de queixas apresentadas junto da ERC, que indiciavam a existência de irregularidades na actividade de radiodifusão, foram detectadas três irregularidades por incumprimento de obrigações de programação própria, uma situação de ausência de informação quanto ao local de produção da emissão e duas ocorrências relativas a restrições à actividade de rádio (fig. 4).

No desenvolvimento da actividade de fiscalização, registaram-se ainda outras irregularidades, reportadas, fundamentalmente, às obrigações de programação própria dos respectivos serviços de programas (cinco), mas também quatro por emissão em cadeia e três por insuficiência de informação relativamente à localização da produção da emissão (fig. 5).

Fig. 5 – Infrações registadas em outras acções de fiscalização em 2009



II. Títulos habilitadores para o exercício da actividade de radiodifusão sonora

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O exercício da actividade de radiodifusão sonora está sujeito, na medida em que esteja em causa a utilização do espectro hertziano terrestre, a licenciamento, mediante concurso público.

Em 2009, o panorama radiofónico nacional era composto por um total de três operadores de cobertura nacional, dois de âmbito regional e 329 operadores licenciados para cobertura local.

O total de operadores locais era composto por 296 empresas licenciadas para o exercício da actividade em 233 concelhos de Portugal Continental, 11 na Madeira e 22 nos Açores. Os dois operadores de âmbito regional são as empresas Radiopress – Comunicação e Radiodifusão, Lda, com cobertura na zona Norte do país, e a Rádio Regional de Lisboa, SA, com cobertura na zona Sul do país. Por último, os três operadores de radiodifusão sonora com cobertura nacional: a Rádio e Televisão de Portugal, SA, a Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda, e a Rádio Comercial, SA.

O universo de operadores referido é exclusivamente referente à pessoa colectiva legalmente habilitada para o exercício da actividade de radiodifusão sonora, mas importará salientar que tais operadores/empresas/pessoas colectivas poderão ser titulares de mais de uma licença para o exercício da actividade, licenças, essas, individualizadas por serviço de programas.

No ano a que se reporta o presente relatório, encontravam-se em actividade 347 serviços de programas de âmbito local, disponibilizados por 329 operadores; seis serviços de programas de âmbito nacional disponibilizados por três operadores; e cinco serviços regionais a cargo de três operadores. Saliente-se que os serviços regionais referidos englobam, para além dos disponibilizados pela Radiopress e Rádio Regional de Lisboa, os serviços disponibilizados pela Rádio e Televisão de Portugal apenas nas Regiões Autónomas, a saber: Antena 1 – Açores; Antena 2 – Açores; Antena 1 – Madeira; Antena 2 – Madeira; Antena 3 – Madeira. A estes acresce, ainda, um serviço internacional, designado RDP África.

À ERC, no exercício das suas competências e a fim de realizar as suas atribuições, cabe, genericamente, assegurar o cumprimento

das normas reguladoras da actividade de comunicação social, incumbindo-lhe, no domínio da actividade de radiodifusão sonora, entre outros, o dever de decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projectos aprovados, os pedidos de renovação dos títulos habilitadores do exercício da actividade, pronunciar-se sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades, fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis, etc..

A lei sectorial – Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro (doravante Lei da Rádio) – define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidam sobre os objectivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

2. ATRIBUIÇÃO E RENOVAÇÃO DE LICENÇAS DE RÁDIO DE OPERADORES DE ÂMBITO LOCAL

De entre as funções cometidas à ERC, reveste particular relevo o poder de decisão sobre a atribuição, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da actividade.

O acesso à actividade de radiodifusão está sujeito a licenciamento, mediante concurso público aberto por despacho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações. Tais licenças são atribuídas por um prazo de dez anos, renováveis por igual período, mediante requerimento, o qual deverá ser apresentado no prazo de seis meses antes do termo da validade do título.

Em 8 de Fevereiro de 2007, nos termos do Despacho n.º 2023/2007, foi determinada a abertura de concurso público para atribuição de três licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora local, para os concelhos de Almodôvar, Chaves e Seia, tendo sido apresentadas 15 candidaturas – cinco para cada concelho –, das quais apenas oito reuniam os requisitos necessários para apresentação a concurso – quatro para o concelho de Almodôvar e quatro para o concelho de Seia –, verificando-se que nenhuma das candidaturas apresentadas para o concelho de Chaves respeitava as exigências previstas no Regulamento, tendo, por conseguinte, sido excluídas.

Após análise das oito candidaturas referidas, e conforme Deliberação 126/LIC-R/2009, do Conselho Regulador da ERC, de 28 de Abril de 2009, foram atribuídas as licenças para os concelhos de Almodôvar e Seia aos operadores Horizontes Planos, Lda e Raimundo – Comunicações Independentes – Rádios e Jornais, Lda, respectivamente.

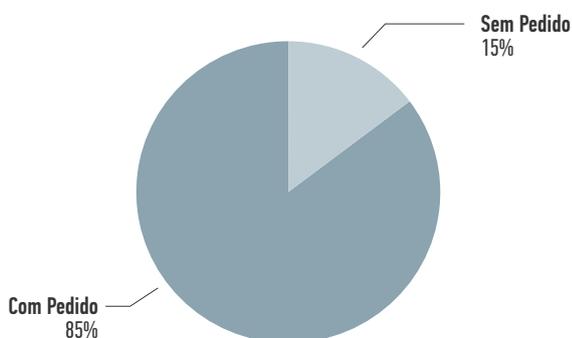
Estes são os dois mais recentes serviços de programas existentes no panorama radiofónico nacional, incluídos, agora, num universo onde cerca de 87% dos 347 serviços de âmbito local foram licenciados ao abrigo do concurso público aberto pelo Despacho de 4 de Novembro de 1988¹, tendo os respectivos títulos de habilitação sido emitidos ao longo do ano de 1989. A primeira renovação dos referidos títulos foi desencadeada, nos

termos do quadro legal à data em vigor², no decurso do ano de 1999, concluindo-se em 2009 o prazo de vinte anos sobre a data de emissão dos títulos habilitadores.

Nos termos do artigo 17.º, n.º 1, da Lei da Rádio, os pedidos de renovação das licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora devem ser apresentados no prazo de seis meses que antecede o termo da sua validade. Até ao final do ano de 2009, foram apresentados 63 novos pedidos de renovação de licenças.

Assim, no universo de 347 serviços de âmbito local, foram, entre 2008 e 2009, apresentados à ERC 290 pedidos de renovação de licenças de operadores de radiodifusão local, representativos de 85% do seu total (fig. 6).

Fig. 6 – Pedidos de renovação apresentados em 2008-2009



N=347 operadores de radiodifusão sonora de âmbito local

Até ao final de 2008, foram deferidos 64 dos 227 pedidos de renovação apresentados nesse ano, tendo, por conseguinte, transitado para o ano de 2009, 163 processos de renovação de licenças, aos quais acresceram os 63 novos requerimentos apresentados, perfazendo o total de 226 processos pendentes no decurso do ano em análise.

Até Dezembro de 2009, inclusive, foram aprovadas 176 deliberações referentes a processos de renovação de licenças para o exercício da actividade de televisão, das quais 173 deferiram o pedido de renovação, tendo as restantes três determinado a sua não renovação.

¹ Diário da República, Suplemento, II Série, n.º 255, de 4 de Novembro de 1988.

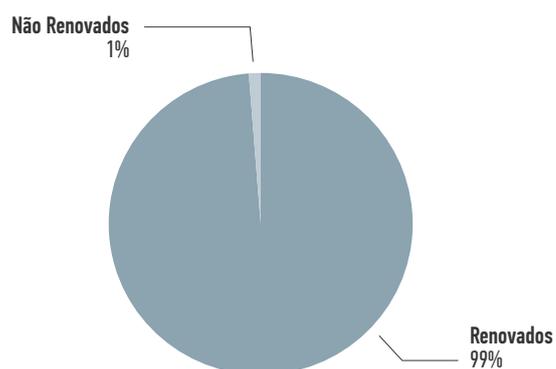
² Lei n.º 87/88, de 30 de Julho, e Decreto-Lei n.º 130/97, de 27 de Maio.

Importará evidenciar que os fundamentos para a não renovação das três licenças referidas resultaram da verificação de incumprimento da lei sectorial, designadamente por exploração da actividade por entidade diversa do titular da licença, bem como por insuficiente instrução dos respectivos processos de renovação – impossibilitando uma pronúncia da ERC quanto à realidade do operador em termos de determinação da conformação do exercício da actividade com as exigências legais –, e, ainda, por existência de dívidas à Segurança Social e às Finanças.

Numa avaliação global dos 240 pedidos de renovação das licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora, apresentados e deliberados pelo Conselho Regulador da ERC entre 2008 e 2009, verifica-se que em 99%, de acordo com os documentos constantes dos processos e dados apurados no decurso da análise efectuada, foram respeitadas as condições e termos dos projectos aprovados, sendo assegurado o horário de programação própria e cumpridas as demais exigências legais decorrentes da Lei da Rádio para os operadores de âmbito local (fig. 7).

No âmbito do acompanhamento dos processos de renovação das licenças dos operadores de rádio, constatou-se que cinco empresas não haviam requerido, dentro do prazo de seis meses, consagrado no artigo 17.º, n.º 1, da Lei da Rádio, a renovação das respectivas licenças, cujos prazos de validade terminavam nos meses de Março, Maio e Junho de 2009, pelo que se ope-

Fig. 7 – Processos de renovação deliberados em 2008-2009



N=240 Processos de renovação deliberados

rou a caducidade, extinguindo-se o direito ao exercício da actividade de radiodifusão pelas empresas Publitábua, Lda, EVB, Emissora Voz da Bairrada, CRL, Cooperativa de Radiodifusão de Mortágua, CRL, Associação Recreativa e Cultural da Lousã e RAJ, Rádio Antena Jovem, CRL.

Tendo em conta a não renovação das três licenças, por deliberação da ERC, e a extinção do direito ao exercício da actividade por caducidade de outras cinco licenças, até ao final do ano de 2009, verificou-se uma alteração no universo radiofónico nacional, reduzido para 321 operadores licenciados para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de âmbito local, a que correspondem 339 serviços de programas distintos.

III. Alterações do projecto de radiodifusão

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A fim de garantir a salvaguarda do pluralismo, da diversidade, da liberdade de expressão, em respeito pela linha editorial de cada órgão de comunicação social, determina a Lei da Rádio (cfr. art. 19.º) que “o operador radiofónico está obrigado ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas licenciado ou autorizado”, podendo requerer a respectiva alteração à ERC um ano após a data da atribuição da licença.

Os operadores radiofónicos têm, ainda, a possibilidade de solicitar a conversão da classificação dos respectivos serviços de programas, assegurados que estejam os requisitos legais estabelecidos nos artigos 31.º e seguintes da Lei da Rádio.

Refira-se, por último, que a ERC, enquanto entidade competente para autorizar alterações aos projectos aprovados dos operadores, aprecia, também, as alterações referentes à denominação dos serviços de programas, elemento que permite identificar e caracterizar o serviço durante a emissão.

2. ALTERAÇÃO DO PROJECTO APROVADO

Em 2009, foram apreciados e deferidos nove pedidos de alteração do projecto aprovado, ao abrigo do previsto no artigo 19.º da Lei da Rádio (fig. 8).

Fig. 8 – Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 14/AUT-R/2009	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas “Rádio Clube de Fafe”, do operador Empresa do Jornal “O Correio de Fafe”, Lda
2	Deliberação 16/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador Leiri-média - Produções e Publicidade, Lda.
3	Deliberação 20/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador Rádio Regional de Lisboa - Emissões de Radiodifusão, SA
4	Deliberação 21/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador Notimaia - Publicações e Comunicação Social, Lda
5	Deliberação 22/AUT-R/2009	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas “M80 Rádio”, do operador Rádio XXI, Lda
6	Deliberação 24/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador SIRPA - Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda
7	Deliberação 25/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador R 2000 - Comunicação Social, Lda
8	Deliberação 27/AUT-R/2009	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas “Rádio Clube do Porto”, do operador Côco - Companhia de Comunicação, SA
9	Deliberação 28/AUT-R/2009	Alteração do serviço de programas do operador Penalva do Castelo FM - Radiodifusão e Publicidade, Lda

As alterações ocorridas resultaram, na sua maioria, das modificações verificadas nos serviços de programas disponibilizados pelos operadores Rádio Regional de Lisboa, SA e Rádio XXI, Lda, ambos integrados no designado Grupo Media Capital.

As alterações autorizadas consubstanciaram-se numa operação de “permuta” por parte da entidade prestadora dos respectivos serviços de programas, isto porque a Rádio XXI, Lda, com a alteração autorizada, passou a emitir o serviço de programas designado “Rádio Clube Português”, anteriormente disponibilizado pela Rádio Regional de Lisboa, SA, e, vice-versa, a Rádio Regional de Lisboa foi autorizada a emitir o serviço de programas designado “M80”, anteriormente transmitido pela Rádio XXI. Sem prejuízo das necessárias adaptações, analisadas em sede própria, dada a diferença existente entre os operadores, designadamente o âmbito de cobertura dos serviços (um regional e outro local), os modelos adoptados mantiveram as suas características essenciais relativamente à sua “versão original” – generalistas, destinados a públicos muito específicos, o modelo “Rádio Clube” mantendo a sua premissa assente na “rádio de palavra” e o modelo “M80” centrado numa opção musical do período situado entre os anos 60 a 90.

Tendo presente que os serviços de programas em causa eram retransmitidos por outros operadores àqueles associados, mediante a celebração de acordos que viabilizam a emissão em cadeia até um período máximo de 16 horas por parte de outros serviços de programas, nomeadamente de âmbito local, foram apresentados diversos pedidos de alteração de projectos radiofónicos por parte de operadores de âmbito local, no sentido da conformação das respectivas programações e emissões aos novos projectos agora disponibilizados pelos dois operadores supra mencionados. Não surpreende, portanto, que dos nove pedidos de alteração requeridos, cinco fossem referentes a alterações no sentido da sua adaptação ao modelo “M80”, três ao modelo “Rádio Clube”, concluindo-se que apenas um dos pedidos não se enquadrava no descrito – Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda, empresa licenciada para o exercício da actividade no concelho de Matosinhos.

3. CONVERSÃO DE SERVIÇO DE PROGRAMAS

Ao abrigo da faculdade conferida pelo artigo 31.º da Lei da Rádio, no ano de 2009 foi requerida e deferida a conversão de

classificação de serviço de programas disponibilizado pelo operador RTM – Rádio e Televisão do Minho, Lda, titular da licença para o exercício da actividade no concelho de Braga, de generalista para temático musical, conforme Deliberação n.º 15-AUT-R/2009, de 30 de Setembro de 2009.

De acordo com o projecto aprovado, o modelo proposto enquadrar-se numa tipologia temática musical, centrada, predominantemente, na difusão do género musical *pop-rock*, particularmente dedicado à emissão de música portuguesa, com espaços interactivos e divulgação de iniciativas culturais e lúdicas do interesse dos jovens de Braga.

Assim, para o concelho de Braga, encontram-se licenciados três operadores – Antena Minho – Emissora Regional de Braga, Associação Académica da Universidade do Minho e RTM – Rádio e Televisão do Minho -, dois dos quais disponibilizam serviços de programas generalistas, contando, agora, com um serviço temático musical.

Da alteração de classificação deferida resulta uma ligeira modificação ao quadro de operadores temáticos relativamente ao ano anterior.

Fig. 9 – Serviços de programas temáticos em 2009

Rádios	Concelho	Temática
Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Almada	Musical
Rádio Cidade – Produções Audiovisuais, SA	Amadora	Musical
Rádio Independente de Aveiro, Coop. Radiodifusão CRL	Aveiro	Musical
Rádio Nacional, Emissões de Radiodifusão, SA	Barreiro	Musical
RTM – Rádio e Televisão do Minho, Lda	Braga	Musical
Marginaudio – Actividades Radiofónicas, Lda	Cascais	Musical
Radio Juventude, CRL	Cast. Branco	Musical
Rádio 90 FM, Coimbra – Radiodifusão, Lda	Coimbra	Musical
Difusão de Ideias – Soc. de Radiodifusão, Lda	Évora	Informativa
Rádio Santa Maria – Coop. e Serviços Radiofónicos Locais, CRL	Faro	Informativa
Rádio Clube de Gondomar, Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda	Gondomar	Musical
CÔCO – Companhia de Comunicação, Lda.	Lisboa	Musical
Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda.	Lisboa	Musical
TSF – Rádio Jornal de Lisboa, Lda	Lisboa	Informativa
Sociedade Franco-portuguesa de Comunicação, SA	Lisboa	Musical
Publidifusão, Soc. de Radiodifusão e Publicidade, Lda	Loures	Musical
Moviface – Meios Publicitários, Lda	Maia	Musical
Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Matosinhos	Musical
RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Moita	Musical
Rádio Comercial da Linha – Soc. de Radiodifusão de Oeiras, SA	Oeiras	Musical
SIRS, Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA	Porto	Informativa
Drums – Comunicações Sonoras, SA	V. N. de Gaia	Musical
Nodigráfica – Informação e Artes Gráficas Lda	Viseu	Musical

Em 2008 foram identificados 22 serviços de programas temáticos (18 musicais e quatro informativos), a que acresce, em 2009, o operador RTM – Rádio e Televisão do Minho, Lda (fig. 9).

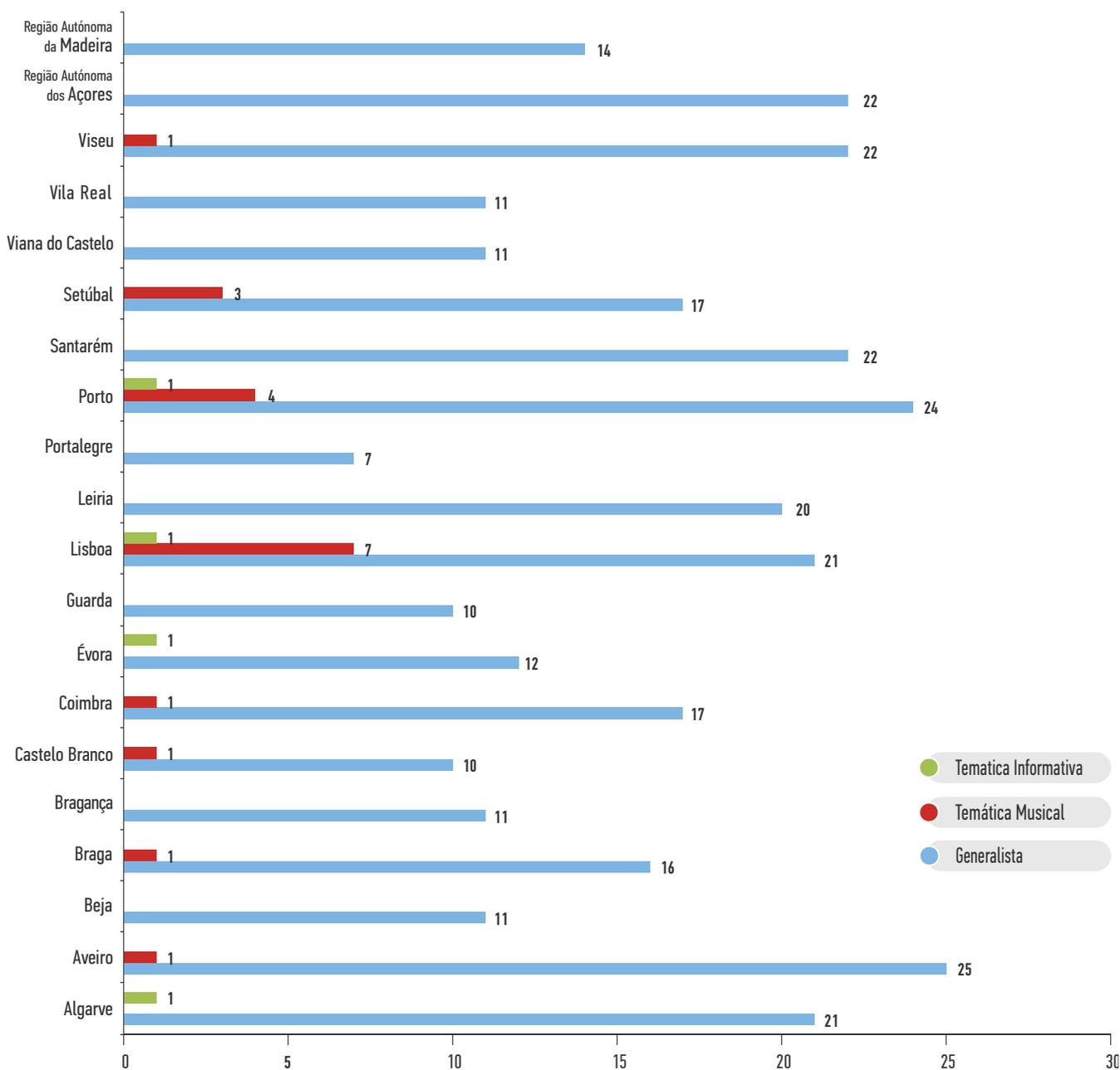
Dos 347 serviços de programas de âmbito local licenciados para o exercício da actividade até ao final de 2009, 324 disponibilizam serviços de programas generalistas, 19 emitem serviços temáticos musicais e quatro são temáticos informativos.

Assim, em relação ao ano passado, o quadro de distribuição por distritos das rádios locais sofre as alterações evidenciadas na figura 10.

Fig. 10 – Distribuição por distrito dos serviços de programas e sua tipologia em 2008/2009

Distrito	N.º de Rádios	Tipologia 2008	Tipologia 2009
Algarve	22	21 Generalistas 1 Temática Informativa	21 Generalistas 1 Temática Informativa
Aveiro	26	25 Generalistas 1 Temática Musical	25 Generalistas 1 Temática Musical
Beja	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Braga	17	17 Generalistas	16 Generalistas 1 Temática Musical
Bragança	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Castelo Branco	11	10 Generalistas 1 Temática Musical	10 Generalistas 1 Temática Musical
Coimbra	18	17 Generalistas 1 Temática Musical	17 Generalistas 1 Temática Musical
Évora	13	12 Generalistas 1 Temática Informativa	12 Generalistas 1 Temática Informativa
Guarda	10	10 Generalistas	10 Generalistas
Leiria	20	20 Generalistas	20 Generalistas
Lisboa	29	23 Generalistas 5 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	21 Generalistas 7 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa
Portalegre	7	7 Generalistas	7 Generalistas
Porto	29	24 Generalistas 4 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa	24 Generalistas 4 Temáticas Musicais 1 Temática Informativa
Santarém	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Setúbal	20	16 Generalistas 4 Temáticas Musicais	17 Generalistas 3 Temáticas Musicais
Viana do Castelo	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Vila Real	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Viseu	23	22 Generalistas 1 Temática Informativa	22 Generalistas 1 Temática Musical
Reg. Aut. Açores	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Reg. Aut. Madeira	14	14 Generalistas	14 Generalistas
Total	347	325 Generalistas 18 Temáticas Musicais 4 Temáticas Informativas	324 Generalistas 19 Temáticas Musicais 4 Temáticas Informativas

Fig. 11 – Gráfico de distribuição pelo território nacional dos serviços de programas generalistas e temáticos



A figura 11 apresenta um panorama geral da incidência dos serviços de programas locais generalistas e temáticos – musicais e informativos –, nos diferentes distritos e regiões autónomas, no universo dos 347 serviços de programas.

4. ALTERAÇÃO DE DENOMINAÇÃO

Outro dos aspectos do projecto radiofónico cuja atribuição e al-

teração se encontram sujeitas a autorização prévia da ERC é a denominação do serviço de programas.

No decurso do ano de 2009, foram autorizadas 20 alterações de denominação, nove das quais no âmbito de uma alteração do projecto aprovado e 11, mediante requerimento, sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador (fig. 12).

Fig. 12 – Alterações de denominação autorizadas em 2009

	Operador	Denominação	
		Anterior	Actual
1	Rádio Canal Aberto, Lda	Rádio Canal	Canal FM
2	Rádio Nova Loures, Lda	Rádio Nova Antena	Rádio Amália FM
3	RFA – Rádio Foz do Ave, Lda	Rádio Foz do Ave	Rádio Sim – Foz do Ave
4	Rádio Pal – Sociedade Unipessoal, Lda	Rádio Pal	Rádio Sim – Pal
5	Rádio Maior - Publicidade e Comunicação, Lda	Rádio Maior	Rádio Sim – Rio Maior
6	97.5 FM, Rádio Portel, Lda	Rádio Terra Mãe	Rádio Sim – Alentejo
7	Publiarea – Publicações e Comunicações, Lda	Areaoeste	Mais Oeste Rádio
8	Cooperativa Cultural Pala Pinta, CRL	Rádio Pala Pinta	Rádio Juventude Salesiana
9	Rádio Nova Contrasta – Comunicação, Lda	Valença	Rádio Vale do Minho
10	Alcoojor, Cooperativa Jornalística e Radiofónica de Alcochete, CRL	Eco FM	Super FM
11	Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação Lda	Nova Era RTV 100.1	Rádio Nova Era Terra Verde 100.1
12	Empresa do Jornal “O Correio de Fafe”, Lda	Rádio Clube de Fafe	M80 Minho
13	Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda	Rádio Clube de Leiria	M80 Leiria
14	Rádio Regional de Lisboa – Emissões de Radiodifusão, SA	Rádio Clube Português	M 80 Rádio
15	Notimaia – Publicações e Comunicação Social, Lda	M80 Matosinhos	Best Rock FM Matosinhos
16	Rádio XXI, Lda	M80 Rádio	Rádio Clube Português
17	SIRPA – Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda	Best Rock	Rádio Clube de Valongo
18	R 2000 – Comunicação Social, Lda	M 80 Santarém	Rádio Clube de Santarém
19	Côco – Companhia de Comunicação, SA	Rádio Clube do Porto	M80 Porto
20	Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda	Rádio Clube de Penalva do Castelo	M 80 Penalva do Castelo

IV. Detentores do controlo da empresa

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

No sentido da salvaguarda da não concentração da titularidade das entidades que prosseguem esta actividade, impõe a Lei da Rádio limitações quantitativas quanto às participações no capital social de operadores radiofónicos, a saber: “cada pessoa singular ou colectiva só pode deter participação, no máximo, em cinco operadores de radiodifusão” e “não são permitidas, no mesmo município, participações superiores a 25% do capital social de mais de um operador radiofónico com serviços de programas de âmbito local”.

A fim de assegurar o respeito por tais limitações, bem como outros valores e objectivos inerentes ao exercício de uma actividade licenciada, mediante utilização de um bem do domínio público, determina o artigo 18.º do referido diploma que “a realização de negócios jurídicos que envolvam a alteração do controlo da empresa detentora da habilitação legal para o exercício da actividade de radiodifusão só pode ocorrer três anos depois da atribuição original da licença, ou um ano após a última renovação, e deve ser sujeita à aprovação prévia da AACCS”³.

2. ALTERAÇÃO AO CONTROLO DO CAPITAL SOCIAL

Em 2009, a ERC apreciou seis pedidos de alteração do controlo das seguintes empresas titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão:

- ▶ Emitãmega – Emissões Radiofónicas do Tãmega, Lda (actual Rádio NFM, Lda.).
- ▶ Rádio Elmo, Lda.
- ▶ Radiodifusão, Publicidade e Espectáculos, Lda.
- ▶ Radialtitude – Sociedade de Comunicação da Guarda, Lda.
- ▶ Cooperativa Cultural Pala Pinta, CRL; e
- ▶ Rádio Festival do Norte, SA.

Importa, aqui, assinalar a diminuição significativa registada nos pedidos de alteração do capital social apresentados em 2008, que perfizeram um total de 16, comparativamente com os de 2009, apenas seis.

3. PESSOAS SINGULARES E COLECTIVAS COM PARTICIPAÇÕES NO CAPITAL SOCIAL DE TRÊS OU MAIS OPERADORES

No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas 20 entidades – pessoas singulares ou colectivas – com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas, no ano de 2008. Neste conjunto, e excluindo-se o Grupo RTP, encontram-se as entidades detentoras dos alvarás dos serviços de programas de cobertura nacional e regional – Media Capital Rádios, Rádio Renascença e Rádio Notícias (fig. 13).

Para além da possibilidade de participação no capital social de operadores de radiodifusão sonora, a Lei da Rádio viabiliza, ainda, a possibilidade de um operador ser titular de uma ou mais licenças para o exercício da actividade, correspondendo cada licença a um serviço de programas específico (fig. 14).

Da análise da figura 14 constata-se que apenas em duas situações existem participações em mais do que um operador, sendo que um destes é titular de duas licenças – Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda e Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA. As restantes 12 situações decorrem da faculdade conferida pela Lei da Rádio de titularidade, por parte de um operador, de mais de uma licença.

4. DISTRIBUIÇÃO, POR OPERADORES, DAS FREQUÊNCIAS NACIONAIS E REGIONAIS

Não se registaram quaisquer alterações no quadro do planeamento de distribuição das frequências nacionais e regionais, em relação ao ano de 2008, mantendo-se, por conseguinte, as seis frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional, cuja sistematização é apresentada na figura 15.

SÍNTESE CONCLUSIVA

O exercício da actividade de radiodifusão sonora está sujeito a licenciamento, mediante concurso público, aberto por despa-

³ Leia-se ERC.

Fig. 13 – Pessoas singulares ou colectivas com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas

Identificação das entidades	Prestadores de serviços de programas
MCR II – Média Capital Rádio, SA (Grupo Media Capital)	Rádio Regional de Lisboa, SA (Regional)
	Rádio Comercial, SA (Nacional)
	Rádio XXI, Lda
	Rádio Cidade – Prod. Audiovisuais, SA
Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, SA ¹	Coco – Companhia de Comunicação, SA (operador titular de três alvarás, em Lisboa, Porto e Montijo)
	PRC – Prod. Radiofónicas de Coimbra, Lda
	Rádio Concelho de Cantanhede, Lda
	Rádio Litoral Centro, Emp. Radiodifusão, Lda
Rádio Notícias – Produções e Publicidade, SA	Radiopress – Comunicação e Radiodifusão, Lda (Regional)
	TSF – Rádio Jornal de Lisboa, Lda
	Pense Positivo – Edição e Distribuição de Audiovisuais, Lda
	Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	TSF – Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, CRL
Rádio Renascença, Lda (Patriarcado de Lisboa)	Canal 1 (Nacional)
	RFM (Nacional)
	Mega FM
	Rádio Metropolitana – Com. Social, Lda
	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda
	RO – Edições e Publicidade, Lda
	Rádio 90 FM – Radiodifusão, Lda
Álvaro Ricardo Gávea	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
António Fernandes	Rádio Barca – Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL
	Rádio Clube da Lourinhã, CRL
	Rádio Clube de Angra
	Rádio Clube de Arganil, CRL
Dário Dias Simão	Rádio Clube do Sul, CRL
	RTVA – Radiotelevisão Atlântico, SA
	Rádio Mértola, Lda
	Rádio Ourique, Lda
Pedro Jorge Piedade Contreiras	Rádio Praia, CRL
	Rádio Guadalupe, CRL
	Rádio Atlântico Sul – Radiodifusão, Espectáculos e Publicidade, Lda
Dina Maria Contreiras / Jorge Manuel Bartolomeu	RR – Rádio Restauração, CRL
	Rádio Praia, CRL
	Rádio Guadalupe, CRL
Francisco José Contreiras Guerreiro	Rádio Atlântico Sul – Radiodifusão, Espectáculos e Publicidade, Lda
	RR – Rádio Restauração, CRL
	Rádio Praia, CRL
Fernando Santos Mendes Gomes / Fernando Manuel Moura da Silva ¹	Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda
	Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda
	Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda
João Manuel Faiões de Sá	Mirandum FM – Sociedade de Comunicação, Lda
	Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL
	Alfândega FM – Sociedade de Comunicação, Lda
João Paulo Pereira Brum Pacheco	Rádio Insular, Lda
	Rádio Ilha, Lda
	Ciclone – Publicações e Difusões, Lda
Luís Manuel de Sá Montez	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Rádio Festival do Norte, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
Manuel Toito Charana / Maria de Fátima Toito Charana	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Lda
	Rádio 100 – Soc. Prod. Audiovisuais, Lda
	Rádio Bonfim – Prod. Audiovisuais, Lda
Lino Augusto Vinhal	Rádio Comercial de Almeirim, Lda
	EVB – Emissora Voz da Bairrada, CRL ²
	Rádio Soberania – Emp. Radiodifusão, Lda
Acácio Martins Marinho	Rádio Regional do Centro, Lda
	Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Lda
	Jornal da Trofa, Lda
	Moviface – Meios Publicitários, Lda

¹ Entidades celebraram acordos de parceria com o Grupo Media Capital

² A licença deste operador caducou em 12 de Maio de 2009

Fig. 14 – Participações em operadores com duas ou mais licenças de radiodifusão sonora

Propriedade	Operador	Serviço de Programas	Concelho
António Cândido Lopes Madureira / Manuel Silvério Garcia Esparteiro	Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda	Rádio Cidade de Tomar	Tomar
		Vila de Rei FM	Vila de Rei
Gabriel José de Sá Montez	CR – Comunicação Regional, Lda		Golegã
	Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, SA	Rádio Nova Era	Vila Nova de Gaia
		Rádio Nova Era Terra Verde	Paredes
	RNL – Rádio Nova Loures, Lda		Loures
António José Henriques Janeiro / Jaime da Conceição Henriques Janeiro / José Manuel Pinheiro Barradas / José Maria Mendes Raimundo / Maria da Piedade Santinho Batista Henriques Janeiro	Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA	Rádio São Mamede	Portalegre
		Rádio Alter do Chão	Alter do Chão
		Rádio Fronteira	Fronteira
		Rádio Gavião	Gavião
Carlos Alberto Tomás Rodrigues / Jaime Ernesto Nunes Vieira Ramos / Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira / José Alberto Ramos de Vasconcelos / José Samuel Pestana de França	Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda	Girão FM	Ribeira Brava
		Rádio Palmeira	Santa Cruz/Madeira
		Rádio Sol	Ponta do Sol/Madeira
		Rádio Zarco	Machico/Madeira
		Cidade FM Tejo	Montijo
Rádio Milénio – Emissões de Radiodifusão, SA	Côco – Companhia de Comunicação, SA	Rádio Clube do Porto	Porto
		Cidade FM Lisboa	Lisboa
Eduardo de Oliveira Costa / Ilídio de Jesus Costa / Maria Lúcia de Jesus Costa / António Rebelo da Costa / Sílvia Cristina Moreira Dias / Joaquim Manuel Almeida Ramalho / José Miguel Soares Gonçalves / Fólio – Comunicação Global, Lda / João Araújo Gomes da Silva / Maria dos Anjos Oliveira Costa	Editorialcult, CRL	Rádio Voz do Caima	Oliveira de Azeméis
		Azeméis FM Rádio	Oliveira de Azeméis
Domingos José Ranhada de Matos / Bastos Investimentos, SGPS, SA / Fininvestimentos, SGPS, SA	EDR – Empresa de Difusão de Rádio, SA	Rádio 94 FM	Leiria
		94 Oeste	Cadaval
Amílcar Nuno Caraça Matos/ Ana Maria Cidade Vendinha Azougado	Horizontes Planos – Informações e Comunicação, Lda	Antena Sul - Rádio Jornal	Viana do Alentejo
		Rádio de Almodôvar 1	Almodôvar
RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Notimaia – Publicações e Comunicação Social, SA	Rádio Lídador	Maia
		Best Rock FM Matosinhos	Matosinhos
Cristina Manuel Gonçalves Fernandes / Vítor José Gonçalves Fernandes	NRT Norte – Rádio e Televisão, Lda	Rádio Regional de Sabrosa	Sabrosa
		Rádio Regional do Vimioso	Vimioso
Vitor Manuel Pereira Gonçalves / João Paulo Nunes Gonçalves	Pajovir – Espectáculos, Marketing e Publicidade, Lda	Total Fm	Loulé
		Sagres FM	Vila do Bispo
André Sviatopolk – Mirsky Raimundo / Alexandre Sviatopolk – Mirsky Raimundo / Rafael Sviatopolk – Mirsky Raimundo	Raimundo Comunicações Independentes – Rádio e Jornais, Lda	RCI	Viseu
		Rádio Cultura de Seia1	Seia
Cyrus Communications Limited	RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Best FM	Moita
		Cidade FM Vale de Cambra	Vale de Cambra
SOJORMÉDIA – Sociedade de Gestão de Participações Sociais, SA	RSF – Radiodifusão, Lda	Rádio Noar	Viseu
		Rádio Fronteira	Almeida

¹ Licenças atribuídas no âmbito do concurso público para atribuição de três licenças para o exercício de actividade de radiodifusão sonora local, aberto pelo Despacho n.º 2023/2007, publicado no DR, 2.ª S., N.º 28 de 08.02.2007

Fig. 15 – Distribuição de frequências nacionais e regionais

Cobertura	Designação	Operador
Nacional	Antena 1	RDP
	Antena 2	
	Antena 3	
	Rádio Comercial	Rádio Comercial, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	Rádio Renascença RFM	Rádio Renascença, Lda
Regional	Rádio Clube Português	Rádio Regional de Lisboa, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	TSF	RadioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda

cho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações.

Na sequência de concurso público aberto pelo Despacho n.º 2023/2007, de 8 de Fevereiro de 2007, para atribuição de três licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de âmbito local, foram atribuídas as licenças para os concelhos de Almodôvar e Seia, tendo-se concluído, nos termos da Deliberação n.º 126/LIC-R/2009, de 28 de Abril, que nenhuma das candidaturas apresentadas para o concelho de Chaves reunia as condições exigidas pelo Regulamento de Concurso, pelo que não foi atribuída licença para esse concelho.

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

No universo total de 347 operadores de âmbito local, foram deliberados, até ao fim do ano de 2009, 240 pedidos de renovação, dos quais 237 foram autorizados e três concluiu-se no sentido da sua não renovação, dada a ausência de condições para a renovação.

Ainda no que concerne às renovações de licenças dos operadores, em 2009 verificou-se que não foi solicitada a renovação de

cinco licenças, no prazo estipulado por lei para o efeito, ocorrendo a respectiva caducidade.

No âmbito das alterações registadas aos projectos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, assistiu-se, em 2009, a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentis, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projecto aprovado (nove), conversão dos serviços de programas (um), assim como a alteração de denominação dos serviços (20), registados ao longo do ano.

Em 2009, as alterações à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, registaram uma diminuição significativa em relação aos pedidos apresentados no ano anterior, de 16 para seis. Foram realizadas acções de fiscalização regulares tendo por objectivo verificar o cumprimento dos requisitos legais fixados no licenciamento e das demais obrigações de programação e emissão dos serviços de programas locais.

No ano em análise, realizaram-se 51 acções de fiscalização a operadores de radiodifusão local, das quais 12 motivaram a deslocação às instalações dos operadores, concluindo-se que 71% das acções efectuadas foram desenvolvidas na sequência da apreciação do pedido de renovação das licenças.

As acções de fiscalização desenvolvidas tiveram por base a verificação de irregularidades nos serviços de programas visados, sendo as mais significativas referentes ao incumprimento das obrigações de programação própria por parte dos operadores de âmbito local, bem como difusão de um mínimo de três serviços noticiosos, com conteúdos direccionados à área de licenciamento do operador.

V. Quotas da música portuguesa

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1 OBJECTIVOS

A presente análise tem por objecto a avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos nacionais, regionais e locais, quanto à difusão de música portuguesa. Este processo teve o seu início em 2007 e decorreu das alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, à Lei da Rádio, em que os serviços de programas de radiodifusão sonora passaram a estar sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de Abril, fixado a percentagem de 25% como quota mínima de música portuguesa, a vigorar até ao dia 3 de Maio de 2010.

Apresenta-se neste documento a avaliação comparativa mensal do biénio 2008/2009 e respectivos apuramentos médios semestrais, sendo que no que respeita ao ano de 2007, os valores incidem unicamente em quatro meses do ano e já constam de relatório anterior. Relativamente à percentagem prevista no artigo 44.º-D da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35% para difusões musicais editadas nos últimos 12 meses, e tal como já citado em relatório anterior, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas susceptíveis de preencher esta quota de música recente.

No presente relatório é feita referência às estações já abrangidas pelo Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República, II Série, n.º 172, sob o n.º 495/2008, de 5 de Setembro nos termos dos artigos 44.º-D e 44.º-E, n.º 2, da Lei da Rádio, e que se dedicam à difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

1.2. CRITÉRIO E METODOLOGIA

As percentagens apuradas são calculadas mensalmente e têm como base o número de composições difundidas por serviço de programas no mês anterior, através do sistema de informação da ERC, implementado em Outubro de 2007, que veio permitir obter valores incidentes sobre as difusões musicais dos diversos serviços de programas de radiodifusão que se encontram activos.

O número de operadores registados no sistema automático corresponde a 152 activos, no entanto, é validada a média percentual mensal de observação de 130 serviços de programas.

No ano de 2009 foi alterado o sistema de contabilização percentual, individualizando-se a apreciação global percentual de rádios nacionais, regionais e locais, bem como a separabilidade de rádios isentas de cumprimento das quotas de música que no entanto procedem ao envio dos seus relatórios por via automática.

Os elementos recepcionados via automática têm em conta quatro vertentes previstas na lei:

- Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.
- Quota no período diário compreendido entre as 7h00 e as 20h00 – Apuramento, no período de emissão diário das 7h00 às 20h00, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.
- Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia – Apuramento, no período de emissão diário das 7h00 às 20h00, da percentagem de operadores activos que preenchem a quota de 25% de música portuguesa, com um mínimo de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.
- Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia – Apuramento, no período das 24 horas de emissão, nos termos do ponto c).

No ano em referência, além do suporte automático, foram também observados 80 serviços de programas de radiodifusão locais por via de amostragem, e ainda outros quatro que enviam mensalmente os seus relatórios e apuramentos através de outros processos.

2. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

2.1 APURAMENTO AUTOMÁTICO

A presente análise reflecte uma avaliação das quatro vertentes previstas na lei, já referidas no ponto 1.2 deste Relatório, tendo

Fig. 1 – Apuramento de operadores que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão

Descrição	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
> 25%	86,7	85,4	87,0	88,3	88,3	88,6	87,4	89,7	90,1	88,1	88	88,1	86,2	88,4
< 25%	13,3	14,6	13,0	11,7	11,7	11,4	12,6	10,3	9,9	11,9	12	11,9	13,8	11,6

Fig. 2 – Percentagem de operadores que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão (Artigo 44.º-A da Lei da Rádio)

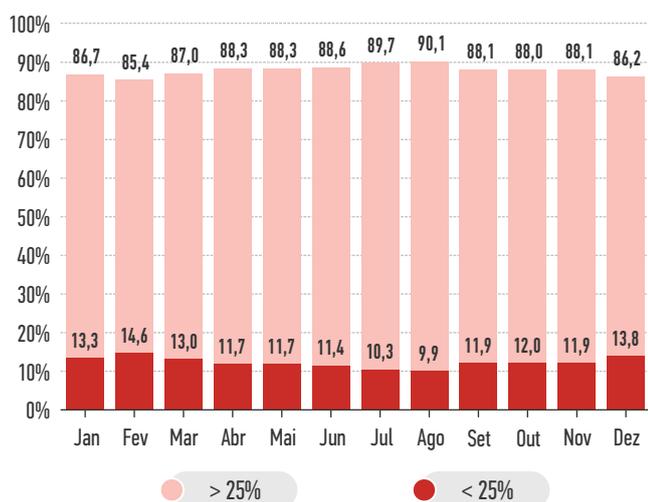


Fig. 6 – Percentagem de operadores que emitem uma quota > ou < a 60% de música em língua portuguesa no período das 7h-20h (Artigo 44.º-C e G n.º 2 da Lei da Rádio)

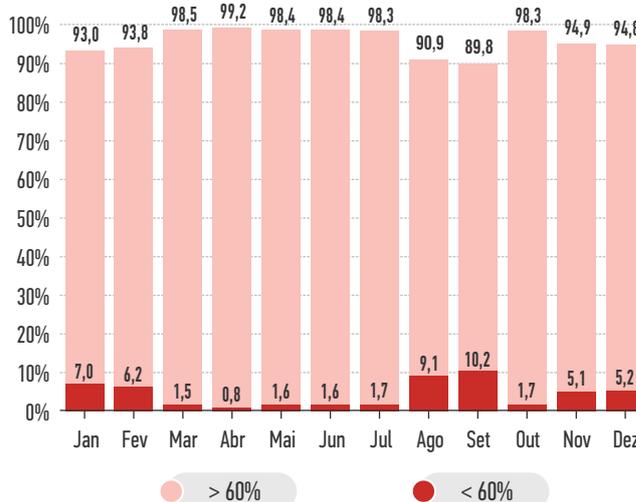
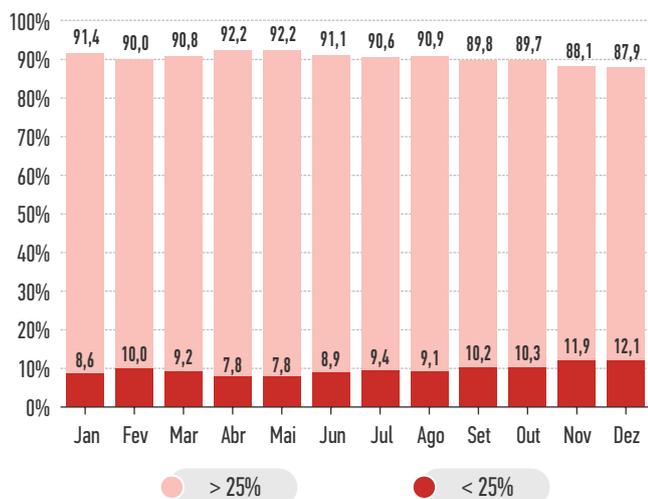


Fig. 3 – Apuramento dos operadores que emitem uma quota > ou < a 25% no período das 7h-20h

Descrição	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
> 25%	91,4	90,0	90,8	92,2	92,2	91,1	91,3	90,6	90,9	89,8	89,7	88,1	87,9	89,5
< 25%	8,6	10,0	9,2	7,8	7,8	8,9	8,7	9,4	9,1	10,2	10,3	11,9	12,1	10,5

Fig. 4 – Percentagem de operadores que emitem uma quota > ou < a 25% no período das 7h-20h (Artigo 44.º-A e G n.º 2 da Lei da Rádio)



por base os dados fornecidos através da recepção e do tratamento automático dos relatórios musicais difundidos mensalmente pelos serviços de radiodifusão activos locais.

Entende-se por serviço de radiodifusão de âmbito local aquele que abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

A observação dos dados apresentados permite concluir que, no ano de 2009, mais de 86% dos operadores activos no sistema de apuramento automático de quotas cumpriu a quota mínima mensal de 25% nas 24 horas de emissão (figuras 1, 2, 3 e 4).

No que atende à difusão de música portuguesa no período compreendido entre as 7h00 e as 20h00, verificam-se valores ligeiramente superiores aos apurados no período global de emissão, próximos ou superiores a 90 pontos percentuais (figs. 5 e 6).

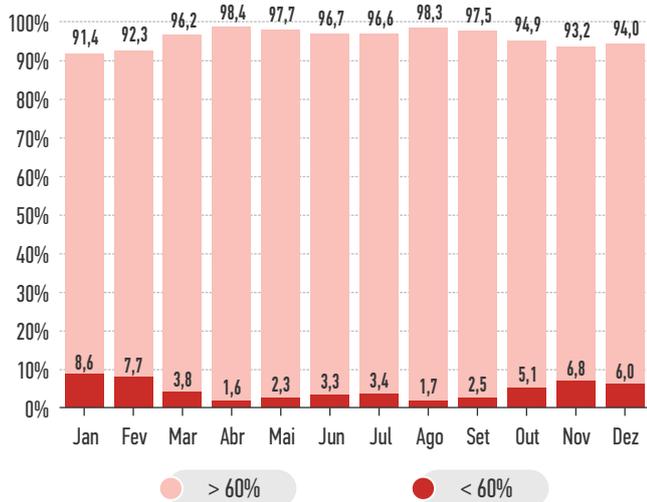
Fig. 5 – Apuramento dos operadores que emitem uma quota > ou < a 60% de música em língua portuguesa no período 7h às 20h

Descrição	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
> 60%	93,0	93,8	98,5	99,2	98,4	98,4	96,9	98,3	90,9	89,8	98,3	94,9	94,8	94,5
< 60%	7,0	6,2	1,5	0,8	1,6	1,6	3,1	1,7	9,1	10,2	1,7	5,1	5,2	5,5

Fig. 7 – Apuramento dos operadores que emitem uma quota > ou < a 60% de música em língua portuguesa no período das 24 horas de emissão

Descrição	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
> 60%	91,4	92,3	96,2	98,4	97,7	96,7	95,5	96,6	98,3	97,5	94,9	93,2	94,0	95,8
< 60%	8,6	7,7	3,8	1,6	2,3	3,3	4,6	3,4	1,7	2,5	5,1	6,8	6,0	4,3

Fig. 8 – Percentagem de operadores que emitem uma quota > ou < a 60% de música em língua portuguesa no período das 24h de emissão (Artigo 44.º-C da Lei da Rádio)



No que respeita às difusões de música portuguesa interpretada por cidadãos da União Europeia verificou-se uma tendência de valores superiores a 90% ao longo do ano, observando-se que, dos operadores que enviaram dados, a maioria observa a quota estipulada (figs. 7 e 8).

Da mesma forma, e no que se refere aos temas musicais em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão no total médio das rádios locais, o índice de cumprimento observado é elevado, embora ligeiramente inferior ao verificado no período diário de maior audiência.

Uma vez que não foram apurados dados suficientes para esta quota relativamente ao ano de 2008, não se apresenta quadro comparativo semestral do biénio.

Na função de monitorização do cumprimento das quotas de música portuguesa, no decorrer do ano de 2009 desenvolveram-

-se acções de sensibilização junto dos operadores e que se traduziram no seguinte:

- ▶ Notificação de operadores generalistas, activos e não activos no sistema, no sentido da observância dos valores de quota estipulados.
- ▶ Sensibilização dos operadores activos para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.
- ▶ Sensibilização de serviços temáticos para a solicitação de isenção do cumprimento das quotas atendendo ao seu projecto musical.

Ocorrem ainda situações de rádios generalistas associadas a cadeias temáticas que procedem ao envio por via automática da programação das 24 horas de emissão. Nestes casos, só importam para efeitos de fiscalização as horas de programação própria do serviço detentor da licença. Assim sendo, encontra-se em fase de reestruturação o sistema de apuramento automático de forma a contabilizar apenas os períodos temporais abrangidos e sujeitos a

Fig. 10 – Incumprimentos registados, por operador e por mês 2008/2009

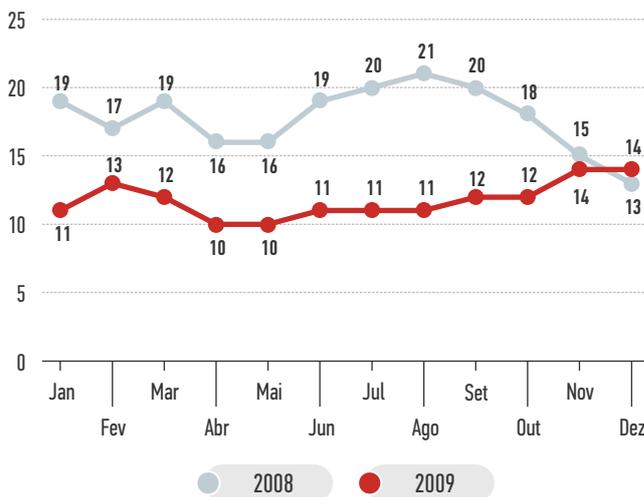


Fig. 9 – Incumprimentos registados, por operador e por mês

Quotas	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro			
	N.º Rádios	%																								
[0-5]	1	9,1	0	0,0	1	8,3	0	0,0	0	0,0	1	9,1	1	9,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
[5-10]	0	0,0	1	7,7	3	25,0	1	10,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	1	8,3	1	8,3	1	7,1	1	7,1	1	7,1
[10-15]	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
[15-20]	3	27,3	3	23,1	4	33,3	2	20,0	7	70,0	6	54,5	7	63,6	2	18,2	2	16,7	3	25,0	2	14,3	1	7,1	1	7,1
[20-25]	7	63,6	9	69,2	4	33,3	7	70,0	2	20,0	4	36,4	3	27,3	8	72,7	9	75,0	8	66,7	11	78,6	12	85,7	12	85,7
Total	11	100	13	100	12	100	10	100	10	100	11	100	11	100	11	100	12	100	12	100	14	100	14	100	14	100

fiscalização, o que irá diminuir ainda mais a percentagem de rádios com quotas inferiores aos valores mínimos estipulados.

Pormenorizando os incumprimentos, estes foram estratificados em diferentes graus, com os seguintes intervalos: até 5%; entre 5% e 10%; entre 10% e 15%; entre 15 e 20% e 20% e 25% (fig. 9).

Conforme demonstrado na figura 10, o maior índice de situações de incumprimento situou-se em Dezembro de 2009, no intervalo compreendido entre 20%/25%, o que demonstra não existirem situações de incumprimento decorrentes de valores percentuais baixos.

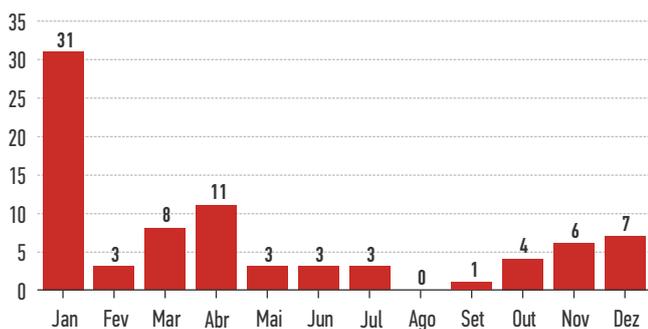
Comparando os números apurados nos dois últimos anos, registou-se um decréscimo de situações de incumprimento em quase todos os meses de 2009.

2.2. ANÁLISE POR AMOSTRAGEM

A análise das quotas de música portuguesa de rádios locais, com recurso a amostragem, foi efectuada no âmbito dos processos de renovação de licenças dos operadores bem como de acções de fiscalização desenvolvidas.

Assim, sob a forma de amostragem, foi observado um total de 80 serviços de programas, distribuídos da seguinte forma ao longo do ano:

Fig. 11 – Serviços de programas analisados por amostragem no ano de 2009



Constatou-se, à semelhança do verificado no ano de 2008, que a grande maioria das rádios auditadas difunde em média três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, na faixa horária das 7h00 às 20h00, o que parece assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei para este período, verificando-se ainda que algumas estações preenchem a sua programação com espaços musicais unicamente dedicados a temas portugueses.

Fig. 12 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RCP	42,5	60,2	68,0	64,6	74,2	74,8	64,1	72,8	71,4	78	72,8	72,6	86,4	75,7

Tendo presentes os relatórios recepcionados de rádios cujo envio mensal se processa sobre outros processos (folha de Excel ou ficheiro texto), também se afigura estarem a ser cumpridos os valores regulamentares.

3. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

3.1. OPERADOR REGIONAL SUL – RÁDIO CLUBE PORTUGUÊS

Determina a Lei da Rádio que os serviços de programas regionais abrangem, quanto ao nível de cobertura, um município e eventuais áreas limítrofes.

São dois os operadores de cariz regional direccionados para as regiões Norte e Sul do país.

A RádioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda, com cobertura da região Norte do país, denominada TSF, de conteúdo temático informativo, não se encontra activa no sistema automático de quotas de música, pelo que não se apuraram elementos estatísticos quanto ao seu perfil musical.

Já a Rádio Regional de Lisboa, SA, com cobertura sobre a região Sul do país, de teor generalista, a emitir o serviço de programas Rádio Clube Português, está activa no sistema automático, pelo que foi possível, ao longo do ano de 2009, acompanhar o comportamento deste operador em matéria de difusão da música portuguesa.

Fig. 13 – Quota de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão – RCP (Artigo 44.º-A da Lei da Rádio)

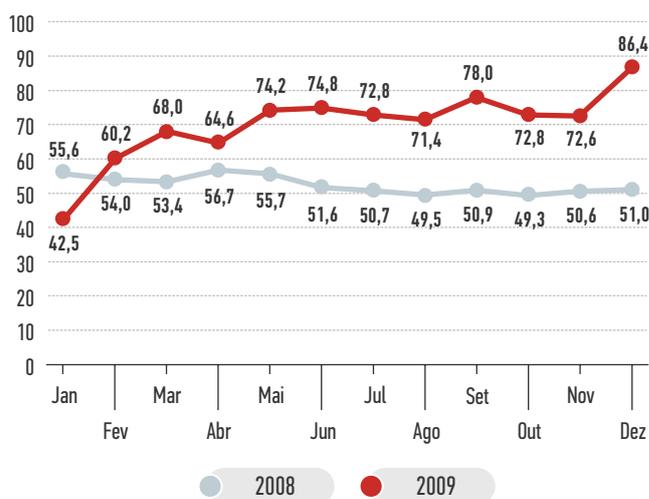
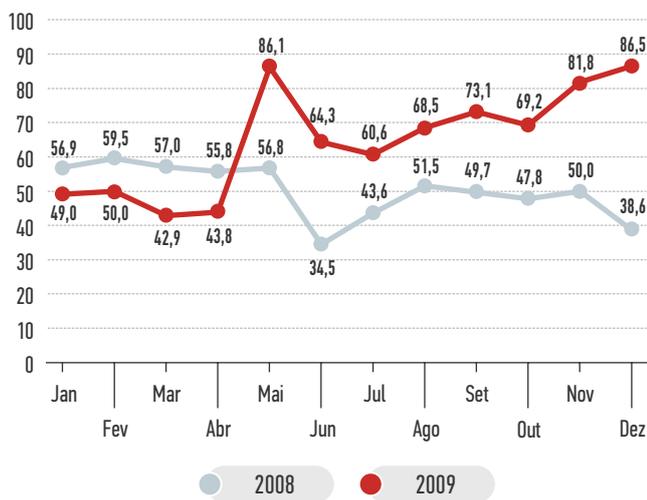


Fig. 14 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RCP	49,0	50,0	42,9	43,8	86,1	64,3	56,0	60,6	68,5	73,1	69,2	81,8	86,5	73,3

Fig. 15 – Quota de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h – RCP (Artigo 44.º-A e G da Lei da Rádio)



No que respeita ao período total de emissão, verifica-se que este serviço regional, nomeadamente em 2009, apresenta valores elevados de difusões musicais portuguesas superiores a 50%, em 2008, e a 60%, em 2009 (figs. 12 e 13).

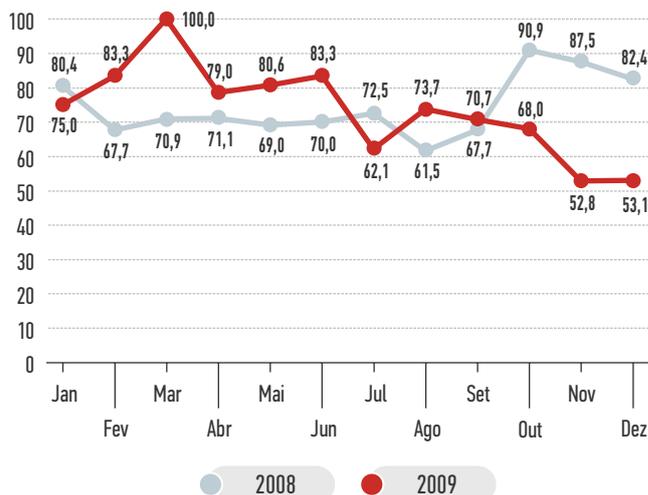
Situação idêntica é observada nos valores acima apresentados, incidentes sobre a emissão das 7h00 às 20h00, em que se observam valores visivelmente superiores à quota mínima de 25% estabelecida na portaria a vigorar em 2009 (fig. 15).

No que respeita à quota de 60% prevista para música exclusivamente em língua portuguesa para as 13 horas (7h00-20h00) do período diário definido na lei, observa-se que o serviço de programas Rádio Clube Português apresenta, na maior parte do ano, valores superiores à quota mínima estabelecida, registando-se, no entanto, uma oscilação negativa nos últimos dois meses do ano (figs. 16 e 17).

No que se refere à quota em referência, e no período total de emissão, observaram-se, em quase todos os meses de 2009, valores acima do que é exigível, excepto no último mês do ano em que se verificou uma variação negativa (figs. 18 e 19).

No final do ano, foi deliberado pela Entidade Reguladora a aceitação da alteração de projecto do operador Rádio Regional de

Fig. 17 – Quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h – RCP (Artigo 44.º-C e G da Lei da Rádio)



Lisboa, sendo que o actual serviço de programas, difundido na região Sul, é a M80 Rádio.

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

4.1. RFM, RÁDIO RENASCENÇA, RÁDIO COMERCIAL

Analisando, agora, as rádios designadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos respeitantes aos serviços de programas denominados RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

Os serviços de programa nacionais Antena 1 (de serviço público) e Antena 3, do operador RDP, são objecto de análise independente neste relatório.

Este apuramento, tendo por base os elementos recepcionados via automática, compreende, da mesma forma que nas análises anteriores, as vertentes de difusão das quotas de 25% e 60% no período das 24 horas e no período das 7h00 às 20h00.

Relativamente à primeira vertente analisada, os dados apurados, constantes das tabelas e gráfico apresentados, demonstram que

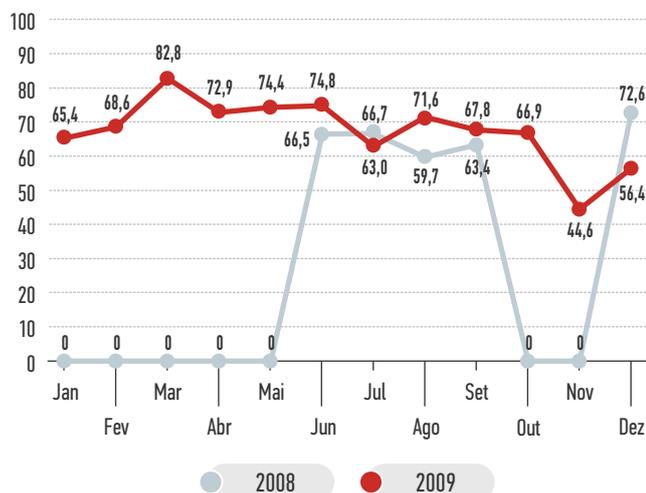
Fig. 16 – Apuramento da quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RCP	75,0	83,3	100,0	79	80,6	83,3	83,5	62,1	73,7	70,7	68	52,8	53,1	63,4

Fig. 18 – Apuramento da quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RCP	65,4	68,6	82,8	72,9	74,4	74,8	73,2	63	71,6	67,8	66,9	44,6	56,4	61,7

Fig. 19 – Quota de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas – RCP (Artigo 44.º-C da Lei da Rádio)



Valores não apurados na totalidade no ano de 2008.

os três operadores nacionais ultrapassam o mínimo legal estabelecido (figs. 20 e 21).

Também no que respeita ao período de emissão compreendido entre as 7h00 e as 20h00, a análise dos dados permite concluir que, no ano de 2009, os três operadores cumpriram, quase na totalidade, a quota mínima mensal (figs. 22 e 23).

No que respeita à difusão de música portuguesa composta ou interpretada por cidadãos da União Europeia, verificou-se que a RFM e a RR ultrapassaram largamente as quotas estipuladas.

Já a Rádio Comercial tem vindo a diminuir a sua quota, afastando-se do valor regulamentar.

Dos valores referentes às rádios nacionais, resulta que a RFM foi o serviço de programas que maior percentagem de difusões

Fig. 20 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RFM	27,5	27,6	27,4	28,2	28,1	27,8	27,8	27,8	26	26,9	27,2	27,5	26,7	27,0
RR	29,7	31,9	31,4	27,1	30,8	31	30,3	28,4	27,9	27,5	30,2	31,4	27,6	28,8
R. Comercial	20,9	26,3	28,2	28,5	27	28,9	26,6	25,7	25,7	24,8	25,7	26	26,1	25,7

Fig. 21 – Percentagem de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão (Artigo 44.º-A da Lei da Rádio)

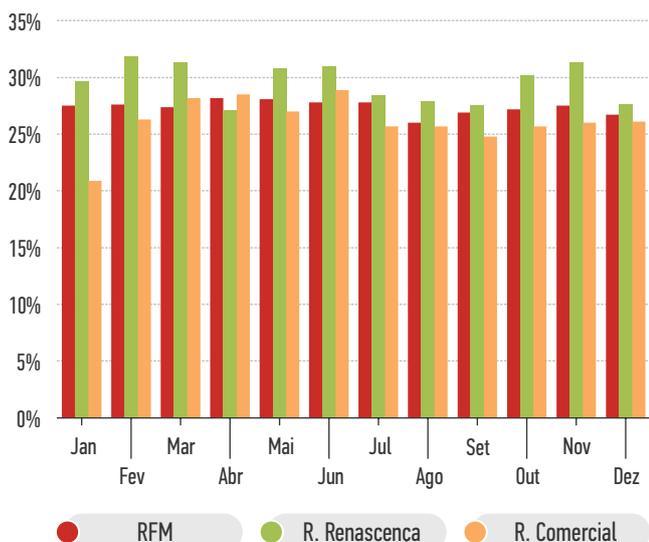


Fig. 23 – Percentagem de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h (Artigo 44.º-A da Lei da Rádio)

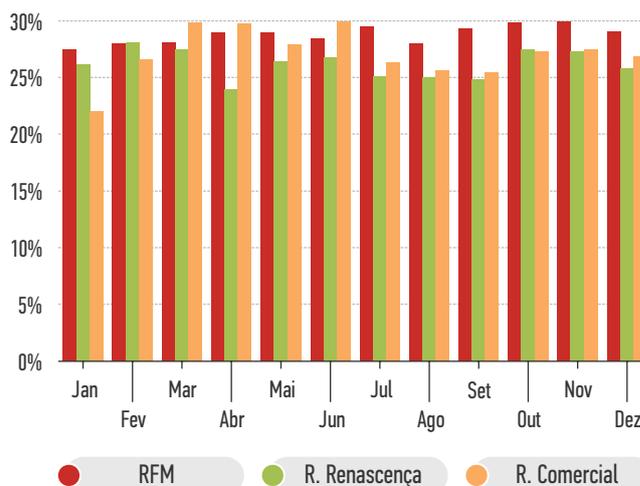


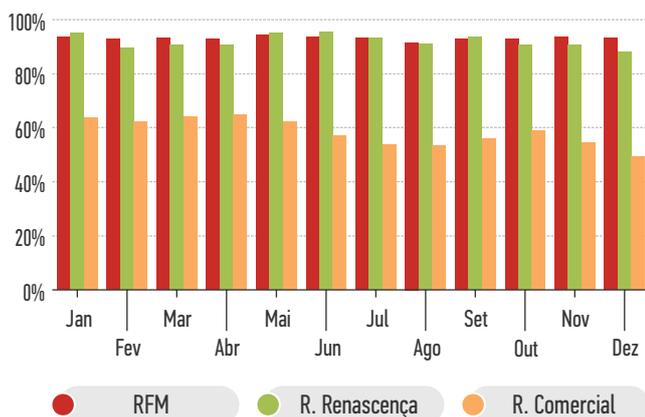
Fig. 22 – Apuramento da quota de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RFM	27,4	28	28,1	28,9	28,9	28,4	28,3	29,4	28	29,3	29,8	29,9	29	29,2
RR	26,1	28,1	27,5	23,9	26,4	26,7	26,5	25,1	25	24,8	27,4	27,3	25,8	25,9
R. Comercial	22,0	26,5	29,8	29,7	27,9	29,9	27,6	26,3	25,6	25,4	27,3	27,4	26,8	26,5

Fig. 24 – Apuramento da difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RFM	93,8	93,0	93,1	92,9	94,3	93,8	93,5	93,2	91,5	93	93	93,6	93,3	92,9
RR	95	89,5	90,7	90,6	94,9	95,4	92,7	93,3	91	93,5	90,6	90,7	88,2	91,2
R. Comercial	63,6	62,3	64,2	64,7	62,4	57,0	62,4	53,9	53,2	56,1	58,7	54,4	49,3	54,3

Fig. 25 – Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h (Artigo 44.º-C e G da Lei da Rádio)



5. ANÁLISE COMPARATIVA SEMESTRAL 2008-2009

No que respeita ao número de rádios activas no portal de música portuguesa, verificou-se em 2009 um ligeiro acréscimo de operadores conforme quadro infra:

Fig. 28 – Quadro comparativo das rádios activas no portal de música portuguesa Dezembro 2007/2008/2009

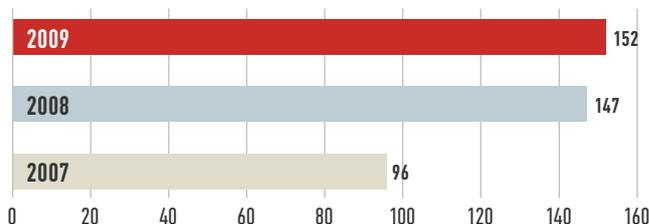
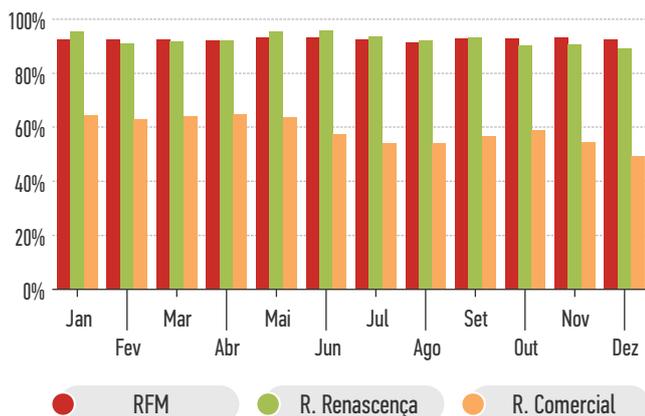


Fig. 26 – Apuramento da difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
RFM	92,1	92,1	91,9	91,6	92,8	92,7	92,2	92,1	90,9	92,5	92,5	93	92,2	92,2
RR	94,9	90,8	91,3	91,6	94,8	95,5	93,2	93,4	91,5	92,8	89,8	90,4	88,8	91,1
R. Comercial	64,1	62,4	63,9	64,4	63,5	57,2	62,6	53,7	53,9	56,3	58,5	54,1	49,2	54,3

Fig. 27 – Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas (Artigo 44.º-C da Lei da Rádio)



Conforme pode observar-se, a maior variação do número de adesões ocorreu entre 2007 e 2008, verificando-se em 2009 uma ligeira subida na ordem dos 3,4%, encontrando-se ainda em processo de adaptação ao portal um número considerável de serviços que têm vindo a ser monitorizados com recurso a outros processos (fig. 28).

5.1. OPERADORES LOCAIS

Apresenta-se, na figura 30, uma análise percentual incidente no comportamento dos operadores nos dois semestres do biénio.

Fig. 29 – Apuramento da média semestral dos operadores que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão (valores em %)

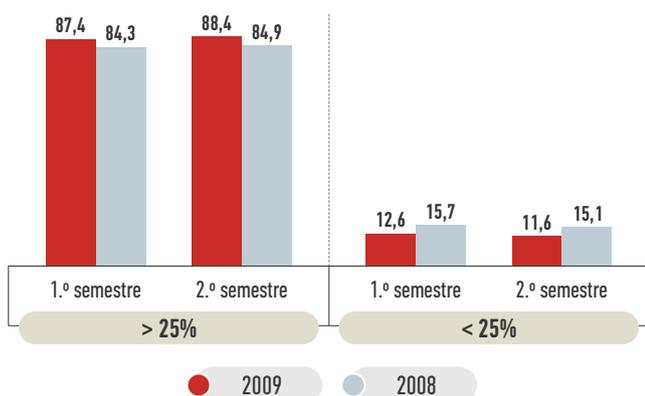
Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2009	87,4	88,4	12,6	11,6
2008	84,3	84,9	15,7	15,1

musicais portuguesas apresentou, quer no período total da emissão, quer no período das 7h00 às 20h00.

A RFM e RR foram as estações que mais difundiram temas interpretados em português por cidadãos da União Europeia, apurados sobre o total de temas musicais portugueses difundidos (figs. 24, 25, 26 e 27).

Atendendo à média do desenvolvimento semestral apresentada nas figuras 29 e 30, visualiza-se uma subida nas percentagens de cumprimento da quota em apreço no que respeita aos primeiro e segundo semestres de 2009, face aos valores apurados no ano transacto.

Fig. 30 – Média semestral 2009-2008 dos operadores que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão (valores em %)

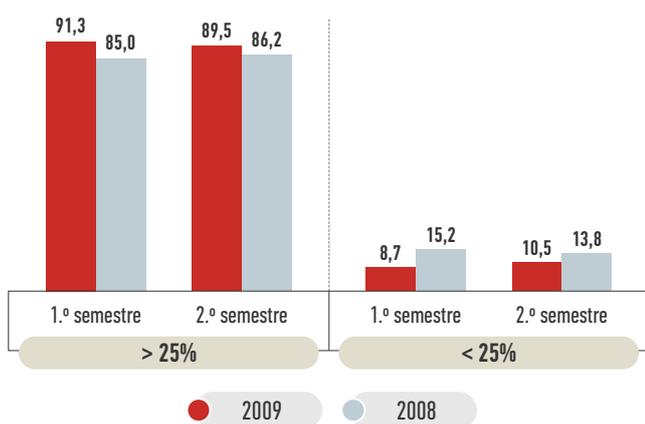


Consequentemente, também se verifica uma diminuição das situações de incumprimento, sustentada também pela separação das rádios temáticas isentas para estes apuramentos que, apresentando valores percentuais baixos, prejudicavam as médias apuradas.

Fig. 31 – Apuramento da média semestral dos operadores que emitem uma quota > ou < a 25% no período 7h-20h (valores em %)

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2009	91,3	89,5	8,7	10,5
2008	85,0	86,2	15,2	13,8

Fig. 32 – Média semestral 2009-2008 dos operadores que emitem uma quota > ou < a 25% no período 7h-20h (valores em %)



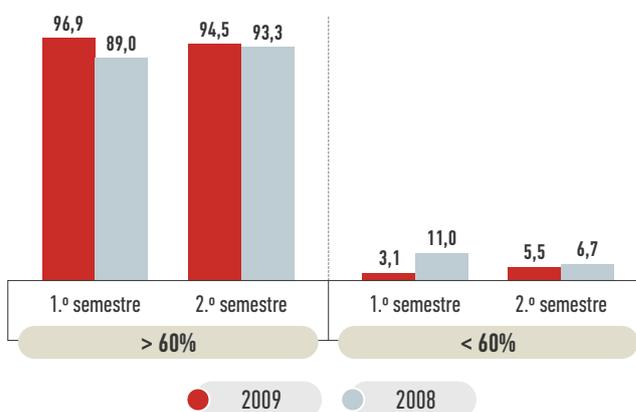
Observando as médias semestrais respeitantes às difusões musicais em língua portuguesa no período diário de emissão compreendido entre as 7h00 e as 20h00, e face ao ano transacto, também se regista uma diminuição, nos dois semestres, das situações de incumprimento, elevando-se a média de cumprimento para 91,3 e 89,5 pontos percentuais, no 1.º e 2.º semestres, respectivamente (figs. 31 e 32).

Atendendo às médias percentuais no que respeita aos dois semestres dos anos em análise, também se registou, no período

Fig. 33 – Apuramento da média semestral dos operadores que emitem uma quota > ou < a 60% no período 7h-20h (valores em %)

Ano	> 60%		< 60%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2009	96,9	94,5	3,1	5,5
2008	89,0	93,3	11,0	6,7

Fig. 34 – Média semestral 2009-2008 dos operadores que emitem uma quota > ou < a 60% no período 7h-20h – MP/UE (valores em %)



diário das 7h00 às 20h00, e no que respeita a temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da UE, superioridade percentual de cumprimento face ao ano anterior (figs. 33 e 34).

5.2. OPERADORES REGIONAIS – RÁDIO CLUBE PORTUGUÊS

No que respeita aos serviços de programas de âmbito regional observou-se o seguinte:

Fig. 35 – Apuramento da média por semestre – RCP (valores em %)

Ano	MP-24 h emissão		MP-7h20h		MP/UE-7h20h		MP/UE 24h emissão	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2009	64,1	75,7	56	73,3	83,5	63,4	73,2	61,7
2008	54,5	50,3	53,4	46,9	71,5	77,1	a)	a)

a) Valores não apurados no ano de 2008.

Atendendo aos valores apurados por semestre do Rádio Clube Português, observou-se, no ano de 2009, uma subida evidente dos valores percentuais da quota de 25% de música portuguesa.

A mesma situação já não se verifica no que respeita à quota de 60%, nomeadamente no período entre as 7h00 e as 20h00, em que se verifica uma descida dos 83,5 para os 63,4 pontos percentuais no segundo semestre de 2009 (figs. 35 e 36).

5.3. OPERADORES NACIONAIS

No que respeita aos operadores nacionais, foram observadas as situações constantes na figura 37.

Fig. 36 – Média por semestre 2009-2008 (valores em %)

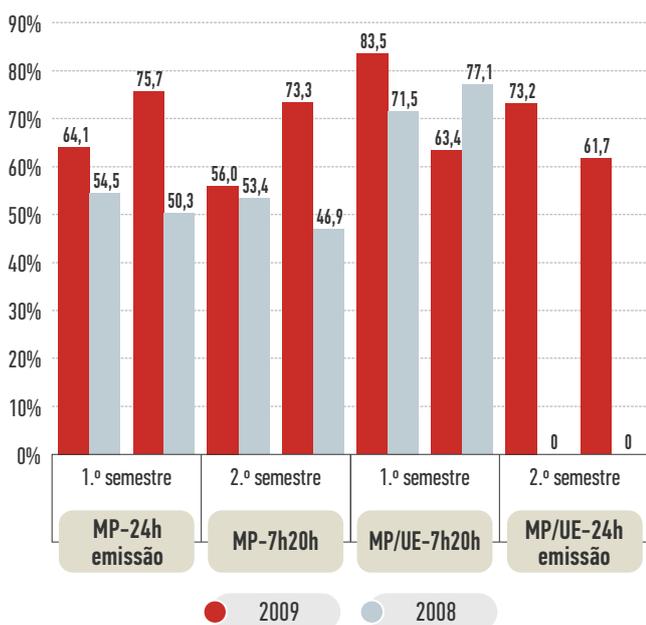
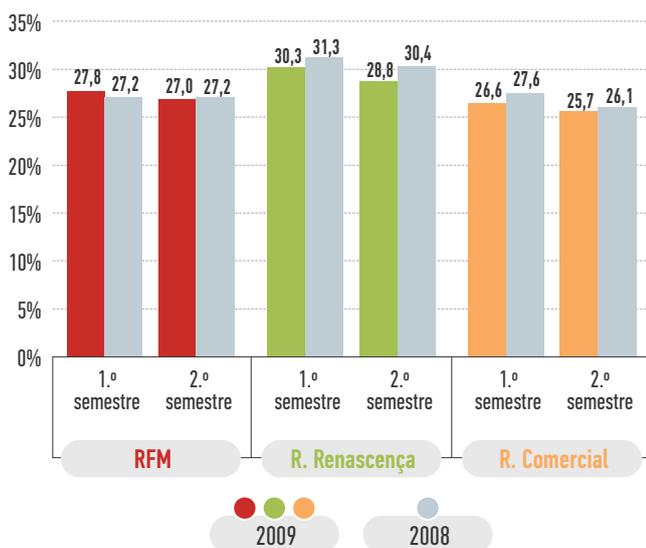


Fig. 37 – Apuramento da média por semestre 2009-2008 de música portuguesa nas 24 horas de emissão (valores em %)

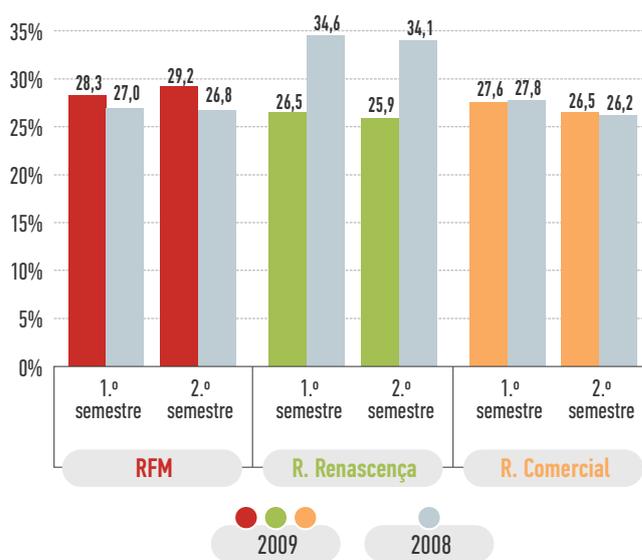


No período das 24 horas de emissão, quanto à difusão de música portuguesa, registou-se que os três operadores mantiveram valores aproximados aos apurados em 2008, com pequenas variações entre os 1 a 2 pontos percentuais de descida percentual (fig. 37).

Também no que se refere ao período diário de emissão das 7h00 às 20h00 e à quota de 25%, observou-se, face aos semestres homólogos do ano anterior, médias mais baixas ou muito aproximadas para os serviços RR e Rádio Comercial.

A RFM foi o serviço que registou uma variação mais visível nas médias semestrais demonstradas para 2009, e também face ao

Fig. 38 – Apuramento da média por semestre 2009-2008 de música portuguesa no período 7h-20h (valores em %)



ano anterior, registando-se do primeiro para o segundo semestre uma subida de 1,3 e 2,4 pontos percentuais (fig. 38).

Reportando-nos aos apuramentos médios semestrais referentes às difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da UE, observou-se, no que respeita aos valores demonstrados, uma subida percentual face ao ano anterior.

A Rádio Comercial, e tal como já referido anteriormente, apresentou valores muito inferiores aos outros operadores e abaixo do expectável, nomeadamente no segundo semestre de 2009 (fig. 39).

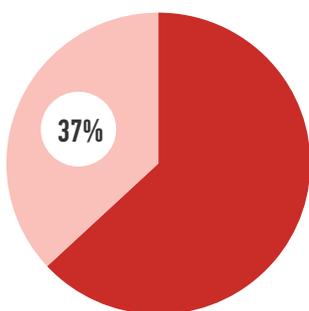
Fig. 39 – Apuramento da média por semestre 2009-2008 de música em língua portuguesa-UE no período 7h-20h (valores em %)



6. AMPLITUDE DA ANÁLISE DAS QUOTAS DE MÚSICA NO NÚMERO TOTAL DE RÁDIOS

No âmbito das atribuições de monitorização desenvolvidas ao longo do ano, uma de carácter regular que integrou serviços de programas activos no sistema automático da ERC, e outra de teor extraordinário incidente sobre rádios não activas com recurso a amostragem, resultaram três análises face ao universo total de 352 serviços de âmbitos nacional, local e regional, excluindo os serviços de programas disponibilizados pelo operador concessionário do serviço público, Rádio e Televisão de Portugal, SA.

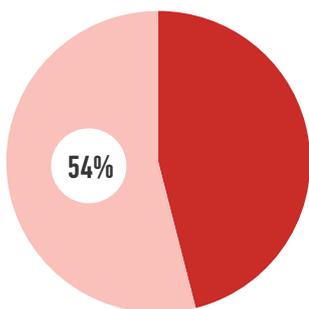
Fig. 40 – Rádios activas monitorizadas face ao universo de operadores (valores em %)



a) Percentagem do universo médio de rádios activas monitorizadas através do sistema de apuramento automático de quotas

N=Total de serviço de programas=352;
Serviços de programas monitorizados automaticamente=130

Fig. 41 – Rádios inactivas monitorizadas face ao universo de operadores (valores em %)

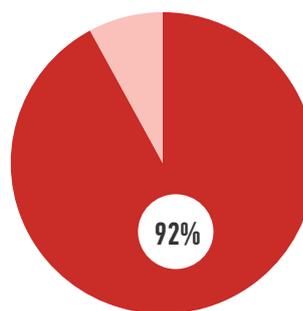


b) Percentagem do universo médio de rádios não activas analisadas por amostragem nos anos de 2008 e 2009

N=Total de serviço de programas=352; Serviços de programas analisados por amostragem=190 (110 no ano de 2008 e 80 no ano de 2009)

Tendo presentes as figuras acima apresentadas (figs. 40, 41 e 42), observa-se que, entre 2008 e 2009, foram analisadas, no que respeita a difusões musicais portuguesas, quer por intermédio do sistema automático, quer por recurso a audição e registo directo, quer por envio com outros suportes, 324 serviços de programas, o que corresponde a 92,6% das rádios licenciadas.

Fig. 42 – Rádios monitorizadas face ao universo de operadores (valores globais em %)



c) Percentagem global de rádios analisadas em a+b e face ao número total de rádios (inclui quatro serviços que enviam mensalmente os ficheiros noutros suportes)

N=Total de serviço de programas=352;
Serviços de programas analisados em 2008 e 2009=324

7. RÁDIOS TEMÁTICAS

7.1. REGIME DE EXCEÇÃO DE CUMPRIMENTO DE QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA PREVISTO NO REGULAMENTO N.º 495/2008, PUBLICADO NO D.R., 2.ª SÉRIE, N.º 172, DE 5 DE SETEMBRO DE 2008

A Lei da Rádio estabelece no seu artigo 44.º E, n.º 1, um regime de excepção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento aprovado, em 28 de Agosto de 2008 pelo Conselho Regulador da ERC, no seu artigo 2.º, estabelece que apenas os serviços de programas classificados como temáticos musicais, e de acordo com o projecto licenciado, podem requerer a isenção das quotas previstas na lei.

Esses serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais

Fig. 43 – Rádios isentas e motivo de isenção

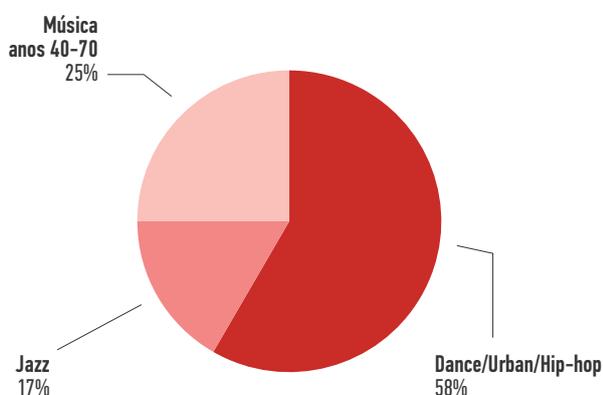
Serviço de programas	Classificação	Programação musical	Isenção
Orbital	Temática	Dance Music	Geral
Cidade FM	Temática	Hip-hop, Rap, Urban	Geral
Mix FM	Temática	Dance Music	Geral
Satélite	Temática	Hip-hop, Rap, Urban	Geral
Oxigénio	Temática	Dance Urban	Geral
Mega FM	Temática	Dance/Urban/Hip-op	Geral
Rádio Indep. de Aveiro	Temática	Dance, Rap, Hip-hop	Geral
Marginal	Temática	Jazz/Blues	Geral
Rádio Europa Lisboa	Temática	Jazz	Geral
Rádio Sim – Foz do Ave	Generalista	Música década 40 a 60	Música Recente
Rádio Sim – Rádio Maior	Generalista	Música década 40 a 60	Música Recente
Rádio Sim – Pal	Generalista	Música década 40 a 70	Música Recente

considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: *hip-hop/rap/urban*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP- Associação Fonográfica Portuguesa.

No decurso de 2009, ao abrigo do consagrado no referido Regulamento, foram autorizadas as isenções de cumprimento das quotas aos serviços de programas constantes na figura 43.

Dos pedidos dirigidos à ERC, foram autorizadas 12 isenções, sendo que seis ainda se encontram activos no sistema automático de quotas de música, embora se tivesse efectuado a separabilidade das isentas gerais para efeitos de cômputo percentual (fig. 44).

Fig. 44 – Visualização das rádios isentas e motivo de isenção



Dos pedidos autorizados, a maior parte dos serviços de radiodifusão apresenta conteúdos e projectos musicais dentro do género *dance/urban/hip-hop*, o que compreendeu sete serviços de programas.

No que respeita a rádios parcialmente isentas, que ficam apenas desobrigadas do cumprimento da quota de música recente, compreendeu três operadores cujos projectos programáticos musicais remetem para as décadas de 40 a 70.

7.2. DADOS DO MERCADO DISCOGRÁFICO

Para aplicação do Regulamento sobre o regime de isenção do cumprimento das quotas de música, previsto na Lei da Rádio, foi solicitada à Sociedade Portuguesa de Autores informação quanto aos novos temas musicais registados em 2009, no sentido de se obterem os dados sobre a edição e, consequentemente, sobre a criação musical em Portugal.

Em 2008, no âmbito da elaboração do referido Regulamento, foi necessário encontrar tipologias comuns entre as adoptadas no Regulamento e as praticadas, sobretudo, pela Sociedade Por-

tuguesa de Autores. A SPA, nos actos de registo das edições nacionais, passou a adoptar a seguinte tipologia: clássica, *dance music*, fado, *hip-hop*, *jazz*, *pop-rock* e outros.

Dos dados apurados, verifica-se que foram registadas 824 edições de música portuguesa, de acordo com o detalhe demonstrado na figura 45.

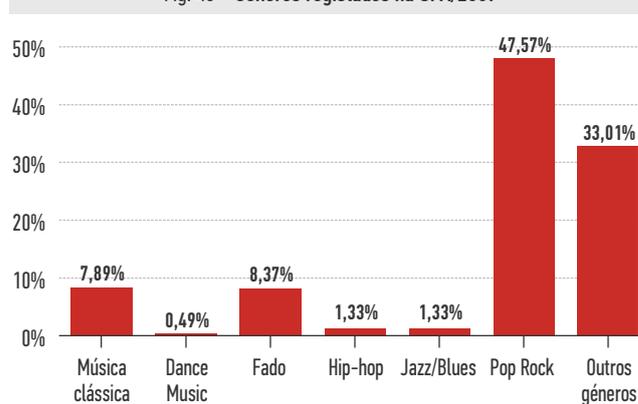
Fig. 45 – Tabela de edições registadas a SPA

Edições musicais registadas na Sociedade Portuguesa de Autores 2009	
Música clássica	65
Dance Music	4
Fado	69
Hip-hop	11
Jazz / Blues	11
Pop Rock	392
Outros Géneros	272
Total	824

Fonte: SPA

A figura 46 permite-nos verificar, percentualmente, o peso de cada género no total das edições musicais registadas.

Fig. 46 – Géneros registados na SPA/2009



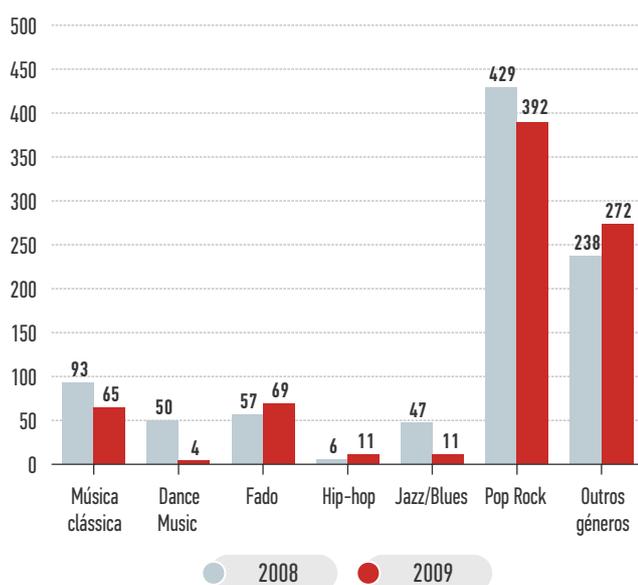
Fonte: SPA

Refira-se que no género *outros* encontram-se incluídos trabalhos registados por grupos folclóricos, ritmos africanos, música brasileira, tradições orais, “desgarradas”, hinos, etc.

Da análise comparativa com o ano de 2008, verifica-se um decréscimo significativo de registos de *dance music*, com uma variação negativa de mais de 90% relativamente ao ano transacto, do género *jazz/blues* (-77%), de música clássica (-30%) e *pop-rock* (-9%); em contrapartida, o aumento de registos do género *hip-hop*. Globalmente o volume de registos efectuados na SPA foi inferior ao registado em 2008.

Por outro lado, importa igualmente conhecer os diferentes suportes em que se encontram fixadas as criações musicais sub-

Fig. 47 – Comparação, por géneros, dos registos na SPA em 2008 e 2009



Fonte: SPA

Fig. 48 – Análise comparativa – Ano 2008/2009

Géneros	2008 (n.º)	2009 (n.º)	Var. (%)
Música clássica	93	65	-30
Dance Music	50	4	-92
Fado	57	69	21
Hip-hop	6	11	83
Jazz / Blues	47	11	-77
Pop Rock	429	392	-9
Outros Géneros	238	272	14
Total	920	824	-10

Fonte: SPA

metidas a registo. Com efeito, o suporte mais comum, o CD, registou 749 registos, enquanto os restantes 90 foram distribuídos da seguinte forma: 13 *compact disc* duplo (C2/CD2); 53 *compact disc* single (CS/CDS); 11 em vinyl (Vinyl); cinco cassette (K7); um *compact disc* tripló (CD3); uma caixa com seis *compact discs* (C6); um *pack* constituído por um *compact disc* áudio e um *compact disc* gráficos, que contém gráficos além de som (CD+CDG); dois *packs* constituídos por um *compact disc* e um DVD (CD ou CS+DVD); um *dual disc* (DD); e um MP3.

Estes números, considerando as grandes diferenças qualitativas entre e nos géneros aqui referidos, constituem indicadores preciosos para a fixação anual da quota de música portuguesa, nomeadamente os géneros de música que constituem o conteúdo base de alguns serviços de programas que solicitam a esta entidade a isenção para o cumprimento das quotas de música.

No âmbito do Regulamento que consagra o regime de excepção ao cumprimento das quotas, foram considerados como insufi-

cientemente produzidos em língua portuguesa os géneros musicais hip-hop/rap/urban, infantil, jazz/blues, dance e clássica.

Dos dados remetidos pela SPA, é possível confirmar que se mantém uma insuficiência de produção daqueles géneros, verificando-se que o único género cuja produção sofreu um ligeiro aumento, relativamente ao ano de 2008, foi o *hip-hop*, de seis para onze edições, tendo a produção dos demais géneros identificados no Regulamento sofrido uma descida significativa quando comparada com o número de registos apurados em 2008.

Dos pedidos de isenção solicitados à ERC, ao abrigo do Regulamento já mencionado no ponto 7.1. deste Relatório, a maior parte advém de serviços de programas temáticos que se dedicam à difusão dos géneros musicais como *dance music* e *hip-hop*, que, em 2009, à semelhança do verificado em 2008, representaram respectivamente 0,49% e 1,33% do total das edições discográficas; com idêntico valor o género *jazz/blues* (1,33%), seguindo-se o género *clássico* que preencheu o valor de 7,89% das produções nacionais desse ano.

SÍNTESE CONCLUSIVA

No decurso do ano de 2009, manteve-se a monitorização média de 130 serviços de programas através do sistema automático de quotas de música, dos 152 operadores activos.

Compreendendo os anos de 2008 e 2009, e tendo por base as diversas formas de monitorização desenvolvidas, foram observados 324 serviços de programas, o que corresponde a 92,6% do universo das rádios licenciadas.

Dos serviços de programas activos e no que respeita a serviços de radiodifusão local, de acordo com os dados recepcionados, cerca de 90% cumpre a quota legal de 25% difusão de títulos portugueses.

Da sub-quota de 60% dedicada a temas em língua portuguesa de cidadãos dos estados-membros da União Europeia, uma percentagem superior a 94% das rádios locais cumpre este requisito.

À semelhança do que se verificou no ano transacto, também o número de situações irregulares diminuiu em 2009.

Da mesma forma, também os serviços de radiodifusão nacionais privados e regionais Sul mantêm percentagens superiores ao mínimo legal estabelecido, tanto no que se refere à quota de 25% de música portuguesa, como, na quase generalidade, à que se refere a 60%.

No âmbito da aplicação do Regulamento que estabelece o regime de isenção ao cumprimento da quota de música portuguesa, em 2008, foram considerados como insuficientemente produzidos em língua portuguesa os seguintes géneros musicais: *hip-hop/rap/urbana*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação.

Analisados os dados provenientes do mercado discográfico, referentes a 2009, disponibilizados pela Sociedade Portuguesa de

Autores, confirmou-se a insuficiência de produção dos géneros identificados no referido Regulamento.

No que respeita ao regime de excepção previsto na Lei da Rádio (artigo 44.º E), e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/98), foram autorizadas isenções a 12 serviços de programas, nove temáticos e três generalistas, na sua maioria referentes a serviços de programas temáticos musicais cuja programação assenta no género *dance music*.

VI. Análise Comparativa da Informação Diária nos Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial

A) NOTA INTRODUTÓRIA

O presente estudo pretende analisar a cobertura noticiosa dos três serviços de programas ao nível da diversidade, do pluralismo político, social, cultural e do rigor, em sentido mais lato. Tendo a análise relativa ao ano de 2008 dado o primeiro passo para a avaliação dos conceitos supra citados, pretende-se agora promover uma análise longitudinal descritiva dos blocos informativos de três serviços de programas de radiodifusão generalistas.

Tendo presente que a monitorização da informação diária dos serviços de programas generalistas de radiodifusão se realiza pela segunda vez, é necessário sublinhar o carácter ainda em aperfeiçoamento das categorias de análise. Esta análise vem, assim, aprofundar e procurar estabelecer tendências ao nível das temáticas e dos actores nos três serviços de programas analisados, bem como realizar uma caracterização formal dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 e das peças neles emitidas.

Deste modo, os dados provenientes da análise permitirão conhecer, genericamente, a informação radiofónica emitida em 2009 pelos serviços de programas analisados.

Trata-se, assim, de dar cumprimento, também em relação à rádio, a uma atribuição da ERC já em curso para a televisão.

B) NOTA METODOLÓGICA

O presente ponto apresenta uma caracterização geral da amostra analisada. O período de análise situa-se entre Janeiro e Dezembro de 2009.

Foram monitorizados 248 noticiários de três serviços de programas de expansão nacional, num total de 1683 peças assim distribuídas:

- ▶ 92 edições dos blocos informativos da RDP Antena 1 com um total de 748 peças.
- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença com um total de 612 peças.

- ▶ 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial com um total de 323 peças.

A técnica utilizada é a análise de conteúdo, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS¹.

A unidade de análise corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas intervenções do jornalista. São tomados como referência os fragmentos definidos pela *Mediamonitor (Marktest)* sob a forma de *clips* autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efectivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

A escolha do objecto de estudo, bem como dos blocos informativos a analisar, justifica-se pelo facto de estes serem três serviços de programas de expansão nacional, e os blocos das 8h00 e das 18h00 estarem entre aqueles que obtêm maiores audiências, de acordo com os dados da Marktest a data da primeira análise efectuada.

C) ACONTECIMENTOS DOMINANTES NA AGENDA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2009

1. No plano nacional, tiveram particular relevo no período considerado, questões relacionadas com: a política, nomeadamente as *actividades da Assembleia da República*, dos *partidos políticos* e da *Presidência*, e *eleições*; com a *ordem interna*, incluindo *acidentes e catástrofes* e *actividades policiais*; a par dos temas *sistema judicial* e *relações laborais*, particularmente *greves*, *protestos* e *manifestações*.

¹ Statistical Package for Social Sciences.

2. Entre as várias *actividades da Presidência da República*, destaca-se o veto presidencial à alteração à lei eleitoral que colocou fim ao voto por correspondência dos emigrantes.
3. No plano da *política nacional*, o tema *eleições* assumiu relevo, em particular as *eleições* europeias, autárquicas e legislativas. As questões em torno do sector da banca, designadamente do “caso BPN” e do “caso BPP”, foram *temas* de destaque.
4. O modelo de avaliação dos professores destaca-se no âmbito da temática das *relações laborais*. Este tema assumiu vários enfoques, nomeadamente no que respeita a *políticas para a educação*.
5. No plano da justiça, os processos mais destacados desenvolveram-se em torno dos casos: “Face Oculta”, “Freeport”, “BPN”, “BPP”, “cegos de Santa Maria” e, com menor frequência, dos casos “Alexandra”, “Apito Dourado”, “Maddie” e “Casa Pia”.
6. Processos de justiça relacionados com a violência e segurança mereceram destaque informativo, entre os quais, os referentes a *crimes* ou *intervenções policiais*, designadamente em bairros considerados problemáticos.
7. A par dos *crimes* e *casos de justiça*, a temática das *actividades policiais* veio incidir sobre acções organizadas como a “Operação Furacão” ligada ao “caso BPN”, e a “Operação Paella” de combate à fraude.
8. No plano da *ordem interna*, também os *acidentes* e *catástrofes* mereceram destaque. Entre estes casos são mencionáveis *incêndios* e *acidentes de viação*. Em contexto internacional, assinalam-se vários sismos. O tema da *segurança aérea* está presente na agenda internacional, sobretudo na sequência da queda do voo 447 da Air France.
9. No plano da *saúde*, destacam-se a “gripe A” e o “caso Cegos de Santa Maria”.
10. No plano económico, há a mencionar múltiplas referências e destaque à *crise económica* e *financeira* mundial, com enquadramentos nacionais e internacionais, designadamente em termos de falências, despedimentos e desemprego.
11. No *desporto*, o *futebol* foi a modalidade mais presente, nomeadamente as jornadas do Campeonato Nacional, a Liga Europa, a Liga dos Campeões e os jogos de apuramento para o Mundial de 2010.
12. No plano comunitário, os assuntos mais destacados foram a recondução da Presidência da Comissão Europeia e a re-

cepção de prisioneiros provenientes de Guantánamo. As eleições para o Parlamento Europeu são *temas* igualmente referidos no contexto de eleições europeias.

13. No plano internacional, os *conflitos armados* são uma *temática* também destacada, particularmente pela cobertura das ofensivas na Faixa de Gaza, Iraque, e pela situação no Afeganistão.

D) CARACTERIZAÇÃO GERAL E COMPOSIÇÃO DAS PEÇAS ANALISADAS

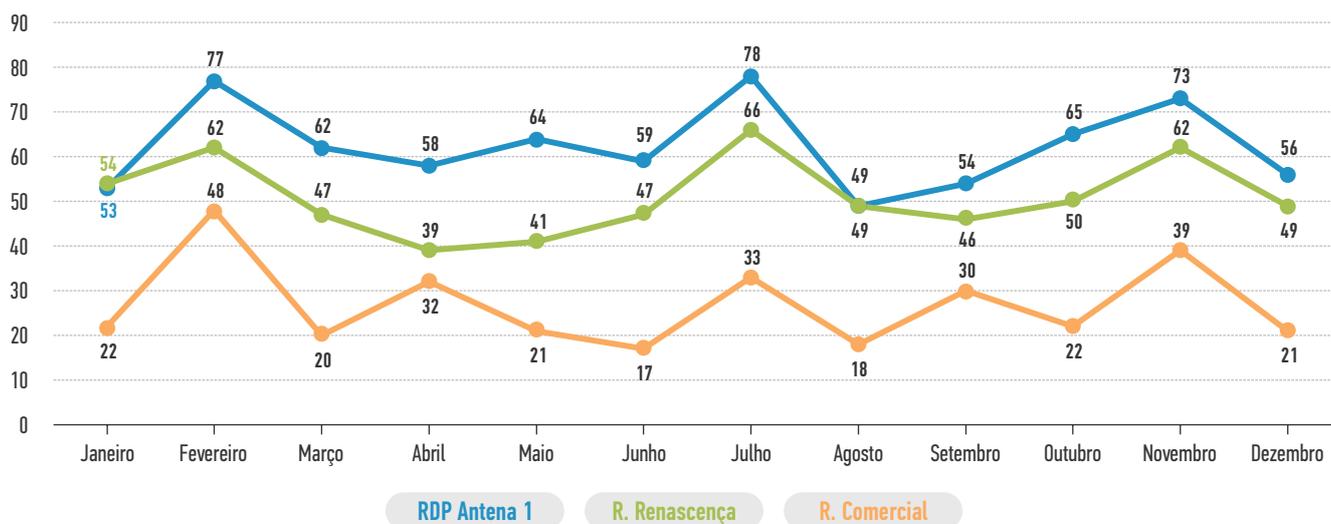
Caracterização geral da amostra analisada:

Fig. 1 – Composição da amostra analisada

Data	Dia da Semana	Mês	N.º de Noticiários	N.º de Peças
02-Jan-09	Sexta	Janeiro	6	37
10-Jan-09	Sábado	Janeiro	4	21
18-Jan-09	Domingo	Janeiro	4	20
26-Jan-09	Segunda	Janeiro	6	51
03-Feb-09	Terça	Fevereiro	6	36
11-Feb-09	Quarta	Fevereiro	6	57
19-Feb-09	Quinta	Fevereiro	6	47
27-Feb-09	Sexta	Fevereiro	6	47
07-Mar-09	Sábado	Março	4	18
15-Mar-09	Domingo	Março	4	24
23-Mar-09	Segunda	Março	6	43
31-Mar-09	Terça	Março	6	44
08-Abr-09	Quarta	Abril	6	44
16-Abr-09	Quinta	Abril	6	42
24-Abr-09	Sexta	Abril	6	43
02-Mai-09	Sábado	Mai	4	17
10-Mai-09	Domingo	Mai	4	23
18-Mai-09	Segunda	Mai	6	42
26-Mai-09	Terça	Mai	6	44
03-Jun-09	Quarta	Junho	6	39
11-Jun-09	Quinta	Junho	6	18
19-Jun-09	Sexta	Junho	6	43
27-Jun-09	Sábado	Junho	4	23
05-Jul-09	Domingo	Julho	4	26
13-Jul-09	Segunda	Julho	6	50
21-Jul-09	Terça	Julho	6	49
29-Jul-09	Quarta	Julho	6	52
06-Ago-09	Quinta	Agosto	6	44
14-Ago-09	Sexta	Agosto	6	38
22-Ago-09	Sábado	Agosto	4	18
30-Ago-09	Domingo	Agosto	4	16
07-Set-09	Segunda	Setembro	6	40
15-Set-09	Terça	Setembro	6	45
23-Set-09	Quarta	Setembro	6	45
01-Out-09	Quinta	Outubro	6	46
09-Out-09	Sexta	Outubro	6	48
17-Out-09	Sábado	Outubro	4	18
25-Out-09	Domingo	Outubro	4	25
02-Nov-09	Segunda	Novembro	6	39
10-Nov-09	Terça	Novembro	6	44
18-Nov-09	Quarta	Novembro	6	45
26-Nov-09	Quinta	Novembro	6	46
04-Dez-09	Sexta	Dezembro	6	44
12-Dez-09	Sábado	Dezembro	4	24
20-Dez-09	Domingo	Dezembro	4	21
28-Dez-09	Segunda	Dezembro	6	37
Total	46 dias	12 meses	248 noticiários	N = 1683

Nota: a diferença de seis para quatro blocos noticiosos ao sábado e domingo deve-se ao facto de a Rádio Comercial não emitir blocos noticiosos ao fim-de-semana. Para cada operador foram analisados dois blocos diários: o das 8h00 e o das 18h00.

Fig. 2 – Número de peças emitidas e analisadas, por mês e por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em números absolutos.

O período de análise de serviços de programas generalistas de radiodifusão vai de Janeiro a Dezembro de 2009. Foram monitorizados 248 blocos informativos de três serviços de programas, incluindo um de serviço público, num total de 1683 peças distribuídas da seguinte forma:

- ▶ 92 edições dos blocos informativos da RDP Antena 1 com um total de 748 peças.
- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença com um total de 612 peças.
- ▶ 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial com um total de 323 peças.

Em cada dia seleccionado foram analisados dois blocos informativos distintos, o das 8h00 e o das 18h00.

Deve notar-se que a emissão dos blocos informativos considerados na análise não é constante, isto é, em determinados dias não existiram edições das 8h00 e das 18h00. Nesses casos, e de forma a preservar o equilíbrio da amostra, quer ao nível da manutenção do número de serviços noticiosos de cada operador, quer ao nível de uma comparabilidade mínima do seu conteúdo, o critério seguido foi tomar como referência o bloco disponível mais próximo da hora contemplada na estrutura da amostra.

Em anexo são apresentados em tabela os dias da amostra e os blocos informativos das 8h00 e das 18h00 que não existiram e referidos aqueles que foram analisados em substituição. No caso da RDP Antena 1, as únicas ausências de blocos informativos ocorreram nas emissões das 18h00, dos dias: 30 de Agosto, 1 e 17 de Outubro, 4 e 12 de Dezembro. No caso da Rádio Renascença,

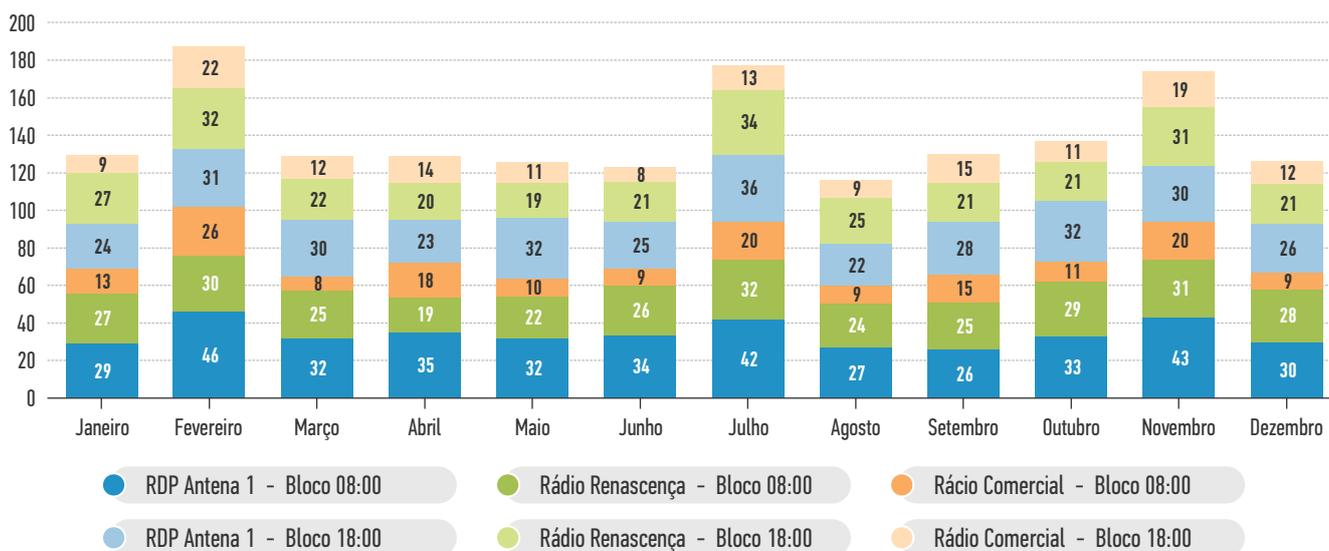
não foi observada qualquer ausência de blocos informativos, em relação aos períodos horários considerados na amostra.

A variação do número de emissões registado na Rádio Comercial, ao contrário dos outros dois operadores, é constante e deve-se ao facto de serem inexistentes os blocos informativos das 8h00 e das 18h00 aos fins-de-semana. Nesses dias, também não foi possível analisar blocos informativos em alternativa, pois durante esse período o operador não apresenta qualquer bloco informativo na sua grelha de emissão. Para além dos fins-de-semana, a Rádio Comercial não registou blocos informativos na quinta-feira, dia 11 de Junho.

De acordo com a distribuição dos conteúdos analisados por meses do ano (fig. 2), verifica-se que, tendencialmente, a RDP Antena 1 é o operador que regista maior número de peças por mês. Em apenas um dos meses do ano (Janeiro), a Rádio Renascença (54 peças) apresenta mais uma peça que a RDP Antena 1 (53 peças), e em Agosto ambos os serviços de programas têm o mesmo valor de peças (49). A Rádio Comercial é o operador que se caracteriza por meses com menor número de peças, dado que se justifica pela ausência de blocos noticiosos aos fins-de-semana.

Os meses com maior número de peças emitidas coincidem nos três serviços de programas generalistas. Os meses que registam um número mais elevado de peças são Fevereiro (187), Julho (177) e Novembro (174). A Rádio Comercial regista também, apesar dos números inferiores, um pico em Abril e outro em Setembro.

Fig. 3 – Número de peças emitidas e analisadas, por mês, serviço de programas e bloco



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em números absolutos.

A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença emitiram mais peças em Julho, respectivamente 78 (mais uma peça que em Fevereiro) e 66 peças, e a Rádio Comercial em Fevereiro (48 peças). O facto de a Rádio Comercial ter emitido mais peças neste mês, e também em Julho e Novembro, reflecte a estrutura da amostra seguida, que exclui dias de fins-de-semana (haveria ausência de blocos informativos) para este período, bem como a inclusão de quatro, e não três, dias de amostragem (fig. 1).

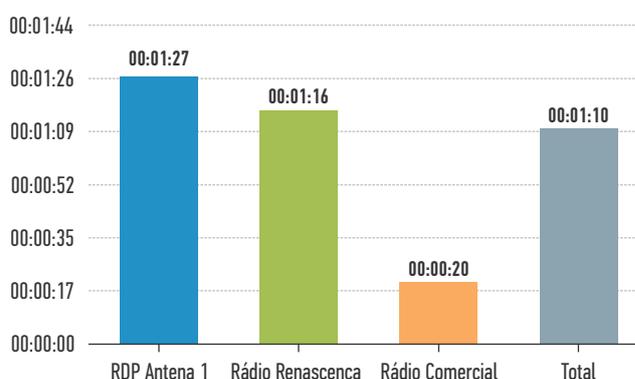
Fevereiro foi o mês com maior número de peças analisadas (187). Este mês foi marcado pelos casos “Freeport”, “BPN”, a *crise económica*, o “incêndio no antigo cinema Lido na Amadora”, bem como o “encerramento da fábrica Qimonda em Vila do Conde”. Por seu turno, Agosto foi o mês com menor número de peças (116).

O dia da amostra em que foi emitido e analisado o maior número de peças (57) corresponde a uma quarta-feira, 11 de Fevereiro, e o dia com menor número de peças (16) a um domingo, 30 de Agosto. A RDP Antena 1 é o operador responsável pelo maior número de peças existentes a 11 de Fevereiro, uma vez que nesse dia emitiu 24 peças nos seus dois blocos informativos. A agenda deste serviço de programas generalistas foi nesse dia marcada pela *crise económica*, em especial a apresentação de estatísticas acerca do desemprego, focando casos de encerramentos de empresas como a Nike e a Qimonda.

O menor número de peças no dia 30 de Agosto justifica-se pelo facto de a RDP Antena 1 apresentar apenas sete peças, a Rádio Renascença nove peças, e pelo facto de a Rádio Comercial, dado ser fim-de-semana, não apresentar qualquer bloco informativo.

Nos três serviços de programas generalistas, o total de peças do bloco informativo da manhã é ligeiramente superior ao da tarde (fig. 3): RDP Antena 1, com 409 peças no bloco das 8h00 e 339 no bloco das 18h00; Rádio Renascença, com 318 peças contra 294 no período da tarde; e na Rádio Comercial, com 168 peças no período da manhã e 155 às 18h00.

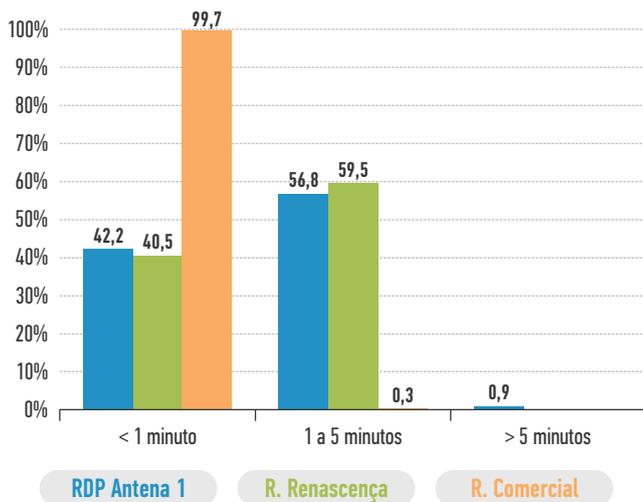
Fig. 4 – Duração média das peças, por serviço de programas (hh:mm:ss)



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em horas: minutos: segundos.

A duração média das peças no total dos três serviços de programas é de 1 minuto e 10 segundos (fig. 4). Relativamente a esse total, verifica-se que o serviço de programas público e a Rádio Renascença apresentam peças com duração média superior. A RDP Antena 1 regista uma duração média superior em 17 segundos e a Rádio Renascença em 6 segundos. No que diz respeito à Rádio Comercial, as peças emitidas têm em média uma duração de 20 segundos.

Fig. 5 – Duração das peças, por serviço de programas



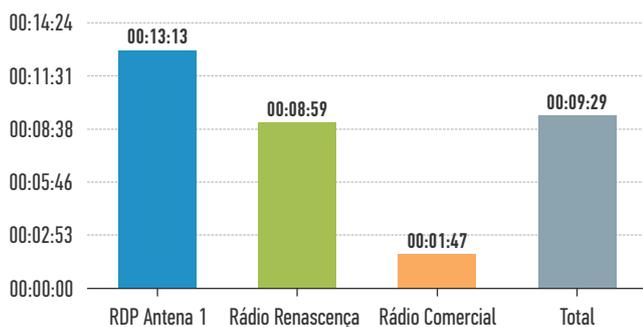
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em percentagem.

Verifica-se que a maioria das peças do serviço de programas público e da Rádio Renascença apresenta uma duração de 1 a 5 minutos (fig. 5). A duração das peças oscila com a hora do bloco informativo, uma vez que no bloco das 8h00 da RDP Antena 1 a percentagem de peças com menos de 1 minuto é superior às peças com duração de 1 a 5 minutos.

No que diz respeito aos conteúdos da Rádio Comercial, 99,7% tem duração inferior a 1 minuto, ou seja, são peças de curta duração. Este serviço de programas e a Rádio Renascença não apresentaram peças de longa duração (superiores a 5 minutos).

A RDP Antena 1 é o único operador com conteúdos com mais de 5 minutos (sete peças). As peças são sobretudo sobre os temas política nacional (cinco peças) e desporto (duas peças) e incidem sobre assuntos diversificados, nomeadamente a crise económica,

Fig. 6 – Duração média dos blocos informativos analisados, por serviço de programas



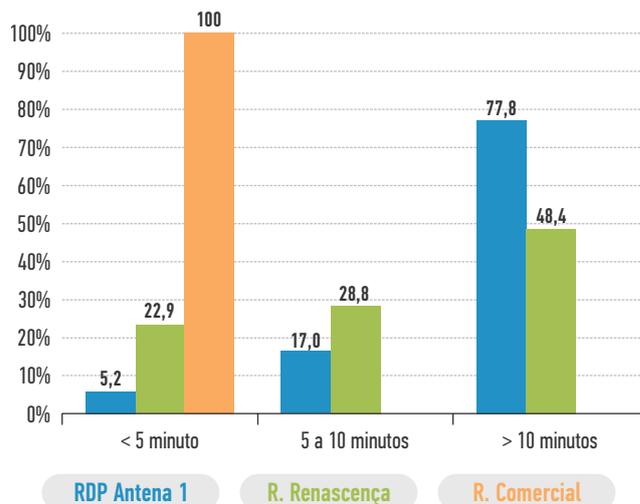
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em horas: minutos: segundos.

a campanha eleitoral para as eleições legislativas, uma peça sobre a sondagem acerca da imagem do Primeiro-ministro no âmbito do “caso Freepart”, a Liga Nacional de Futebol e o Mundial 2010.

A peça da Rádio Comercial de duração mais longa foi emitida no bloco das 8h00 e versa sobre um frente a frente da presidente do PSD e do líder do BE, durante a campanha, emitida por um operador televisivo.

Relativamente à duração média dos blocos informativos analisados (fig.6), verifica-se que apenas os blocos da RDP Antena 1 (13 minutos e 13 segundos) têm uma duração superior à duração média da totalidade dos blocos dos três serviços de programas analisados. Os blocos da Rádio Renascença apresentam 8 minutos e 59 segundos, aproximando-se da duração média. A Rádio Comercial afasta-se dos restantes operadores, com 1 minuto e 47 segundos de duração média dos blocos informativos.

Fig. 7 – Duração do bloco informativo, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em percentagem.

Em termos gerais, analisando a duração dos blocos informativos por serviço de programas (fig.7), verifica-se que 77,8% dos blocos informativos da RDP Antena 1 têm uma duração superior a 10 minutos e apenas 5,2% duram menos de cinco minutos. Os blocos do operador público que duram menos de cinco minutos têm como temas mais frequentes política internacional, política nacional e desporto.

Em relação à Rádio Renascença, verifica-se que também os blocos informativos com duração superior a 10 minutos (48,4%) têm um peso significativo. Neste serviço de programas generalista, 28,8% dos blocos informativos têm duração entre 5 e 10 minutos e 22,9% duram menos de 5 minutos.

Em relação à Rádio Comercial, e de acordo com o que havia sido referido anteriormente, a totalidade dos blocos informativos analisados têm *duração* inferior a 5 minutos, sendo o mais longo o das 8h00, de dia 2 de Novembro, com *duração* de 2 minutos e 6 segundos, com cinco peças. O mais curto foi o bloco das 18h00, a 10 de Novembro, e teve a *duração* de 1 minuto e 18 segundos, com quatro peças.

E) ANÁLISE DOS TEMAS PRINCIPAIS DAS PEÇAS

Fig. 8 – *Temas principais, por serviço de programas (%)*

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	26,6	28,6	16,1	25,3
Ordem Interna	10,3	13,4	18,3	13
Desporto	10,2	6,7	16,7	10,2
Política Internacional	10,3	6,9	9,0	8,8
Sistema Judicial	6,7	8,0	9,3	7,7
Economia, Finanças e Negócios	6,7	7,2	4,6	6,5
Saúde e Acção Social	4,8	6,9	7,7	6,1
Relações Laborais	6,6	4,7	6,8	5,9
Ambiente	5,5	1,5	1,5	3,3
Política Europeia	3,2	2,8	3,4	3,1
Crença e Religião	0,5	6,2	0,3	2,6
Cultura	3,5	2,0	0,3	2,3
Vida Social	1,5	1,5	1,2	1,4
Educação	0,7	0,8	2,5	1,1
Ciência e Tecnologia	0,8	0,3	0,9	0,7
Urbanismo	0,8	0,7	–	0,6
Comunicação	0,4	0,8	0,3	0,5
Sociedade	0,5	0,3	0,6	0,5
Defesa	0,4	0,2	–	0,2
Grupos Minoritários	–	0,7	–	0,2
População	0,1	–	0,3	0,1
Total	100 (748)	100 (612)	100 (323)	100 (1683)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em percentagem.

A temática mais frequente no conjunto dos três operadores é *política nacional*.

A temática mais frequente no conjunto dos três operadores é *política nacional*.

No conjunto dos três serviços de programas analisados, as restantes peças referem sobretudo os *temas ordem interna, desporto, política internacional e sistema judicial* (fig. 8). Tomando em consideração a sua prioridade por serviço de programa:

- ▶ RDP Antena 1: *política nacional, ordem interna e política internacional*.
- ▶ Rádio Renascença: *política nacional, ordem interna e sistema judicial*.
- ▶ Rádio Comercial: *ordem interna, desporto e política nacional*.

Em relação aos *temas* menos frequentes, verifica-se que individualmente as peças sobre *ciência e tecnologia, urbanismo, comunicação, sociedade, grupos minoritários, defesa e população* não chegam a representar 1%, quer dos conteúdos da RDP An-

tena 1, quer dos operadores privados. No operador público, também representam menos de 1% as peças sobre *educação e crença e religião*. Este último *tema* surge na Rádio Renascença com 6,2%, e em apenas 0,3% das peças da Rádio Comercial.

Na Rádio Comercial, também as peças sobre o *tema cultura* representam menos de 1%, sendo que na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença esse *tema* representa 3,5% e 2% dos respectivos conteúdos.

As figuras seguintes passam a detalhar os vários *subtemas* dos grupos *temáticos* enunciados, tomando-se como referência os quatro *temas* globalmente mais representados, para além de *política nacional*. Esta área temática será alvo de uma análise pormenorizada, não só ao nível dos *subtemas* das peças, mas também dos *actores políticos nacionais e fontes* que protagonizam os conteúdos dos blocos informativos analisados.

No contexto de uma análise longitudinal de outros meios de comunicação social, e fazendo o cumprimento do pluralismo cultural e religioso parte das obrigações do regulador, considerou-se relevante detalhar os *subtemas cultura e crença e religião*. Por outro lado, dado o relevo para a regulação, tomou-se também em atenção a análise do *tema grupos minoritários*.

Fig. 9 – *Subtemas no domínio ordem interna, por serviço de programas (%)*

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Acidentes e Catástrofes	2,8	4,7	5,6	4,0
Incêndios	2,0	3,1	3,4	2,7
Actividades Policiais	2,1	0,8	2,8	1,8
Crimes e Violência	0,9	2,0	3,1	1,7
Actividades de Bombeiros e Protecção Civil	1,6	1,6	1,2	1,5
Prevenção	0,4	0,8	0,9	0,7
Manifestações/Reivindicações / Protestos não Laborais	0,4	0,2	1,2	0,5
Restantes Subtemas da Área Ordem Interna	–	0,2	–	0,1
Total	10,3 (77)	13,4 (82)	18,3 (59)	13 (218)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área *ordem interna* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 218. Valores em percentagem.

As peças sobre o *tema ordem interna* são as segundas mais frequentes no total da amostra dos três serviços de programas, sendo que são mais frequentes nos privados (Rádio Renascença, 13,4%, e Rádio Comercial, 18,3%) do que na RDP Antena 1 (10,3%). Este *tema* é o mais representado na Rádio Comercial.

Verificando mais pormenorizadamente os *subtemas* referidos nas 218 peças da amostra que têm o *tema* dominante *ordem interna* (fig. 9), em todos os operadores, a maior parte dessas peças refere *acidentes e catástrofes*, sobretudo o sismo de mag-

nitude 6 na escala de Richter ocorrido ao largo da costa de Portugal a 17 de Dezembro, bem como a queda e desaparecimento do voo 447 da Air France.

Os incêndios são um *subtema* também destacado (2,7%).

Nos operadores privados, também é *tema* frequente nas peças de *ordem interna*, os *crimes e violência* e, quer no operador público, quer na Rádio Comercial, as *actividades policiais*.

Fig. 10 – *Subtemas no domínio do desporto, por serviço de programas (%)*

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Futebol	7,2	4,2	13,0	7,2
Outras Modalidades	2,5	2,1	2,5	2,4
Irregularidades	0,4	0,3	0,6	0,4
Actividades de Organizações e Federações Desportivas	–	–	0,6	0,1
Total	10,2 (76)	6,7 (41)	16,7 (54)	10,2 (171)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área *desporto* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 171. Valores em percentagem.

As peças sobre *desporto* foram, como anteriormente referido, as terceiras mais frequentes no total da amostra dos três serviços de programas em 2009. No entanto, recorde-se, esse tema destaca-se sobretudo nos conteúdos da Rádio Comercial, onde constitui o segundo tema mais frequente. Nos conteúdos sobre *desporto* (fig.10), o *futebol* foi a modalidade mais presente, nomeadamente as jornadas do Campeonato Nacional, as competições europeias de clubes e os jogos de apuramento da Selecção Nacional para o Mundial de 2010.

Em relação às peças dos serviços de programas sobre as *restan-*

Fig. 11 – *Subtemas no domínio da política internacional, por serviço de programas (%)*

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Conflitos Armados	2,3	1,1	0,6	1,5
Crise Internacional	1,9	1,0	1,9	1,5
Actividades de Organizações internacionais	1,5	1,1	0,9	1,2
Eleições Políticas Internacionais	1,6	1,0	0,3	1,1
Ações Governativas / Estado	0,8	0,7	1,5	0,9
Atentados e Terrorismo	0,9	0,5	0,9	0,8
Cimeiras Internacionais	0,5	0,8	0,6	0,7
Relações Diplomáticas	0,5	0,2	0,3	0,4
Cooperação e Ajuda Humanitária	–	0,2	0,9	0,2
Acordos Internacionais	0,1	0,2	0,6	0,2
Segurança e Espionagem	–	0,2	0,3	0,1
Restantes Subtemas da Área Assuntos Internacionais	0,1	–	–	0,1
Total	10,3 (77)	6,9 (42)	9 (29)	8,8 (148)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área *política internacional* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 148. Valores em percentagem.

tes modalidades desportivas, pode verificar-se que os conteúdos sobre as etapas da Volta a Portugal em Bicicleta foram os mais frequentes na amostra, sobretudo nos serviços da Rádio Renascença.

As peças sobre *política internacional* representam 8,8% da amostra, apresentando o operador público incidência superior desta *temática* face aos privados, mais acentuada no caso da Rádio Comercial.

De entre as *temáticas* abordadas neste âmbito (fig.11), destacam-se, no total dos três operadores, os *conflitos armados* (em particular no Médio Oriente), as *crises internacionais* (sobretudo a ocorrida entre a Rússia e a Ucrânia relativamente ao fornecimento de gás) e as *actividades de organizações internacionais* (particularmente a ONU).

Ao nível da presença de conteúdos desta natureza em cada operador, a RDP Antena 1 cobre sobretudo os *conflitos armados* e a *crise internacional*; a Rádio Renascença apresenta conteúdos sobre *conflitos armados* e *actividades de organizações internacionais* e a Rádio Comercial centra-se em *crises internacionais* e em *acções governativas/Estado*.

Fig. 12 – *Subtemas no domínio do sistema judicial por serviço de programas (%)*

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Casos de Justiça	5,7	6,5	8,4	6,5
Actividades da Procuradoria-geral da República	0,5	0,7	0,9	0,7
Funcionamento do Sistema Judicial	0,4	0,8	–	0,5
Total	6,7 (50)	8,0 (49)	9,3 (30)	7,7 (129)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área *sistema judicial* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 129. Valores em percentagem.

As peças sobre o *tema sistema judicial* representam 7,7% do total da amostra.

De modo transversal, são os *casos de justiça* a assumir o protagonismo nesta *temática* (fig. 12), com maior destaque na Rádio Comercial, centrando-se nos três operadores sobre os casos “Face Oculta” e “BPN” (na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença) e também o “caso Freeport” (Rádio Comercial).

As peças sobre *cultura* representam apenas 2,3% da amostra. Essa presença, ainda que residual, dos assuntos de *cultura*, enquanto *tema* dominante, oculta realidades distintas nos três serviços de programas analisados (fig.13). Na RDP Antena 1, o *tema* está mais representado do que no sector privado, sobretudo na Rádio Comercial (0,3%), cuja presença é marginal.

Fig. 13 – Subtemas no domínio da cultura, por serviço de programas (%)

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Artes e Eventos Culturais	2,5	2,0	0,3	1,9
Vida e Obra de Autores/Artistas	0,7	–	–	0,3
Moda	0,1	–	–	0,1
Figuras / Acontecimentos Históricos	0,1	–	–	0,1
Total	3,5 (26)	2 (12)	0,3 (1)	2,3 (39)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área cultura nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 39. Valores em percentagem.

No operador de serviço público, a maior parte das peças sobre cultura é sobre o Festival de Cinema de Cannes, para além da atribuição do Prémio Camões, conteúdos comuns às peças de cultura dos serviços de programas privados.

Em termos de blocos informativos, dado o número residual de peças sobre cultura na amostra dos três serviços de programas, apenas é possível referir que: na RDP Antena 1, 18 das 26 peças sobre cultura são emitidas no bloco das 8h00 e as restantes oito no bloco das 18h00; na Rádio Renascença, oito peças são emitidas na edição da manhã e quatro nas edições da tarde; a Rádio Comercial emitiu a única peça que tem como tema dominante cultura no bloco das 8h00.

Fig. 14 – Subtemas no domínio crença e religião por serviço de programas (%)

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Cristianismo Católico	0,5	6,2	0,3	2,6
Total	0,5 (4)	6,2 (38)	0,3 (1)	2,6 (43)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área crença e religião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 43. Valores em percentagem.

Tal como o tema anteriormente referido, também crença e religião aparece num número diminuto de peças da amostra. Em 1683 conteúdos, apenas 43 remetem para assuntos predominantemente relacionados com crença e religião (fig. 14). Além disso, essas peças são pouco diversificadas em termos de subtemas, referindo-se exclusivamente ao cristianismo católico (quatro peças na RDP Antena 1, 38 na Rádio Renascença e uma na Rádio Comercial).

No período da amostra, a maior parte das peças da Rádio Renascença sobre crença e religião têm como assunto dominante a agenda do Papa Bento XVI, designadamente a canonização de D. Nuno Álvares Pereira e a beatificação de João Paulo II. São também emitidas peças sobre a morte do Bispo Auxiliar de Lisboa e sobre feriados religiosos.

Das quatro peças emitidas na RDP Antena 1 com esse tema, duas remetem para a agenda do Papa.

Fig. 15 – Subtemas no domínio grupos minoritários, por serviço de programas (%)

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Minorias Sexuais	–	0,3	–	0,1
Portadores de Deficiência	–	0,3	–	0,1
Total	–	0,7 (4)	–	0,2 (4)

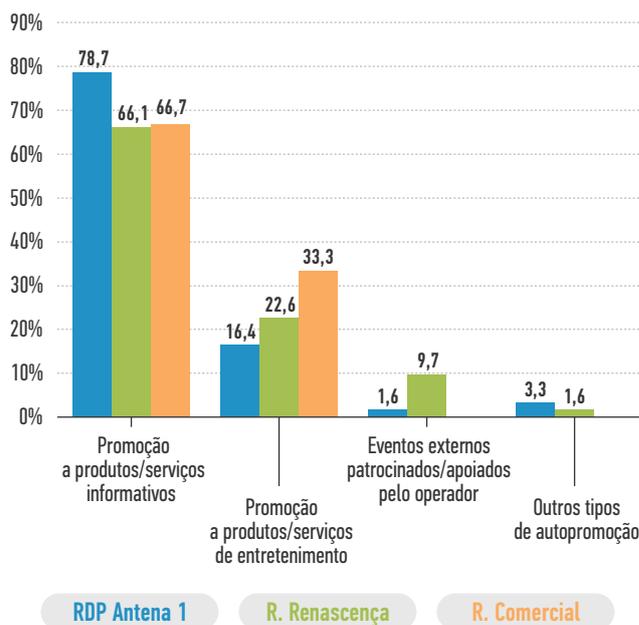
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças da área grupos minoritários nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 4. Valores em percentagem.

As peças em que se destacam assuntos ligados a grupos minoritários (fig. 15) são apenas quatro, num total de 1683 peças analisadas, e aparecem apenas nos blocos informativos da Rádio Renascença. Dois desses conteúdos são referentes a minorias sexuais e outros dois a portadores de deficiência. Abordam assuntos ligados a uma associação de apoio a famílias de cidadãos portadores de deficiência (uma peça), o casamento homossexual (duas peças) e a prestação de cuidados a pessoas com necessidades especiais (uma peça).

Deve referir-se que na amostra existem outras peças, com outros temas, que fazem referência à presença de grupos sociais vulneráveis, como se explora no ponto f) deste capítulo.

Tomando em consideração a existência de autopromoção (fig. 16), verifica-se que tanto a RDP Antena 1 (61 peças) como a Rádio Renascença (62 peças) fazem um uso mais diversificado desta prática promovendo os seus produtos e serviços informativos e de entretenimento, bem como eventos externos com o seu patrocínio.

Fig. 16 – Presença de autopromoção, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com autopromoção nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 126. Valores em percentagem.

Entre os tipos de produtos e serviços promovidos, destacam-se nos três serviços de programas, os *informativos*, nomeadamente 78,7% na RDP Antena 1, 66,7% na Rádio Comercial e 66,1% na Rádio Renascença. A Rádio Comercial destaca-se nas *promoções a produtos/serviços de entretenimento*, e a Rádio Renascença a eventos *externos patrocinados/apoiados pelo operador*.

F) PEÇAS COM REFERÊNCIA/PRESENÇA A GRUPOS MINORITÁRIOS/IMIGRAÇÃO, CRENÇA/RELIGIÃO, COMPORTAMENTO/ORIENTAÇÃO SEXUAL, PORTADORES DE DEFICIÊNCIA E MENORES

O presente ponto analisa, nos três serviços de programas, a representação (referência/presença) de cinco grupos: *minorias étnicas/imigração*; *crença/religiosidade*; *comportamento/orientação sexual*; *portadores de deficiência*; *crianças/jovens*.

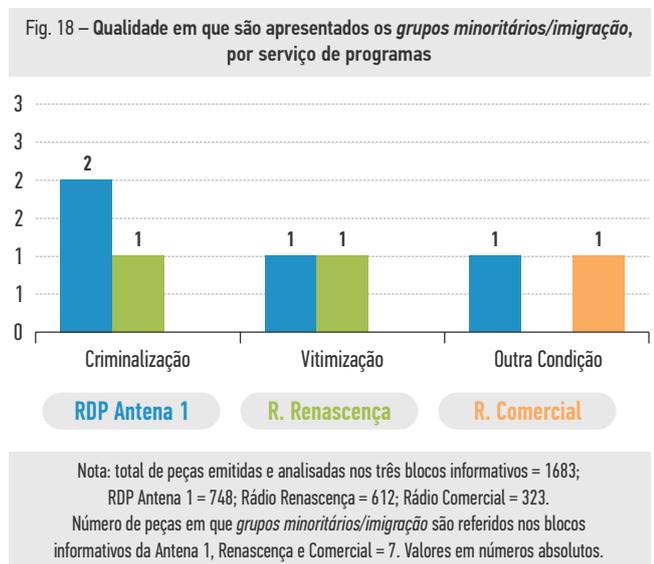
Apenas 0,4% do total de peças da amostra dos três serviços de programas faz referência ou conta com a presença de *grupos minoritários ou imigrantes* (fig. 17).

Fig. 17 – Peças com referência/presença de grupos minoritários/imigração, por serviço de programas

	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Presença/referência imigrantes e minorias étnicas	4	2	1	7

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças em que grupos minoritários/imigração são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 7. Valores em números absolutos.

No que respeita à condição em que surgem os *grupos minoritários/imigrantes*, verifica-se haver uma ligeira saliência da *criminalização*, num total de três peças, apesar dos valores residuais



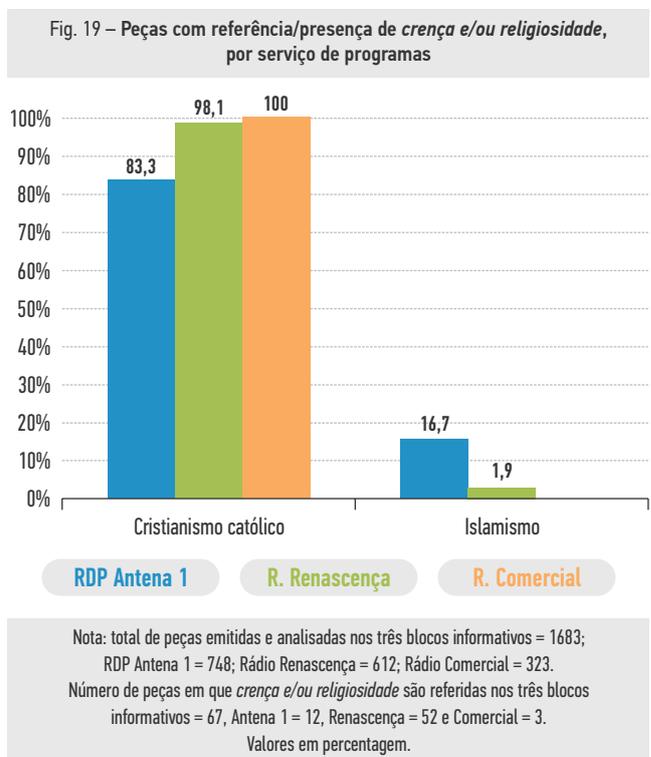
não serem conclusivos. Esta condição não é mencionada no caso da Rádio Comercial (fig. 18).

As sete peças em que *grupos minoritários ou imigrantes* são referidos reportam aos seguintes assuntos: jovem polaco vítima de afogamento (RDP Antena 1 e Rádio Renascença); imigração ilegal (Leste da Europa, brasileiros, africanos) analisada à luz de um possível aumento da criminalidade (RDP Antena 1 e Rádio Renascença), nomeadamente a respeito do Bairro da Bela Vista em Setúbal; um estudo demográfico dos desportistas (Rádio Comercial) e, no domínio das *celebrações e efemérides*, a entrada no novo ano chinês em Portugal (RDP Antena 1).

Verifica-se que 4% do total de peças na amostra dos três blocos informativos fazem referência a *crença e religiosidade*.

A Rádio Renascença, inclusivamente pelo seu projecto editorial, afirma-se como o operador com mais peças que fazem referência à *crença/religiosidade*, com 51 peças do total de 67, nomeadamente ao *cristianismo católico*. A Rádio Comercial apresentou apenas três peças, que se referem também ao *cristianismo católico*.

O *islamismo* é mencionado em duas peças da RDP Antena 1, e numa peça da Rádio Renascença (fig. 19).



No que respeita a *referência/presença de portadores de deficiência*, registam-se apenas duas peças, e exclusivamente na Rádio Renascença.

Fig. 20 – Peças com referência/presença a comportamentos/orientação sexual, por serviço de programas

	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Heterossexualidade	0	1	–	1
Homossexualidade	1	4	–	5
Total	1	5	–	6

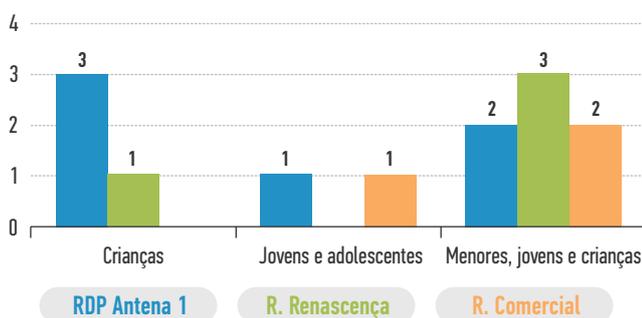
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com referência/presença a comportamentos/orientação sexual nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 6. Valores em números absolutos.

No que toca a referência/presença a comportamentos/orientação sexual (fig. 20), verifica-se que, para um total de seis peças, cinco respeitam à Rádio Renascença, das quais quatro referem a homossexualidade.

Essas peças reflectem o destaque do debate em torno do casamento homossexual, associado (duas peças) à posição manifestada por protagonistas ligados ao cristianismo católico.

Representam 0,8% as 13 peças da amostra dos serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados que fazem referência ou contam com a presença de menores (fig. 21).

Fig. 21 – Peças com referência/presença a menores, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com referência/presença a menores nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 13. Valores em números absolutos.

A RDP Antena 1 é a que difunde maior número de peças (seis), seguindo-se a Rádio Renascença (quatro) e a Rádio Comercial (três).

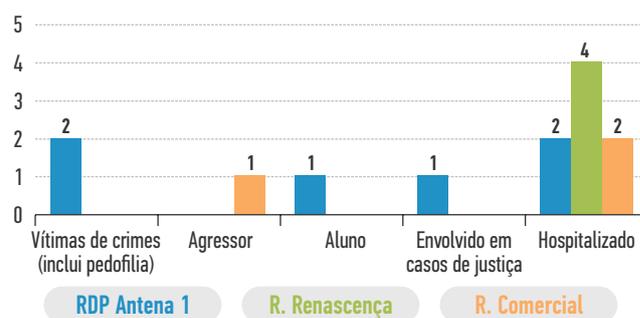
Os menores, quando presentes ou referidos, assumem um papel central no conteúdo da peça, nomeadamente em 12 peças. Todavia, esta presença central não implica que sejam intervenientes activos, sendo que em apenas uma peça da RDP Antena 1 se conta com as declarações do menor (Michelito que é interdito pela Comissão de Protecção de Menores de tourear na Praça de Touros de Lisboa).

Na Rádio Renascença e Rádio Comercial a referência faz-se, em termos gerais, a menores, englobando crianças e jovens menores de 18 anos, respectivamente com três e duas peças. Por seu

turno, na RDP Antena 1, três peças contêm referência ou a presença de crianças.

Considerando as 13 peças em que crianças e jovens estão presentes, observa-se que em oito o estatuto em que surgem retratados é de hospitalizado. Esta condição surge associada a um dos temas mais mediatizados no ano de 2009 – a “Gripe A” (fig. 22).

Fig. 22 – Condição das crianças/jovens, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com referência/presença a menores nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 13. Valores em números absolutos.

No caso da RDP Antena 1, a condição hospitalizado assume a mesma expressividade que vítima de crimes em duas peças.

Na RDP Antena 1 são em igual número as peças que mencionam a condição de aluno (uma peça) e contexto judicial (uma peça). Nas quatro peças da Rádio Renascença, os menores surgem exclusivamente na condição de hospitalizados. A Rádio Comercial apresenta duas peças com menores na condição de hospitalizado e uma peça em que o menor surge como agressor (caso de dois surfistas portugueses menores detidos no Equador devido a uma queixa de violação de uma jovem também atleta).

Para as 13 peças referidas foram analisados os modos de identificação dos menores:

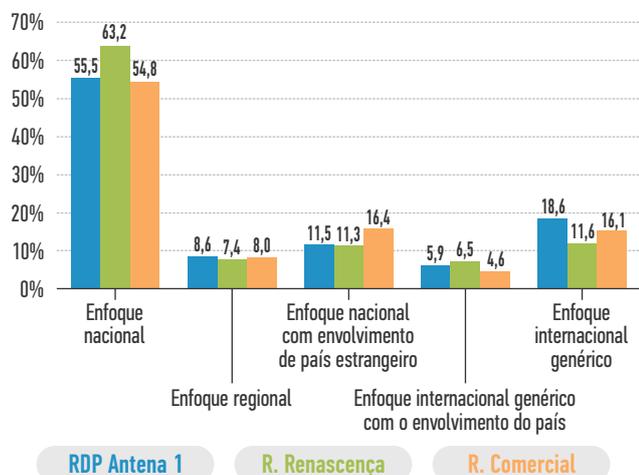
- ▶ 10 peças que indicam o concelho/distrito de residência e três peças em que não é feita qualquer referência a este tipo de informação.
- ▶ 10 peças em que não é feita qualquer referência ao nome (verdadeiro ou fictício) e três peças em que há referência pelo menos ao primeiro nome verdadeiro (podendo haver a combinação do mesmo com apelido, nomes fictícios, entre outros).

G) MODALIDADES DE TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO E DESTAQUES

Seguidamente é focado o conjunto de indicadores: enfoque geográfico das peças e local de acção; destaques (tema de abertura

e utilização de promoção); posição da peça no alinhamento; registo jornalístico, elementos opinativos presentes no discurso do operador e contraditório.

Fig. 23 – Enfoque geográfico das peças, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em números absolutos.

Mais de metade (58,2%) das peças refere Portugal de forma genérica. Em 8% dos casos o enfoque é regional. São contabilizados 12,4% de casos em que o conteúdo noticiado aborda Portugal com aspectos que incluem algum país estrangeiro (fig. 23).

A cobertura noticiosa dos operadores radiofónicos considerados é, portanto, marcadamente virada para o contexto nacional. A análise por operador acentua essa tendência: na Rádio Renascença o enfoque nacional assume maior expressão da amostra (63,2%).

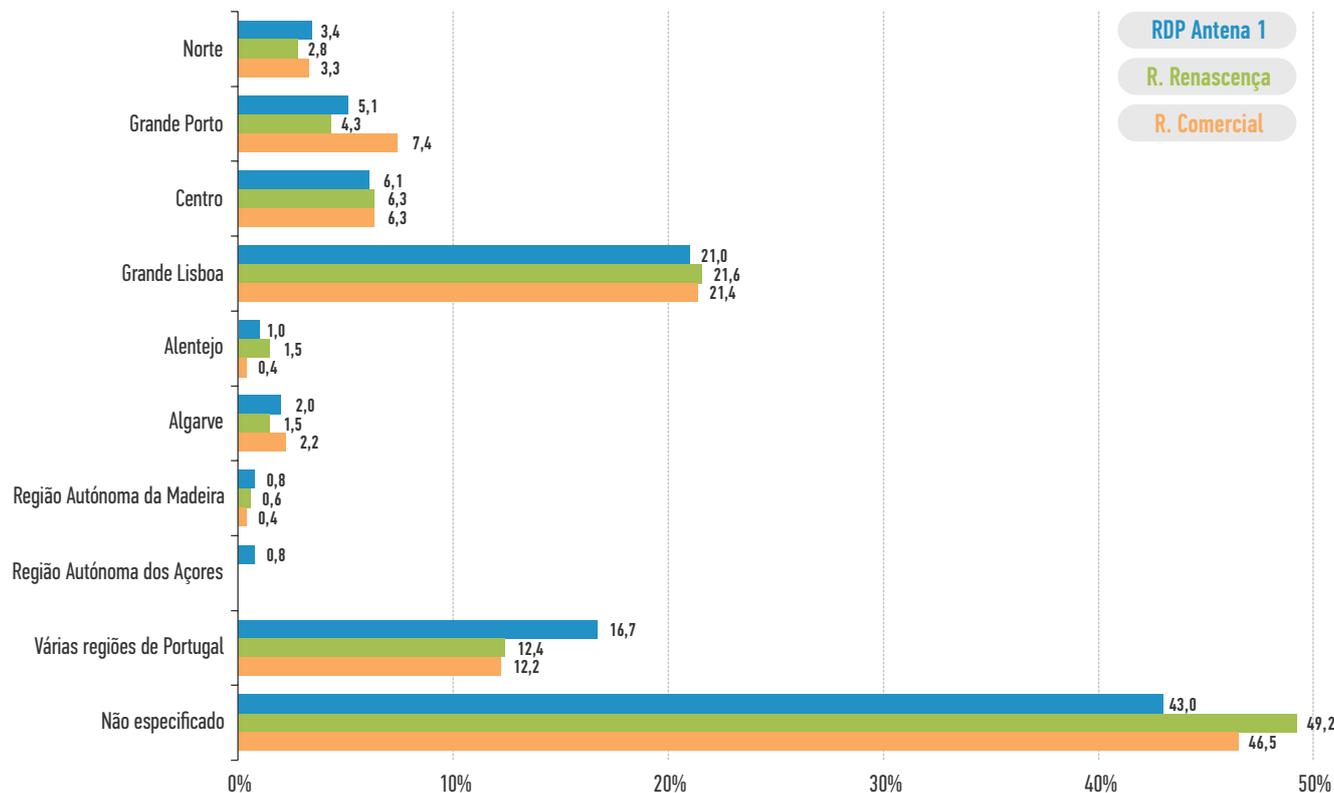
A RDP Antena 1 assume, neste domínio, o predomínio do enfoque regional (8,6%), bem como do enfoque internacional genérico (18,6%).

Ao nível da indicação explícita do local de acção em Portugal (fig. 24) onde decorrem os eventos relatados nas peças, esta não existe em quase metade (46%) das peças da amostra, com particular expressão na Renascença (49,2%).

Nas restantes peças nas quais essa referência existe, é visível o peso significativo da região da Grande Lisboa, em torno dos 21%, quer no conjunto da amostra, bem como para cada um dos operadores. Neste contexto, foram abordados casos como o dos “Cegos de Santa Maria”, do “BPN” e do “BPP”.

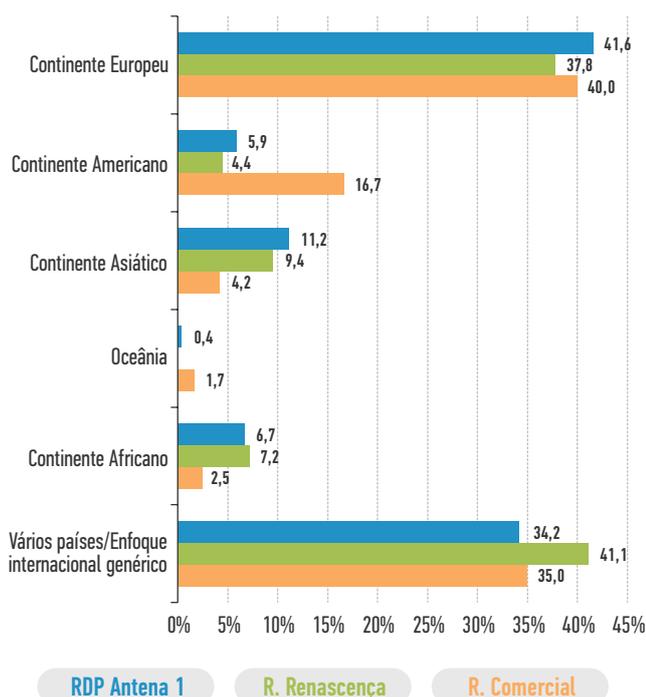
De um modo geral, as restantes regiões de Portugal assumem uma representação semelhante nos três serviços de programas, com excepção da Rádio Comercial que dá maior relevância à região do Grande Porto.

Fig. 24 – Local de acção em território nacional, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças em que se identifica um local de acção em território nacional = 1421. Valores em percentagem.

Fig. 25 – Local de acção em país estrangeiro, por serviço de programas



RDP Antena 1

R. Renascença

R. Comercial

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683;
RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323.
Número de peças em que se identifica um local de acção em país estrangeiro = 56,9.
Valores em percentagem.

Deve ainda ser salientado o facto da presença das Regiões Autónomas, como local de acção, ser residual. No caso da Região Autónoma dos Açores verifica-se que apenas é referida como local de acção em peças da RDP Antena 1.

Considerando o conjunto das peças em que se identifica um local de acção em país estrangeiro (fig. 25), salienta-se as peças com enfoque em vários países, sobretudo em temáticas como a gripe A, a crise económica e financeira, a tensão em torno da distribuição de gás entre a Rússia e a Ucrânia e a queda do voo 447 da Air France.

Verifica-se que o continente europeu é o mais representado nos três serviços de programas generalistas, nomeadamente em 41,6% na RDP Antena 1, 37,8% na Rádio Renascença e 40% na Rádio Comercial. Segue-se, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, o continente asiático (11,2% e 9,4% respectivamente) e, na Rádio Comercial, o continente americano (16,7%). Na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, o continente africano é o terceiro mais referido.

Quanto aos países mencionados, a RDP Antena 1 centra-se em eventos ocorridos em Espanha, Reino Unido e Alemanha. Por seu turno, a Rádio Renascença reporta conteúdos relativos a Espanha, Bélgica e Reino Unido. Já a Rádio Comercial foca nas suas peças os Estados Unidos da América, o Reino Unido e Espanha.

O tema de abertura mais frequente no conjunto dos três serviços de programas generalistas analisados é ordem interna seguido de política nacional (fig. 26).

Verifica-se que a RDP Antena 1 abre frequentemente os seus blocos informativos com peças de informação meteorológica (ambiente).

A Rádio Renascença é a que mais diversifica os temas de abertura (14 das 21 categorias temáticas consideradas na análise). É neste serviço de programas que se destaca o tema crença e religião (9,8%) nas aberturas dos blocos informativos.

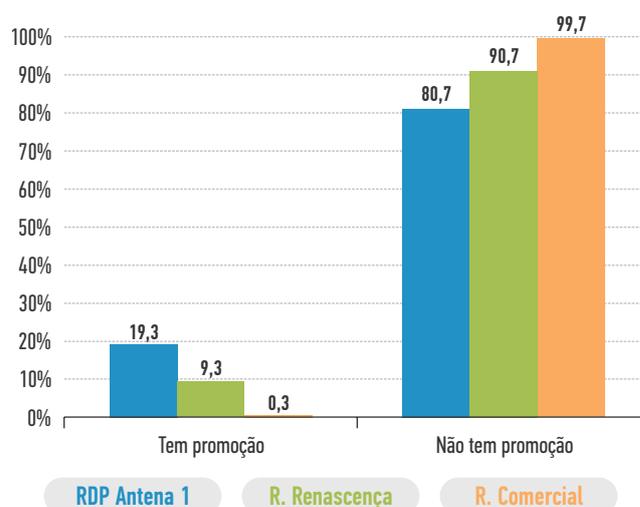
Política internacional, política europeia, defesa, ordem interna, sistema judicial, economia, finanças e negócios, relações laborais, educação, saúde e acção social, ambiente, urbanismo, comunicação, desporto e vida social foram outros temas que figuraram na abertura dos noticiários dos três serviços de programas.

As peças com promoção no conjunto dos três operadores analisados representam 12% do total analisado. A maioria das peças não tem promoção (fig. 27).

A distribuição das 202 peças que possuem promoção revela que é a RDP Antena 1 a que regista maior número de peças (19,3%), seguindo-se a Rádio Renascença (9,3%) e a Rádio Comercial (0,3%).

O tema com promoção mais representado na RDP Antena 1 e Rádio Renascença é política nacional. Como referido, este é tam-

Fig. 27 – Peças com promoção (teaser), por serviço de programas



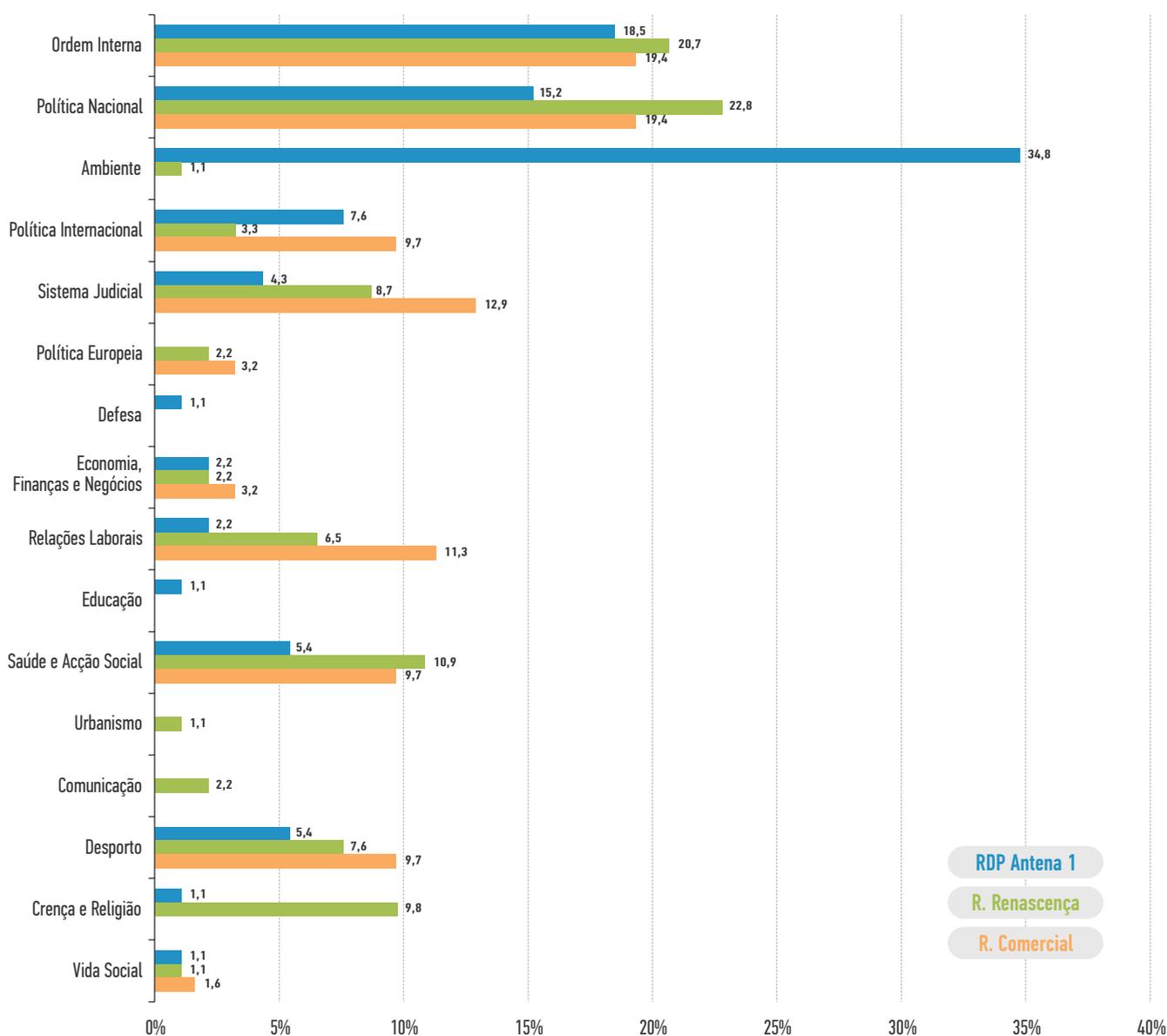
RDP Antena 1

R. Renascença

R. Comercial

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683;
RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323.
Número de peças com promoção nos blocos informativos da RDP Antena 1,
Rádio Renascença e Rádio Comercial = 202. Valores em percentagem.

Fig. 26 – Temas de abertura dos blocos informativos, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323.

Número de peças de abertura dos noticiários analisados = 246; RDP Antena 1 = 92; Rádio Renascença = 92; Rádio Comercial = 62. Valores em percentagem. Os temas de abertura são indicadores de valorização e hierarquização dos assuntos noticiados. O indicador peça de abertura está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de selecção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

bém o tema mais presente na amostra desses serviços de programas (fig. 28).

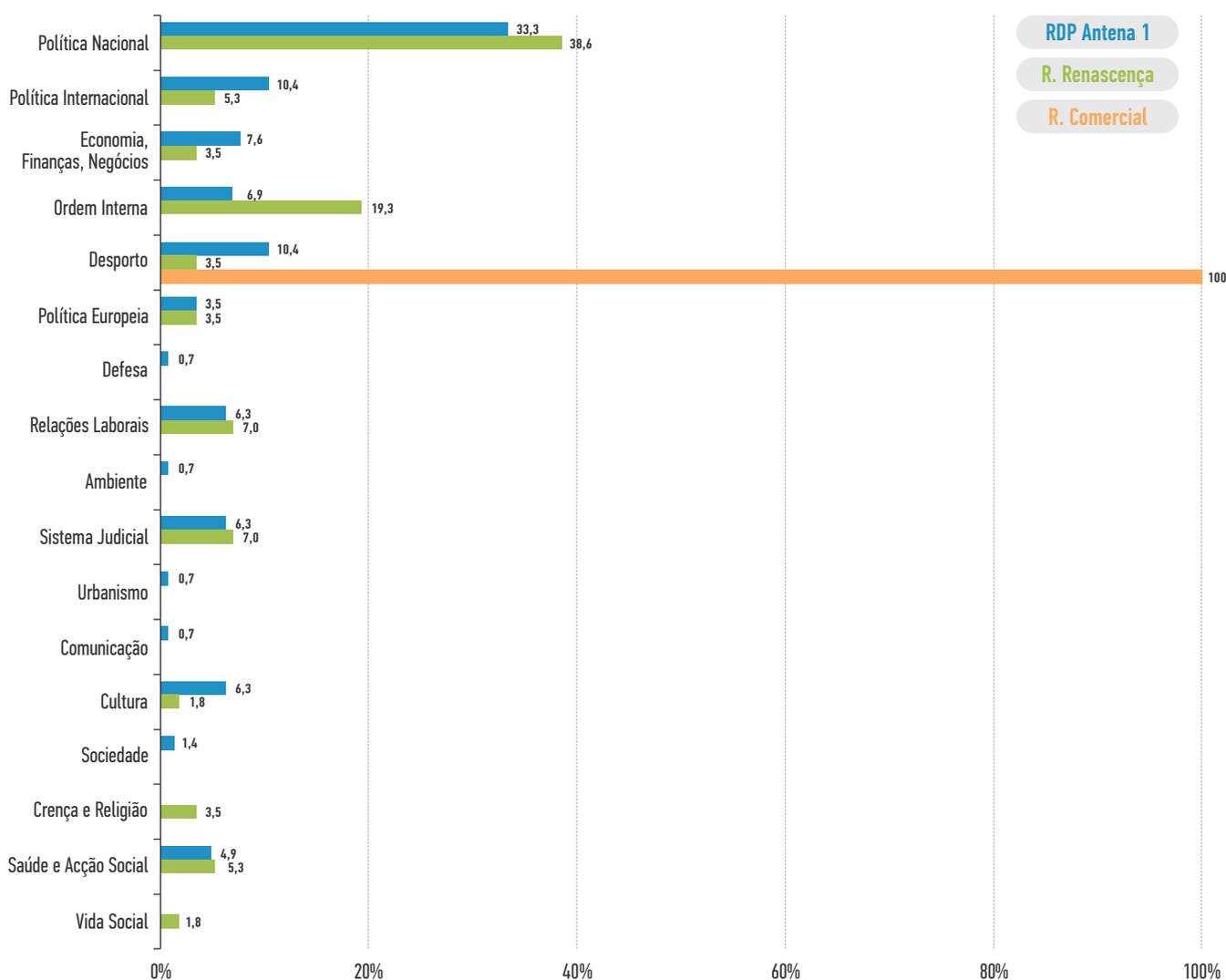
Na RDP Antena 1, os segundos temas mais promovidos são *política internacional* e *desporto* (ambos com 10,4%), e na Rádio Renascença, *ordem interna* (19,3%). No caso da Rádio Comercial, a única peça com *promoção* incide sobre o tema *desporto*.

Atentando aos *subtemas* mais frequentados no âmbito da *política nacional*, verifica-se que se destacam *críticas e divergências inter-partidárias*, seguidas de *actividades e propostas dos partidos*, reflectindo o impacto do ano eleitoral e das consequentes

actividades de campanha política na agenda mediática de ambos os serviços de programas.

A RDP Antena 1, para além de fazer mais uso da *promoção* (144 peças), diversifica mais os assuntos que promove (15). Na Rádio Renascença, os dois temas mais promovidos, *política nacional* e *ordem interna*, representam mais de metade das peças com *promoção*.

O *registo jornalístico* mais representativo nos três operadores é o *informativo* (fig. 29). O *registo* classificado como *outros* refere-se predominantemente a peças de informação meteorológica.

Fig. 28 – Temas das peças com *promoção (teaser)*, por serviço de programas

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com *promoção* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 202. Valores em percentagem.

A entrevista está presente em duas peças da RDP Antena 1 (uma acerca das actividades da Comissão Nacional de Protecção de Menores e outra sobre o “caso Cegos de Santa Maria”) e o *comentário/opinião* numa peça da Rádio Renascença (incidindo sobre a Cimeira Internacional G20). A Rádio Comercial recorreu quase exclusivamente ao *registo informativo*.

As peças com *elementos discursivos opinativos* (17) representam 1% da amostra analisada (fig.30).

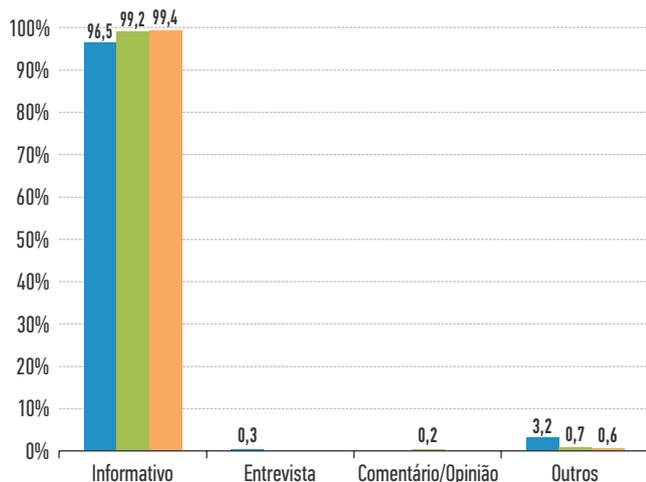
Considerando a distribuição das 17 peças com *elementos discursivos opinativos* por área temática, verifica-se que este tipo de elementos está presente em uma peça da Rádio Comercial acerca de *economia, finanças e negócios*. No caso da RDP Antena 1 estes elementos estão presentes em duas peças, respectivamente de *política nacional* e *sistema judicial*.

A Rádio Renascença regista maior número de peças (14) com *elementos discursivos opinativos*, destacando-se *crença e religião* (seis peças), seguindo-se *comunicação* e *saúde e acção social*, ambas com duas peças.

Na maioria das peças da amostra, não se aplica o *princípio do contraditório* (74,2%), isto é, predominam as peças que não suscitam acusações ou críticas dirigidas a uma pessoa ou instituição. Considerando as peças que requerem a consulta dos interesses atendíveis, observa-se que estas, em maior número, não respeitam o *princípio do contraditório* (13,9%), já que não são ouvidas todas as partes em conflito (fig. 31).

A RDP Antena 1 emite o maior número de peças em que esse *princípio é respeitado* (15%), sendo atendidos os vários pontos de vista envolvidos. A Rádio Renascença é o operador em que

Fig. 29 – Registo jornalístico, por serviço de programas



RDP Antena 1 R. Renascença R. Comercial

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em percentagem.

As peças de meteorologia são classificadas como "outros", correspondendo a um total de 30 peças (1,8% do total). A entrevista foi considerada como categoria autónoma face ao registo informativo apenas para que a sua representação na amostra seja claramente identificada. As peças de entrevista e comentário/opinião consideradas excluem as editadas, ou seja, apenas são contabilizadas aquelas em que o comentador ou entrevistado intervêm em directo.

Fig. 30 – Temas com presença de elementos discursivos opinativos, por serviço de programas

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Crença e Religião	0	6	0	6
Política Nacional	1	1	0	2
Economia, Finanças e Negócios	0	1	1	2
Sistema Judicial	1	1	0	2
Comunicação	0	2	0	2
Saúde e Acção Social	0	2	0	2
Política Internacional	0	1	0	1
Total	2	14	1	17

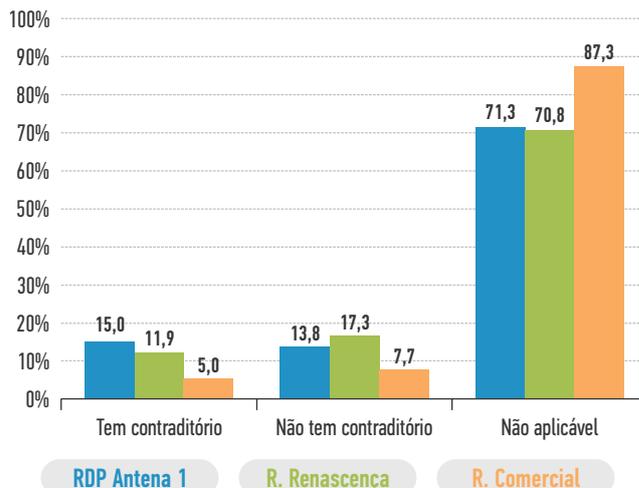
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com elementos discursivos opinativos nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 17. Valores em números absolutos.

maior número de peças não respeita este princípio (17,3%). A Rádio Comercial apresenta mais peças em que este princípio não se aplica (87,3%).

Considerando as 201 peças em que existe contraditório, em 177 esse princípio é respeitado na própria peça, em oito no mesmo bloco informativo e em 16 houve tentativa de ouvir as várias partes envolvidas.

Genericamente, da análise do princípio do contraditório por relação com os temas das peças, verifica-se que na maior parte das áreas temáticas consideradas não se aplica esse princípio, isto é, não há necessidade de ouvir os interesses em conflito. No entanto, em conteúdos sobre temas como política nacional, sis-

Fig. 31 – Princípio do contraditório, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Valores em percentagem.

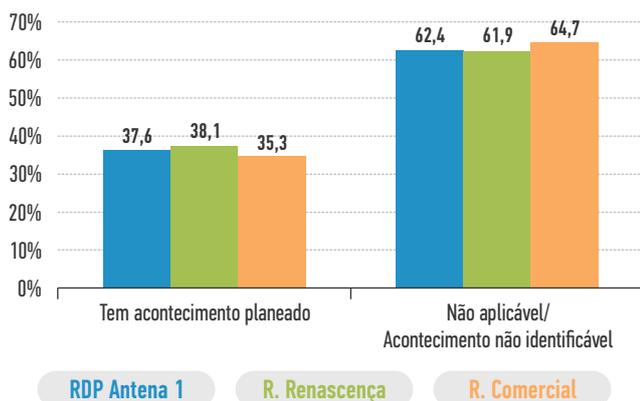
A variável verifica se a peça reflete, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interessados em conflito dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses em conflito nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria não aplicável justifica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de interesses em oposição (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

tema judicial e relações laborais, o recurso ao contraditório é mais regular e revela algumas tendências na amostra analisada.

Em relação a cada serviço de programa isoladamente, pode referir-se, por exemplo, que a percentagem de peças de política nacional emitidas na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença em que esse princípio é aplicado é superior à percentagem de peças em que não o é, sendo que nos casos em que é necessário ouvir as partes em conflito são mais as peças em que isso não acontece.

Embora a maioria das peças sobre sistema judicial dos três serviços de programas não exijam o contraditório, naquelas em que é aplicado verifica-se uma tendência na RDP Antena 1 para o respeitar e na Rádio Renascença, embora de forma menos acentuada, para não o fazer. Em relação a esses dois temas, o número residual de peças na amostra analisada em que o princípio do contraditório é aplicado não permite apurar tendências para a Rádio Comercial.

No caso das peças sobre relações laborais, na Rádio Renascença verifica-se que o número de peças em que o princípio é aplicado é superior àquelas em que não o é, sendo que na maior parte dos casos em que há necessidade de o respeitar os conteúdos não têm contraditório. Na RDP Antena 1 e na Rádio Comercial, nas peças com esse tema em que o princípio do contraditório é exigido, a percentagem de peças com contraditório é semelhante à percentagem de peças em que não é cumprido.

Fig. 32 – Cobertura de *acontecimentos planeados por terceiros*, por serviço de programas

RDP Antena 1

R. Renascença

R. Comercial

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Total de peças com cobertura de *acontecimentos planeados* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 628. Valores em percentagem. Na tipologia dos acontecimentos considerada na análise define-se como *acontecimento planeado* aquele que é organizado por terceiros, seja o protagonista ou outros intervenientes não presentes na peça. A categoria *não aplicável/acontecimento não identificável* inclui os casos em que não há na peça uma referência explícita ou conteúdo manifesto que permita identificar algum acontecimento planeado.

Verifica-se que não há uma diferença significativa entre os três serviços de programas generalistas analisados quanto ao peso da cobertura de *acontecimentos planeados* por terceiros (fig. 32). A presença de *acontecimentos planeados* é, por ordem decrescente: Rádio Renascença (38,1%), RDP Antena 1 (37,6%) e Rádio Comercial (35,3%).

São 280 (16,6% do total da amostra) as peças que reportam a *acontecimentos planeados* de natureza não política (excluindo

Fig. 33 – Cobertura de *acontecimentos planeados por tema*, por serviço de programas (%)

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	40,6	39,1	25,4	37,3
Desporto	20,6	13,3	31,6	19,9
Política Internacional	8,5	5,6	7,0	7,2
Relações Laborais	5,3	6,0	6,1	5,7
Sistema Judicial	3,9	3,9	7,9	4,6
Política Europeia	3,2	4,3	5,3	4,0
Crença e Religião	1,1	9,4	0,0	4,0
Saúde e Acção Social	1,4	4,7	4,4	3,2
Ordem Interna	2,1	2,6	3,5	2,5
Economia, Finanças e Negócios	1,8	3,9	0,9	2,4
Vida Social	1,1	0,9	1,8	1,1
Educação	0,4	0,4	2,6	0,8
Ciência e Tecnologia	1,1	–	1,8	0,8
Ambiente	0,7	–	0,9	0,5
Urbanismo	–	0,9	–	0,3
Comunicação	–	0,9	–	0,3
Sociedade	0,7	–	–	0,3
Grupos Minoritários	–	0,9	–	0,3
Total	100 (281)	100 (233)	100 (114)	100 (628)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Total de peças com cobertura de *acontecimentos planeados* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 628. Valores em percentagem.

também *cimeiras de organizações internacionais ou europeias*).

Entre os *acontecimentos planeados políticos*, salienta-se, no contexto de um ano de campanha eleitoral, os *comícios partidários* (3%), os *encontros de partidos políticos* (1,4%), as *visitas internas dos partidos* (1,1%), a par dos referentes a *debates parlamentares* (1,4%) e *actividades parlamentares* (2%).

Atentando sobre as peças com mais *acontecimentos planeados* (fig. 33), verifica-se que predominam, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, as que têm como *tema política nacional*, respectivamente 40,6% e 39,1%, seguindo-se, em ambos os serviços de programas, o *desporto*. No caso da Rádio Comercial, a ordem de temas inverte-se, destacando-se o *desporto*, 31,6%, seguido de *política nacional*, 25,4%.

H) ANÁLISE DE FONTES DE INFORMAÇÃO

As peças *sem informação atribuída* (317 peças) representam 18,8% das peças analisadas. A Rádio Comercial regista a maior percentagem de peças *sem informação atribuída* (35,6%).

As *fontes de informação da área política nacional* são as que mais se destacam nos três serviços de programas generalistas analisados (25,6%), representando 29,8% na Rádio Renascença, 26,5% na RDP Antena 1 e 15,8% na Rádio Comercial, onde embora dominantes têm uma representação inferior (fig. 34).

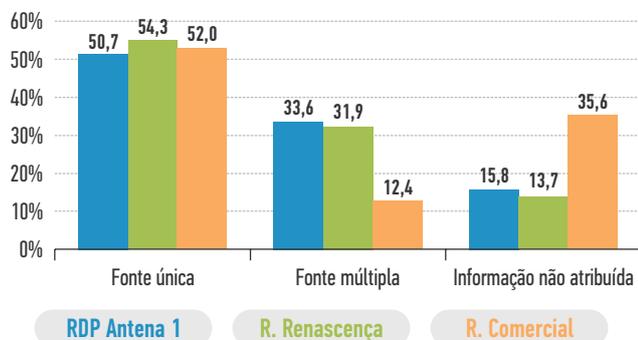
Fig. 34 – Fonte de informação principal, por serviço de programas (%)

Fonte de Informação	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	26,5	29,8	15,8	25,6
Comunicação	10,4	7,7	7,1	8,8
Comunidade Internacional	7,5	4,3	5,3	5,9
Ordem Interna	4,5	6,9	5,0	5,5
Economia, Finanças e Negócios	4,7	5,9	6,2	5,4
Ciência e Tecnologia	6,3	3,8	1,9	4,5
Relações Laborais	4,7	3,4	4,3	4,2
Sistema Judicial	3,5	4,4	5,0	4,1
Desporto	4,8	3,4	3,4	4,0
Comunidade Europeia	2,3	2,9	5,0	3,0
Saúde e Acção Social	2,0	2,5	2,8	2,3
Crença e Religião	0,5	5,2	0,6	2,3
Sociedade	1,5	2,3	1,2	1,7
Cultura	2,4	1,6	0,3	1,7
Defesa	1,1	1,0	0,3	0,9
Educação	0,7	0,2	0,3	0,4
Ambiente	0,7	0,3	–	0,4
População	–	0,3	–	0,1
Urbanismo	0,3	–	–	0,1
Grupos Minoritários	–	0,3	–	0,1
Informação Não Atribuída	15,8	13,7	35,6	18,8
Total	100 (748)	100 (611)	100 (323)	100 (1682)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Total de peças de comentário/opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial onde o indicador não se aplica = 1. Valores em percentagem.

A segunda categoria de fontes de informação mais consultada na RDP Antena 1 (10,4%), Rádio Renascença (7,7%) e Rádio Comercial (7,1%) é *comunicação social*.

Fig. 35 – Número de fontes, por serviço de programas

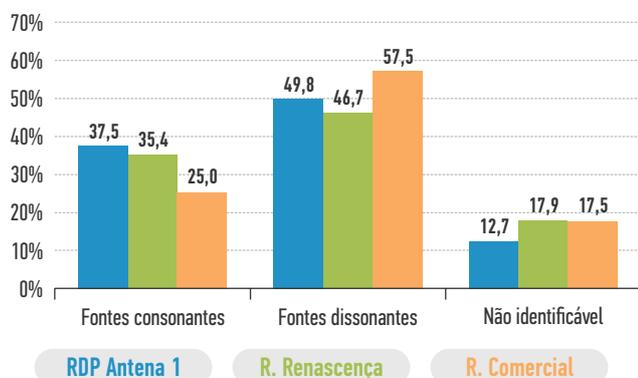


Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323.
Total de peças de comentário/opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial onde o indicador não se aplica = 1.
Valores em percentagem.

Quanto ao número de fontes (fig. 35), os noticiários dos três serviços de programas tendem a consultar uma única fonte no tratamento editorial das notícias (50,7% na RDP Antena 1; 54,3% na Rádio Renascença e 52% na Rádio Comercial). A RDP Antena 1 (33,6%) e a Rádio Renascença (31,9%) apresentam mais frequentemente várias fontes de informação. A Rádio Comercial regista mais peças com informação não atribuída (35,6%).

Considerando a concordância das fontes múltiplas (28,9% da amostra), verifica-se que na Rádio Comercial, RDP Antena 1 e Rádio Renascença predomina a dissonância, respectivamente 57,5%, 49,8% e 46,7%. Os valores de consonância são mais ex-

Fig. 36 – Concordância das fontes múltiplas, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323.
O indicador concordância das fontes é aplicado apenas aos casos em que há fonte múltipla = 486, RDP Antena 1 = 251, Rádio Renascença = 195, Rádio Comercial = 40. Valores em percentagem. A fonte é não identificável quando não há na peça qualquer referência à origem da informação.

pressivos na RDP Antena 1 (37,5%), e menos na Rádio Comercial (25%). A Rádio Renascença é o serviço de programas analisado com a percentagem mais elevada de situações não identificáveis, 17,9%, embora seguida, sem diferença significativa, pela Rádio Comercial, 17,5% (fig. 36).

I) ANÁLISE DE ACTORES

A análise de actores contempla a identificação do domínio de pertença dos protagonistas das peças, a sua nacionalidade e género.

Dos dados apurados, verifica-se que 30,9% das peças não identificam protagonistas (fig. 37).

Fig. 37 – Áreas a que pertencem os actores, por serviço de programas (%)

Actores	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	28,9	30,9	14,6	26,9
Desporto	7,0	4,4	5,6	5,8
Sistema Judicial	5,1	5,1	7,1	5,5
Política Internacional	6,1	4,4	3,1	4,9
Economia, Finanças e Negócios	4,8	5,1	0,9	4,2
Relações Laborais	4,8	3,3	1,5	3,6
Ordem Interna	3,6	3,8	3,4	3,6
Saúde e Acção Social	2,4	3,4	2,5	2,8
Crença e Religião	0,4	6,0	0,3	2,4
Cultura	3,2	1,8	0,6	2,2
Sociedade	1,5	2,5	1,9	1,9
Política Europeia	2,0	1,3	2,2	1,8
Ciência e Tecnologia	1,2	2,3	0,3	1,4
Defesa	0,7	0,7	0,0	0,5
Comunicação	0,4	0,5	0,9	0,5
Ambiente	0,5	0,3	0,3	0,4
Educação	0,3	0,3	0,3	0,3
Urbanismo	0,1	0,3	0,3	0,2
Grupos Minoritários	0,0	0,3	0,0	0,1
Actores Não Identificáveis	27,0	23,4	54,2	30,9
Total	100 (748)	100 (612)	100 (323)	100 (1683)

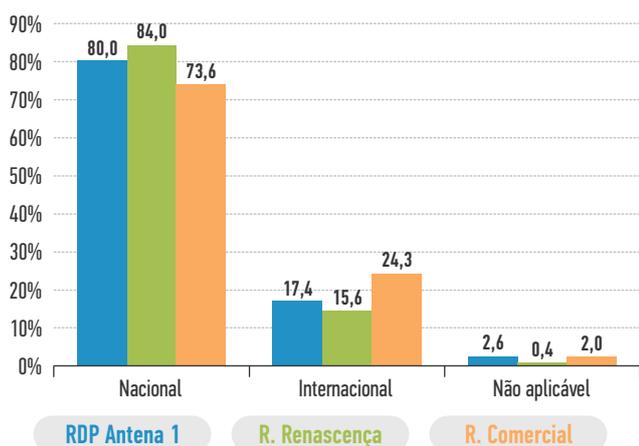
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1163. Valores em percentagem. A categoria protagonista refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e/ou cuja centralidade na peça é visível.

Verifica-se que 27% das peças da RDP Antena 1 e 23,4% da Rádio Renascença não identificam protagonistas. Este valor é significativamente superior na Rádio Comercial (54,2%).

Em relação às restantes peças em que são identificados os protagonistas das notícias (69,1% de 1683 peças), verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos actores políticos nacionais, ligeiramente mais acentuada na Rádio Renascença (30,9%), seguida da RDP Antena 1 (28,9%) e Rádio Comercial (14,6%).

A segunda categoria de actores mais representada na RDP Antena 1 pertence à área do desporto (7%). Na Rádio Renascença, o segundo grupo com maior protagonismo pertence à área crença

Fig. 38 – Nacionalidade dos principais actores, por serviço de programas



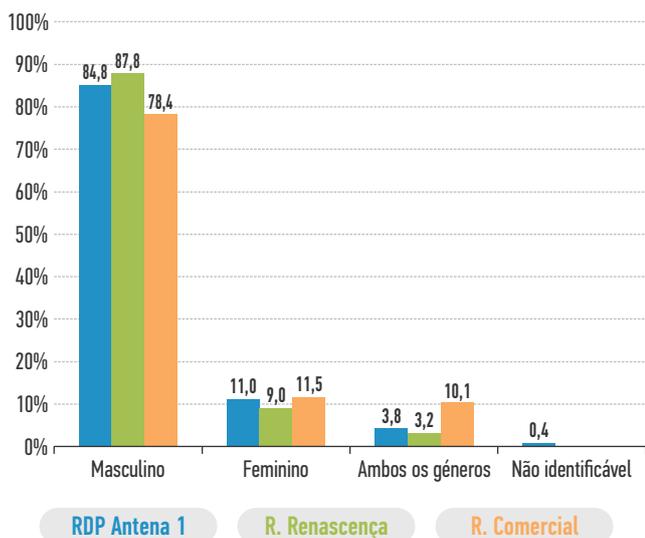
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1163. Valores em percentagem.

e religião (6%). Nessa mesma posição, na Rádio Comercial aparecem os actores da área sistema judicial (7,1%).

Dos dados apurados (fig. 38), verifica-se que 1,6% (19) das peças com actores identificáveis não detalham a nacionalidade dos protagonistas.

Nos noticiários dos três serviços de programas, os actores nacionais são os que têm maior protagonismo no tratamento editorial das notícias (80% na RDP Antena 1, 84% na Rádio Renascença e 73,6% na Rádio Comercial).

Fig. 39 – Género dos principais actores, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1163. Valores em percentagem.

O serviço de programas analisado com a maior expressividade de actores internacionais é a Rádio Comercial (24,3%).

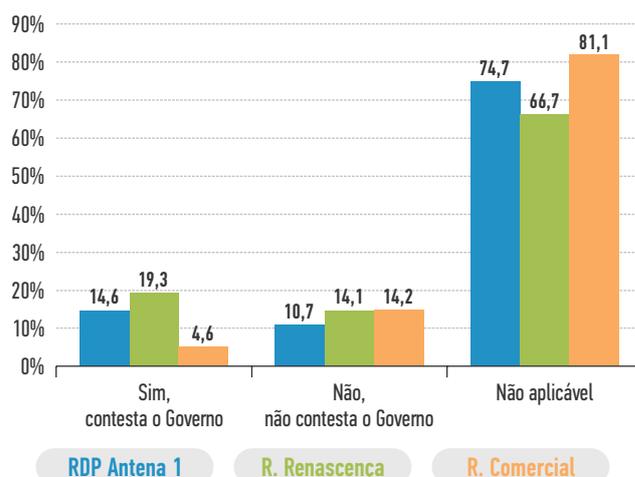
Dos dados apurados (fig. 39), verifica-se que 0,2% das 1163 peças com actores identificáveis não explicitam o género dos protagonistas. Este dado aplica-se à RDP Antena 1.

De forma transversal, e com particular ênfase na Rádio Renascença, os actores principais são maioritariamente do género masculino (87,8% na Rádio Renascença, 84,8% na RDP Antena 1 e 78,4% na Rádio Comercial).

Em relação aos protagonistas do género feminino, verifica-se que a percentagem é semelhante nos três serviços de programas.

As peças que abarcam vários actores da mesma categoria e de ambos os géneros assumem uma maior expressividade na Rádio Comercial (10,1%).

Fig. 40 – Crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças sem referência a acção governativa (não aplicável) nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1229. Valores em percentagem. Esta variável identifica todos os casos em que o assunto ou ideia abordada ou desenvolvida na peça inclui questões críticas à actividade política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer no discurso do operador.

Para o total da amostra, os dados (fig. 40) apontam para um relativo equilíbrio entre o número de peças que contém crítica (14,4% do total de peças analisadas) e o número daquelas em que se encontra ausente (12,6% do total).

Em 73% das peças analisadas esta categoria não se aplica, com particular relevo na Rádio Comercial (81,1%).

Uma análise por operador permite verificar que a RDP Antena

Fig. 41 – Temas das peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas (%)

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	60,6	59,3	26,7	57,9
Relações Laborais	16,5	11,9	20,0	14,5
Sistema Judicial	5,5	5,1	6,7	5,4
Economia, Finanças e Negócios	7,3	4,2	–	5,4
Educação	2,8	2,5	20,0	3,7
Ordem Interna	0,9	4,2	13,3	3,3
Saúde e Acção Social	2,8	3,4	–	2,9
Política Europeia	0,9	1,7	6,7	1,7
Política Internacional	–	1,7	6,7	1,2
Crença e Religião	–	1,7	–	0,8
Cultura	–	1,7	–	0,8
Comunicação	–	1,7	–	0,8
Defesa	0,9	–	–	0,4
Ambiente	0,9	–	–	0,4
Urbanismo	0,9	–	–	0,4
Grupos Minoritários	–	0,8	–	0,4
Total	100 (109)	100 (118)	100 (15)	100 (242)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 242. Valores em percentagem.

1 e, com maior peso, a Rádio Renascença têm peças com elementos de crítica à acção governativa ou Governo, respectivamente 14,6% e 19,3%. A Rádio Comercial, por oposição, regista uma maior representação de peças sem contestação ou crítica 14,2%, contra 4,6% com crítica.

Considerando as peças que incluem alguma crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, verifica-se (fig. 41) que estas não se circunscrevem apenas a assuntos da área política nacional, as quais estão claramente em maioria. Entre outros temas com crítica estão relações laborais, sistema judicial e economia, finanças e negócios.

A mesma tendência se observa no que respeita aos principais actores das peças com crítica ao Governo, onde predominam os protagonistas da área política nacional, em particular secretários-gerais dos partidos, bem como deputados e, por outro lado, ministros e primeiro-ministro, denotando o contraditório político. Seguidamente, salienta-se também os actores pertencentes ao domínio das relações laborais, os representantes sindicais.

Apesar das tendências salientadas, no caso da Rádio Comercial o volume de peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa é diminuto (15 peças).

J) POLÍTICA NACIONAL

O tema de política nacional é o mais representado em dois dos serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados, respectivamente 26,6% na RDP Antena 1 (199 peças) e 28,6%

na Rádio Renascença (175 peças). Na Rádio Comercial, é o terceiro tema mais frequente (16,1%), depois de ordem interna (18,3%) e desporto (16,7%).

Os dois subtemas do domínio política nacional mais presentes em termos globais (11%) são actividades dos partidos políticos e divergências/críticas inter-partidárias. Na RDP Antena 1 representam, respectivamente 8,4% e 4,3%, e na Rádio Renascença, 7,4% e 5,9%. Na Rádio Comercial, os subtemas mais presentes são actividades da Assembleia da República (2,5%) e suspeita de envolvimento em escândalos ou irregularidades de actores da política nacional (1,9%), seguindo-se os dois subtemas mais presentes nos outros dois serviços de programas generalistas analisados (fig. 42).

Os subtemas actividades dos partidos e críticas inter-partidárias reflectem os períodos de campanha das várias eleições que marcaram o ano de 2009.

Quanto à suspeita de envolvimento em escândalos ou irregularidades de actores da política nacional destaca-se a cobertura das investigações em torno do “caso Freeport” e do processo “Face Oculta”, ambos implicando o primeiro-ministro José Sócrates. Outro caso alvo de cobertura é o “BPN”, que contribuiu para o destaque das actividades da Assembleia da República, nomeadamente as audiências a Oliveira e Costa em sede de comissão de inquérito parlamentar. Entre outros acontecimentos cobertos nas peças com esse subtema, estão a discussão do projecto-lei acerca da educação sexual nas escolas, o levantamento do sigilo bancário, a renúncia de Nascimento Rodrigues ao cargo de Provedor de Justiça, a discussão do testamento vital em torno do direito à eutanásia e os debates quinzenais na Assembleia da República.

Entre as várias actividades da presidência da República destacam-se a cobertura da mensagem de Ano Novo, bem como do veto da alteração à Lei Eleitoral que põe fim ao voto por correspondência dos emigrantes.

A dívida do Estado, o crédito às PME e a descida do Imposto Municipal sobre Imóveis são assuntos que ilustram a representatividade do subtema políticas fiscais/financeiras (1,4%).

Considerando os actores políticos nacionais (fig. 43), independentemente do tema principal da notícia, verifica-se que a categoria mais consultada pela RDP Antena 1 e pela Rádio Renascença é secretários-gerais e presidentes dos partidos, respectivamente 19,9% e 22,2%.

Segue-se para ambos os serviços de programas a categoria ministros, com 18,5% na RDP Antena 1, e 14,3% na Rádio Renascença.

Fig. 42 – Subtemas no domínio da *política nacional*, por serviço de programas (%)

Subtemas de Política Nacional	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Actividades de Partidos Políticos	8,4	7,4	1,5	6,7
Divergências ou Críticas Inter-partidárias	4,3	5,9	1,5	4,3
Actividades da Assembleia da República	1,2	2,5	2,5	1,9
Suspeita de Envolvimento de Políticos em Escândalos / Irregularidades	2,1	1,5	1,9	1,8
Actividades da Presidência da República	1,5	2,1	1,2	1,7
Políticas Fiscais / Financeiras	1,2	1,3	1,9	1,4
Políticas Educação	0,9	0,7	0,9	0,8
Acção Governativa Genérica	0,5	0,7	0,9	0,7
Políticas Saúde	0,7	0,8	–	0,6
Políticas Justiça	0,8	0,3	0,3	0,5
Divergências ou Críticas Intra-partidárias	0,7	0,3	0,3	0,5
Políticas Agricultura / Pescas	0,7	0,2	0,6	0,5
Actividades de Autarquias	0,5	0,3	0,3	0,4
Participação Cívica	0,3	0,8	–	0,4
Actividades Instituições Reguladoras / Fiscalizadoras	0,3	0,3	0,9	0,4
Sondagens Políticas	0,4	0,5	–	0,4
Políticas Económicas	0,3	0,3	0,3	0,3
Políticas Laborais	0,3	0,3	0,3	0,3
Políticas Defesa e Segurança	0,5	0,2	–	0,3
Políticas Ordenamento do Território	0,3	0,5	–	0,3
Políticas Segurança Social	0,1	0,3	0,3	0,2
Políticas Ambiente	0,1	0,3	0,3	0,2
Relações Governo / Partidos Políticos	0,1	0,2	–	0,1
Políticas Ciência e Tecnologia	0,1	0,2	–	0,1
Relações Inter-partidárias	–	0,2	–	0,1
Relações Governo / Presidência da República	–	0,2	–	0,1
Debate sobre o Estado da Nação	–	0,2	–	0,1
Actividades de Associações de Municípios	0,1	–	–	0,1
Políticas Culturais	0,1	–	–	0,1
Políticas Comunicação Social	–	0,2	–	0,1
Episódios da Vida dos Políticos	0,1	–	–	0,1
Restantes Subtemas da Área Política Nacional	–	0,2	–	0,1
Total	26,6 (199)	28,6 (175)	16,1 (52)	25,3 (426)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças na área *política nacional* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 426. Valores em percentagem.

Esta é a categoria de actores de *política nacional* mais representada na Rádio Comercial (31,9%), seguida de *primeiro-ministro* (17%).

A distribuição da terceira categoria mais expressiva nos três serviços de programas generalistas analisados é a seguinte: *cabeça de lista* na RDP Antena 1 (12%), *Governo e/ou partido do Governo + partido(s) oposição* na Rádio Renascença (11,1%) e *Presidente da República* na Rádio Comercial (10,6%).

Atentando sobre a *pertença político-partidária* dos actores de *política nacional* (fig. 44), verifica-se que esta é identificada em 398 peças (88,1% do total de *actores políticos nacionais*).

Em seguida hierarquiza-se, por ordem decrescente, a representação dos *protagonistas* de acordo com a sua *pertença político-partidária* nos três serviços de programas analisados. Deve ter-se em atenção que, para essa hierarquização, não é contabilizada a categoria *vários partidos políticos*, por representar a percentagem de peças em que há *protagonistas* de várias formações.

Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determi-

nada *pertença político-partidária*, predominam os membros do *Governo* nos três serviços de programas, com maior representatividade na Rádio Comercial (61,5%), seguida pela RDP Antena 1 (34%) e Rádio Renascença (27,4%).

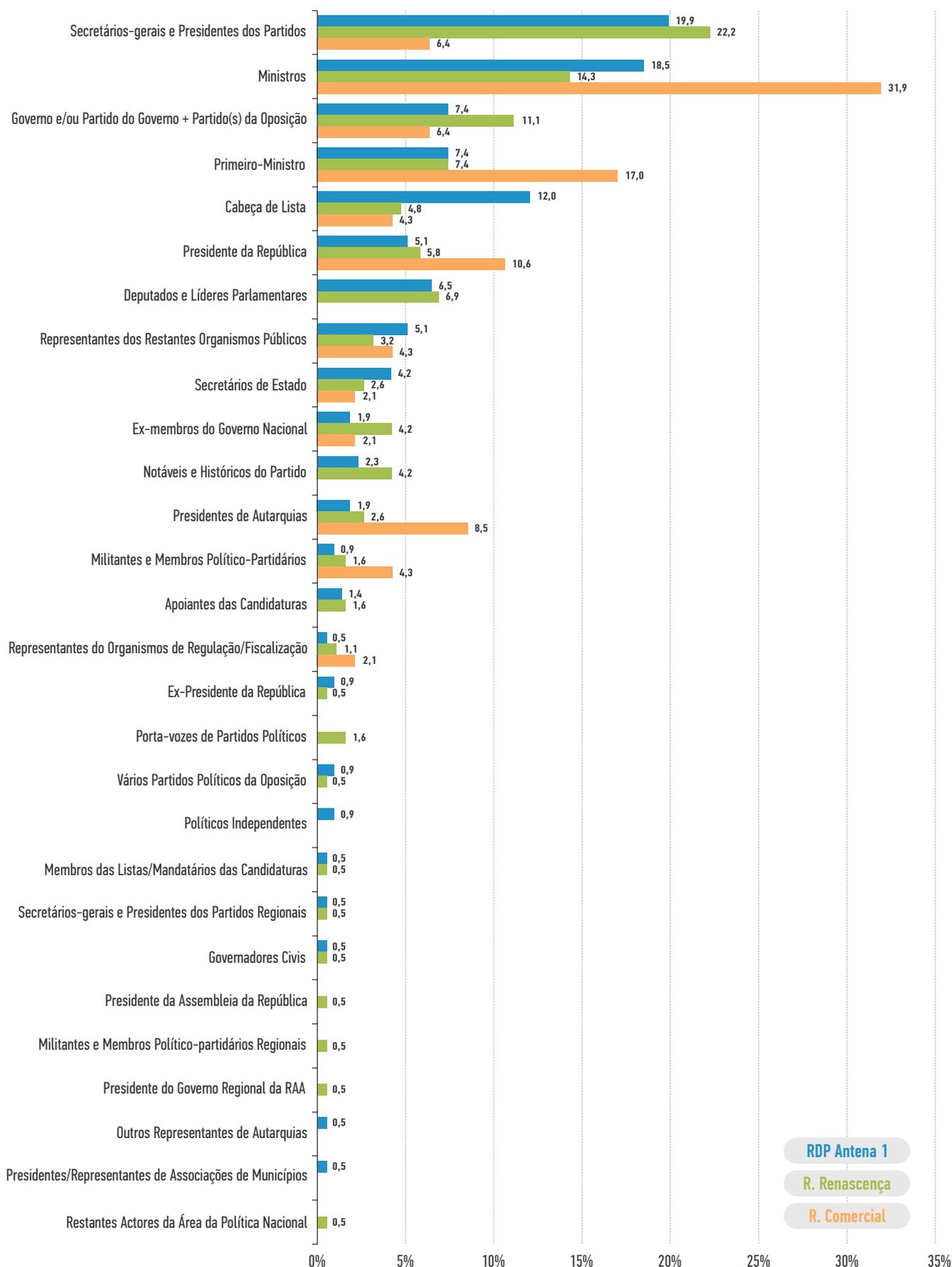
Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria mais frequentada na Rádio Renascença (20,2%) e na RDP Antena 1 (15,7%). Na Rádio Comercial (10,3%) esta é a terceira *pertença político-partidária* dos actores mais referida.

O PS é a terceira *pertença político-partidária* mais representada na Rádio Renascença (15,5%) e na RDP Antena 1 (13,6%). Na Rádio Comercial esta categoria é a segunda mais referida (15,4%).

Os *protagonistas* do CDS-PP representam a quarta categoria mais frequentada no bloco informativo da Rádio Renascença (9,5%). Na RDP Antena 1 (7,9%) esta é a quinta *pertença político-partidária* mais referida.

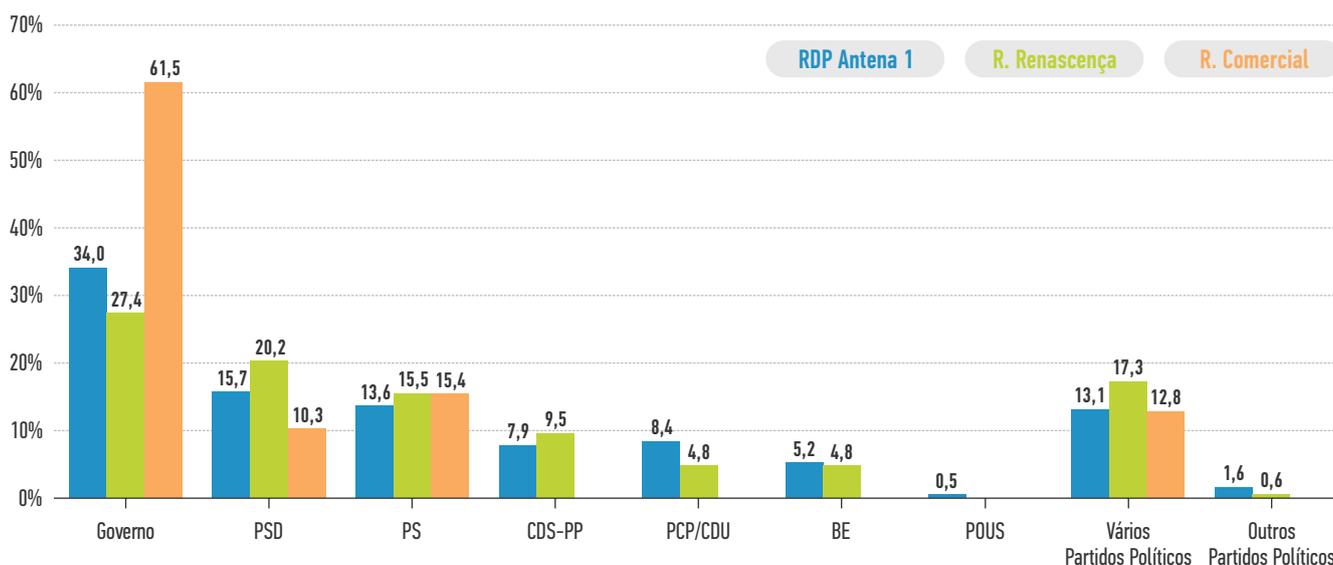
O PCP/CDU representa, na RDP Antena 1 (8,4%), a quarta *pertença político-partidária*, e na Rádio Renascença (4,8%) aparece

Fig. 43 – Protagonistas de política nacional, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com protagonistas da área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 452. Valores em percentagem.

Fig. 44 – *Pertença político-partidária dos actores de política nacional, por serviço de programas*



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com *pertença político-partidária* identificada dos *protagonistas políticos nacionais* = 398, RDP Antena 1 = 191, Rádio Renascença = 168, Rádio Comercial = 39. Valores em percentagem. A *pertença político-partidária* do principal *actor* apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de *actores* das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: ex-Presidente da República; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de Estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; cabeças de lista, militantes e membros político-partidários.

como quinta categoria, a par do BE (4,8%). No serviço de programas público é a sexta *pertença político-partidária* (5,2%).

Dos partidos com representação parlamentar, a Rádio Comercial não tem *protagonistas* do CDS/PP, PCP/CDU nem do BE nos dias analisados.

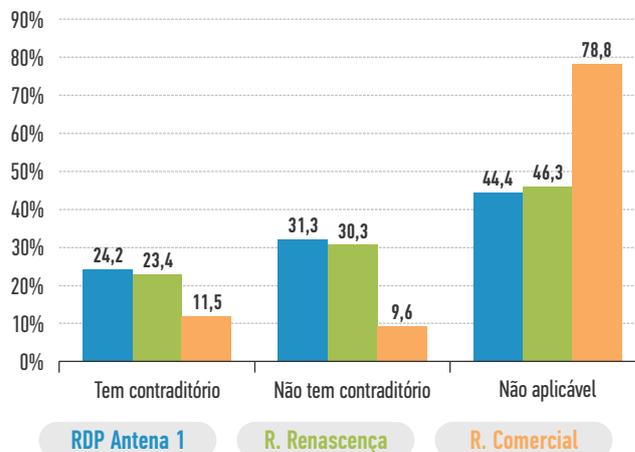
A RDP Antena 1 é a única a referir *protagonistas* do POUS (0,5%) nesta amostra. Além deste caso, verifica-se ainda a presença residual de *actores políticos* de partidos extra-parlamentares, considerados na categoria *outros partidos políticos*, na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença.

Também se verifica a presença conjunta de *protagonistas* de *vários partidos* na Rádio Renascença (17,3%), na RDP Antena 1 (13,1%) e na Rádio Comercial (12,8%).

Quanto ao *princípio do contraditório*, verifica-se que na maior parte das peças de *política nacional* da RDP Antena 1 e da Rádio Renascença foi necessário apresentar o *contraditório*. Tal não se constata no caso da Rádio Comercial, onde 78,8% das peças não exige a aplicação desse princípio (fig. 45).

A RDP Antena 1 (31,3%) e a Rádio Renascença (30,3%) registam valores mais significativos para os casos em que não são ouvidas todas as partes envolvidas (*sem contraditório*). Por seu turno, a Rádio Comercial tem mais peças *com contraditório* (11,5% contra 9,6%).

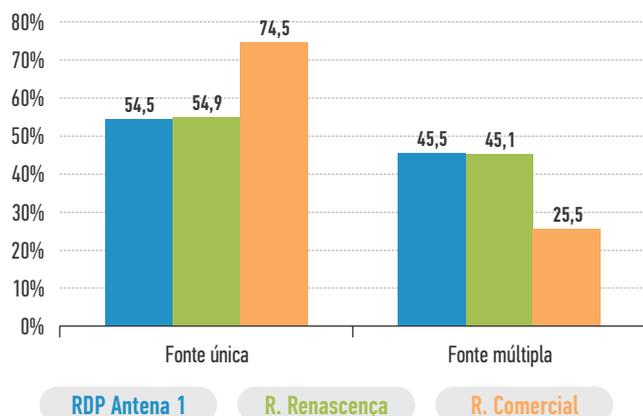
Fig. 45 – *Presença do contraditório em peças de política nacional, por serviço de programas*



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças na área *política nacional* nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 426. Valores em percentagem. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as posições em conflito relacionadas com o assunto tratado. A peça *tem contraditório* quando são ouvidos os interesses em conflito dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. *Não tem contraditório* quando não são ouvidos os interesses em conflito nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria *não aplicável* aplica-se quando o relato de factos pressupõe a consulta de interesses em conflito (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

Tomando como referência os resultados gerais obtidos (fig. 31), verifica-se que, para o caso particular das peças sob a *temática política nacional*, a presença de situações em que a variável *não se aplica* decresce significativamente, em particular no caso da

Fig. 46 – Número de fontes de política nacional, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1683; RDP Antena 1 = 748; Rádio Renascença = 612; Rádio Comercial = 323. Número de peças com fontes de política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 431. Valores em percentagem.

RDP Antena 1 (71,3% para 44,4%) e Rádio Renascença (70,8% para 46,3%), seguindo-se a Rádio Comercial (87,3% para 78,8%). Em contrapartida, a aplicação de *contraditório*, quer sejam atendidos todos os interesses envolvidos, ou não, crescem.

Nas peças com fontes políticas nacionais dos três serviços de programas, tende a ser consultada apenas *uma fonte* de informação (fig. 46).

A Rádio Comercial é a que assume maior peso quanto à utilização de instituições políticas e políticos, como *fonte única* (74,5%). A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença registam mais peças que implicam o recurso a *fontes múltiplas* da área política (45,5% e 45,1%).

SÍNTESE CONCLUSIVA

Em termos gerais:

1. A análise comparativa dos três serviços de programas – RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial – permite identificar um maior conjunto de tendências comuns aos dois primeiros serviços de programas referidos e mais diferenças no caso da Rádio Comercial para o ano de 2009.
2. A *temática* mais frequente no total dos três serviços de programas é *política nacional*, embora assumindo prioridades distintas: RDP Antena 1 – *política nacional, ordem interna e política internacional*; Rádio Renascença – *política nacional, ordem interna e sistema judicial* e Rádio Comercial – *ordem interna, desporto e política nacional*.
3. A *duração média* das peças dos três serviços de programas é de 1 minuto e 10 segundos.
4. A orientação para um *registo informativo* é uma característica predominante dos blocos informativos dos três serviços de programas. Verifica-se que o género *entrevista* é residual na amostra.
5. É possível identificar a cobertura continuada de alguns assuntos, nomeadamente no contexto de investigações criminais e processos judiciais, como, por exemplo, o “caso BPN”, o “caso BPP” ou o “caso cegos de Santa Maria”. Nesse sentido, o “caso BPN” cruza vários enfoques, desde o jurídico, aos debates na Assembleia da República e *actividades de partidos políticos*.
6. No que respeita à presença de *grupos minoritários nas peças analisadas*, o comportamento dos três serviços de programas denota, em geral, a pouca cobertura conferida a assuntos relacionados com minorias e aos respectivos *actores*.
7. Para o caso dos *menores*, observa-se que a representação transversal aos serviços de programas analisados é a condição de *hospitalizado*. Essa condição surge associada a um dos assuntos mais mediatizados do ano de 2009 – a “Gripe A”.
8. Predomina nos três serviços de programas o *enfoque nacional* das peças. Tendencialmente, não se especifica o *local de acção* em acontecimentos passados no país, apesar do destaque da região *Grande Lisboa*, nos casos em que tal informação é referida na peça.
9. O uso da *promoção (teaser)* não é frequente (apenas 12%) e tende a incidir sobre os *temas* também mais representados.
10. Nos casos em que as peças requerem *contraditório* (consulta dos interesses em conflito), observa-se que, apesar da diferença pouco acentuada, num maior número de casos não é dada conta das posições dos visados, excepto no caso da RDP Antena 1. No entanto, a maior parte das peças dos três serviços de programas não pressupõem o *contraditório*.
11. Verifica-se que não há uma diferença significativa entre os três serviços de programas generalistas analisados quanto ao peso da cobertura de *acontecimentos planeados* por terceiros. Entre os *acontecimentos políticos planeados*, salienta-se, no contexto de um ano de actos eleitorais, os *comícios partidários, os encontros de partidos políticos, as visitas internas dos partidos, a par dos referentes a debates parlamentares e actividades parlamentares*. Na RDP Antena 1 e

na Rádio Renascença predominam *acontecimentos planeados* nas peças sobre *política nacional*, seguindo-se o *desporto*. No caso da Rádio Comercial, destaca-se o *desporto* seguido de *política nacional*.

12. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma *única fonte* no tratamento editorial das notícias. Considerando os casos em que as fontes são *múltiplas*, predomina, nos três casos, a *dissonância* relativamente ao discurso proveniente das fontes presentes nas peças.
13. Entre os *temas* mais presentes nas peças com *elementos discursivos opinativos* encontra-se *crença e religião*, apenas na Rádio Renascença. Este tipo de elementos discursivos assumem uma escassa expressividade nos serviços referidos, como é exemplo a Rádio Comercial onde foi apenas identificada uma peça que o utiliza.
14. Não obstante o peso de peças sem *protagonistas*, verifica-se que, quando identificados, destacam-se os *actores de política nacional* no conjunto dos três serviços de programas, seguidos dos das áreas do *desporto*, *sistema judicial* e *política internacional*.
15. Os *subtemas* mais comuns de *política nacional* são *actividades/propostas genéricas dos partidos políticos* e *divergências/críticas inter-partidárias*, na Rádio Renascença e na RDP Antena 1. Na Rádio Comercial, os *subtemas* mais representados são *actividades da Assembleia da República* e *suspeita/envolvimento de políticos em escândalos/irregularidades* e *políticas fiscais/financeiras*.
16. Ainda no plano da *política nacional*, os *subtemas actividades/propostas genéricas dos partidos* e *críticas inter-partidárias* reflectem os períodos de campanha das várias eleições que marcaram o ano de 2009. Quanto às *suspeitas/irregularidades envolvendo políticos*, destacam-se a cobertura das investigações em torno do “caso Freeport” e do processo “Face Oculta”, ambos implicando o primeiro-ministro José Sócrates. Outro caso alvo de cobertura é o “BPN”, que contribuiu para o destaque das *actividades da Assembleia da República*, nomeadamente as audiências de Oliveira e Costa em sede de comissão parlamentar de inquérito.
17. As *fontes* de informação da área *política nacional* são as que mais se destacam nos três serviços de programas generalistas analisados. Nas peças com *fontes políticas nacionais* dos três serviços de programas, tende a ser consultada apenas *uma fonte* de informação. A Rádio Comercial é a que assume mais peso quanto à utilização de instituições políticas e políticos, como *fonte única*. A RDP Antena 1 é a que regista mais peças com recurso a *fontes múltiplas* da área *política*, seguida da Rádio Renascença.
18. Entre as várias *actividades da Presidência da República* foi realizada a cobertura de assuntos como a mensagem de Ano Novo do Presidente Cavaco Silva, bem como o veto à alteração da Lei Eleitoral que põe fim ao voto por correspondência dos emigrantes.
19. Verifica-se que os *políticos nacionais* com maior protagonismo na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença estão integrados na categoria *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, respectivamente 19,9% e 22,2%. Segue-se para ambos os serviços de programas a categoria *ministros*, com 18,5% na RDP Antena 1, e 14,3% na Rádio Renascença. Esta é a categoria de *actores de política nacional* mais representada na Rádio Comercial (31,9%), seguida de *primeiro-ministro* (17%).
20. Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os membros do *Governo* nos três serviços de programas, com maior

representatividade na Rádio Comercial (61,5%), seguida pela RDP Antena 1 (34%) e Rádio Renascença (27,4%).

21. Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria mais frequentada na Rádio Renascença (20,2%) e na RDP Antena 1 (15,7%). Na Rádio Comercial (10,3%) esta é a terceira *pertença político-partidária dos actores* mais referida. O PS é a terceira *pertença político-partidária* mais representada na Rádio Renascença (15,5%) e na RDP Antena 1 (13,6%), sendo a segunda categoria mais referida na Rádio Comercial (15,4%). Os *protagonistas* do CDS-PP representam a quarta categoria mais frequentada no bloco informativo da Rádio Renascença (9,5%). Na RDP Antena 1 (7,9%) esta é a quinta *pertença político-partidária*. O PCP/CDU representa na RDP Antena 1 (8,4%) a quarta *pertença político-partidária*, e na Rádio Renascença (4,8%) aparece como quinta categoria, a par do BE (4,8%). No serviço de programas público é a sexta *pertença político-partidária* (5,2%).
22. A Rádio Comercial não tem *protagonistas* do CDS/PP, do PCP/CDU, nem do BE nos dias analisados.
23. A RDP Antena 1 é a única a referir *protagonistas* do POUS (0,5%) na sua amostra.
24. Verifica-se ainda a presença residual de *outros actores políticos* de partidos extra-parlamentares, na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença. Também se verifica a presença conjunta de *protagonistas* de *vários partidos* na Rádio Renascença (17,3%), na RDP Antena 1 (13,1%) e na Rádio Comercial (12,8%).

Em particular:

25. A Rádio Comercial apresenta uma menor proporção de peças analisadas na amostra, factor que reflecte o facto de

serem inexistentes, neste serviço de programas, blocos informativos aos fins-de-semana.

26. As peças da Rádio Comercial apresentam uma *duração* significativamente inferior à média, ou seja, 20 segundos. A RDP Antena 1 é o serviço de programas que transmite peças mais longas, possuindo uma *duração média* de 1 minuto e 27 segundos.
27. A *política nacional* constitui o tema mais presente na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença, surgindo como o terceiro *tema* mais frequente na Rádio Comercial. Verifica-se, neste serviço de programas, que a *ordem interna* constitui o *tema* de mais referido.
28. A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença recorrem com mais frequência à *autopromoção* que a Rádio Comercial.
29. A *presença/referência a crença/religiosidade* é um elemento, pelo seu destaque, distintivo da Rádio Renascença, nomeadamente no que respeita ao *cristianismo católico*.
30. Para além de ser o *tema* principal na globalidade da amostra, *política nacional* é também o *tema de abertura* mais comum na Rádio Renascença e na Rádio Comercial. Na RDP Antena 1 assumiu relevo o *tema ambiente*, sobretudo devido à abertura dos blocos informativos com previsões meteorológicas de âmbito regular. A Rádio Renascença é a que mais diversifica os *temas de abertura*.
31. A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença apresentam mais frequentemente peças em que são consultadas *múltiplas fontes* de informação. Na Rádio Comercial, identifica-se um formato de peças predominantemente mais breves, podendo contribuir para que cerca de 35,8% da informação das suas peças *não seja atribuída*.

Anexo I

Casos de Redefinição da Amostra face às Peças Indisponíveis no Universo em Análise

Datas	RDP Antena 1		Rádio Renascença		Rádio Comercial	
	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00
10-Jan-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
18-Jan-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
07-Mar-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
15-Mar-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
02-Mai-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
10-Mai-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
11-Jun-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
27-Jun-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
05-Jul-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
22-Ago-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
30-Ago-09	-	20h	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
01-Out-09	-	17h	-	-	-	-
17-Out-09	-	17h	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
25-Out-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
04-Dez-09	-	19h	-	-	-	-
12-Dez-09	-	20h	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
20-Dez-09	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>

Nota: na ausência de algum dos blocos previstos na amostra, analisou-se o bloco disponível mais próximo da hora contemplada na estrutura da amostra.

Anexo II

Técnica de Amostragem

RDP Antena 1, Rádio Comercial e Rádio Renascença – 2009

Definição da Amostra dos Blocos Informativos das 8h00 e das 18h00 da RDP Antena1, da Rádio Comercial e da Rádio Renascença

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A amostragem proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização de blocos informativos de três serviços de programas de radiodifusão, incluindo um de serviço público.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- ▶ Erro de amostragem inferior a 5%.
- ▶ Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as peças noticiosas da RDP Antena 1, da Rádio Renascença e da Rádio Comercial no ano de 2009.

Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de peças noticiosas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população, devido a limitações de recursos humanos e de tempo, sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/7), logo o intervalo amostral será de 7. O objectivo será analisar apenas um dia por semana. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 8.

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com 7 elementos cada. Na realidade, cada grupo será uma semana.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7}
 Grupo 2 → {8,9,10,11,12,13,14}
 Grupo 3 → {15,16,17,18,19,20,21}

...

Grupo N → {[$(N-1) \times 7 + 1$], [$(N-1) \times 7 + 2$], ..., [$(N-1) \times 7 + 14$], $N \times 7$ }

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 7 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número que corresponde a sexta-feira (02/01/2009).

A esse número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números: {2, 10, 18, 26, 34, 42, 50, 58, 66, 74, 82, 90, 98, 106, 114, 122, 130, 138, ...}

O que corresponde a:

{Sexta-feira (02-01-09); Sábado (10-01-09); ...; Segunda-feira (28-12-09)}

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada nos quadros e gráficos seguintes:

Fig. 1 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2009 por Serviço de Programas

Serviços de Programas	Dias - - População	Dias - - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RDP+RR+RC	365	46	2190	246	5,8882
RDP	365	46	730	92	9,5583
RR	365	46	730	92	9,5583
RC	365	46	730	62	11,9139

Fig. 2 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

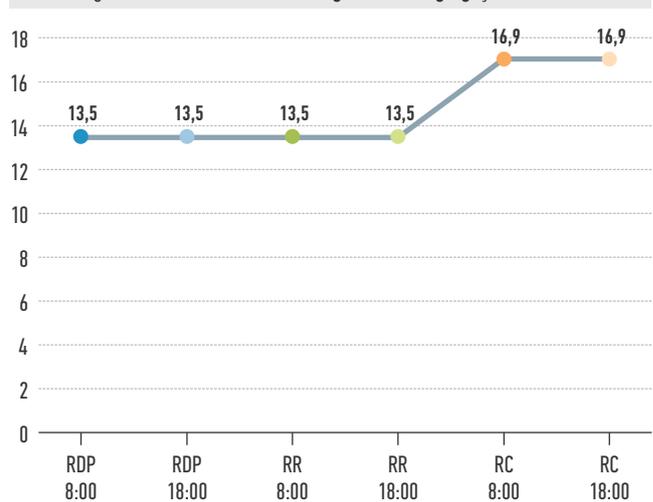
Onde:

- n = Dimensão da amostra
- e = Erro de Amostragem
- $z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$
- $p \times q$ = Variância da Bernoulli
- N = Dimensão da População

Fig. 3 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2009 por Bloco Informativo

Bloco Informativo	Dias - - População	Dias - - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RDP – 8:00	365	46	365	46	13,5267
RDP – 18:00	365	46	365	46	13,5267
RR – 8:00	365	46	365	46	13,5267
RR – 18:00	365	46	365	46	13,5267
RC – 8:00	365	46	365	31	16,8604
RC – 18:00	365	46	365	31	16,8604

Fig. 4 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{1/2}$$

Anexo III

Descrição das variáveis analisadas

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 emitidos pelo serviço de programas público RDP Antena 1 e pelos privados Rádio Renascença e Rádio Comercial. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). A cada indicador/variável corresponde uma ou mais categorias de resposta, e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização dos referidos blocos informativos está organizada de modo a corresponder a oito grandes dimensões de análise:

- a) Caracterização da unidade de análise
- b) Análise temática
- c) Tratamento e modalidades de mediatização
- d) Análise de fontes de informação
- e) Análise de actores
- f) Incumprimento da legislação
- g) Sociografia das peças
- h) Indicadores políticos

LISTAGEM DOS INDICADORES OU VARIÁVEIS

A) INDICADORES DE CARACTERIZAÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como o bloco informativo em que se insere.

1. Código Identificador

Definição conceptual: esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (peça noticiosa), de acordo com a numeração da *Mediamonitor*.

2. Nome do Serviço de Programas Generalistas e do Bloco Informativo

Definição conceptual: esta variável identifica o nome do serviço de programas generalistas de rádio e do respectivo bloco informativo onde se insere a unidade de análise (peça noticiosa) em causa. Foi alvo de um processo de recodificação em que se procedeu à junção dos blocos das 8h00 e das 18h00 de cada operador analisado. A nova variável gerada a partir da recodificação contempla as categorias RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio

Comercial. Foi com base nessa nova variável recodificada que foi realizada a maior parte dos cruzamentos constantes do Relatório, ou seja, a maior parte dos resultados foram apresentados por operador e não por blocos informativos.

3. Data (aaaa /mm/dd)

Definição conceptual: esta variável identifica a data completa em que a unidade de análise foi emitida.

4. Duração Total do Bloco Informativo

Definição conceptual: esta variável identifica a duração total de emissão do bloco informativo onde se insere a unidade de análise em estudo.

5. Duração Exacta da Peça

Definição conceptual: esta variável identifica o tempo total de emissão da unidade de análise em estudo (peça noticiosa).

6. Título da Peça

Definição conceptual: esta variável é meramente indicativa e identifica de forma sucinta o título da unidade de análise em causa, como forma de orientação do codificador perante a base de dados.

B) INDICADORES DA TEMÁTICA

Por *temática* entende-se a identificação do assunto dominante do acontecimento que se torna notícia.

7. Tema dominante

Definição conceptual: assunto ou ideia preponderante que a peça aborda ou desenvolve.

8. Assunto da peça

Definição conceptual: especificação do assunto (variável aberta) preponderante que a peça aborda ou desenvolve.

9. Existência de Autopromoção

Definição conceptual: considera-se autopromoção quando existe publicidade relativamente aos produtos, serviços ou programas do próprio operador de radiodifusão.

C) INDICADORES DE TRATAMENTO E MODALIDADES DE MEDIATIZAÇÃO

Por tratamento e modalidades de mediatização, entende-se o conjunto de técnicas e estratégias, decididas e concretizadas

por jornalistas e responsáveis editoriais, tendo como objectivo final a produção da informação. Inclui processos de pesquisa, confirmação, selecção, hierarquização e apresentação da informação.

10. Acontecimento Planeado

Definição conceptual: é o evento que é organizado e agendado previamente por terceiros.

11. Acontecimento Planeado (descrição)

Definição conceptual: descrição (variável aberta) do acontecimento planeado identificado.

12. Promoção (*teaser*)

Definição conceptual: inserida normalmente na abertura do programa, a promoção (*teaser*) visa destacar uma ou várias peças do bloco informativo. Esta variável identifica a existência da promoção da unidade de análise (ou *teaser*) no alinhamento do bloco informativo correspondente.

13. Posição da Peça no Alinhamento

Definição conceptual: esta variável identifica a localização da unidade de análise no alinhamento do bloco informativo correspondente.

14. Registo Jornalístico

Definição conceptual: identificação do modelo de mediatização ou registo discursivo da peça.

15. Elementos Discursivos Opinativos Presentes no Discurso do Operador

Definição conceptual: atitude comunicativa do locutor ou do jornalista que intervém na peça, pressupondo a manifestação de juízos subjectivos, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

16. Princípio do Contraditório

Definição conceptual: o preenchimento desta variável pressupõe a existência de uma crítica ou acusação. A lógica dos “interesses atendíveis” deve ser aplicada tendo em conta este critério e a necessidade de contraditório e não do princípio do equilíbrio. Procura-se, assim, avaliar se o tema abordado na peça pressupõe que o operador reporte a posição de quem faz a acusação/crítica e de quem é acusado/criticado.

A peça *tem contraditório* quando são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo. A peça *não tem contraditório* quando não são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis, ou feita referência à tentativa de o fazer, na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo.

17. Enfoque Geográfico

Definição conceptual: identificação do âmbito geográfico em que incide o enfoque da notícia. Considera-se que o assunto da peça pode ser enquadrado como tendo enfoque numa região do país (regional), no país como um todo (nacional), num plano internacional, ou na combinação desses planos.

18. Local da Acção em Portugal

Definição conceptual: especificação da região de Portugal na qual decorre o acontecimento noticiado.

19. Local da Acção em País Estrangeiro

Definição conceptual: especificação do país estrangeiro no qual decorre o acontecimento noticiado.

D) INDICADORES DE ANÁLISE DE FONTES

Fontes de informação são pessoas ou instituições que fornecem informação ao jornalista para tratamento noticioso. As fontes transmitem a informação de modo directo (testemunho verbal) ou indirecto (através da referência por parte dos profissionais de comunicação).

20. Fonte Principal

Definição conceptual: fonte de informação a quem é atribuído o maior número de informações presentes no conteúdo da peça, consultada e normalmente referida na abertura.

21. Número de Fontes de Informação

Definição conceptual: esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número de fontes de informação consultadas ou referidas na peça.

22. Concordância das várias fontes informativas

Definição conceptual: esta variável identifica as diferentes posições (consonantes ou dissonantes) manifestadas pelas diversas fontes que intervêm numa determinada peça. As fontes são consideradas consonantes quando entre elas existe coro (concordância unânime e não conflituante) a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição. Ao contrário, as fontes são consideradas dissonantes quando entre elas não existe coro (apresenta desacordo, conflito) relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição. Quando as fontes consultadas na peça não apresentam uma concordância ou discordância clara a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como *não identificável*.

E) INDICADORES DE ANÁLISE DE ACTORES

As peças resultam parcialmente de acções de indivíduos ou de instituições que nelas intervêm ou que são alvo da atenção mediática. Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação. Cada actor desempenha um determinado papel, cuja definição resulta do tipo específico de interacção mediática.

23. Actor Principal (Protagonista)

Definição conceptual: refere-se ao indivíduo cujas acções ou declarações são essenciais à construção da peça e cuja centralidade enquanto protagonista da peça é visível. Responde à questão “quem fala?” e/ou “de quem se fala?”.

24. Nacionalidade do Principal Actor

Definição conceptual: refere-se à nacionalidade do principal actor, ou seja, identifica se o actor é português (nacional) ou de um país estrangeiro (internacional).

25. Género do Principal Actor

Definição conceptual: refere-se à identificação do principal actor no que respeita ao género (masculino ou feminino).

26. Pertença político-partidária do Principal Actor

Definição conceptual: codifica-se apenas caso o indicador *actor principal* tenha sido assinalado. Esta variável identifica o partido político do principal actor apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

F) INDICADORES DE INCUMPRIMENTO DA LEGISLAÇÃO

27. Identificação de Vítimas

Definição conceptual: registo dos casos de incumprimento da alínea d) do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista.

G) SOCIOGRAFIA DAS PEÇAS

Este grupo de indicadores depende da sua referência explícita, ou seja, quando etnia, pertença cultural, religião, orientação sexual ou grupo etário forem referidos ou estiverem presentes na peça.

28. Presença e/ou Referência a Imigrantes, seus Descendentes e Minorias Étnicas

Definição conceptual: codifica-se o grupo de pertença presente ou referido apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo em território nacional. Incluem-se nas minorias étnicas as comunidades ROM, ciganos e nómadas. São considerados imigrantes, as pessoas estrangeiras que entraram no país com a intenção de nele permanecer. Os filhos de imigrantes, a denominada “2.ª geração”, são também incluídos.

29. Qualidade em que são referidos Imigrantes, seus Descendentes e Minorias Étnicas

Definição conceptual: avalia se a peça é construída essencialmente numa perspectiva de *vitimização* ou de *criminalização* dos grupos ou imigrantes identificados previamente. Também são identificadas as peças em que esses grupos são referidos em outras condições.

30. Presença e/ou Referência a Crença/Religiosidade

Definição conceptual: codifica-se a crença, a religião, ou a ausência delas (ateísmo/agnosticismo), apenas quando na peça é feita uma referência explícita à mesma.

31. Presença e/ou Referência a Comportamentos/Orientação Sexual

Definição conceptual: codifica-se o comportamento/orientação sexual apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo.

32. Presença e/ou Referência a Portadores de Deficiência

Definição conceptual: codifica-se apenas quando na peça é feita uma referência explícita a indivíduos ou a questões relacionadas com portadores de deficiência.

33. Presença/Referência a Menores

Definição conceptual: codifica-se apenas quando na peça é feita uma referência explícita a menores, identificando a sua presença.

34. Identificação do Local de Residência do(s) Menor(es)

Definição conceptual: identifica, a partir do conteúdo manifesto, o local de residência dos menores atribuída pelo operador.

35. Qualidade em que Surge(m) o(s) Menor(es)

Definição conceptual: pretende-se identificar se os menores prestam ou não declarações na peça.

36. Lugar que o(s) Menor(es) ocupam na peça

Definição conceptual: o objectivo é perceber a relevância do menor no conteúdo da peça.

37. Condição em que o(s) Menor(es) são referidos na peça

Definição conceptual: identifica as representações que se fazem dos menores referidos na peça.

H) INDICADORES POLÍTICOS

38. Crítica ou Contestação à Política Governativa

Definição conceptual: identifica todos os casos em que o assunto ou ideia que a peça aborda contém críticas à actividade ou política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer pela construção do discurso jornalístico.

39. Eleições

Definição conceptual: identifica se a peça se refere a questões relacionadas com as várias eleições.

VII. Serviço Público de Radiodifusão

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

1.1. OBJECTIVOS

Na presente análise pretende-se caracterizar as linhas gerais da programação dos serviços de programas disponibilizados pelo operador concessionário do serviço público de radiodifusão, nomeadamente Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

De acordo com o previsto na Cláusula 6.^a do Contrato de Concessão de Serviço Público de Radiodifusão Sonora (doravante CCSPR), a RTP, SA, enquanto concessionária do serviço público, tem por obrigação a disponibilização de três serviços de programas com as seguintes características genéricas:

- a.1) Uma emissão de carácter eminentemente pluritemático, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinada a servir a generalidade da população, atenta às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público.
- a.2) Uma segunda emissão, de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionada para a transmissão de programas de música erudita, atenta às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessada em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberta à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade.
- a.3) Uma terceira emissão, vocacionada para o público mais jovem, que tenha em conta a atitude crítica das novas gerações face à realidade envolvente e vá ao encontro das suas aspirações e interesses, reflectindo o seu estilo de vida e promovendo ideias ou projectos que estimulem a sua participação na sociedade”.

A Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro (doravante Lei da Rádio), estabelece como missão do serviço público “assegurar uma programação de referência, inovadora e com elevados padrões de qualidade, que satisfaça as necessidades culturais, educativas,

formativas, informativas e recreativas dos diversos públicos” (cfr. Art. 47.º), cabendo-lhe:

- “ a) Assegurar o pluralismo, o rigor e a imparcialidade da informação, bem como a sua independência perante quaisquer poderes, públicos ou privados;
- b) Emitir uma programação inovadora e variada, que estimule a formação e a valorização cultural, tendo em especial atenção o público jovem;
- c) Difundir uma programação agregadora, acessível a toda a população, tendo em conta os seus estratos etários, ocupações e interesses;
- d) Difundir uma programação que exprima a diversidade social e cultural nacional, combatendo todas as formas de exclusão ou discriminação, e que responda aos interesses minoritários das diferentes categorias do público;
- e) Garantir a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e estrangeiros;
- f) Promover e divulgar a criação artística nacional e o conhecimento do património histórico e cultural do país;
- g) Emitir programas regulares vocacionados para a difusão internacional da língua e cultura portuguesas.”

Para além da análise programática, proceder-se-á, no presente capítulo, à avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos Antena 1, 2 e 3, quanto à difusão de música portuguesa. A relevância desta avaliação decorreu das alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, à Lei da Rádio, ao abrigo da qual os serviços de programas de radiodifusão sonora passaram a estar sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de Abril, fixado a percentagem de 25% como quota mínima de música portuguesa, a vigorar até ao dia 3 de Maio de 2010.

O primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do art. 44.º-B da Lei da Rádio, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60% da totalidade da música emitida.

Apresenta-se neste documento a avaliação comparativa mensal do biénio 2008/2009 e respectivos apuramentos médios semestrais. Relativamente à percentagem prevista no art. 44.º-D da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35% para difusões musicais edi-

tadas nos últimos 12 meses, e tal como já assinalado em Relatório anterior, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas susceptíveis de preencherem este contingente de música recente.

1.2. METODOLOGIA

Tendo como objectivo caracterizar o serviço público de rádio nas diversas obrigações a que está adstrito, nomeadamente a diversidade de programação e a promoção da língua portuguesa, foram recolhidos dados junto do operador, de forma a aferir sobre o cumprimento do respectivo normativo, Lei da Rádio e Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio.

À excepção das quotas, cujas informações resultam da validação feita pela ERC dos dados recepcionados no Portal de Rádio, os restantes elementos foram disponibilizados pelo operador e analisados em função do objecto do presente Relatório. Deste modo, dada a impossibilidade de validação dos dados e dos critérios do operador no que respeita à classificação de *géneros* e respectivas *funções*, as conclusões obtidas quanto à programação devem ter em conta esse condicionalismo. Oportunamente, a ERC procederá a uma análise mais detalhada e fundamentada da programação do operador público de radiodifusão.

O apuramento das quotas de música portuguesa é efectuado mensalmente, através do sistema de informação da ERC, e tem como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior.

Os elementos em questão recepcionados via automática, têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei:

- Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, do cumprimento pelos primeiro e terceiro serviços de programas da concessionária de serviço público da emissão de uma percentagem não inferior, respectivamente, a 60% e a 25% de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.
- Quota no período diário compreendido entre as 7h00 e as 20h00 – apuramento, no período de emissão diário das 7h00 às 20h00, da emissão de uma percentagem não inferior a 60% e a 25% de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.
- Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia – apuramento do cumprimento da obrigação de emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada, em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia entre as 7h00 as 20h00.

2. ANTENA 1

A Antena 1 (fig. 1) introduziu, em Fevereiro de 2009, novos programas nas grelhas de emissão: *Crónicas da Idade Média* – magazine sobre música e sua importância ou associação a eventos históricos –, e *Espuma dos Dias* – este último substituído em Outubro de 2009 pelo programa *Álvaro.Com* – descrito, pelo operador, como rubrica de entretenimento e informação generalista.

Assiste-se também a um reforço dos programas de autor no período nocturno, com a inclusão na grelha de programação de *A Ilha dos Tesouros*.

Ao fim-de-semana, no período da manhã, foram inseridos novos programas de carácter histórico-cultural com *Hotel Babilónia* e *História Devida*, ao sábado e domingo, respectivamente.

A Antena 1 define-se como um canal destinado à generalidade dos ouvintes, cujas principais componentes são a informação noticiosa da actualidade nacional e internacional, o entretenimento, com predominância para a música portuguesa, a divulgação de temas de relevância sociocultural e da actualidade desportiva, com grande destaque para o futebol profissional.

2.1 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1

Pela análise da programação da Antena 1 verifica-se que esta pode ser subdividida em dois grandes conjuntos: programação informativa e outra programação, designada neste Relatório por programação não informativa. No primeiro conjunto integram-se os blocos noticiosos, debates, informações úteis e informação de carácter desportivo, seja em formato de debate ou relato desportivo. Já o segundo conjunto, da programação não informativa, abrange os programas musicais, de divulgação ou alinhamento musical, de continuidade, de palavra e institucionais.

Pela análise dos dados, fornecidos pelo operador e conferidos pelo posicionamento na grelha de programação dos programas de informação, verifica-se que cerca de 33% (2905 horas) da emissão é preenchida por conteúdos de carácter informativo, sendo os restantes 67% (5854 horas) ocupados por outra programação (fig. 2).

Ao nível da programação informativa, são os noticiários que consomem o maior tempo de emissão, 20,5% (1748 horas), seguidos dos debates e entrevistas, com 6,7% (587 horas).

Ainda integrado na programação informativa, contabiliza-se o espaço dedicado a programas de Desporto, designadamente relatos e debates, o qual se situa na ordem dos 6,5% (570 horas) (fig. 3).

Fig. 1 – Grelha de Programação da



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo		
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Jorge Afonso				Paixões Cruzadas A. Macedo e A. Cartaxo	Ondas Luisianas Luís Filipe Barros	00:00	
01:00	Musical A1					Madrugada A1	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso	01:00	
02:00	Visão global (REP) Ricardo Alexandre	Grandes Adeptos (REP) Tiago Alves	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Classe 70 (REP) Luís Filipe Barros	Vozes da Lusofonia (REP) Edgar Canelas			02:00	
03:00	Madrugada A1							Cinemax (REP) Tiago Alves	03:00
04:00	António Rolão e Gil Veloso								
05:00	João Pedro Bandeira					Viva à Música (REP) A. Carvalhêda	05:00		
06:00						06:00			
07:00	Manhã A1 Ricardo Soares					Musical A1	Toda a gente é pessoa Sérgio Mira	07:00	
08:00						08:00			
09:00						Lugar ao Sul Rafael Correia	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00	
10:00						Entrevista Maria Flor Pedroso	O amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Ines Menezes	10:00	
11:00	Antena Aberta António Jorge					NOVO Hotel Babilónia João Govern e Pedro Rolo Duarte	Heróis como Nós Madalena Balça	11:00	
12:00	Manhã A1 - 2.ª parte Augusto Fernandes					Este Sábado Rosário Lira	Visão Global Ricardo Alexandre	12:00	
13:00	Portugal em Directo					Em Nome do Ouvinte	NOVO História Devida Miguel Guilherme e Inês Fonseca Santos	13:00	
14:00						Tarde A1 Filomena Crespo			
15:00	Tarde A1 Filomena Crespo								
16:00						Tarde A1 - 2.ª parte Paulo Rocha			
17:00	Em Nome do Ouvinte Adelino Gomes								
18:00						Cinemax Tiago Alves			
19:00	Grandes Adeptos Alfredo Barroso, Medeiros Ferreira, Miguel Guedes e Tiago Alves	O Esplendor de Portugal Fátima Monteiro, Ronaldo Bonacchi, Juan Goldín e Rui Pêgo			Contraditório Ana Sá Lopes, Luís Delgado, Carlos Magno e João Barreiros				
20:00	Noite A1					NOVO A Ilha dos Tesouros Júlio Isidro	20:00		
21:00	Rui Santos						21:00		
22:00							22:00		
23:00	NOVO Crónicas da Idade Média Ruben de Carvalho e Iolanda Ferreira	Alma Nostra Carlos Magno e Carlos Amaral Dias	NOVO Álvaro.com Álvaro Costa	Cinemax Tiago Alves	Duetos José Nuno Martins	A Menina Dança? José Duarte	23:00		

Legenda: Programa Novo

Fonte: RTP

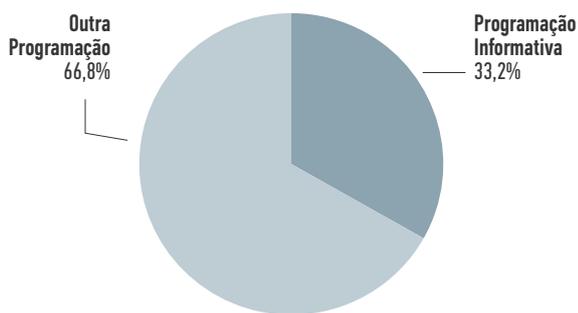
No tocante à programação não informativa, são os conteúdos de divulgação e alinhamento musical a ocupar o maior espaço, com 39,8% (3483 horas) do total da programação (fig. 4).

Comparativamente a igual período de 2008, verifica-se, em 2009, um acréscimo nos espaços dedicados aos noticiários, tendo os

debates de carácter geral mantido o mesmo volume, e, em sentido contrário, constata-se o decréscimo na emissão de debates desportivos, que ocupavam, em 2008, 5,9% da programação e em 2009 apenas 0,7%.

Ao nível dos programas de divulgação e acompanhamento mu-

Fig. 2 – Percentagem de programação informativa vs outra programação na emissão



Fonte: RTP

Fig. 3 – Percentagem das diferentes tipologias de programas de informação – 2009

Programas informativos	
Noticiários	20,0
Debates	6,7
Relatos Desportivos	5,8
Debate de Desporto	0,7

Fonte: RTP

Fig. 4 – Distribuição percentual dos géneros não informativos

Programas não informativos	
Divulgação e Alinhamento Musical	39,8
Programas de palavra	16,6
Continuidade	9,0
Institucionais	1,5

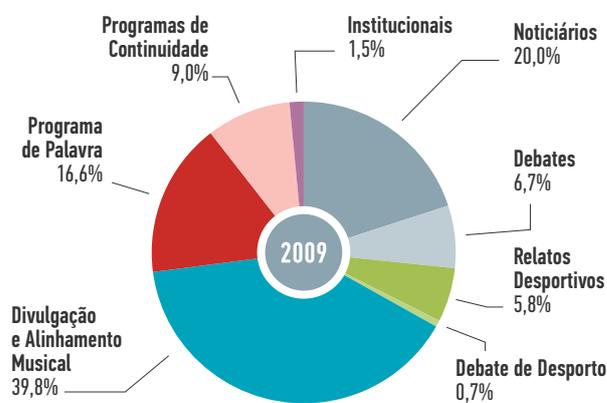
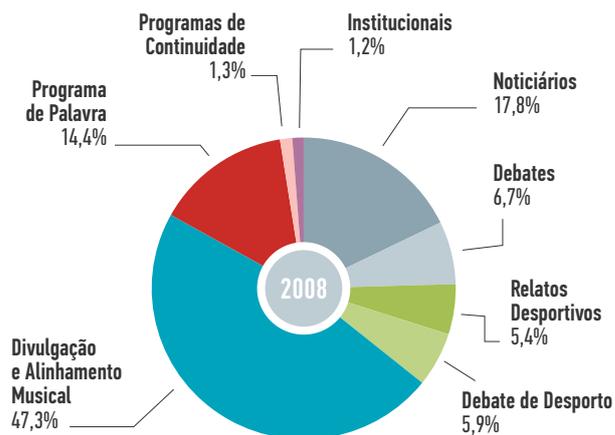
Fonte: RTP

sical, assiste-se a uma descida na ordem dos 8%, justificada por uma subida de 7,7% nos programas de continuidade e de 2% nos programas de palavra (fig. 5).

2.2 QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

O artigo 44.º-B da Lei da Rádio, aditado pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa no serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60% da totalidade da música nele difundida.

Fig. 5 – Comparação entre os percentuais de 2008/2009 por género



Fontes: RTP e Relatório ERC 2008

a) Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 60% música portuguesa nas 24 horas de emissão (fig. 6).

Em confronto com a análise de 2008, regista-se uma diminuição da percentagem de emissão de música portuguesa apurada em 2009, mantendo-se, porém, o cumprimento da quota mínima. Esta descida tem repercussões mensais na ordem dos 4 pontos percentuais no 1.º semestre e de 2 pontos percentuais no 2.º, e só em Dezembro se regista uma evolução positiva, na ordem dos 2,9 pontos percentuais (fig. 7).

Fig. 6 – Emissão de música portuguesa nas 24 horas (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
Antena 1	63,8	63,4	63,6	65,4	64,7	63,9	64,1	64,8	64,7	65,5	65,6	63,6	63,2	64,7

Fig. 7 – Variação entre os valores apurados em 2008/2009 nas 24 horas de emissão (valores em %)

1.º Semestre	Jan.	Var. 08/09	Fev.	Var. 08/09	Mar.	Var. 08/09	Abr.	Var. 08/09	Mai.	Var. 08/09	Jun.	Var. 08/09
2008	67,7		67,7		67,8		68,0		66,9		67,9	
2009	63,8	-3,9	63,4	-4,3	63,6	-4,2	65,4	-2,6	64,7	-2,2	63,9	-4,0
2.º Semestre	Jul.	Var. 08/09	Ago.	Var. 08/09	Set.	Var. 08/09	Out.	Var. 08/09	Nov.	Var. 08/09	Dez.	Var. 08/09
2008	68,3		67,3		66,5		65,5		64,5		60,3	
2009	64,8	-3,5	64,7	-2,6	65,5	-1,0	65,5	0,0	63,6	-0,9	63,2	2,9

Fig. 8 – Difusão de música portuguesa entre as 7h e as 20h (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
Antena 1	64,7	63,9	64,3	66,5	66,3	64,0	65,0	65,6	64,9	66,9	67,2	64,2	63,4	65,6

Fig. 9 – Difusão de música composta por cidadãos da UE, entre as 07h e as 20h (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
Antena 1	79,5	84,6	82,9	81,5	83,4	86,3	83,0	80,2	81,2	83,0	81,8	81,7	82,5	81,9

b) Apuramento do cumprimento da obrigação de emissão de 60% de música portuguesa, no período entre as 7h00 e as 20h00.

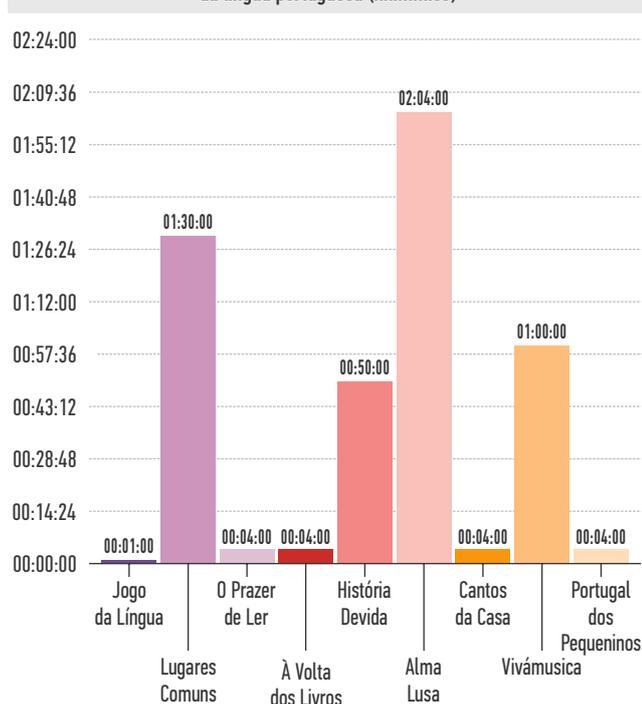
A exemplo do que aconteceu em 2008, verifica-se uma subida, ainda que ligeira, das quotas de música no período que decorre entre as 7h00 e as 20h00, o que continua a revelar a tendência para cumprimento da lei no período de maior audiência (fig. 8).

c) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.

Neste domínio, assiste-se a um reforço, ao longo de todo o ano, de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da UE, com uma média acima dos 80 %, quer no 1.º, quer no 2.º semestre de 2009 (fig. 9).

2.3 FOMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Fig. 10 – Tempo por programa destinado ao incentivo/fomento da língua portuguesa (hh:mm:ss)



Fonte: RTP

Nos termos do número 1, alínea a), da Cláusula 7.ª do Contrato de Concessão, relativa a acções a desenvolver em matéria de programação, cabe ao serviço público de radiodifusão o papel de “promover a língua e os valores culturais portugueses, concretizando, apoiando e divulgando acções que visem a sua defesa e incremento, quer a nível nacional, quer nas emissões efectuadas em conjunto com rádios dos PALP, ou dirigidas aos países que utilizam a língua portuguesa, apoiando nomeadamente iniciativas nas áreas da música, do teatro, dança e literatura” (fig. 10).

A Antena 1 promoveu, ao longo de 2009, vários programas de incentivo à língua portuguesa, com durações variáveis e conteúdos diversificados (fig. 13). Entre estes encontram-se programas sobre a gramática, de valorização da expressão popular, de estímulo à leitura e de transmissão exclusiva de música portuguesa.

3. ANTENA 2

A estrutura da programação deste serviço de programas manteve-se inalterada quando comparada com igual período de 2008 (Outubro); contudo, já no ano transacto havia sofrido uma reestruturação a nível da programação, quer no dia, quer na faixa horária.

3.1 DIVERSIDADE DE PROGRAMAÇÃO

Sendo a programação tendencialmente centrada na divulgação musical, a Antena 2 tem vindo a diversificar os tipos de música emitida, embora tendencialmente centrada na música clássica.

De acordo com os dados fornecidos pelo operador, em 2009, a Antena 2 emitiu uma média de 102 h de programação informativa e 8658 h de outro tipo de programação (fig. 12).

Relativamente aos 1,2% ocupados por programas de informação, regista-se o facto da Antena 2 contar com cinco blocos noticiosos, com uma duração média entre os 4 e os 7 minutos, repartidos pelos três períodos do dia com maior audiência, o que totaliza 21 minutos por dia. Assim, situam-se dois no período da manhã (8h00 e 10h00); um à hora de almoço (13h00); um à tarde (17h00) e um à noite (20h00).

Fig. 11 – Grelha de Programação da



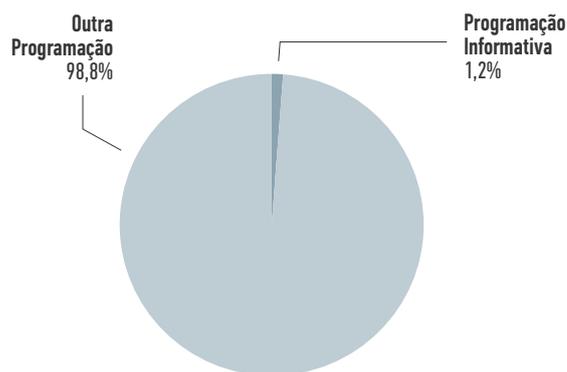
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Vias de facto Paulo Somsen		Raízes Inês Almeida			Raízes Inês Almeida	Fuga da arte Ricardo Saló	00:05
01:00	Música contemporânea Pedro Coelho					Música contemporânea Pedro Coelho	Música contemporânea Pedro Coelho	01:00
02:00	Madrugada					Madrugada	Madrugada	02:00
03:00								03:00
04:00								04:00
05:00								05:00
06:00								06:00
07:00	O Império dos sentidos Paulo Alves Guerra					Os Nós e Os Laços Judite Lima	Os Nós e Os Laços Judite Lima	07:00
08:00	Boulevard André Pinto					Caleidoscópio - 1	Caleidoscópio - 2	08:00
09:00						09:00		
10:00						10:00		
11:00						11:00		
12:00	A propósito da música Alexandre Delgado					Além tempo Luís Ramos	Coreto Jorge Costa Pinto	12:00
13:00						13:00		
13:00	Questões de Moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	Véu Diáfano Pedro Amaral	5.ª Essência João Almeida	Memória Judite Lima	Cosmorama Alexandre Branco e Ana Telles	13:00	
14:00	Vibrato Pedro Rafael Costa					Música aeterna João Chambers	Descobertas Maria Augusta Gonçalves	14:00
15:00							15:00	
16:00							16:00	
17:00	Baile de Máscaras Ana Daniela Soares					A Força das Coisas Luís Caetano	A prata da casa António Ferreira	17:00
18:00							18:00	
18:00	Jazz com brancas José Duarte					Mezza-voce André Cunha Leal	Páginas de Português Ciberdúvidas	19:00
19:00							19:00	
20:00							20:00	
20:00	Grande auditório Reinaldo Francisco e Maria João Morais					Argonauta Jorge Carnaxide	Programa do provedor	20:10
21:00							21:00	
21:00	Aqui Jazz José Navarro de Andrade					Argonauta Jorge Carnaxide	Geografia dos Sons Luís Tinoco	21:00
22:00							22:00	
22:00	Questões de Moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	Véu Diáfano Pedro Amaral	5.ª Essência João Almeida	Aqui Jazz José Navarro de Andrade	Um toque de Jazz Manuel Jorge Veloso	23:00

Fonte: RTP

Quando ao outro tipo de programação disponibilizado, predominantemente centrado em conteúdos musicais, verifica-se, ao longo de 2009, uma distribuição por diversos formatos de programas, contemplando a emissão de géneros consagrados na Cláusula 6.ª, alínea a.2), do CCSPRS, que prevê uma segunda emissão nacional de rádio “vocacionada para a transmissão de música erudita, atenta às manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessada em fomentar o conhecimento e o gosto pela música (...)”.

A grelha de programação (fig. 11) apresenta quatro grandes painéis de programas que preenchem as emissões da manhã, da tarde e da noite, cujo conteúdo é pontuado com pequenos formatos de carácter cultural. A mesma linha de programação é seguida à noite e de madrugada, no horário entre as 13h00 e as 14h00 e durante o fim-de-semana, na difusão de conteúdos de autor.

Fig. 12 – Relação percentual entre a programação informativa e outra programação



Fonte: RTP

3.2 FOMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA

A Antena 2, para além da aposta em eventos ligados à promoção da literatura portuguesa, inclui, igualmente, na sua programação, um espaço semanal de 25 minutos exclusivamente dedicado à língua portuguesa, intitulado “Páginas de Português”.

4. ANTENA 3

A Antena 3, sendo vocacionada para um público mais jovem, tem uma programação que procura ir ao encontro dos seus interesses específicos.

Tal como aconteceu nos restantes canais do serviço público, a Antena 3 não sofreu alterações de fundo em 2009, pois já em 2008 tinha operado uma reestruturação mais significativa. A grelha de programação (fig. 13) foi sofrendo alterações pontuais ao longo do ano, em grande parte motivadas pela mudança de apresentadores, fixadas na grelha apresentada em Dezembro de 2009 (cujo conteúdo não releva para a apreciação da ERC). Porém, relativamente à tipologia dos programas, é idêntica a igual período de 2008 (fig.16).

4.1. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO

A exemplo do que aconteceu com a Antena 2, o terceiro serviço de programas radiofónicos da RTP é predominantemente

Fig. 13 – Grelha de Programação da



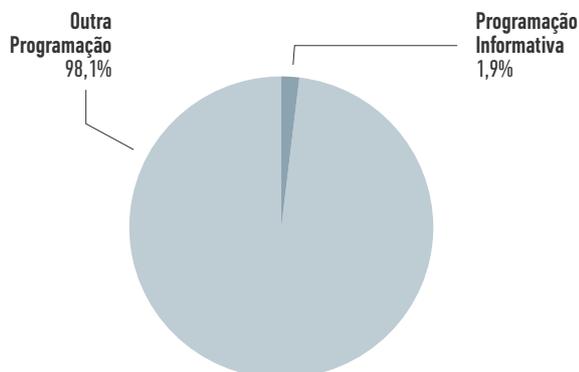
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Planeta 3 Raquel Bulha		Indiegente Nuno Calado			Caixa de Ritmos Nuno Reis	Caixa de Ritmos Nuno Reis	00:00
01:00			Alta Tensão António Freitas			Sub-grave DJ Nuno Miguel	Rotations DJ Vibe	01:00
02:00	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu		NOVO Purpurina Rui Estevão			Batida! DJ M'pula	MQ3 Mix DJ Miguel Quintão	02:00
03:00	Portugália Henrique Amaro				Rui Vargas	Hip-hop Mix Dynamic Duo	Arritmia Rui Estevão	03:00
04:00	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Coyote Pedro Costa	M Mónica Mendes	Música Enrolada Rádio Fazuma		DJ Guga	Dance Global DJ The Fox	04:00
05:00								05:00
06:00	NOVO St.º Alvim Moreira St.º Alvim e Moreira		Prova oral Fernando Alvim			Última Dança Nuno Reis	Última Dança Nuno Reis	06:00
07:00	Manhãs da 3 Luis Oliveira e Joana Dias					Ambientasons DJ Nuno Miguel	Ambientasons DJ Nuno Miguel	07:00
08:00								08:00
09:00								09:00
10:00	MUDANÇA DE HORÁRIO Ana Galvão					Borda D'Água Raquel Bulha	Cinemax Tiago Alves	10:00
11:00						NOVO Santo Alvim Moreira Pedro Santo, Fernando Alvim e João Moreira	Costa a Costa Pedro Costa	11:00
12:00								12:00
13:00	NOVO Rui Estevão						NOVO Ginga Beat RBMA	13:00
14:00						Discos Pedidos Cláudia Semedo	Programa do Provedor Música sem Filme	14:00
15:00						Terminal 3 R. Sérgio / G. Castro	Matiné Luis Oliveira	15:00
16:00								16:00
17:00	Mónica Mendes				● Pedro e Inês	Índice A3 30 Ana Galvão	Portugália Henrique Amaro	17:00
18:00								18:00
19:00	Prova oral Fernando Alvim				Conversa de Raparigas MM, Rita Ferro, Teresa Caeiro e Ana Coelho	Música Enrolada Família Fazuma	M Mónica Mendes	19:00
20:00	Bons Rapazes Álvaro Costa e Miguel Quintão							20:00
21:00	Portugália Henrique Amaro				Rui Vargas	Linha da Frente Augusto Seabra	Coyote Pedro Costa	21:00
22:00	Indiegente Nuno Calado					Caixa de Ritmos Nuno Reis	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Planeta 3 Raquel Bulha
23:00								23:00

Legenda: Programa Novo; Programa Novo

Fonte: RTP

ocupado por programação de carácter não informativo, cerca de 98,1% (8303 horas), ocupando a programação informativa um espaço residual de 1,9% (159 horas) (fig. 14).

Fig. 14 – Relação percentual entre a programação informativa e outra programação



Fonte: RTP

Fig. 15 – Distribuição percentual da programação não informativa

Programas não informativos	
Divulgação e Alinhamento Musical	85,6
Programas de Palavra	11,0
Continuidade	1,4
Institucionais	0,2

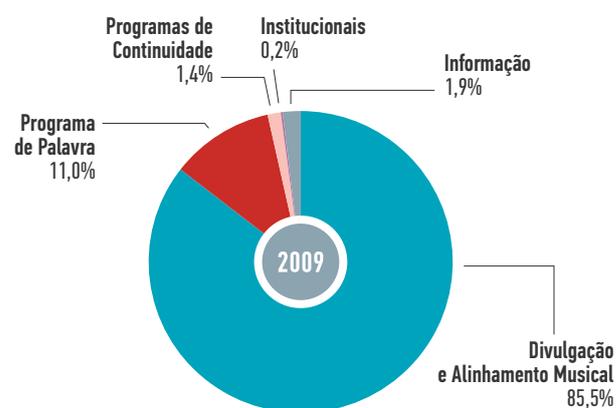
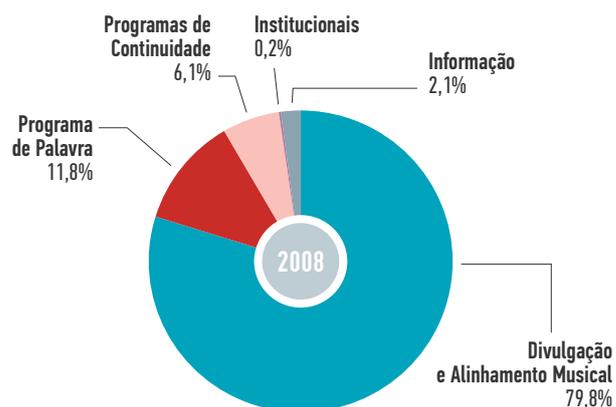
Fonte: RTP

Sendo vocacionada para um público mais jovem, a Antena 3 integra na sua programação uma grande componente musical, com os programas orientados para formatos de divulgação e alinhamento musical a ocuparem 85,6% (7242 horas) do total da emissão, os de palavra, 11% (932 horas), e os de continuidade e institucionais a ocuparem uma percentagem residual de 1,4% e 0,2%, respectivamente (fig. 15).

Nesta linha, a partir das 21h00 até às 7h00, de segunda-feira a domingo, a programação é preenchida por programas de autor dirigidos à audiência-alvo da Antena 3.

Em 2009 verifica-se um aumento do espaço dedicado a programação de divulgação e alinhamento musical, na ordem dos 6% relativamente a 2008; os formatos de palavra e institucionais

Fig. 16 – Dados comparativos da programação não informativa entre 2008-2009



Fontes: RTP e Relatório ERC 2008

mantiveram um índice idêntico e os programas de continuidade registaram um decréscimo, na ordem dos 5% (fig. 16).

4.2 QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP – Antena 3 – está sujeito, nos termos da Lei n.º 7/2006 e da Portaria 373/2007 de 2009, à obrigação de difusão de uma quota mínima de 25% de música portuguesa, bem como de uma sub-quota de 60%, preenchida por temas compostos ou interpretados, em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia (fig. 17).

Fig. 17 – Difusão de 25% de música portuguesa nas 24 horas de emissão (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
Antena 3	40,6	41,2	41,4	43,6	43,7	42,6	42,2	41,9	40,3	40,5	40,9	41,1	41,7	41,0

Fig. 18 – Evolução comparativa entre 2008 e 2009 (valores em %)

1.º Semestre	Jan.	Var. 08/09	Fev.	Var. 08/09	Mar.	Var. 08/09	Abr.	Var. 08/09	Mai.	Var. 08/09	Jun.	Var. 08/09
2008	46,0		44,5		42,1		42,4		41,6		41,4	
2009	40,6	-5,4	41,2	-3,3	41,4	-0,7	43,6	1,2	43,7	2,1	42,6	1,2
2.º Semestre	Jul.	Var. 08/09	Ago.	Var. 08/09	Set.	Var. 08/09	Out.	Var. 08/09	Nov.	Var. 08/09	Dez.	Var. 08/09
2008	41,9		41,8		41,8		41,5		41,0		41,5	
2009	41,9	0,0	40,3	-1,5	40,5	-1,3	40,9	-0,6	41,1	0,1	41,7	0,2

Fig. 19 – Apuramento do cumprimento da subquota de 60% entre as 7h as 20h (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Média 1.º semestre	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Média 2.º semestre
Antena 3	66,5	65,4	66,1	64,1	72,4	69,4	67,3	70,4	66,9	68,4	61,3	59,5	60,9	65,1

Como se verifica pela figura 17, a percentagem de emissão de música portuguesa ultrapassa os 40% em todos os meses, constatando-se que nos meses de Abril, Maio, Junho e Dezembro, as percentagens de 2009 são superiores às apuradas em 2008 (Cfr. Fig. n.º 18).

Na sub-quota referente à obrigação de difusão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos de Estados-membros da União Europeia, verifica-se que a Antena 3 ultrapassou esse limite mínimo no período entre as 7h00 e as 20h00 (fig.19).

Os valores apurados em 2009 superaram os de igual período de 2008. Contudo, no último trimestre de 2009 sofrem uma ligeira descida, na ordem dos 5 pontos percentuais, face a 2008.

4.3 FOMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Tendo em conta que a maior parte da emissão da Antena3 é de teor musical, o fomento da língua fixa-se predominantemente nesta área. Porém, destaque-se o programa “Pontapés na Gramática”, de segunda a sexta-feira, com a duração de 5 minutos emitido às 07h30m e às 15h40m.

Por outro lado, registre-se o apoio ao lançamento de cd’s e concertos de artistas portugueses, com música interpretada em língua portuguesa, como: Óquestrada, Peixe-Avião, Deolinda, Buraka Som Sistema, Pontos Negros, B-Fachada, Mundo Cão, Clã, Margarida Pinto, Macacos de Chinês, Bob da Rage Sense, Virgem Suta, Oioai, Megafone 5, Os Tornados, Dr. Estranho Amor, Manuel Cruz, Xeg, New Max, Boss AC, Xutos & Pontapés, Mão Morta, NBC & os Funks, 2008, João Só & Abandonados, entre outros.

A promoção da língua e cultura portuguesas, neste serviço de programas, é ainda operada pelo apoio concedido ao lançamento de escritores nacionais, bem como por outras rubricas que promovem a comunicação e expressão.

5. TRANSMISSÃO DE REFERÊNCIAS PROMOCIONAIS NA ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3

De acordo com o previsto na Cláusula 10.^a do Contrato de Concessão, relativa aos limites à transmissão de publicidade, “a Concessionária apenas poderá incluir na sua programação referências

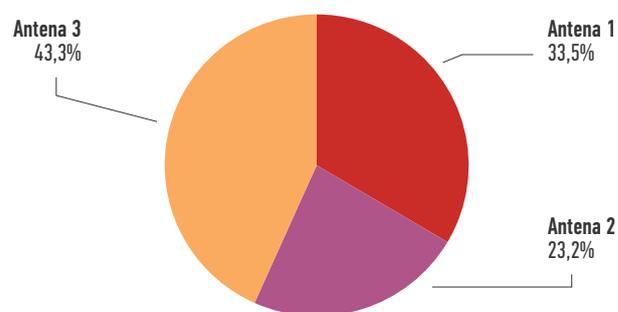
publicitárias de interesse geral, de natureza cultural ou sob a forma de patrocínio, incluindo os de iniciativas por si organizadas ou transmitidas”.

Fig. 20 – Tempo emissão/ano referências promocionais na programação

RTP	N.º de Inserções	Tempo (hh:mm)	% por serviço
Antena 1	24761	221h 31m	33,5
Antena 2	51362	153h 47m	23,2
Antena 3	34893	286h 46m	43,3
Total	76123	661h 44m	100,0

Fonte: RTP

Fig. 21 – Percentagem de Tempos Promocionais



Fonte: RTP

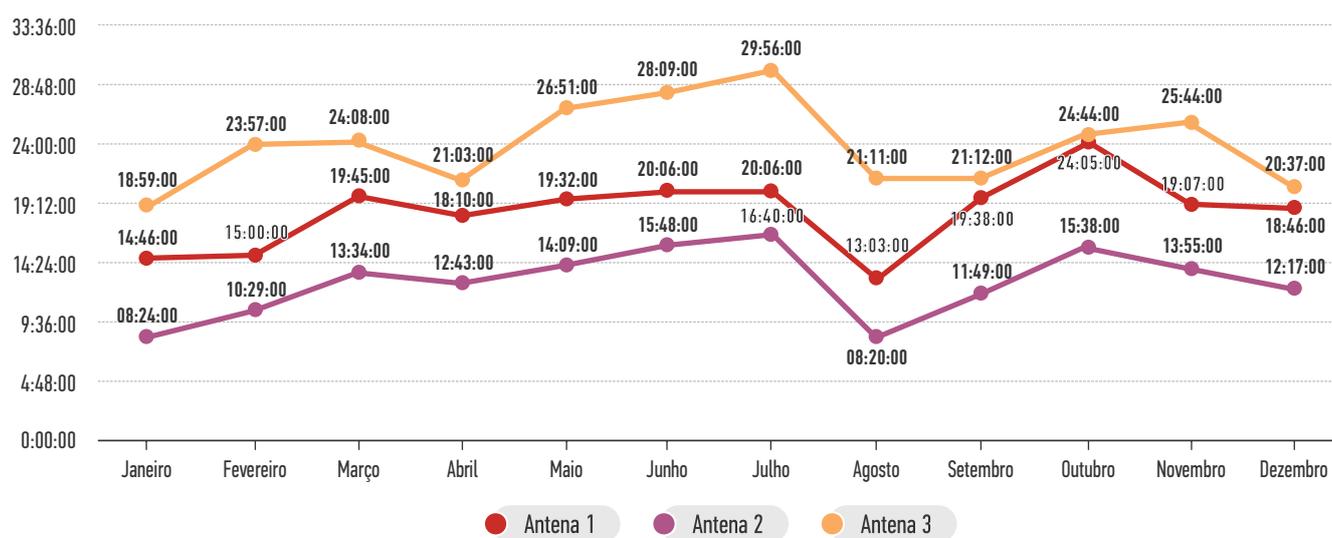
Em 2009, as Antenas 1, 2 e 3 emitiram 661h44m de referências promocionais, sendo a maioria (286h46m) da Antena 3 e o valor mais baixo (153h47m) de transmissão da Antena 2, a qual, apesar de contar com maior número de inserções, lhes dedica em média uma duração inferior (figs. 20 e 21).

Os tempos promocionais exibidos pela Antena 3 são superiores aos dos restantes serviços de programas da RTP, tendo estas campanhas maior expressão – a nível de volume de horas – nos meses de Maio (26h51m), Junho (28h09m) e Julho (29h 56m) (fig. 22).

A maioria dos conteúdos promocionais divulgados pela **Antena 1** prende-se com a autopromoção de programas da estação, nomeadamente dos jogos de futebol, dos debates eleitorais e do programa do provedor do ouvinte, bem como concertos patrocinados pela antena e divulgação de campanhas institucionais.

Já na **Antena 2** e para além da autopromoção dos conteúdos da estação, conta com a emissão regular da programação do Teatro São Carlos, assim como de outros certames promovidos pelo país de música clássica e erudita.

Fig. 22 – Evolução mensal dos tempos promocionais das três antenas da RTP



Fonte: RTP

A **Antena 3** aposta de forma demarcada na autopromoção de programas da estação, de festivais que patrocina e de filmes a que se associa enquanto patrocinador.

6. SÍNTESE CONCLUSIVA

Em 2009, na **Antena 1**, os programas de divulgação e alinhamento musical continuam a ocupar o maior espaço do total da programação, com 39,8% (3483 horas), embora registando um decréscimo de 7,5% relativamente a 2008.

Comparativamente a igual período de 2008, verifica-se, em 2009, um acréscimo nos espaços dedicados aos noticiários, tendo os debates de carácter geral mantido o mesmo volume.

Regista-se, ainda, a difusão de programas de incentivo à língua portuguesa, nomeadamente no domínio da expressão literária dos usos e costumes e do apoio ao lançamento de cd's de música portuguesa.

Em matéria de *difusão da música portuguesa*, a Antena 1 cumpriu as exigências previstas no artigo 44.º-B da Lei da Rádio, ultrapassando, mesmo, os valores registados em 2008.

O ano de 2009 representa, também, uma continuidade ao nível da programação apresentada pela **Antena 2** em 2008, quer ao nível do modelo de programação, composto por painéis, quer ao nível de rubricas de conteúdo não musical.

O fomento da **língua portuguesa** é representado pela emissão diária de programas relacionados com a língua, cultura e usos e

costumes portugueses; dada a especificidade dos conteúdos musicais, este serviço de programas não está sujeito ao cumprimento de quotas de música portuguesa.

Tal como no ano anterior, em 2009, na **Antena 3**, cerca de 2% da programação consiste em informação, apresentando este serviço de programas uma programação mais orientada para a emissão de programas de música.

Ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, a programação situou-se acima de 40% no período de maior audiência – entre as 7h00 e as 20h00.

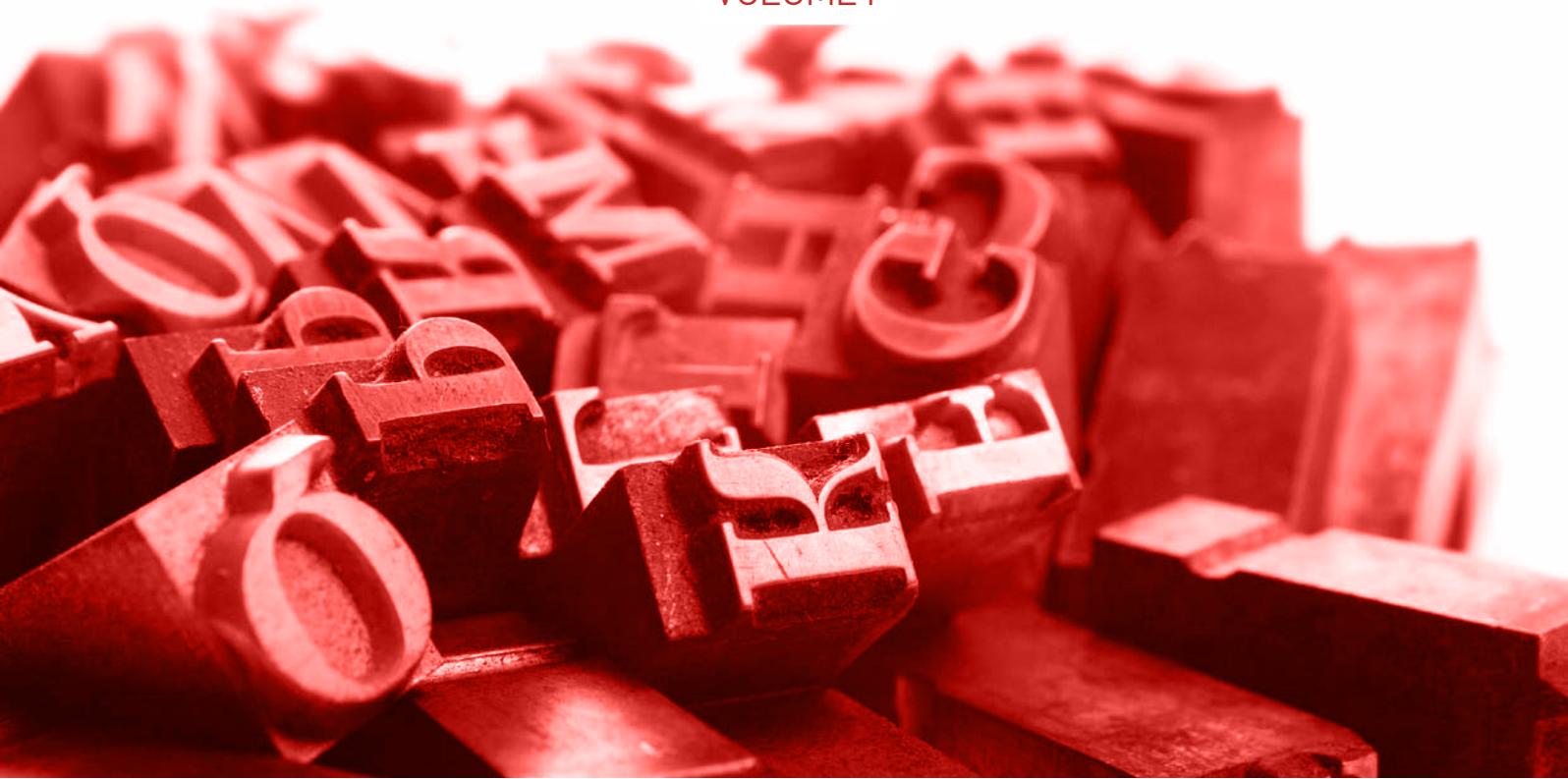
Em matéria de difusão de **música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia**, no período das 7h00 às 20h00, a Antena 3 seguiu uma tendência manifestada desde o segundo semestre de 2008, com uma evolução crescente da quota até Julho, tendo-se situado na ordem dos 70%; já no último trimestre volta a descer para os 60% exigíveis.

A **Antena 3** promove a língua e valores culturais portugueses com o apoio e divulgação de acções e iniciativas nas áreas da música, cinema, teatro, dança e literatura e, tendo em atenção a orientação musical da antena, com o apoio a cd's e concertos de autores portugueses e com a emissão regular de um programa educativo sobre a expressão oral.

A Antena 3 é o serviço de programas com maior volume dedicado a referências promocionais, reflexo do patrocínio de festivais e filmes. Por outro lado, a Antena 2 é o serviço de programas que difunde o menor volume de referências promocionais.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME I



IMPrensa

**Análise das Inserções Publicitárias na Imprensa
de Informação Geral e de Expansão Nacional**

Análise das inserções publicitárias na imprensa de informação geral e de expansão nacional

Dados referentes ao ano de 2008 Relatório Detalhado

1. NOTA METODOLÓGICA

A monitorização das inserções publicitárias incide, como se refere anteriormente, sobre a imprensa de informação geral e de expansão nacional, no período compreendido entre 1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008. As publicações analisadas são: Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, 24 Horas, Correio da Manhã, Expresso, Sol, Visão, Focus e Sábado.

Trata-se de um *estudo exploratório*, o primeiro a ser realizado sobre o cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias na imprensa de informação geral e de expansão nacional. Surge na sequência da Deliberação 1/PUB-I/2008, de 31 de Janeiro, relativa a *Práticas publicitárias em publicações periódicas*.

O número de inserções publicitárias identificadas totaliza 6140. A análise abrange as páginas com conteúdos editoriais do caderno principal, excluindo-se, portanto, as páginas de publicidade do citado caderno.

Foi seleccionada uma amostra de 125 edições de jornais diários, 52 edições de semanários e 79 edições¹ de revistas semanais generalistas, de acordo com as tabelas a seguir expostas.

6140 inserções publicitárias, correspondentes a 256 edições, das quais:

- 25 edições de cada uma das publicações diárias.
- 26 edições de cada uma das publicações semanais.
- 26 edições das revistas semanais Sábado e Visão.
- 27 edições da revista semanal Focus.

O erro amostral máximo por jornal diário é de 18,96% e para os jornais semanais e revistas de 13,72%.

As edições analisadas constam dos quadros seguintes.

Fig. 1 – Edições analisadas de jornais diários

Data	Dias da Semana	Mês	Jornal
2-Jan-08	Quarta	Janeiro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
17-Jan-08	Quinta	Janeiro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
01-Fev-08	Sexta	Fevereiro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
16-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
02-Mar-08	Domingo	Março	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
17-Mar-08	Segunda	Março	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
01-Abr-08	Terça	Abril	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
16-Abr-08	Quarta	Abril	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
01-Mai-08	Quinta	Mai	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
16-Mai-08	Sexta	Mai	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
31-Mai-08	Sábado	Mai	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
15-Jun-08	Domingo	Junho	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
30-Jun-08	Segunda	Junho	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
15-Jul-08	Terça	Julho	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
30-Jul-08	Quarta	Julho	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
14-Ago-08	Quinta	Agosto	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
29-Ago-08	Sexta	Agosto	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
13-Set-08	Sábado	Setembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
28-Set-08	Domingo	Setembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
13-Out-08	Segunda	Outubro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
28-Out-08	Terça	Outubro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
12-Nov-08	Quarta	Novembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
27-Nov-08	Quinta	Novembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
12-Dez-08	Sexta	Dezembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas
27-Dez-08	Sábado	Dezembro	Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e 24 Horas

¹ As edições de 31 de Dezembro de 2008 das revistas Sábado e Visão não foram analisadas.

Fig. 2 – Edições analisadas de jornais semanários

Data	Dias da Semana	Mês	Jornal
5-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
19-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
2-Feb-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
16-Feb-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
01-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
15-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
29-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
12-Abr-08	Sábado	Abril	Expresso e Sol
25-Abr-08	Sexta	Abril	Expresso e Sol
10-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
24-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
07-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
21-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
05-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
19-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
02-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
15-Ago-08	Sexta	Agosto	Expresso e Sol
30-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
12-Set-08	Sexta	Setembro	Expresso e Sol
27-Set-08	Sábado	Setembro	Expresso e Sol
11-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
25-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
08-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
22-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
06-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol
20-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol

Fig. 4 – Edições analisadas de revistas semanais (Focus)

Data	Dias da Semana	Mês	Jornal
02 a 08	Quarta	Janeiro	Focus
16 a 22	Quarta	Janeiro	Focus
30 a 05	Quarta	Janeiro/Fevereiro	Focus
13 a 19	Quarta	Fevereiro	Focus
27 a 04	Quarta	Fevereiro/Março	Focus
12 a 18	Quarta	Março	Focus
26 a 01	Quarta	Março/Abril	Focus
09 a 15	Quarta	Abril	Focus
23 a 29	Quarta	Abril	Focus
07 a 13	Quarta	Maio	Focus
21 a 27	Quarta	Maio	Focus
04 a 10	Quarta	Junho	Focus
18 a 24	Quarta	Junho	Focus
02 a 08	Quarta	Julho	Focus
16 a 22	Quarta	Julho	Focus
30 a 05	Quarta	Julho/Agosto	Focus
13 a 19	Quarta	Agosto	Focus
27 a 02	Quarta	Agosto/Setembro	Focus
10 a 16	Quarta	Setembro	Focus
24 a 30	Quarta	Setembro	Focus
08 a 14	Quarta	Outubro	Focus
22 a 28	Quarta	Outubro	Focus
05 a 11	Quarta	Novembro	Focus
19 a 25	Quarta	Novembro	Focus
03 a 09	Quarta	Dezembro	Focus
17 a 23	Quarta	Dezembro	Focus

Fig. 3 – Edições analisadas de revistas semanais (Visão e Sábado)

Data	Dias da Semana	Mês	Jornal
03 a 09	Quinta	Janeiro	Visão/Sábado
17 a 23	Quinta	Janeiro	Visão/Sábado
31 a 06	Quinta	Janeiro/Fevereiro	Visão/Sábado
14 a 20	Quinta	Fevereiro	Visão/Sábado
28 a 05	Quinta	Fevereiro/Março	Visão/Sábado
13 a 19	Quinta	Março	Visão/Sábado
27 a 02	Quinta	Março/Abril	Visão/Sábado
10 a 16	Quinta	Abril	Visão/Sábado
24 a 30	Quinta	Abril	Visão/Sábado
08 a 14	Quinta	Maio	Visão/Sábado
22 a 28	Quinta	Maio	Visão/Sábado
05 a 11	Quinta	Junho	Visão/Sábado
19 a 25	Quinta	Junho	Visão/Sábado
03 a 09	Quinta	Julho	Visão/Sábado
17 a 23	Quinta	Julho	Visão/Sábado
31 a 06	Quinta	Julho/Agosto	Visão/Sábado
14 a 20	Quinta	Agosto	Visão/Sábado
28 a 03	Quinta	Agosto/Setembro	Visão/Sábado
11 a 17	Quinta	Setembro	Visão/Sábado
25 a 01	Quinta	Setembro/Outubro	Visão/Sábado
09 a 15	Quinta	Outubro	Visão/Sábado
23 a 29	Quinta	Outubro	Visão/Sábado
06 a 12	Quinta	Novembro	Visão/Sábado
20 a 26	Quinta	Novembro	Visão/Sábado
04 a 10	Quinta	Dezembro	Visão/Sábado
18 a 24	Quinta	Dezembro	Visão/Sábado

A técnica utilizada é a *análise de conteúdo*, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS².

O recurso à análise de conteúdo como instrumento fundamental da pesquisa implica a definição de *unidades de análise*³. No caso da publicidade, e para efeitos do presente estudo, toma-se como unidade de análise a *inserção e/ou menção publicitária que constitua uma unidade de texto e/ou imagem*.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efectivamente publicado, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para completar ou pressupor elementos não referidos explicitamente na inserção publicitária analisada.

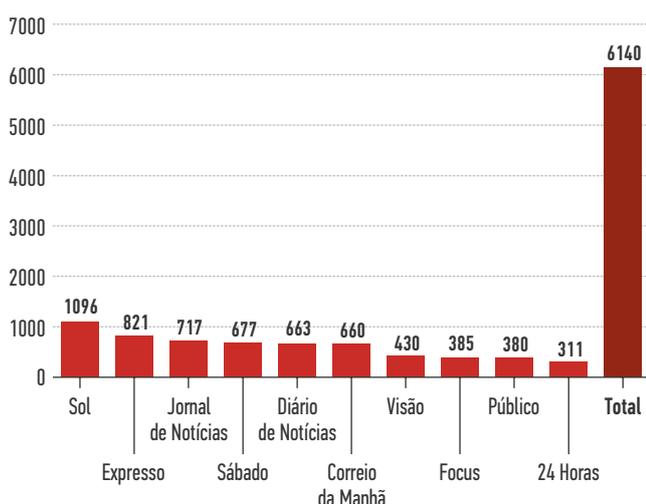
2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS

Foi analisado um total de 6140 inserções publicitárias nas publicações que compõem o estudo (fig. 5).

² Statistical Package for Social Sciences.

³ Entende-se por unidade de análise "os textos, as ilustrações ou os conjuntos constituídos apenas por textos, ou por textos acompanhados de ilustrações, que constituam por si próprios unidades susceptíveis de serem claramente delimitadas e de constituírem um objecto de estudo em si mesmas." (J. Kayser).

Fig. 5 – Número de inserções publicitárias por publicação



Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em números absolutos.

- ▶ Destas, verifica-se que são os semanários, Sol e Expresso, aqueles que registam o maior número de inserções: 1096 e 821, respectivamente.
- ▶ Seguem-se o Jornal de Notícias (717), a revista Sábado (677), o Diário de Notícias (663) e o Correio da Manhã (660).

- ▶ Com menor número de inserções encontram-se as revistas Visão (430) e Focus (385), o Público (380) e o 24 Horas (311).

Da análise do número de inserções publicitárias por mês (fig. 6), verifica-se que:

- ▶ Os meses com mais inserções publicitárias são Maio (683), Março (563), Junho (539) e Dezembro (532).
- ▶ O número de inserções nos meses de Março e Junho é influenciado pelo peso das inserções no Expresso e no Sol.
- ▶ O Correio da Manhã, Diário de Notícias, 24 Horas, Público, Jornal de Notícias, Visão e Focus registam maior número de inserções publicitárias no mês de Maio, sendo as duas primeiras que mais influenciam o resultado final do mês.
- ▶ O Expresso e o Sol têm mais inserções no mês de Março e a Sábado no mês de Julho.

No que respeita à localização das inserções publicitárias na publicação, observa-se na amostra (fig. 7):

- ▶ Considerando o conjunto das publicações analisadas, verifica-se que cerca de metade das inserções publicitárias (49,1%) se encontra em página ímpar. Esta característica verifica-se em todas as publicações, excepto na Focus, revista que tem a maior parte das suas inserções publicitárias em página par.

Fig. 6 – Número de inserções publicitárias por mês e por publicação

Mês	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Janeiro	42	33	21	26	40	49	91	32	25	49	408
Fevereiro	45	78	26	45	59	36	79	28	11	51	458
Março	49	59	29	36	48	105	125	22	36	54	563
Abril	50	39	29	30	54	69	78	37	22	33	441
Maio	92	91	36	51	105	69	83	48	49	59	683
Junho	59	61	28	37	57	92	91	38	27	49	539
Julho	56	50	23	21	53	73	85	47	47	71	526
Agosto	69	45	30	19	54	72	100	24	29	70	512
Setembro	50	76	18	32	51	68	82	39	33	55	504
Outubro	47	45	24	29	34	69	93	37	32	63	473
Novembro	46	68	24	24	48	66	93	42	28	62	501
Dezembro	55	72	23	30	60	53	96	36	46	61	532
Total	660	717	311	380	663	821	1096	430	385	677	6140

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em números absolutos.

Fig. 7 – Localização* das inserções publicitárias, por publicação (valores em %)

Localização da inserção na publicação	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Página ímpar	56,4	44,2	48,6	64,2	50,2	39,1	49,8	58,8	33,8	51,1	49,1
Página par	19,7	36,4	19,3	13,4	21,9	38,4	38,6	30,5	48,3	40,5	32,2
Capa	15,3	10,3	21,2	11,8	9,8	11,1	7,4	7,2	1,8	3,2	9,5
Última página	7,4	7,9	10,6	8,9	10,4	10,6	3,6	–	–	–	6,0
Ambas/página dupla	0,2	0,7	0,3	1,3	1,1	0,4	0,5	3,3	15,6	4,1	2,1
Página específica**	1,1	0,4	–	0,3	6,6	0,5	–	0,2	0,5	1,0	1,1
Total	100 (660)	100 (717)	100 (311)	100 (380)	100 (663)	100 (821)	100 (1096)	100 (430)	100 (385)	100 (677)	100 (6140)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

* A localização das inserções publicitárias na publicação possui interesse para avaliação dos valores do investimento publicitário, matéria não analisada neste estudo. De facto, as tabelas de publicidade das publicações periódicas indicam preços diferentes consoante as páginas em que as inserções são feitas. Por exemplo, a inserção em página ímpar tem um preço de tabela superior ao da inserção em página par, o mesmo sucedendo relativamente à dimensão da inserção. Não foi considerada no presente estudo a localização antes das centrais/depois das centrais, igualmente relacionado com os preços de tabela.

** A inserção em página específica refere-se a autopromoção ou iniciativas da publicação, por exemplo, promoção de livros, CD, colecções, vendidas ou oferecidas com a publicação.

- ▶ Com valores bastante próximos estão as inserções alocadas em *página par* (32,2%). O Expresso é a publicação que possui valores mais próximos no que se refere a inserções publicitárias em página ímpar e página par.
- ▶ Com valores ainda mais baixos encontram-se as inserções localizadas na *última página* (6%), as que ocupam *página ímpar* e *página par* (ambas) (2,1%) e em *página específica* (1,1%). De notar ainda que as revistas Visão, Focus e Sábado nunca têm inserções publicitárias na *última página*.
- ▶ As inserções publicitárias na *capa* das publicações analisadas não ultrapassam 9,5% das inserções da respectiva publicação, sendo o valor mais elevado no 24 Horas (21,2%) – a publicação com menor número de inserções – seguindo-se o Correio da Manhã e o Público (15,3% e 11,8%, respectivamente).

3. TIPOLOGIAS DE INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS

O conceito de *inserção publicitária* abrange a totalidade das tipologias consideradas na análise. São consideradas as seguintes tipologias, cujas definições se enunciam a seguir:

1. Anúncios
2. Publicidade redigida
3. Publireportagem
4. Capa falsa e meia capa falsa
5. Patrocínio/apoio/colaboração/convite
6. Informação comercial
7. Autopromoção/iniciativas
8. Outra

Anúncios (Publicidade Gráfica) – Designa a publicidade comercial inserida em diversos locais das publicações periódicas. Para efeitos do presente estudo, identifica-se como anúncio a inserção não abrangida nas definições seguintes.

Publicidade redigida – Designa toda a publicidade que se revista do formato de um ou mais textos que, pela sua forma, apresentação, estilo de mensagem, organização e tratamento gráfico, possam ser confundidos com textos jornalísticos.

Inclui: a) Toda a comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Toda a comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, com o objectivo directo ou indirecto de promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, em termos que impliquem uma contrapartida para a empresa jornalística em cuja publicação seja inserida; c) Toda a comunicação feita pela Administração Pública central, regional e local, que tenha por objectivo promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, tais como comunicados de imprensa, editais e outras formas de comunicação institucional.

Publireportagem – São assinalados como publireportagem os textos destinados a promover ou publicitar, de modo manifesto ou velado, um determinado produto ou entidade, publicados sob a forma de reportagem, isto é, com as características formais de um texto jornalístico.

Capa falsa e meia capa falsa – Uma “capa falsa” ou “falsa capa de primeira página” de uma publicação é uma capa que envolve o jornal, sobrepondo-se à verdadeira capa da publicação. Em alguns casos, a “capa falsa” é uma meia capa.

Patrocínio, colaboração ou outra forma de apoio – Designa a participação de pessoas singulares ou colectivas, com ressalva das empresas jornalísticas, no financiamento da produção de criações jornalísticas de qualquer género, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas actividades, bens ou serviços. Nesta variável incluem-se, ainda, as campanhas/eventos/actividades de um órgão de comunicação social associado a entidades externas, abrangendo a realização de conferências, promoção de ideias ou causas ligadas, por exemplo, ao ambiente, ainda que sem a menção de expressões como as acima referidas.

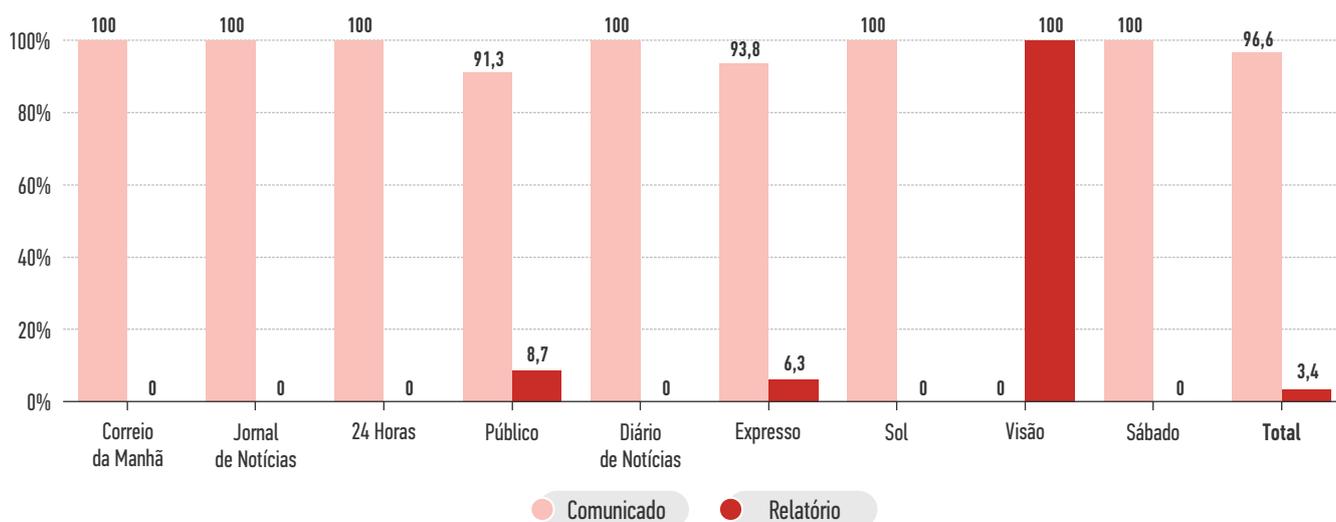
Informação comercial – Designa as páginas, textos, imagens e outros elementos gráficos inseridos em páginas editoriais com

Fig. 8 – Tipologia das inserções publicitárias por publicação (valores em %)

Tipologia das inserções publicitárias	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Anúncios	76,4	63,5	69,5	69,7	48,3	80,9	29,3	53,7	14,0	37,4	53,5
Informação comercial	4,7	6,7	9,6	–	9,4	1,0	57,3	16,5	64,2	43,0	23,1
Autopromoção/Iniciativas	15,8	26,5	14,8	23,2	35,4	13,4	10,0	27,2	3,9	16,0	18,3
Publicidade redigida	2,4	2,6	1,3	6,1	4,1	1,9	0,8	0,2	–	0,1	1,9
Publireportagem	0,2	0,1	0,3	–	1,2	0,2	0,2	2,1	12,5	2,4	1,4
Patrocínio/apoio/colaboração	0,2	–	0,6	–	0,2	2,1	2,3	0,2	1,8	0,4	0,9
Outra	0,5	0,6	3,9	0,8	1,5	0,5	0,1	–	3,6	0,7	0,9
Peças realizadas a convite	–	–	–	0,3	–	–	–	–	–	–	0,02
Total	100 (660)	100 (717)	100 (311)	100 (380)	100 (663)	100 (821)	100 (1096)	100 (430)	100 (385)	100 (677)	100 (6140)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

Fig. 9 – Gêneros* de publicidade redigida, por publicação



Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções de publicidade redigida = 116. Valores em percentagem.

* Para efeitos da presente análise, consideram-se como gêneros de publicidade redigida: comunicados, notícia publicitária (quando se trate de um texto curto) ou relatório.

menção de produtos, marcas, bens ou serviços, locais de venda, descrição (preços, etc.) e valoração directa ou indirecta dos mesmos. Estão nestas condições os comunicados de imprensa (*press releases*) e informação equivalente, produzidos e distribuídos por empresas comerciais.

Autopromoção/iniciativas – Designa as menções/inserções em páginas especiais (geralmente intituladas “iniciativas”) ou em parte de uma ou mais páginas dedicadas a autopromoção de produtos associados vendidos ou distribuídos gratuitamente com a publicação.

No que respeita à *tipologia* das inserções publicitárias, observa-se o seguinte (fig. 8):

- ▶ Em termos gerais, mais de metade das inserções (53,5%) são *anúncios*. Nos casos do Correio da Manhã e do Expresso esta *tipologia* de inserções é especialmente acentuada (76,4% e 80,9%, respectivamente).
- ▶ O Sol, a Focus e a Sábado têm como *tipologia* mais presente a *informação comercial*, a segunda categoria com mais peso na amostra (23,1%).
- ▶ Em terceiro lugar, surge a categoria *autopromoção/iniciativas*, com 18,3%, em particular no Diário de Notícias (35,4%), na revista Visão (27,2%) e no Jornal de Notícias (26,5%).
- ▶ Com menos peso encontram-se a *publicidade redigida* (1,9%), a *publireportagem* (1,4%), o *patrocínio/apoio/colaboração* (0,9%) e as *peças realizadas a convite* (0,02%).
- ▶ O Público é a única publicação que regista *peças realizadas a convite*, apesar do seu peso residual (0,3%). Refere-se a uma peça do dia 16 de Maio de 2008 sobre a Sociedade Ponto

Verde. Este jornal, ao contrário da maior parte das restantes publicações, não tem *informação comercial*, *publireportagem* e *patrocínio/apoio/colaboração*, no caderno principal.

- ▶ Também o Jornal de Notícias não regista inserções qualificadas de *patrocínio/apoio/colaboração*.
- ▶ A Focus é a única publicação da amostra analisada que não tem *publicidade redigida*.

Em 1,9% do total as inserções publicitárias são qualificadas de *publicidade redigida* (fig. 9). Destas:

- ▶ 96,6% são *comunicados* e 3,4% são *relatórios*.
- ▶ O Correio da Manhã, o Jornal de Notícias, o 24 Horas, o Diário de Notícias, o Sol e a Sábado apenas apresentam *comunicados* nesta *tipologia* de inserções publicitárias.
- ▶ Já a Visão só regista *relatórios* no que concerne à *publicidade redigida*.
- ▶ O Público e o Expresso apresentam *relatórios* nas inserções qualificadas de *publicidade redigida*, em 8,7% e 6,3%, respectivamente.

4. CAPA/MEIA CAPA FALSAS E BADANA

Os únicos três registos identificados na amostra não reflectem a *tipologia* habitual da *capa* ou *meia capa falsa*, aproximando-se, contudo, do conceito, por se tratar de publicidade inserida numa *badana*, isto é, numa parte da capa dobrada e com inserção publicitária no interior. As três inserções com estas características pertencem à revista Sábado dos dias 17 de Janeiro, 31 de Julho e 25 de Setembro de 2008.

Fig. 10 – Elementos de identificação presentes nas inserções publicitárias constantes na *badana* da publicação

Elementos de identificação	Sábado	
	Sim	Não
Referência publicidade ou pub	–	3
Presença do nome ou logótipo do jornal/revista	–	3
Identificação da direcção do jornal/revista	–	3
Apenas elementos identificativos do anunciante	3	–

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; Número total de capas com *badanas* publicitárias = 3. Valores em números absolutos.

Em toda a amostra apenas se registam três *publicações com badanas publicitárias*, ou seja, 0,05% do total (fig. 10). Destas:

- ▶ A totalidade das *badanas publicitárias* não faz referência a “Publicidade” ou “PUB”.

- ▶ A totalidade das *badanas publicitárias* não tem presença do nome ou logótipo da publicação.
- ▶ A totalidade das *badanas publicitárias* não identifica a direcção da publicação.
- ▶ A totalidade das *badanas publicitárias* apresenta apenas elementos identificativos do anunciante.

Especificamente:

- ▶ A edição de 17 de Janeiro de 2008 tem como anunciante a Honda, pertencente à categoria *empresas da área automóvel*; a edição de 31 de Julho de 2008 tem como anunciante a Royal; e a edição de 25 de Setembro de 2008 tem, mais uma vez, como anunciante a Honda.

Fig. 11 – Anunciante, patrocinador ou apoiante (valores em %)

Área do Anunciante	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Empresas – área de comunicação social	12,0	24,5	9,3	18,7	31,2	15,6	10,6	26,7	3,6	1,5	15,4
Empresas – área editorial	2,9	1,3	7,7	0,3	4,7	4,0	24,4	10,7	4,2	26,0	10,1
Instituições Públicas	8,2	12,4	5,1	12,4	10,7	21,0	5,3	3,7	1,3	3,5	9,0
Empresas – área banca privada	6,4	5,4	4,8	6,1	5,4	13,5	7,3	5,6	0,8	3,8	6,5
Empresas – área viagens/turismo	4,1	9,6	4,8	2,9	6,5	0,5	1,8	5,8	11,9	9,3	5,3
Empresas – área moda/beleza	1,8	2,2	4,8	0,8	3,9	2,6	5,1	2,6	18,7	10,0	4,9
Empresas – área serviços	7,4	3,8	16,4	8,9	6,0	3,5	2,3	3,5	1,8	2,2	4,8
Empresas – área informática/electrónica/electrodomésticos	9,1	1,1	2,6	6,8	0,8	1,0	7,1	3,3	12,2	4,3	4,6
Empresas – área alimentar	2,0	5,6	9,6	1,1	2,0	1,3	2,4	3,7	15,8	5,2	4,1
Empresas – área automóvel	2,4	3,3	1,9	2,4	2,6	6,0	3,2	5,8	10,4	3,2	4,0
Institutos/Universidades e Centros de Investigação Privados	2,3	2,9	1,3	5,0	2,3	12,9	0,5	1,9	–	1,6	3,3
Empresas – área cinema	3,6	2,6	–	–	0,2	–	8,1	1,4	0,3	1,3	2,4
Empresas – área comercial	2,7	2,8	3,5	0,5	1,8	0,5	4,1	4,2	1,0	1,0	2,3
Empresas – área espectáculos/jogos	8,9	3,8	1,9	3,7	3,3	–	0,4	0,2	–	1,2	2,3
Empresas – área decoração/mobiliário	1,2	1,1	2,9	0,8	0,8	0,4	4,3	0,5	2,3	1,6	1,7
Associações/Fundações – área cultural	0,8	2,2	0,6	4,2	0,9	1,0	0,8	0,5	0,8	1,8	1,3
Espectáculos/Eventos/Congressos/Feiras	3,2	2,0	1,3	–	2,0	0,4	0,8	0,9	–	1,6	1,3
Empresas – área farmacêutica	0,5	0,4	1,3	0,8	0,9	0,5	0,9	4,4	2,3	1,2	1,1
Empresas – área transportes e transportadoras	1,7	1,0	1,0	4,7	2,3	0,9	0,3	0,2	0,3	–	1,1
Empresas – área operadores de telecomunicações e televisão	1,4	1,3	1,9	0,3	0,3	0,4	1,5	0,7	–	0,6	0,9
Empresas – área imobiliário	0,6	0,7	1,0	2,1	0,6	1,2	0,1	1,2	–	0,4	0,7
Empresas – área seguros	0,2	0,4	–	0,5	0,3	1,1	–	0,7	–	0,7	0,4
Associações/Fundações – área profissional	0,5	0,8	–	1,1	0,3	0,5	–	0,7	–	0,3	0,4
Associações/Fundações – área educação/desenvolvimento	0,2	–	–	0,3	–	1,0	0,6	0,2	–	–	0,3
Sindicatos	1,1	–	–	1,3	0,9	–	–	–	–	–	0,3
Associações/Fundações – área saúde	–	0,1	–	–	0,6	0,9	0,1	0,2	–	0,4	0,3
Associações/Fundações – área empresarial/industrial	0,3	–	–	0,3	–	0,2	0,1	0,2	–	–	0,1
Associações/Fundações – área TIC/telecomunicações/comunicações	0,2	–	–	0,8	0,2	0,1	–	0,2	–	–	0,1
Outros	7,4	2,9	8,0	4,5	2,9	1,5	4,7	3,5	9,4	7,1	4,8
Não identificado	7,3	5,6	8,0	8,9	5,9	7,8	3,3	6,7	2,9	9,9	6,4
Total	100 (660)	100 (717)	100 (311)	100 (380)	100 (663)	100 (821)	100 (1096)	100 (430)	100 (385)	100 (677)	100 (6140)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

* A classificação do anunciante das entidades privadas aqui apresentada foi obtida a partir da descrição/identificação do sem nome e áreas de actuação.

**5. DADOS RELATIVOS À IDENTIFICAÇÃO DO ANUNCIANTE⁴ –
– CARACTERIZAÇÃO DOS ANUNCIANTES POR ÁREA**

Da análise ao tipo de *anunciante* presente nas inserções publicitárias analisadas (fig. 11) verifica-se:

- ▶ Os *anunciantes* mais presentes na totalidade das inserções são: *empresas da área da comunicação social* (15,4%), sobretudo os próprios jornais e revistas em análise, com inserções relativas a produtos promovidos pelos próprios. Trata-se, pois, na maioria dos casos assinalados, de inserções publicitárias classificadas como autopromoção/iniciativas ou anúncios de outras empresas de comunicação social.
- ▶ Seguem-se as *empresas da área editorial* (10,1%), que compreendem editores livreiros e de música, distinguindo-se nesta área a revista Sábado e o jornal Sol.
- ▶ As instituições públicas⁵ representam na amostra 9% dos *anunciantes*, com mais inserções no Expresso (21%) e, a considerável distância, no Público, no JN (12,4% em ambos os casos) e no DN (10,7%).
- ▶ Seguem-se as *empresas da área da banca privada* (6,5%), com o Expresso e o Sol a deterem o maior investimento nesta categoria de *anunciantes*, e, a curta distância deste último, o Correio da Manhã e o Público.
- ▶ As *empresas da área das viagens/turismo* (5,3%) investem mais nas revistas Focus e Sábado e no diário Jornal de Notícias.
- ▶ Os *anunciantes* menos presentes, com menos de 1%, são: *empresas da área de operadores de telecomunicações e televisão, empresas da área do imobiliário, empresas da área dos seguros, associações/fundações da área profissional, associações/fundações da área da educação/desenvolvimento, sindicatos, associações/fundações da área da saúde, associações/fundações da área empresarial/industrial e associações/fundações da área das TIC/telecomunicações/comunicações.*

No total das publicações analisadas, registam-se 6,4% de inserções *sem identificação* do *anunciante*. A revista Sábado e o jornal Público detêm o maior número relativo de inserções *sem identificação* do *anunciante*.

Mais em particular:

- ▶ O Jornal de Notícias, o Público, o Diário de Notícias e o Expresso têm como *anunciantes* mais presentes as *empresas da área da comunicação social* e *instituições públicas*.
- ▶ O Sol e a Visão têm como *anunciantes* mais presentes *empresas da área da comunicação social* e *empresas da área editorial*.
- ▶ O Correio da Manhã tem como *anunciantes* mais presentes *empresas da área da comunicação social* e *empresas da área da informática/electrónica/electrodomésticos*.
- ▶ O 24 Horas tem como *anunciantes* mais presentes *empresas da área dos serviços* e *empresas da área alimentar*.
- ▶ A revista Focus tem como *anunciantes* mais presentes *empresas da área da moda/beleza* e *empresas da área alimentar*.
- ▶ A revista Sábado tem como *anunciantes* mais presentes *empresas da área editorial* e *empresas da área da moda/beleza* (fig. 11).
- ▶ A maior parte das inserções publicitárias (62,5%) identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e do logótipo*.
- ▶ Esta tendência é transversal à maioria das publicações analisadas, excepto no Sol e na Focus, que identificam maioritariamente o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *nome*, sendo esta a segunda categoria mais presente na amostra (30,9%).
- ▶ A terceira categoria mais presente diz respeito às inserções que *não identificam o anunciante, patrocinador ou apoiante* (6,3%), estando presente em todas as publicações.
- ▶ Apenas se regista *outra* forma de identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* no Jornal de Notícias (0,3%). Trata-se de duas inserções das edições de 31 de Maio e 30 de Junho de 2008, a primeira na secção *Cultura* e a segunda na secção *Nacional* (fig. 12).

No que diz respeito à identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* nas inserções qualificadas de *anúncios* (fig. 13), verifica-se:

- ▶ A grande maioria dos *anúncios* identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e logótipo* (91,3%).

Fig. 12 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante*, por publicação (valores em %)

Identificação do <i>anunciante, patrocinador ou apoiante</i>	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado por nome e logótipo	76,1	75,9	66,6	78,7	62,1	84,9	38,1	63,3	46,2	45,9	62,5
Identificado pelo nome	16,5	18,4	25,7	12,4	31,7	7,2	58,3	29,8	50,6	44,2	30,9
Identificado por logótipo	0,2	0,3	–	–	0,5	0,1	0,3	0,2	0,3	–	0,2
Outra Identificação	–	0,3	–	–	–	–	–	–	–	–	0,03
Não Identificado	7,3	5,2	7,7	8,9	5,7	7,8	3,3	6,7	2,9	9,9	6,3
Total	100 (660)	100 (717)	100 (311)	100 (380)	100 (663)	100 (821)	100 (1096)	100 (430)	100 (385)	100 (677)	100 (6140)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

⁴ A classificação do *anunciante* das entidades privadas aqui apresentada foi obtida a partir da descrição/identificação do seu nome e áreas de actuação.

⁵ Ver lista de entidades em anexo.

Fig. 13 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante nos anúncios*, por publicação (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado por nome e logótipo	90,5	89,2	82,4	87,2	91,3	95,9	91,6	93,5	94,4	93,7	91,3
Identificado pelo nome	8,3	9,0	17,1	10,6	8,1	3,5	6,9	3,9	1,9	5,1	7,4
Identificado por logótipo	0,2	0,4	–	–	0,3	–	–	–	–	–	0,1
Outra identificação	–	0,4	–	–	–	–	–	–	–	–	0,1
Não Identificado	1,0	0,9	0,5	2,3	0,3	0,6	1,6	2,6	3,7	1,2	1,1
Total	100 (504)	100 (455)	100 (216)	100 (265)	100 (320)	100 (664)	100 (321)	100 (231)	100 (54)	100 (253)	100 (3283)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *anúncios* = 3283. Valores em percentagem.

- ▶ 7,4% dos anúncios identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *nome*. Apenas 1,1% dos *anúncios* nas publicações analisadas não identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante*.
- ▶ Com valores residuais, surgem os *anúncios* que apenas identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *logótipo* (0,1%), casos apenas registados no Correio da Manhã, no Jornal de Notícias e no Diário de Notícias.
- ▶ O Jornal de Notícias é a única publicação que identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através de *outra* forma para além das mencionadas. Trata-se das duas inserções já mencionadas acima.
- ▶ Também no que diz respeito às inserções qualificadas de *publicidade redigida*, a maior parte (88,8%) identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e logótipo*. Nos casos do 24 Horas e do Sol, corresponde à totalidade das suas inserções qualificadas de *publicidade redigida*.
- ▶ Seguem-se as inserções que identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através apenas do *nome* (10,3%), sendo que nos casos da Visão e da Sábado corresponde à totalidade das inserções de *publicidade redigida*.
- ▶ O Diário de Notícias é a única publicação que, nestas inserções, identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *logótipo* (3,7%). Trata-se de um comunicado

do Ministério do Trabalho e da Segurança Social no dia 30 de Julho de 2008, na secção *Portugal* (fig. 14).

- ▶ As inserções publicitárias qualificadas de *patrocínio/apoio/colaboração* identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas pelo *nome* em 40,4%. No caso do 24 Horas esta modalidade é utilizada na totalidade das inserções qualificadas de *patrocínio/apoio/colaboração* (apenas dois casos).

O Expresso regista, na amostra, 82,4%⁶ dos *patrocínios/apoios/colaborações* em que *não identifica o anunciante, patrocinador ou apoiante*.

- ▶ Seguem-se as inserções que identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e do logótipo*, em 33,3%. Neste tipo de inserções do Correio da Manhã, do Diário de Notícias e da Sábado, o *anunciante, patrocinador ou apoiante* é exclusivamente identificado através do *nome e logótipo*.
- ▶ A Visão, no que respeita a estas inserções, faz, na amostra, a identificação de uma inserção através do *logótipo* (fig. 15).

Fig. 16 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante nas peças realizadas a convite*

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante	Público	Total
Identificado pelo nome	1	1
Total	1	1

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *peças realizadas a convite* = 1. Valores em números absolutos.

Fig. 14 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante em peças de publicidade redigida* (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Sábado	Total
Identificado por nome e logótipo	93,8	89,5	100,0	82,6	92,6	87,5	100,0	–	–	88,8
Identificado pelo nome	6,3	10,5	–	17,4	3,7	12,5	–	100,0	100,0	10,3
Identificado por logótipo	–	–	–	–	3,7	–	–	–	–	0,9
Total	100 (16)	100 (19)	100 (4)	100 (23)	100 (27)	100 (16)	100 (9)	100 (1)	100 (1)	100 (116)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *publicidade redigida* = 116. Valores em percentagem.

Fig. 15 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante nas inserções publicitárias qualificadas de patrocínio/apoio/colaboração* (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante	Correio da Manhã	24 Horas	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado pelo nome	–	100,0	–	–	64,0	–	71,4	–	40,4
Identificado por nome e logótipo	100,0	–	100,0	17,6	36,0	–	28,6	100,0	33,3
Identificado por logótipo	–	–	–	–	–	100,0	–	–	1,8
Não Identificado	–	–	–	82,4	–	–	–	–	24,6
Total	100 (1)	100 (2)	100 (1)	100 (17)	100 (25)	100 (1)	100 (7)	100 (3)	100 (57)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *patrocínio/apoio/colaboração* = 57. Valores em percentagem.

⁶ Os 14 casos identificados dizem respeito ao Expresso dos dias 07.06.2008 e 21.06.2008, que têm como anunciantes Expresso/EDP.

Fig. 17 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* em peças de *autopromoção/iniciativas* (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado por nome e logótipo	21,2	62,1	34,8	52,3	32,8	33,6	25,5	34,2	13,3	31,5	37,4
Identificado pelo nome	37,5	21,1	15,2	15,9	51,1	24,5	43,6	46,2	33,3	51,9	36,5
Identificado por logótipo	–	–	–	–	0,4	–	2,7	–	–	–	0,4
Não Identificado	41,3	16,8	50,0	31,8	15,7	41,8	28,2	19,7	53,3	16,7	25,7
Total	100 (104)	100 (190)	100 (46)	100 (88)	100 (235)	100 (110)	100 (110)	100 (117)	100 (15)	100 (108)	100 (1123)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *autopromoção/iniciativas* = 1123. Valores em percentagem.

- ▶ A única inserção publicitária qualificada de *peça realizada a convite* pertence ao jornal Público e identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas pelo *nome*. Diz respeito à edição de 16 de Maio de 2008, encontra-se na secção *Portugal* e o *anunciante* é a Sociedade Ponto Verde (fig. 16).
- ▶ Em termos gerais, as *autopromoção/iniciativas* identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e do logótipo* (37,4%); 25,7% não o identificam, sendo a Focus, o 24 Horas, o Correio da Manhã, o Expresso e o Público as publicações que menos identificam o *anunciante* nas *autopromoção/iniciativas*.
- ▶ Muito próximas estão as *autopromoção/iniciativas* que identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas pelo *nome* (36,5%). Esta modalidade tem maior peso relativo nas inserções do Diário de Notícias (51,1%), do Sol (43,6%), da Visão (46,2%) e da Sábado (51,9%).
- ▶ No Correio da Manhã, no 24 Horas, no Expresso e na Focus, as *autopromoção/iniciativas*, na maior parte das vezes, *não identificam o anunciante, patrocinador ou apoiante* (41,3%, 50%, 41,8% e 53,3%, respectivamente).
- ▶ O Diário de Notícias e o Sol são as únicas publicações que registam *autopromoção/iniciativas* em que o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas é identificado através do *logótipo* (fig. 17).
- ▶ Em 81,1% das inserções qualificadas de *informação comercial* o *anunciante, patrocinador ou apoiante* é identificado apenas pelo *nome* da marca.
- ▶ Seguem-se as inserções cuja marca – *anunciante, patrocinador ou apoiante* – é identificado pelo *nome e pelo logótipo*, com 15,5%.
- ▶ Apenas o Expresso identifica a marca – *anunciante, patrocinador ou apoiante* – através do *logótipo*, sem referência ao *nome*, em 12,5% das suas inserções de *informação comercial* (embora num número reduzido de casos).
- ▶ Em 2,1% das inserções do Jornal de Notícias, 0,4% da Focus e 15,8% da Sábado *não é identificado o anunciante, patrocinador ou apoiante* (fig. 18).
- ▶ Em termos gerais, as inserções qualificadas de *publireportagem* identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *nome* (53,4%). Esta modalidade está presente na totalidade das *publireportagens* do Jornal de Notícias, do 24 Horas e do Expresso (embora num número reduzido de casos).
- ▶ Em 46,6% do total, as *publireportagens* identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* através do *nome e do logótipo*. A Visão e a Focus optam maioritariamente por esta modalidade, em 66,7% e 54,2% dos casos, respectivamente (fig. 19).

A qualificação de *outro* tipo de inserções publicitárias (fig. 20) observa-se nos casos em que não é possível classificá-las nas categorias pré-definidas. No entanto, importa referir que a maior parte destas inserções publicitárias *não tem a referência “Publicidade”*, assim como, em grande parte, apresentam *figuras públicas associadas a marcas ou serviços* (fig. 22). Sendo assim, observa-se:

Fig. 18 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* nas peças de *informação comercial* (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante/marca*	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado pelo nome	87,1	95,8	86,7	85,5	62,5	87,9	85,9	64,4	75,3	81,1
Identificado por nome e logótipo	12,9	2,1	13,3	14,5	25,0	12,1	14,1	35,2	8,9	15,5
Identificado por logótipo	–	–	–	–	12,5	–	–	–	–	0,1
Não Identificado	–	2,1	–	–	–	–	–	0,4	15,8	3,4
Total	100 (31)	100 (48)	100 (30)	100 (62)	100 (8)	100 (628)	100 (71)	100 (247)	100 (291)	100 (1416)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *informação comercial* = 1416. Valores em percentagem.

* As peças de *informação comercial* promovem produtos e bens, sendo geralmente mencionada a respectiva *marca*.

Fig. 19 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* na *publireportagem* (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante/marca*	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado pelo nome	–	100,0	100,0	87,5	100,0	50,0	33,3	45,8	62,5	53,4
Identificado por nome e logótipo	100,0	–	–	12,5	–	50,0	66,7	54,2	37,5	46,6
Total	100 (1)	100 (1)	100 (1)	100 (8)	100 (2)	100 (2)	100 (9)	100 (48)	100 (16)	100 (88)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias qualificadas de *publireportagem* = 88. Valores em percentagem.

Fig. 20 – Identificação do *anunciante, patrocinador ou apoiante* em outras *inserções publicitárias* por publicação (valores em %)

Identificação do anunciante, patrocinador ou apoiante/marca*	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Identificado por nome e logótipo	100,0	50,0	41,7	100,0	70,0	100,0	100,0	71,4	100,0	71,4
Identificado pelo nome	–	50,0	58,3	–	30,0	–	–	21,4	–	26,8
Identificado por logótipo	–	–	–	–	–	–	–	7,1	–	1,8
Total	100 (3)	100 (4)	100 (12)	100 (3)	100 (10)	100 (4)	100 (1)	100 (14)	100 (5)	100 (56)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de *outras inserções publicitárias* = 56. Valores em percentagem.

- ▶ Em 71,4% do total de outras inserções observadas, o *anunciante, patrocinador ou apoiante* é identificado através do *nome e do logótipo*. No Correio da Manhã, no Público, no Expresso, no Sol e na Sábado isto acontece na totalidade destas inserções.
- ▶ Seguem-se as *outras inserções* que identificam o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *nome* (26,8%), modalidade presente apenas no Jornal de Notícias, no 24 Horas, no Diário de Notícias e na Focus.
- ▶ A Focus é a única publicação que, no âmbito das *outras inserções*, identifica o *anunciante, patrocinador ou apoiante* apenas através do *logótipo*, em 7,1% dos casos.

- ▶ As revistas semanais são as publicações que têm globalmente menos *anúncios, patrocínios ou apoios de instituições públicas* face ao seu número total de inserções publicitárias, tendo a Visão 4,7%, a Sábado 3,7% e a Focus 1,3% (fig. 21).

6. DADOS RELATIVOS AOS ANUNCIANTES ORIUNDOS OU COM PARTICIPAÇÃO DE INSTITUIÇÕES PÚBLICAS, POR CATEGORIA

Como verificado na fig. 11, apenas em 9,6% do total de inserções publicitárias analisadas o anunciante é uma *instituição pública*, seja através de anúncio, patrocínio ou apoio.

Fig. 21 – Anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas**

Presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* = 592.
Valores em percentagem.

* As instituições públicas anunciantes nas publicações abrangidas no estudo constam do Anexo 2. Nota: as 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as *instituições públicas* surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o principal anunciante.

- ▶ Em 9,6% do total de inserções publicitárias analisadas o anunciante é uma *instituição pública*, seja através de anúncio, patrocínio ou apoio.
- ▶ O Expresso é a publicação que, na amostra, regista, proporcionalmente, maior percentagem de *anúncios, patrocínios ou apoios de instituições públicas* (23,1%).
- ▶ Seguem-se o Jornal de Notícias, o Público e o Diário de Notícias, com 13,1%, 12,4% e 11,3% respectivamente.
- ▶ Com um peso menor encontram-se o Correio da Manhã, o Sol e o 24 Horas (8,5%, 5,7% e 5,5% respectivamente).

Tendo em conta os dados da fig. 22, importa identificar, por categorias, quem são os *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas* presentes nas inserções publicitárias analisadas. Assim, dos 9,6% de inserções publicitárias de *instituições públicas*:

- ▶ A categoria mais presente diz respeito aos *municípios e outras instituições autárquicas*, com 30,1%. Esta categoria está presente em todas as publicações, excepto na Visão.
- ▶ Seguem-se as *universidades e centros de investigação estatais*, com 24,8%. No 24 Horas e na Focus não há presença destas instituições na qualidade de *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes*.
- ▶ A terceira categoria é *Governo e serviços de Estado*, com 22,6%.
- ▶ A quarta categoria refere-se à *banca e empresas com capitais públicos*, com 19,1%. Todas as publicações têm inserções com presença destas instituições, destacando-se o Expresso, a Visão, a Focus e a Sábado.
- ▶ De notar, ainda, que apenas o Correio da Manhã, o Sol e a Sábado têm *órgãos de comunicação social de serviço públicos* como *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes* (1,8%, 1,6% e 8%, respectivamente).
- ▶ Já no que respeita a *entidades reguladoras*, o Público e o Diário de Notícias são as únicas publicações com presença nesta categoria (2,1 e 1,3%, respectivamente), tratando-se da Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos e da Autoridade da Concorrência.
- ▶ A *Presidência da República* também está presente em apenas uma publicação, o Expresso (0,5%) (fig. 22).

Fig. 22 – Instituições públicas anunciantes agrupadas por categorias (valores em %)

Anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Municípios e outras instituições autárquicas	42,9	54,3	88,2	38,3	34,7	7,4	23,8	–	60	48	30,1
Universidades e centros de investigação estatais	3,6	3,2	–	29,8	4	55,8	25,4	10	–	4	24,8
Governo e serviços do Estado	42,9	28,7	–	21,3	38,7	8,4	27	35	–	16	22,6
Banca e empresas com capitais públicos	8,9	12,8	11,8	8,5	17,3	25,3	15,9	55	40	24	19,1
Assembleia da República	–	1,1	–	–	1,3	1,6	4,8	–	–	–	1,4
Comissão Europeia	–	–	–	–	2,7	1,1	1,6	–	–	–	0,8
Órgãos de comunicação social de serviço público	1,8	–	–	–	–	–	1,6	–	–	8	0,7
Entidades reguladoras	–	–	–	2,1	1,3	–	–	–	–	–	0,3
Presidência da República	–	–	–	–	–	0,5	–	–	–	–	0,2
Total	100 (56)	100 (94)	100 (17)	100 (47)	100 (75)	100 (190)	100 (63)	100 (20)	100 (5)	100 (25)	100 (592)

Notas: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções com anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública = 592. Valores em percentagem.

As 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de instituições públicas são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as instituições públicas surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o anunciante principal.

Mais em particular:

- ▶ No Correio da Manhã, as instituições autárquicas e o Governo e serviços do Estado possuem o mesmo peso nas inserções publicitárias de instituições públicas neste jornal – cada uma com 42,9%, a grande distância das outras categorias de instituições públicas que possuem, neste jornal, peso residual como anunciantes.
- ▶ No Diário de Notícias, o peso destas duas categorias na publicidade de instituições públicas é menor, situando-se em 34,7% para os municípios e outras instituições autárquicas e 38,7% para o Governo e serviços do Estado.
- ▶ No Público, a maior fatia de publicidade de instituições públicas distribui-se maioritariamente pelas categorias municípios e outras instituições autárquicas (38,3%), universidades e centros de investigação estatais (29,8%) e Governo e serviços do Estado (21,3%).
- ▶ No Jornal de Notícias, a maior fatia das inserções publicitárias de instituições públicas vai para municípios e outras instituições autárquicas (54,3%), seguindo-se, a considerável distância, o Governo e serviços do Estado (28,7%) e a banca e empresas com capitais públicos (12,8%).
- ▶ No Expresso, a publicidade de universidades e centros de investigação estatais constitui a maior fatia, representando 55,8% da publicidade de instituições públicas neste jornal, distribuindo-se a restante publicidade de instituições públicas por municípios e outras instituições autárquicas (7,4%), Governo e serviços estatais (8,4%), banca e empresas com capitais públicos (25,3%), possuindo as restantes categorias de instituições públicas consideradas valor residual.
- ▶ No Sol, a publicidade de municípios e outras instituições autárquicas, universidades e centros de investigação estatais e Governo e serviços estatais possui valores aproximados (23,8%, 25,4% e 27%, respectivamente), a que se segue a publicidade da banca e empresas com capitais públicos, com 15,9% de inserções publicitárias de instituições públicas neste jornal.
- ▶ Na revista Focus e no diário 24 Horas, apenas duas categorias de instituições públicas são anunciantes, representando os municípios e outras instituições autárquicas 60% da publicidade de instituições públicas na primeira e 88,2% no segundo; sendo na Focus os restantes 40% publicidade da banca e empresas com capitais públicos, e no 24 Horas os restantes 11,8% da mesma categoria de instituições públicas.
- ▶ Na revista Visão existem três categorias de instituições públicas como anunciantes, pertencendo a maior fatia de publicidade destas instituições à banca e empresas de capitais públicos (55%), ao Governo e serviços estatais (35%), a grande distância de universidades e estabelecimentos de investigação estatais (10%) (fig. 22).
- ▶ Apenas 1,4% das inserções publicitárias na amostra analisada têm presença de figuras públicas associadas a marcas ou serviços.
- ▶ A maior parte destas inserções (73%) apresenta as figuras públicas em imagem e texto.
- ▶ No Público, no Sol e na Visão esta modalidade representa a totalidade dos casos (número de casos é residual). Como exemplo desta situação, indicamos o Expresso do dia 12 de Abril de 2008, com uma inserção que faz publicidade ao BES e onde se apresenta uma fotografia do futebolista Cristiano Ronaldo, assim como a referência ao nome.
- ▶ A segunda categoria mais presente apresenta as figuras públicas associadas a marcas ou serviços apenas em texto (15,7%). Como exemplo, apresentamos uma inserção do Diário de Notícias do dia 14 de Agosto de 2008, na secção Economia, que associa o nome da atleta Vanessa Fernandes à Volkswagen: “A Volkswagen patrocina a Vanessa Fernandes”. Esta prática apenas está presente no Jornal de Notícias, no 24 Horas, no Diário de Notícias, na Focus e na Sábado, sendo que nesta última a representação em texto regista o mesmo peso que a representação simultânea em imagem e texto (42,9%).

Fig. 23 – Inserções publicitárias com *presença de figuras públicas* associadas a marcas ou serviços por publicação (valores em %)

Publicidade associada a figuras públicas	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Figuras públicas associadas a marcas ou serviços (imagem e texto)	80,0	40,0	71,4	100,0	77,8	93,8	100,0	100,0	60,0	42,9	73,0
Figuras públicas associadas a marcas ou serviços (texto)	-	20,0	23,8	-	11,1	-	-	-	20,0	42,9	15,7
Figuras públicas associadas a marcas ou serviços (imagem)	20,0	40,0	4,8	-	11,1	6,3	-	-	20,0	14,3	11,2
Total	100 (10)	100 (5)	100 (21)	100 (1)	100 (9)	100 (16)	100 (4)	100 (4)	100 (5)	100 (14)	100 (89)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias com *figuras públicas* associadas a marcas ou serviços = 89. Valores em percentagem.

► Por último, encontram-se as inserções com presença de *figuras públicas associadas a marcas ou serviços* apresentadas apenas em *imagem* (11,2%). No caso do Jornal de Notícias, esta modalidade tem um peso semelhante àquela que representa as *figuras públicas associadas a marcas ou serviços* em *imagem e texto* em simultâneo (40%). Apenas o Público, o Sol e a Visão não registam este tipo de representação (fig. 23).

7. DADOS RELATIVOS AO PRINCÍPIO DA SEPARAÇÃO ENTRE CONTEÚDOS PUBLICITÁRIOS E CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS

Nos termos do artigo 28.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro):

“Toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra ‘Publicidade’ ou das letras ‘PUB’, em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante”.

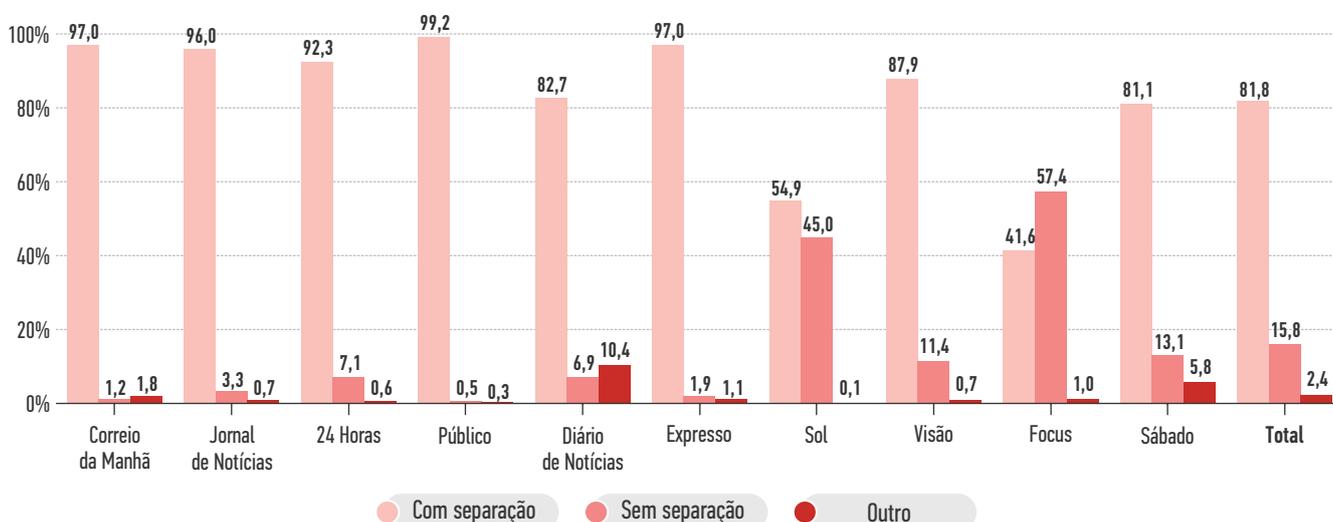
Os dados seguintes pretendem verificar, nas publicações analisa-

das, a observância do princípio da separação e da identificabilidade dos conteúdos publicitários face a conteúdos jornalísticos.

A variável *separação* é composta pelas categorias *com separação diferenciada* (assinada com grafismo diferente dos textos noticiosos da página – esquadria, filete, cor de fundo, etc.); *sem separação diferenciada* (não assinada com grafismo diferente dos textos noticiosos da página – esquadria, filete, cor de fundo, etc.); *outra* (modalidade de separação).

- Em 81,8% das inserções publicitárias *existe separação* entre conteúdos publicitários e conteúdos jornalísticos.
- No Público, as inserções *com separação* atingem os 99,2%.
- As publicações que registam um peso menor de inserções publicitárias *com separação* são o Sol (54,9%) e a Focus (41,6%).
- Seguem-se as inserções *sem separação*, com 15,8% do total. Destacam-se a Focus (57,4%), o Sol (45%), a Sábado (13,1%), a Visão (11,4%), o 24 Horas (7,1%) e o Diário de Notícias (6,9%).

Fig. 24 – Princípio da separação nas inserções publicitárias



Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

▶ Existem ainda 2,4% com *outro* tipo de separação, especialmente presente no Diário de Notícias (10,4%) e na Sábado (5,8%) (fig. 24).

De forma a exemplificar os casos de inserções com *outro* tipo de separação, veja-se:

- ▶ As edições do Diário de Notícias dos dias 13 de Outubro, 28 de Outubro, 12 de Novembro, 12 de Dezembro e 27 de Dezembro de 2008 na secção *Iniciativas*, classificadas como *autopromoção/iniciativas*, que promovem produtos associados ao jornal, sendo este o *anunciante*, e que graficamente surgem como uma notícia.
- ▶ O mesmo sucede com as edições do Expresso dos dias 15 de Março, 15 de Agosto, 13 de Setembro, 27 de Setembro, 11 de Outubro, 25 de Outubro, 8 de Novembro, 22 de Novembro e 6 de Dezembro de 2008, constantes da secção *Iniciativa Expresso*.
- ▶ No caso da revista Sábado, trata-se das inserções qualificadas de *capa falsa* (ver alínea h), inseridas numa badana, ou seja, parte da capa é dobrada, descobrindo-se no seu interior o anunciante.
- ▶ *Outro* tipo de separação pode ser encontrado na revista Focus de 8 de Outubro de 2008, onde se promove um produto associado à revista, ocupando uma página inteira. Semelhante caso encontra-se na edição desta revista de 3 de Dezembro de 2008, onde se promove a aquisição de um produto associado à venda da mesma.
- ▶ O mesmo tipo de separação (página inteira) pode ser encontrado na edição de 16 de Fevereiro de 2008 do jornal Sol, inserção qualificada de *publireportagem*, cujo anunciante é Skip.
- ▶ Também na Visão, edição de 14 de Agosto de 2008, se identifica uma *publireportagem* mencionando várias empresas de for-

necimento de serviços a animais, que por ocupar seis páginas se considera como tendo *outro* tipo de separação (fig. 24).

- ▶ A maioria das inserções publicitárias *com separação diferenciada* encontra-se em *página ímpar* (52,1%).
- ▶ Seguem-se as inserções em *página par* (28,3%), sendo que é nestas páginas que a revista Focus apresenta maioritariamente as suas inserções publicitárias *com separação diferenciada*.
- ▶ Em terceiro lugar surgem na *capa* (11,2%), com destaque para o 24 Horas, representando a segunda localização preferencial para as inserções *com separação diferenciada* (22,6%).
- ▶ As inserções publicitárias *com separação diferenciada* surgem ainda com algum peso na *última página*, representando 7,2%.
- ▶ Estas inserções surgem com menor peso em *ambas* as páginas (*página par* e *página ímpar*) e nas *páginas específicas* (fig. 25).
- ▶ Tal como as inserções publicitárias *com separação diferenciada*, também aquelas *sem separação diferenciada* se encontram maioritariamente em *páginas pares* (52,7%) e em *páginas ímpares* (37,3%), apesar da inversão na ordem sequencial.
- ▶ Distinguem-se pelo facto das inserções *sem separação diferenciada* surgirem em menos publicações quando localizadas na *capa*, registando presença apenas no 24 Horas, no Expresso (sendo a categoria com maior peso nesta publicação), na Visão e na Sábado.
- ▶ O mesmo acontece quando se trata da *última página*, estando as inserções *sem separação diferenciada* presentes apenas no 24 Horas, no Diário de Notícias, no Expresso e no Sol (fig. 26).

2,4% das inserções publicitárias analisadas têm *outro* tipo de separação (já exemplificadas acima). Destas:

- ▶ 41,4% estão em *páginas específicas*, seguindo-se aquelas em *página par* (30,3%) e em *página ímpar* (22,1%).

Fig. 25 – Inserções publicitárias *com separação diferenciada* por localização na publicação (valores em %)

Localização das inserções na publicação	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Página ímpar	56,9	44,3	48,4	64,2	53,1	39,9	51,5	66,1	41,3	60,8	52,1
Página par	19,4	35,9	17,8	13,5	20,4	38,3	28,4	26,5	46,9	33,7	28,3
Capa	15,8	10,8	22,6	11,9	11,9	10,7	13,5	6,6	4,4	3,1	11,2
Última página	7,7	8,3	11,1	9,0	12,0	10,7	6,5	–	–	–	7,2
Ambas	0,2	0,7	–	1,3	1,1	0,4	0,2	0,8	7,5	2,4	1,0
Página específica	0,2	–	–	–	1,5	–	–	–	–	–	0,2
Total	100 (640)	100 (688)	100 (287)	100 (377)	100 (548)	100 (796)	100 (602)	100 (378)	100 (160)	100 (549)	100 (5025)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias *com separação diferenciada* = 5025. Valores em percentagem.

Fig. 26 – Inserções publicitárias *sem separação diferenciada* por localização na publicação (valores em %)

Localização das inserções na publicação	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Página par	37,5	54,2	40,9	–	45,7	31,3	51,1	61,2	50,2	75,3	52,7
Página ímpar	62,5	45,8	45,5	100,0	45,7	18,8	47,7	4,1	28,5	11,2	37,3
Ambas	–	–	4,5	–	2,2	–	1,0	22,4	21,3	11,2	7,7
Capa	–	–	4,5	–	–	37,5	–	12,2	–	2,2	1,5
Última página	–	–	4,5	–	6,5	12,5	0,2	–	–	–	0,7
Total	100 (8)	100 (24)	100 (22)	100 (2)	100 (46)	100 (16)	100 (493)	100 (49)	100 (221)	100 (89)	100 (970)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias *sem separação diferenciada* = 970. Valores em percentagem.

Fig. 27 – Inserções publicitárias com *outro tipo de separação* por localização na publicação (valores em %)

Localização das inserções na publicação	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Página específica	50,0	60,0	–	100,0	52,2	44,4	–	33,3	50,0	17,9	41,4
Página par	25,0	20,0	–	–	17,4	55,6	–	33,3	–	56,4	30,3
Página ímpar	25,0	20,0	100,0	–	30,4	–	100,0	33,3	25,0	5,1	22,1
Ambas	–	–	–	–	–	–	–	–	25,0	12,8	4,1
Capa	–	–	–	–	–	–	–	–	–	7,7	2,1
Total	100 (12)	100 (5)	100 (2)	100 (1)	100 (69)	100 (9)	100 (1)	100 (3)	100 (4)	100 (39)	100 (145)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias com *outro tipo de separação* = 145. Valores em percentagem.

- ▶ Com menos peso encontram-se as inserções em *ambas* as páginas (*página par* e *página ímpar*) (4,1%) e na *capa* (2,1%).
- ▶ O Diário de Notícias e a revista Sábado são as publicações que mais utilizam *outro* tipo de separação (69% e 39%, respectivamente).
- ▶ Apenas a Focus e a Sábado registam *outro* tipo de separação em *ambas* as páginas (25% e 12,8%, respectivamente).
- ▶ A Sábado é a única publicação que tem *outro* tipo de separação na *capa* (7,7%).
- ▶ O 24 Horas e o Sol apenas têm *outro* tipo de separação em *página ímpar*, e o Público apenas em *página específica* (fig. 27).
- ▶ Das 592 inserções publicitárias com *anunciante, patrocinador ou apoiante de instituições públicas*, 577, ou seja, 97,5%, têm *separação diferenciada*.
- ▶ As *instituições públicas* mais presentes neste tipo de inserções publicitárias são *municípios e instituições camarárias* (29,1%), *universidades e centros de investigação estatais* (25,5%), *Governo e serviços do Estado* (22,7%) e *banca e empresas com capitais públicos* (19,2%) (fig. 28).

Das 592 inserções publicitárias com *anunciante, patrocinador ou apoiante de instituições públicas*, apenas 14 *não têm separação diferenciada* (fig. 29). Destas:

- ▶ Seis registos pertencem ao Diário de Notícias e os *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes* encontram-se nas categorias *municípios e instituições camarárias* (quatro) e *Governo e serviços do Estado* (dois).
- ▶ Cinco registos pertencem ao Sol e os *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes* encontram-se nas categorias *municípios e*

Fig. 28 – Inserções publicitárias com *separação diferenciada* por anunciante, patrocinador ou apoiante de uma *instituição pública* (valores em %)

Anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Municípios e instituições camarárias	42,9	53,8	88,2	38,3	30,9	7,4	19,0	–	60,0	48,0	29,1
Universidades e centros de investigação estatais	3,6	3,2	–	29,8	4,4	56,1	27,6	10,5	–	4,0	25,5
Governo e serviços do Estado	42,9	29,0	–	21,3	39,7	8,5	29,3	31,6	–	16,0	22,7
Banca e empresas com capitais públicos	8,9	12,9	11,8	8,5	19,1	24,9	15,5	57,9	40,0	24,0	19,2
Assembleia da República	–	1,1	–	–	1,5	1,6	5,2	–	–	–	1,4
Comissão Europeia	–	–	–	–	2,9	1,1	1,7	–	–	–	0,9
Órgãos de comunicação social de serviço público	1,8	–	–	–	–	–	1,7	–	–	8,0	0,7
Entidades reguladoras	–	–	–	2,1	1,5	–	–	–	–	–	0,3
Presidência da República	–	–	–	–	–	0,5	–	–	–	–	0,2
Total	100 (56)	100 (93)	100 (17)	100 (47)	100 (68)	100 (189)	100 (58)	100 (19)	100 (5)	100 (25)	100 (577)

Notas: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias com *separação diferenciada* = 5025; número total de inserções publicitárias com *anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública* = 592; número total de inserções publicitárias com *separação diferenciada* e com *anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública* = 577. Valores em percentagem.

As 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as *instituições públicas* surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o anunciante principal.

Fig. 29 – Inserções publicitárias *sem separação diferenciada* por anunciante, patrocinador ou apoiante de uma *instituição pública*

Anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública	Jornal de Notícias	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Total
Municípios e instituições camarárias	1	4	–	4	–	9
Governo e serviços do Estado	–	2	–	–	1	3
Banca e empresas com capitais públicos	–	–	1	1	–	2
Total	1	6	1	5	1	14

Notas: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias *sem separação diferenciada* = 970; número total de inserções publicitárias com *anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública* = 592; número total de inserções publicitárias *sem separação diferenciada* e com *anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública* = 14. Valores em números absolutos.

As 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as *instituições públicas* surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o anunciante principal.

instituições camarárias (quatro) e *banca e empresas com capitais públicos* (um).

- ▶ Um registo pertence ao Jornal de Notícias e o *anunciante, patrocinador ou apoiante* encontra-se na categoria *municípios e instituições camarárias*.
- ▶ Um registo pertence ao Expresso, e o *anunciante, patrocinador ou apoiante* encontra-se na categoria *banca e empresas com capitais públicos*.
- ▶ Um registo pertence à Visão e o *anunciante, patrocinador ou apoiante* encontra-se na categoria *Governo e serviços do Estado*.

Existe ainda uma inserção publicitária com *outro* tipo de separação cujo *anunciante, patrocinador ou apoiante* pertence a *municípios e instituições camarárias*. Trata-se da edição do Diário de Notícias do dia 1 de Fevereiro de 2008, na secção *Iniciativas*, inserção qualificada de *autopromoção/iniciativa* e cujo *anunciante* é a Câmara Municipal de Sintra.

8. DADOS RELATIVOS AO PRINCÍPIO DA IDENTIFICABILIDADE DOS CONTEÚDOS PUBLICITÁRIOS

Para efeitos do presente estudo, considera-se como *imediatamente identificável* aquela publicidade que se encontre identi-

cada com a referência “PUB” ou “Publicidade”. Não foram considerados os casos em que constavam os seguintes elementos:

- a) Filete de cor ou espessura distintas das usadas nos destinados a separar conteúdos editoriais.
- b) Mancha de cor diferente da usada em conteúdos editoriais.
- c) Outro separador gráfico distinto dos separadores usados em conteúdos editoriais.

Relativamente ao *princípio da identificabilidade* (fig. 30), observa-se:

- ▶ 72% das inserções publicitárias *não têm a referência “Publicidade”*. Estes casos são maioritários no Jornal de Notícias (98,6%), no Expresso (98,2%), no Sol (99,5%), na Visão (98,4%), no Focus (97,1%) e no Sábado (70,2%).
- ▶ Em segundo lugar surgem as inserções publicitárias *imediatamente identificáveis, com a referência “Publicidade”* (25,4%). Estes casos são maioritários no Correio da Manhã (79,1%), no 24 Horas (69,1%), no Público (60,8%) e no Diário de Notícias (61,5%).
- ▶ As inserções que estão *identificadas como publireportagem* representam 0,1% do total e apenas estão presentes no Correio da Manhã (0,2%), no Sol (0,1%), na Visão (0,5%) e no Sábado (0,6%).
- ▶ Todas as publicações, excepto o Sol, têm *outro* tipo de identificação, representando a terceira categoria mais presente,

Fig. 30 – Princípio da identificabilidade nas inserções publicitárias por publicação (valores em %)

Princípio da identificabilidade	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Sem referência a Publicidade	18,9	98,6	30,2	38,9	26,5	98,2	99,5	98,4	97,1	70,2	72,0
Com referência a Publicidade	79,1	0,7	69,1	60,8	61,5	0,6	0,4	0,9	1,8	23,5	25,4
Identificada como Publireportagem	0,2	-	-	-	-	-	0,1	0,5	-	0,6	0,1
Outro	1,8	0,7	0,6	0,3	11,9	1,2	-	0,2	1,0	5,8	2,5
Total	100 (660)	100 (717)	100 (311)	100 (380)	100 (663)	100 (821)	100 (1096)	100 (430)	100 (385)	100 (677)	100 (6140)

Nota: número total de inserções publicitárias = 6140. Valores em percentagem.

Fig. 31 – Inserções publicitárias, de uma instituição pública, sem a referência “Publicidade” (valores em %)

Anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Expresso	Sol	Visão	Focus	Sábado	Total
Universidades e centros de investigação estatais	-	3,2	-	27,8	-	55,8	25,4	10,0	-	11,1	32,4
Municípios e instituições camarárias	100,0	54,3	66,7	38,9	50,0	7,4	23,8	-	60,0	55,6	24,8
Banca e empresas com capitais públicos	-	12,8	33,3	5,6	-	25,3	15,9	55,0	40,0	11,1	20,9
Governo e serviços do Estado	-	28,7	-	22,2	50,0	8,4	27,0	35,0	-	11,1	18,5
Assembleia da República	-	1,1	-	-	-	1,6	4,8	-	-	-	1,7
Comissão Europeia	-	-	-	-	-	1,1	1,6	-	-	-	0,7
Órgãos de comunicação social de serviço público	-	-	-	-	-	-	1,6	-	-	11,1	0,5
Entidades reguladoras	-	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-	0,2
Presidência da República	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,2
Total	100 (1)	100 (94)	100 (3)	100 (18)	100 (8)	100 (190)	100 (63)	100 (20)	100 (5)	100 (9)	100 (411)

Notas: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias sem a referência “Publicidade” = 4419; número total de inserções publicitárias com anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública = 592; número total de inserções publicitárias sem a referência “Publicidade” e com anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública = 411. Valores em percentagem.

As 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as *instituições públicas* surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o anunciante principal.

ainda que residual (2,5%). Trata-se essencialmente de *autopromoção/iniciativas* de produtos associados às publicações.

Das 592 inserções publicitárias com *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas*, 411, ou seja, 69,4% não têm a referência “Publicidade” (fig. 31). Destas, verifica-se que:

- ▶ A maioria das inserções (32,4%) de *instituições públicas* não tendo a referência “Publicidade” tem como anunciante, patrocinador ou apoiante *universidades e centros de investigação estatais*.
- ▶ Seguem-se os *municípios e instituições camarárias* (24,8%).
- ▶ A terceira categoria de *instituições públicas* sem a referência “Publicidade” diz respeito a *banca e empresas com capitais públicos*, com 20,9%.
- ▶ As inserções sem referência a “Publicidade” oriundas do *Governo e serviços do Estado* representam 18,5%.

Mais em concreto:

- ▶ No Correio da Manhã, as únicas categorias de *instituições públicas* presentes com inserções não tendo a referência “Publicidade” são *municípios e instituições camarárias*.
- ▶ No Diário de Notícias, as únicas categorias de *instituições públicas* presentes com inserções sem referência a “Publicidade” são *Governo e serviços do Estado* e *municípios e instituições camarárias*.
- ▶ No Jornal de Notícias, no 24 Horas, no Público, na Focus e na Sábado as categorias de *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas* mais presentes, com inserções não tendo a referência “Publicidade”, são *municípios e instituições camarárias* (54,3%, 66,7%, 38,9%, 60% e 55,6%, respectivamente).
- ▶ No Expresso, a categoria de *instituições públicas* mais presente com inserções nas quais não consta a referência a “Publicidade” é *universidades e centros de investigação estatais* (55,8%).
- ▶ Na Visão, a categoria de *instituições públicas* mais presente com inserções sem a referência “Publicidade” é a *banca e empresas com capitais públicos* (55%) (fig. 31).

Das 592 inserções publicitárias com *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas*, 180, ou seja, 30,4% são imediatamente identificáveis e têm a referência “Publicidade” (fig. 32). Destas, verifica-se:

- ▶ Quase metade (41,7%) das inserções de *instituições públicas* imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade” tem como anunciante, patrocinador ou apoiante *municípios e instituições camarárias*.
- ▶ Seguem-se as inserções com *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes do Governo e serviços do Estado* (32,2%).
- ▶ A terceira categoria de *instituições públicas* cujas inserções são imediatamente identificáveis e possuem a referência “Publicidade” tem como *anunciante, patrocinador ou apoiante a banca e empresas com capitais públicos* (15%).
- ▶ Observa-se ainda com um peso considerável de inserções de *instituições públicas* imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade” tendo como *anunciante, patrocinador ou apoiante universidades e centros de investigação estatais* (7,8%).
- ▶ O Correio da Manhã e o Diário de Notícias registam como *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas* mais presentes com inserções imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade”, o *Governo e serviços do Estado* (43,6% e 37,9%, respectivamente) e os *municípios e instituições camarárias* (41,8% e 31,8%, respectivamente).
- ▶ Já o 24 Horas tem como *anunciante, patrocinador ou apoiante de instituições públicas* mais presente com inserções imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade”, *municípios e instituições camarárias* (92,9%).
- ▶ No Público são também os *municípios e instituições camarárias* os *anunciantes, patrocinadores ou apoiantes de instituições públicas* mais presentes (37,9%), com inserções imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade”, seguidos das *universidades e centros de investigação estatais* (31%).
- ▶ Da mesma forma, os *municípios e instituições camarárias* são as *instituições públicas* com mais inserções imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade” na Sábado (43,8%), seguindo-se a *banca e empresas com capitais públicos* (31,3%) (fig. 32).

Fig. 32 – Inserções publicitárias, de uma *instituição pública, imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade”* (valores em %)

Anunciante, patrocinador ou apoiante representante de uma instituição pública	Correio da Manhã	24 Horas	Público	Diário de Notícias	Sábado	Total
Municípios e instituições camarárias	41,8	92,9	37,9	31,8	43,8	41,7
Governo e serviços do Estado	43,6	–	20,7	37,9	18,8	32,2
Banca e empresas com capitais públicos	9,1	7,1	10,3	19,7	31,3	15,0
Universidades e centros de investigação estatais	3,6	–	31,0	4,5	–	7,8
Comissão Europeia	–	–	–	3,0	–	1,1
Órgãos de comunicação social de serviço público	1,8	–	–	–	6,3	1,1
Assembleia da República	–	–	–	1,5	–	0,6
Entidades reguladoras	–	–	–	1,5	–	0,6
Total	100 (55)	100 (14)	100 (29)	100 (66)	100 (16)	100 (180)

Notas: número total de inserções publicitárias = 6140; número total de inserções publicitárias imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade” ou “PUB” = 1560; número total de inserções publicitárias com anunciante, patrocinador ou apoiante de uma instituição pública = 592; número total de inserções publicitárias imediatamente identificáveis e com a referência “Publicidade” e com anunciante, patrocinador ou apoiante de uma *instituição pública* = 180. Valores em percentagem.

As 592 inserções com presença de anúncio, patrocínio ou apoio de *instituições públicas* são em número superior àquelas identificadas na fig. 11 (552 inserções), pois contabilizam-se os casos em que as *instituições públicas* surgem associadas a outras entidades privadas sem, no entanto, serem o anunciante principal.

Anexo 1

1. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A ANÁLISE DOS JORNAIS DIÁRIOS NACIONAIS

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, encontra-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de cinco jornais diários nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- ▶ Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- ▶ Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: são todos os jornais diários (Correio da Manhã, Jornal de Notícias, 24 Horas, Público e Diário de Notícias) publicados no ano de 2008.

Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população, devido a limitações de recursos humanos e de tempo, sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/14), logo o intervalo amostral será 14. O objectivo será analisar apenas um dia por quinzena. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 15, sendo a proporção da amostra na população igual a (1/15).

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 15 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 15 dias.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7,...,15}

Grupo 2 → {16,17,18,19,20,...,30}

Grupo 3 → {31,32,33,34,35,...,45}

...

Grupo N → {[$(N-1) \times 15$]+1, [$(N-1) \times 15$]+2, ..., [$(N-1) \times 15$]+14, N×15}

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 14, que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 2, o que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁷.

A esse número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral, e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números. {2, 17, 32, 47, 62, 77, 92, 107, 122, 137, 152, 167, 182, 197, 212, 227, 242, 257, 272, 287, 302, 317, 332, 347, 362}

O que corresponde a:

{4.^a feira (02-01-08); 5.^a feira (17-01-08); 6.^a feira (01-02-08); sábado (16-02-08); domingo (02-03-08); 2.^a feira (17-03-08); 3.^a feira (01-04-08); 4.^a feira (16-04-08); 5.^a feira (01-05-08); 6.^a feira (16-05-08); sábado (31-05-08); domingo (15-06-08); 2.^a feira (30-06-08); 3.^a feira (15-07-08); 4.^a feira (30-07-08);

⁷ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira.

5.ª feira (14-08-08); 6.ª feira (29-08-08); sábado (13-09-08); domingo (28-09-08); 2.ª feira (13-10-08); 3.ª feira (28-10-08); 4.ª feira (12-11-08); 5.ª feira (27-11-08); 6.ª feira (12-12-08); sábado (27-12-08)}

Quadro 1 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008

Diários					
Dias Seleccionados	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias
Janeiro					
02-Jan-08	1	2	3	4	5
17-Jan-08	6	7	8	9	10
Fevereiro					
01-Fev-08	11	12	13	14	15
16-Fev-08	16	17	18	19	20
Março					
02-Mar-08	21	22	23	24	25
17-Mar-08	26	27	28	29	30
Abril					
01-Abr-08	31	32	33	34	35
16-Abr-08	36	37	38	39	40
Mai					
01-Mai-08	41	42	43	44	45
16-Mai-08	46	47	48	49	50
31-Mai-08	51	52	53	54	55
Junho					
15-Jun-08	56	57	58	59	60
30-Jun-08	61	62	63	64	65
Julho					
15-Jul-08	66	67	68	69	70
30-Jul-08	71	72	73	74	75
Agosto					
14-Ago-08	76	77	78	79	80
29-Ago-08	81	82	83	84	85
Setembro					
13-Set-08	86	87	88	89	90
28-Set-08	91	92	93	94	95
Outubro					
13-Out-08	96	97	98	99	100
28-Out-08	101	102	103	104	105
Novembro					
12-Nov-08	106	107	108	109	110
27-Nov-08	111	112	113	114	115
Dezembro					
12-Dez-08	116	117	118	119	120
27-Dez-08	121	122	123	124	125

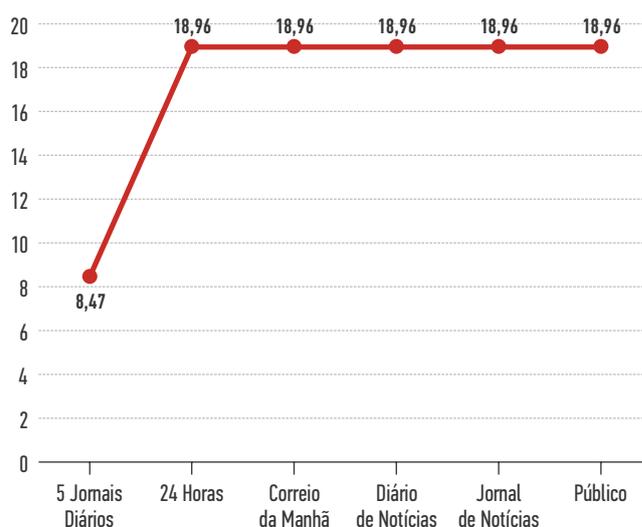
A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 2 – Erro máximo da amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
5 Jornais Diários	366	25	1830	125	8,4704
24 Horas	366	25	366	25	18,9607
Correio da Manhã	366	25	366	25	18,9607
Diário de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Jornal de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Público	366	25	366	25	18,9607

Gráfico 1 – Erro máximo de amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o erro máximo da amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{1/2}$$

2. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA REVISTA FOCUS

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo

motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de uma revista semanal nacional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- ▶ Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- ▶ Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: são todas as edições da Revista Focus entre o momento de tempo zero e o momento t.

Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de Revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população, devido a limitações de recursos humanos e de tempo, sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

- Grupo 1 → {1,2}
- Grupo 2 → {3,4}

Grupo 3 → {5,6}

...

Grupo N → $\{[(N-1) \times 2] + 1, N \times 2\}$

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 2, que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído um número que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁸.

A esse número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números. {1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51, 53}

O que corresponde às sextas-feiras seguintes: {(02-01-08); (16-01-08); (30-01-08);(13-02-08); (27-02-08); (12-03-08);(26-03-08);(09-04-08);(23-04-08);(07-05-08);(21-05-08); (04-06-08);(18-06-08);(02-07-08);(16-07-08);(30-07-08);(13-08-08);(27-08-08);(10-09-08);(24-09-08);(08-10-08);(22-10-08); (05-11-08);(19-11-08);(03-12-08);(17-12-08);(31-12-08)}

Quadro 3 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008*			
Dias Seleccionados	Focus	Dias Seleccionados	Focus
Janeiro		Julho	
02-Jan-08	1	02-Jul-08	14
16-Jan-08	2	16-Jul-08	15
30-Jan-08	3	30-Jul-08	16
Fevereiro		Agosto	
13-Fev-08	4	13-Ago-08	17
27-Fev-08	5	27-Ago-08	18
Março		Setembro	
12-Mar-08	6	10-Set-08	19
26-Mar-08	7	24-Set-08	20
Abril		Outubro	
09-Abr-08	8	08-Out-08	21
23-Abr-08	9	22-Out-08	22
Mai		Novembro	
07-Mai-08	10	05-Nov-08	23
21-Mai-08	11	19-Nov-08	24
Junho		Dezembro	
04-Jun-08	12	03-Dez-08	25
18-Jun-08	13	17-Dez-08	26
		31-Dez-08	27

* A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

⁸ O início da amostra é a primeira quarta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à quarta-feira, dia 2 de Janeiro de 2008.

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 4 – Erro máximo da amostra relativo a 2008					
Canais/ Programas	Dias - -População	Dias - -Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Focus	366	26	52	26	13,7227

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o erro máximo da amostra:

$$\begin{aligned} n &= \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + \\ &+ n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow \\ &\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \\ &\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}} \end{aligned}$$

3. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA VISÃO E SÁBADO

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exhaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de duas revistas semanais nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- ▶ Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- ▶ Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: são todas as edições das Revistas Visão e Sábado entre o momento de tempo zero e o momento t .

Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de Revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exhaustiva toda a população, devido a limitações de recursos humanos e de tempo, sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

4. DEFINIÇÃO DO INTERVALO AMOSTRAL

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é $(1/2)$, logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

5. CRIAÇÃO DE UMA LISTA SEQUENCIAL DOS ELEMENTOS DA POPULAÇÃO

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

Grupo 1 $\rightarrow \{1,2\}$

Grupo 2 $\rightarrow \{3,4\}$

Grupo 3 $\rightarrow \{5,6\}$

...

Grupo $N \rightarrow \{(N-1) \times 2 + 1, N \times 2\}$

6. SELECÇÃO ALEATÓRIA E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Seleção aleatória de um número entre 1 e 2, que serve tanto

para determinar o ponto de partida na lista sequencial, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído um número que corresponde à primeira quinta-feira da quinzena⁹.

A esse número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números. {1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51}

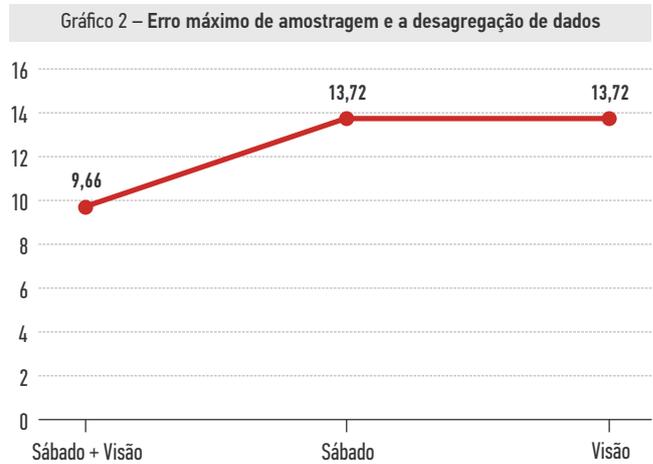
O que corresponde aos sábados seguintes: { (03-01-08); (17-01-08); (31-01-08); (14-02-08); (28-02-08); (13-03-08); (27-03-08); (10-04-08); (24-04-08); (08-05-08); (22-05-08); (05-06-08); (19-06-08); (03-07-08); (17-07-08); (31-07-08); (14-08-08); (28-08-08); (11-09-08); (25-09-08); (09-10-08); (23-10-08); (06-11-08); (20-11-08); (04-12-08); (18-12-08) }

Dias Seleccionados	Visão	Sábado	Dias Seleccionados	Visão	Sábado
Janeiro			Julho		
03-Jan-08	1	2	03-Jul-08	27	28
17-Jan-08	3	4	17-Jul-08	29	30
31-Jan-08	5	6	31-Jul-08	31	32
Fevereiro			Agosto		
14-Fev-08	7	8	14-Ago-08	33	34
28-Fev-08	9	10	28-Ago-08	35	36
Março			Setembro		
13-Mar-08	11	12	11-Set-08	37	38
27-Mar-08	13	14	25-Set-08	39	40
Abril			Outubro		
10-Abr-08	15	16	09-Out-08	41	42
24-Abr-08	17	18	23-Out-08	43	44
Mai			Novembro		
08-Mai-08	19	20	06-Nov-08	45	46
22-Mai-08	21	22	20-Nov-08	47	48
Junho			Dezembro		
05-Jun-08	23	24	04-Dez-08	49	50
19-Jun-08	25	26	18-Dez-08	51	52

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo. A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Canais/ Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Sábado + Visão	366	26	104	52	9,6562
Sábado	366	26	52	26	13,7227
Visão	366	26	52	26	13,7227



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o erro máximo da amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

⁹ O início da amostra é a primeira quinta-feira do ano, dia 3 de Janeiro de 2008.

Anexo 2

Publicidade na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

INSTITUIÇÕES PÚBLICAS ANUNCIANTES IDENTIFICADAS – ANO DE 2008

- ▶ Academia Militar
- ▶ Administração Central do Sistema de Saúde – Ministério da Saúde
- ▶ Administração Central do Sistema de Saúde / Observatório de Prospectiva da Engenharia e da Tecnologia
- ▶ Agência Nacional para a Qualificação
- ▶ Águas do Zêzere, Assembleia da República
- ▶ Cacém Polis
- ▶ Caixa Geral de Depósitos
- ▶ Câmara Municipal de Lisboa
- ▶ Câmara Municipal de Loulé
- ▶ Câmara Municipal de Matosinhos
- ▶ Câmara Municipal de Melgaço
- ▶ Câmara Municipal de Montemor-o-Novo
- ▶ Câmara Municipal de Nisa
- ▶ Câmara Municipal de Odivelas
- ▶ Câmara Municipal de Oeiras
- ▶ Câmara Municipal de Palmela
- ▶ Câmara Municipal de Paredes
- ▶ Câmara Municipal de Portimão
- ▶ Câmara Municipal do Porto
- ▶ Câmara Municipal de S. João da Madeira
- ▶ Câmara Municipal de Santa Maria da Feira
- ▶ Câmara Municipal de Santa Marta de Penaguião
- ▶ Câmara Municipal de Santo Tirso
- ▶ Câmara Municipal de Serpa
- ▶ Câmara Municipal de Setúbal
- ▶ Câmara Municipal de Sintra
- ▶ Câmara Municipal de Vila Nova de Cerveira
- ▶ Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia
- ▶ Câmara Municipal de Vila Real
- ▶ Câmara Municipal do Fundão
- ▶ Câmara Municipal do Porto
- ▶ CCB
- ▶ Centro de Ciências do Mar do Algarve / FCT
- ▶ CETE - Centro de Estudos de Economia Industrial do Trabalho e da Empresa
- ▶ Cidade de Gondomar
- ▶ Comissão Europeia
- ▶ Comissão Europeia / Parlamento Europeu / Governo da República de Portugal
- ▶ Conselho Português do Movimento Europeu
- ▶ CP
- ▶ Culturgest / Ministério da Cultura / dgArtes, Delegação Oficial do Turismo Espanhol
- ▶ Ministério da Cultura
- ▶ DGRF / Ministério da Educação
- ▶ EGP – University of Porto Business School
- ▶ Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos
- ▶ EP – Estradas de Portugal
- ▶ Escola Nacional de Saúde Pública – Universidade Nova de Lisboa
- ▶ Faculdade de Ciências – Universidade do Porto
- ▶ Faculdade de Ciências Médicas – Universidade Nova de Lisboa
- ▶ Faculdade de Ciências – Universidade de Lisboa / Instituto Superior Técnico / Universidade do Minho / Faculdade de Ciências e Tecnologia / FEUP / FCT
- ▶ Faculdade de Direito – Universidade de Coimbra
- ▶ Faculdade de Direito – Universidade de Lisboa
- ▶ Faculdade de Economia – Universidade do Porto
- ▶ Faculdade de Letras – Universidade de Coimbra
- ▶ Faculdade de Letras – Universidade de Lisboa
- ▶ Faculdade de Medicina – Universidade de Lisboa
- ▶ Faculdade de Medicina – Universidade de Coimbra
- ▶ Faculdade de Medicina do Porto
- ▶ Faculdade de Motricidade Humana
- ▶ FCT FCT / Faculdade de Ciências e Tecnologia (UNL)
- ▶ FCT / MCTES
- ▶ Federação Portuguesa de Futebol
- ▶ FEUP – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto
- ▶ Finanças
- ▶ Força Aérea
- ▶ Gabinete do Conselho de Ministros
- ▶ Guarda Nacional Republicana
- ▶ IDET – Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra
- ▶ IEFP
- ▶ INDEG / ISCTE
- ▶ Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana
- ▶ Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres
- ▶ Instituto de Ciências Jurídico-Políticas – Faculdade de Direito de Lisboa
- ▶ Instituto Europeu / Associação Interuniversitária de Estudos Europeus

- ▶ Instituto Europeu da Faculdade de Direito de Lisboa
- ▶ Instituto Jurídico da Comunicação – Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra
- ▶ Instituto Nacional de Administração
- ▶ Instituto Nacional de Cardiologia Preventiva / Alto Comissariado da Saúde / Desenvolvimento de Potencial Humano
- ▶ IPJ / Instituto Nacional para a Reabilitação / Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana / Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional
- ▶ ISCTE, ISCTE / Escola Superior de Tecnologia de Viseu
- ▶ ISCTE / ESTV
- ▶ ISCTE / INDEG
- ▶ ISCTE Business School
- ▶ ISCTE Business School GIEM
- ▶ INDEG_Graduate
- ▶ ISEG
- ▶ Jardim Zoológico
- ▶ Junta de Freguesia de Campanhã
- ▶ Junta de Freguesia do Ferro
- ▶ Licenciatura em Ciências da Saúde – Universidade de Lisboa
- ▶ Loulé Concelho, Madeira
- ▶ MAI / SEF
- ▶ Metro
- ▶ Ministério da Administração Interna / SEF / Imprensa Nacional Casa da Moeda Ministério da Cultura / dgArtes / Câmara Municipal de Lisboa
- ▶ Ministério da Cultura / STCP / CP
- ▶ Ministério da Defesa Nacional
- ▶ Ministério da Economia e da Inovação
- ▶ Ministério da Educação
- ▶ Ministério da Justiça
- ▶ Ministério da Justiça - Mediação Pública
- ▶ Ministério da Saúde
- ▶ Ministério da Saúde / Infarmed
- ▶ Ministério das Finanças e Administração Pública / INA
- ▶ Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional
- ▶ Ministério do Trabalho e da Segurança Social
- ▶ MOPTC
- ▶ MOPTC – Concurso para a Rede Ferroviária de Alta Velocidade
- ▶ Mortágua Município
- ▶ MTSS
- ▶ MTSS, IEFP
- ▶ Município de Albufeira
- ▶ Município de Alcobaça
- ▶ Município de Alvaiázere
- ▶ Município de Amares
- ▶ Município de Ovar
- ▶ Município de Ponte de Lima
- ▶ Município de Vila de Rei
- ▶ Município de Vila Franca de Xira
- ▶ Município de Vila Real de Santo António
- ▶ Novas Oportunidades / Ministério do Trabalho e Solidariedade Social / Ministério da Educação / ANQ, Penela
- ▶ Plano Nacional de Leitura / Ministério da Educação / CCB / Ministério da Cultura
- ▶ Porta 65 Jovem
- ▶ Portimão / Turismo de Portugal – Algarve
- ▶ POVT – Programa Operacional Temático Valorização do Território
- ▶ Presidência da República
- ▶ Presidência do Conselho de Ministros
- ▶ Programa Novas Oportunidades, QREN, UE
- ▶ Programa Polis Costa da Caparica
- ▶ QREN / União Europeia – Fundo de Coesão
- ▶ RTP / Antena 1
- ▶ RTP / Antena 1 / Câmara Municipal de Cascais / CTT
- ▶ RTP2
- ▶ RTP2 / ISCTE
- ▶ Saúde 24 – Ministério da Saúde
- ▶ Serviços Municipalizados de Loures
- ▶ Sesimbra – Câmara Municipal / Turifórum Sesimbra
- ▶ SMAS Oeiras e Amadora
- ▶ TAP Portugal
- ▶ Teatro Municipal de Almada
- ▶ Teatro Municipal de Braga
- ▶ Turismo de Portugal
- ▶ Turismo de Portugal / Turismo de Matosinhos / Câmara Municipal de Matosinhos / Câmara Municipal do Porto
- ▶ Universidade Aberta, Universidade de Aveiro
- ▶ Universidade de Coimbra – Faculdade de Economia
- ▶ Universidade de Lisboa
- ▶ Universidade de Lisboa / Universidade do Porto
- ▶ Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
- ▶ Universidade do Minho
- ▶ Universidade do Porto
- ▶ Universidade do Porto – Faculdade de Direito, Universidade do Porto – Faculdade de Economia
- ▶ Universidade Nova de Lisboa
- ▶ Universidade Nova de Lisboa - Faculdade de Direito
- ▶ Universidade Técnica de Lisboa
- ▶ Universidade de Aveiro

VOLUME

I

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

- ▶ Directivas
- ▶ Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais
- ▶ Estudo Jurídico Sobre a Lei das Sondagens
- ▶ Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

OS MEIOS

- ▶ Caracterização dos Principais Grupos Económicos de Comunicação Social
- ▶ Consumos e Perfis dos Públicos dos Média
- ▶ Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social
- ▶ Direito de Resposta e de Rectificação

SONDAGENS

RADIODIFUSÃO SONORA

- ▶ Actividade de Fiscalização no Ano de 2009
- ▶ Renovação dos Títulos Habilitadores para o Exercício da Actividade de Radiodifusão Sonora
- ▶ Alterações do Projecto de Radiodifusão
- ▶ Detentores do Controlo da Empresa
- ▶ Quotas da Música Portuguesa
- ▶ Análise Comparativa da Informação Diária nos Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial
- ▶ Serviço Público de Radiodifusão

IMPrensa

- ▶ Análise das Inserções Publicitárias na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

VOLUME

II

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

TELEVISÃO

- ▶ Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos:
Análise da programação – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI
- ▶ Pluralismo e Diversidade na Informação Diária:
Análise da Informação – RTP1, RTP2, SIC e TVI
- ▶ Anúncio da Programação
- ▶ Difusão de Obras Audiovisuais:
Defesa da Língua Portuguesa
Produção Europeia e Produção Independente
- ▶ Inserção da Publicidade na Televisão
- ▶ Novos Serviços de Programas Televisivos
- ▶ Indicadores do Mercado Audiovisual Português

VOLUME

III

RELATÓRIO DE ACTIVIDADES E CONTAS

RELATÓRIO DE ACTIVIDADES

- ▶ A ERC em 2009
- ▶ Deliberações do Conselho Regulador
- ▶ Plano de Actividades para o Ano 2010

RELATÓRIO DE CONTAS

- ▶ Recursos Humanos
- ▶ Situação Patrimonial
- ▶ Análise Económica e Financeira
- ▶ Aplicações de Resultados
- ▶ Demonstrações Financeiras
- ▶ Anexos às Demonstrações Financeiras
- ▶ Relatório e Parecer do Fiscal Único – Certificação Legal de Contas
- ▶ Balanço Social da ERC a 31 de Dezembro de 2009

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2009



SUMÁRIO EXECUTIVO



INICIATIVAS DE REGULAÇÃO



OS MEIOS



SONDAGENS



RADIODIFUSÃO SONORA



IMPRENSA



TELEVISÃO



RELATÓRIO DE ACTIVIDADES



RELATÓRIO DE CONTAS

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



FICHA TÉCNICA

Título **RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009**

Edição **ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 Lisboa

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

Internet **www.erc.pt**

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

Supervisão geral **Estrela Serrano**

Coordenação geral **Catarina Rodrigues**

Relatório de Regulação

Coordenadores de áreas **Cristina Vellozo**

Marta Carvalho

Rui Alves

Tânia Soares

Telmo Gonçalves

Relatório de Actividades e Contas

Coordenação geral **Nuno Pinheiro Torres**

Relatório de Contas **Maria João Caldeira**

Concepção Gráfica **Ricardo Caiado**

Impressão **Rolo & Filhos II, SA**

Depósito Legal n.º **0000/00**

ISSN **1647-8967**

Lisboa, Outubro de 2010

ÍNDICE

Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos Análise da Programação – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI

11 1. NOTA INTRODUTÓRIA

13 2. METODOLOGIA

15 3. DIVERSIDADE DE GÉNEROS

- 15 a) Diversidade de *macrogéneros*
- 17 b) Diversidade de géneros na programação –
– análise comparativa geral (2009)
- 19 Síntese comparativa

21 4. FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

- 23 Síntese comparativa

25 5. DIVERSIDADE NO HORÁRIO NOBRE

- 27 a) Funções da programação no horário nobre
- 28 Síntese comparativa

29 6. REEXIBIÇÃO DE PROGRAMAS

- 30 Síntese comparativa

31 7. PROGRAMAS INFORMATIVOS

- 31 a) Análise global
- 31 b) Análise comparativa do *macrogénero informativos*
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 31 c) Análise comparativa dos *géneros informativos*
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 34 d) Análise comparativa dos *géneros informativos*
por *período horário* (RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 36 e) Análise comparativa dos *géneros informativos*
por dias da semana e fins-de-semana
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 38 Síntese comparativa

39 8. PROGRAMAS INFANTIS/JUENIS

- 39 a) Análise global
- 39 b) Análise comparativa dos *géneros* da programação
infantil/juvenil (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

- 41 c) Análise comparativa das *funções* da programação
infantil/juvenil (RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 43 d) Análise comparativa dos *géneros infantis/juvenis*
por período horário (RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 45 e) Análise comparativa dos *géneros infantis/juvenis*
por dias da semana e fins-de-semana
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)

- 46 Síntese comparativa

47 9. PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO

- 47 a) Análise global
- 47 b) Análise comparativa dos *géneros culturais/*
conhecimento (RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 49 c) Análise comparativa das *funções* dos *géneros*
culturais/conhecimento (RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 50 d) Análise comparativa dos *géneros*
culturais/conhecimento por *período horário*
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 52 e) Análise comparativa dos *géneros culturais/*
conhecimento nos dias da semana e fins-de-semana
(RTP1, RTP2, SIC, TVI)
- 53 Síntese comparativa

55 10. PROGRAMAÇÃO DESTINADA À PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL DE INTERESSE DE GRUPOS MINORITÁRIOS

- 55 a) Dados gerais da programação – RTP1, RTP2, SIC
e TVI (2009)

57 11. PROGRAMAÇÃO DA RTPN

- 57 a) Dados gerais da programação da RTPN
- 57 b) Géneros televisivos
- 59 c) Funções da programação na RTPN
- 59 d) Programação da RTPN por período horário
- 61 e) Reexibição de programas (2009)

65 12. SÍNTESE FINAL

- 65 Diversidade de géneros televisivos
- 66 Funções na programação
- 66 Diversidade no Horário Nobre
- 67 Programas informativos
- 67 Programas infantis/juvenis
- 68 Programas culturais/conhecimento
- 68 Programas destinados à promoção da diversidade
cultural e interesses de grupos maioritários
- 69 Reexibições

ÍNDICE

69	Diversidade de géneros televisivos
69	Funções na programação
70	Reexibições
71	Anexo I
	Anexo Metodológico
71	a) Géneros televisivos
71	b) Grelha de classificação geral de <i>géneros televisivos</i>
72	c) Funções na programação
72	d) Correspondência entre <i>géneros televisivos</i> e <i>funções</i>
72	e) Indicadores modelo de análise
73	f) Fontes de informação/Processo de Codificação
75	Anexo II
	Obrigações de Programação
78	Anexo III
	Resultados por serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN
87	Anexo IV
	Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI

Pluralismo e Diversidade na Informação Diária Análise da Informação – RTP1, RTP2, SIC e TVI

97	ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA RTP1, RTP2, SIC E TVI
97	1. Introdução geral
97	a) Quadro conceptual
97	1. Diversidade e Pluralismo
98	2. Rigor
98	b) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise
101	2. Análise comparativa da informação emitida em 2009 nos blocos informativos de horário nobre: RTP1, RTP2, SIC e TVI
101	a) Nota introdutória
101	b) Nota metodológica
104	c) Análise comparativa: RTP1, RTP2, SIC e TVI em 2009
104	1. <i>Temas</i> principais
114	2. <i>Fontes</i> de informação principais
118	3. Principais <i>actores</i>
124	4. Modalidades de tratamento da informação
127	Síntese conclusiva

131	Anexo I
	Técnica de Amostragem RTP1, RTP2, SIC e TVI – 2009
	Definição da Amostra dos Blocos Informativos das 20h00 da RTP1, SIC e TVI e das 22h00 da RTP2
131	Técnica de Amostragem Aplicada
131	1) Definição do intervalo amostral
131	2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população
131	3) Seleção aleatória e definição da amostra
132	Descrição das variáveis analisadas
132	Listagem dos indicadores ou variáveis
132	a) Indicadores de caracterização geral
133	b) Indicadores da temática
133	c) Indicadores de tratamento e modalidades de mediatização
134	d) Indicadores de análise de fontes de informação
134	e) Indicadores de análise de actores
134	f) Outros indicadores

135 SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO – TELEJORNAL DA RTP1 (INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR)

135	a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Telejornal da RTP1
135	1.1. Indicadores de diversidade, pluralismo político, social e cultural
135	b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos <i>temas</i> abordados
137	c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas <i>fontes</i> de informação
138	d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de <i>actores/protagonistas</i> presentes nas peças
139	e) Rigor e isenção no tratamento da informação
141	f) Contextualização da informação
141	1. Indicadores de valorização de <i>temas</i> e de <i>protagonistas</i> da informação
145	g) Informação <i>política nacional</i>
148	1. <i>Fontes</i> de informação <i>políticas nacionais</i>
149	2. <i>Actores políticos nacionais</i>
151	Síntese conclusiva RTP1 – Telejornal

153 SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO – JORNAL 2 DA RTP2 (INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR)

153	a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal 2 da RTP2
-----	---

ÍNDICE

- 153 1.1. Indicadores de diversidade, pluralismo político, social e cultural
- 153 b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados
- 155 c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas fontes de informação
- 156 d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores/protagonistas* presentes nas peças
- 157 e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- 159 f) Contextualização da informação
- 159 1. Indicadores de valorização de *temas* e de *protagonistas* da informação
- 162 g) Informação *política nacional*
- 165 1. Fontes de informação *políticas nacionais*
- 165 2. *Actores políticos nacionais*
- 168 Síntese conclusiva
RTP2 – Jornal 2
- 171 OPERADOR SIC – JORNAL DA NOITE (INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR)**
- 171 a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal da Noite da SIC
- 171 b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados
- 173 c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nas fontes de informação
- 175 d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores/protagonistas* presentes nas peças
- 176 e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- 178 f) Contextualização da informação
- 178 1. Indicadores de valorização de *temas* e de *protagonistas* da informação
- 182 g) Informação *política nacional*
- 187 h) Fontes de informação *políticas nacionais*
- 188 i) *Actores políticos nacionais*
- 190 Síntese conclusiva
SIC – Jornal da Noite
- 193 OPERADOR TVI – JORNAL NACIONAL (INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR)**
- 193 a) Diversidade, pluralismo político, social e cultural no Jornal Nacional da TVI
- 193 b) Diversidade e pluralismo político, social e cultural nos temas abordados
- 195 c) Diversidade e pluralismo político, social e cultural
- 195 d) Diversidade e pluralismo político, social e cultural de *actores/protagonistas* presentes nas peças
- 197 e) Rigor e isenção no tratamento da informação
- 198 f) Contextualização da informação
- 198 1. Indicadores de valorização de *temas* e de *protagonistas* da informação
- 202 g) Informação *política nacional*
- 206 1. Fontes de informação *políticas nacionais*
- 207 2. *Actores políticos nacionais*
- 209 Síntese conclusiva
TVI – Jornal Nacional
- 211 ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DOS BLOCOS INFORMATIVOS DE HORÁRIO NOBRE EM 2007, 2008 E 2009: RTP1, SIC E TVI**
- 211 a) Nota introdutória
- 211 b) Caracterização geral e composição das amostras
- 212 Análise comparativa 2007/2008/2009
- 212 1. *Temas* principais
- 214 2. Fontes de informação principais
- 216 3. Principais *actores*
- 217 Síntese conclusiva
- ## Anúncio da Programação
- 223 1. Notas Introdutórias
- 223 1.1. Objectivos
- 223 1.2. Metodologia e critérios
- 223 2. Alterações da programação anunciada
- 223 2.1. Análise das alterações dos horários
- 225 2.2. Análise das alterações da programação
- 227 3. Análise dos casos no ano 2009
- 228 4. Evolução 2008/2009
- 231 5. Síntese conclusiva
- ## Difusão de Obras Audiovisuais
- 235 DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA**
- 235 1. Nota introdutória
- 235 1.1. Objectivos
- 235 1.2. Critérios e metodologia
- 235 1.3. Definições
- 236 2. Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa

ÍNDICE

- 241 3. Programas originários de países lusófonos
- 241 3.1. Serviços de programas de acesso não condicionado livre – RTP 1, RTP 2, SIC e TVI
- 242 3.3. Análise global – RTP 1, RTP 2, SIC e TVI
- 243 4. Produção nacional e produção nacional independente nos serviços de programas de acesso não condicionado livre – RTP 1, RTP 2, SIC e TVI
- 243 5. Síntese conclusiva

- 245 **PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE**
- 245 1. Nota introdutória
- 245 1.1. Objectivos
- 245 1.2. Critérios e metodologia
- 246 1.3. Definições
- 246 2. Produção europeia e produção independente
- 250 3. Produção independente e produção recente (artigo 5.º da Directiva SCSA)
- 252 4. Outros serviços de programas
- 252 4.1. Produção europeia e produção independente
- 255 5. Síntese conclusiva

Inserção da Publicidade na Televisão

- 259 1. Notas Introdutórias
- 259 1.1. Objectivos
- 259 1.2. Metodologia
- 259 2. Tempo reservado à publicidade por hora
- 260 3. Avaliação do impacto dos intervalos publicitários no tempo de emissão
- 260 4. Análise da evolução dos intervalos
- 262 5. Avaliação do impacto das autopromoções e patrocínios nos intervalos
- 263 5.1. Autopromoções
- 263 5.2. Patrocínios
- 264 5.3. Avaliação dos intervalos nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre – RTP1, SIC e TVI – no 4.º trimestre de 2009
- 266 6. Análise evolutiva – biénio 2008/2009
- 266 6.1. Intervalos
- 267 6.2. Autopromoções
- 267 7. Síntese Conclusiva

Novos Serviços de Programas Televisivos

- 273 1. Panorama dos serviços de programas televisivos
- 273 2. Evolução 1999/2009
- 276 3. Novos serviços de programas televisivos
- 276 4. Caracterização dos novos serviços de programas autorizados em 2009
- 278 5. Serviços de programas actualmente existentes – Áreas temáticas
- 278 6. Síntese conclusiva

Indicadores do Mercado Audiovisual Português 2009

- 283 1. Nota introdutória
- 283 1.1. Objectivos
- 283 1.2. Critérios e metodologia
- 283 1.3. Definições
- 283 2. Caracterização e estatísticas da produção audiovisual
- 284 2.1. Produção independente nacional e estrangeira
- 285 2.1.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre
- 285 2.1.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries
- 286 2.2. Produção nacional independente
- 286 2.2.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre
- 287 2.2.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries
- 288 2.3. Produção nacional independente nos serviços de acesso não condicionado livre – Géneros
- 289 2.4. Principais produtoras independentes
- 289 2.4.1. Produtoras independentes nacionais e estrangeiras
- 290 2.4.2. Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais
- 291 2.5. Principais países produtores de conteúdos para o mercado nacional
- 291 Síntese conclusiva

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS Análise da Programação - RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI

- | | |
|--|---|
| 1. Nota introdutória | Anexo I |
| 2. Metodologia | Anexo Metodológico |
| 3. Diversidade de Géneros | |
| 4. Funções na Programação | Anexo II |
| 5. Diversidade no Horário Nobre | Obrigações de Programação |
| 6. Reexibição de Programas | |
| 7. Programas Informativos | Anexo III |
| 8. Programas Infantis/juvenis | Resultados por Serviço de Programas
RTP1, RTP2, RTPN |
| 9. Programas Culturais/conhecimento | |
| 10. Programas para Grupos Minoritários | Anexo IV |
| 11. Programação da RTPN | Resultados por Serviço de Programas
SIC e TVI |
| 12. Síntese Conclusiva | |

1. Nota Introdutória

Apresenta-se, neste capítulo, a análise dos programas que em 2009 integraram as grelhas de programação do serviço público de televisão – RTP1, RTP2 e RTPN – e dos operadores licenciados de televisão – SIC e TVI. O presente Relatório dá sequência à apreciação anual da programação dos canais de acesso não condicionado livre iniciada pela ERC em 2006 no âmbito do Relatório de Regulação.

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

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

A análise parte do pressuposto que a *diversidade* da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das dimensões de *pluralismo* dos média, conceito que é aqui entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais¹.

¹ Esta noção base de *pluralismo dos média* tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os Média. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos média nos Estados-membros (cf., por exemplo, *Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*, SEC, 2007).

2. Metodologia

Desenvolve-se, neste capítulo, uma análise sistemática que compreende o *universo* de programas emitidos em 2009 pelo serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTPN – e pelos operadores licenciados SIC e TVI.

O modelo de análise encontra-se estruturado a partir de dois conceitos operativos centrais: *géneros televisivos* e *funções* na programação.

Entende-se por *género televisivo* os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas, nos quais é possível reconhecer formatos televisivos mais ou menos padronizados, atendendo às especificidades do seu *conteúdo temático, formato de concepção/apresentação, intencionalidade do programador e/ou públicos-alvo que privilegia*.

Tratando-se de um conceito *multidimensional*, a análise dos *géneros televisivos* processa-se, neste trabalho, a dois níveis. Num primeiro nível, são consideradas sete grandes categorias de géneros de programação (*macrogéneros*), definidas de acordo com as *intencionalidades* patentes na selecção dos programas, os *públicos-alvo* a que se dirigem e/ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativos, desportivos, ficção, infantis/juvenis, entretenimento, culturais/conhecimento e institucionais/religiosos*.

As grandes categorias de géneros de programação compreendem um segundo nível (*géneros*), em que se procura especificar os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou dos seus *conteúdos* específicos (p. ex., *informativos – serviço noticioso, reportagem, debate, magazine informativo...*). São consideradas no conjunto 39 categorias de *géneros televisivos* (cf. Anexo Metodológico – Grelha de classificação de *géneros televisivos*).

A grelha de classificação de *géneros televisivos* não sofreu alterações significativas em relação a edições anteriores do Relatório de Regulação, sendo de assinalar a desagregação dos géneros *institucional e religioso*, passando a constituir duas categorias autónomas. Os géneros *infantis/juvenis* passaram a integrar na grelha de classificação geral oito categorias. Esta modalidade de programas deixa, assim, de constituir objecto de uma análise individualizada (cf. Anexo Metodológico – Grelha de classificação de *géneros televisivos*).

Por *funções* na programação entende-se a finalidade preponderante que o operador prossegue ao nível da recepção através da selecção de um dado conteúdo televisivo, tendo como ponto de partida as clássicas funções atribuídas à actividade televisiva – *informar, formar e entreter* –, às quais se adiciona a função *promover/divulgar*.

As *unidades de análise* são todos os programas que se apresentam na grelha como espaços autónomos de programação, introduzidos por um genérico inicial próprio de identificação e concluídos por um genérico final.

A identificação das *unidades de análise* processa-se através da consulta das bases de dados da Markdata da Mediamonitor/Marktest, com apoio no *software* MMW – Markdata Media Workstation (módulo Telereport). Esta fonte de informação é utilizada apenas para identificação das grelhas de programação diárias, dos programas emitidos e das respectivas durações.

O recenseamento efectivo do *corpus* implica a anulação *a priori* de elementos de emissão não considerados na análise: intervalos publicitários, programas de televendas, autopromoções, indicativos de estação, separadores e outros elementos de antena.

Os dados apurados resultam da construção de variáveis e respectivas grelhas de classificação definidas pela ERC. Trata-se, assim, de uma análise completamente distinta daquela que poderá ser realizada directamente através da utilização dos serviços da Mediamonitor/Marktest.

Os resultados são apresentados em *n.º de ocorrências* (frequência de programas emitidos) e *duração* (hh:mm:ss). Esta opção permite uma melhor aproximação à realidade, pois o *n.º de ocorrências* nem sempre espelha o peso relativo que determinado *género televisivo* assume, de facto, numa grelha de programação.

Com vista a simplificar a leitura, privilegia-se, na exposição de resultados, o *n.º de ocorrências*. Recorre-se, por regra, aos valores de *duração* quando estes se tornam indispensáveis a uma melhor compreensão da realidade da programação televisiva.

Nesta edição procura-se explorar uma leitura comparativa dos resultados apurados para os quatro serviços de programas de acesso não condicionado. Pretende-se com esta opção promover uma

melhor compreensão das semelhanças e dissimilaridades entre as opções de programação dos quatro canais em análise.

A programação da RTPN, dada a especificidade deste serviço de programas, é analisada individualmente. Os resultados dos restantes serviços de programas são também apresentados individualmente sem leituras em anexos próprios, de modo a facilitar a consulta a quem pretenda desenvolver uma leitura individualizada dos dados por serviços de programas (Anexo III – Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2 e RTPN –; e Anexo IV – Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI).

Para um conhecimento detalhado do quadro metodológico que enforma a análise, deverá ser consultado o Anexo Meto-

dológico que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – Anexo Metodológico).

Fig. 1 – Total de programas e duração das *unidades de análise* recenseadas por serviço de programas (2009) *

Serviço de programas	N.º de programa	Duração (hh:mm:ss)
	N	Duração
RTP1	7545	7129:19:42
RTP2	19099	8439:28:53
SIC	7934	6679:25:25
TVI	7478	6478:40:36
Subtotal	42056	28726:54:36
RTPN	16610	8198:20:32
Total	58666	36925:15:08

* São excluídos os espaços dedicados a publicidade/televentas e Autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadáveis na definição de *unidades de análise*.

3. Diversidade de Géneros

Resulta da Lei da Televisão uma obrigação geral dos serviços de programas generalistas oferecerem uma programação diversificada e dirigida a diferentes públicos. Embora os géneros televisivos que compõem as grelhas de programação não esgotem a apreciação dessa diversidade, a sua identificação constitui um indicador essencial de caracterização da oferta televisiva, permitindo aferir da maior ou menor amplitude de tipos de programas que cada canal propicia aos seus públicos.

Neste ponto identificam-se as especificidades da programação de cada um dos serviços de programas abrangidos – RTP1, RTP2, SIC e TVI –, caracterizando a sua programação em termos de géneros televisivos – *macrogéneros* e *géneros* –, com vista, precisamente, à apreciação da diversidade da sua oferta televisiva em termos gerais.

(Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A) DIVERSIDADE DE MACROGÉNEROS

A análise da diversidade das grandes categorias de programação – *macrogéneros* – dos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre, no ano de 2009, aponta para algumas diferenças, mas também para algumas semelhanças, entre as opções de programação dos operadores considerados.

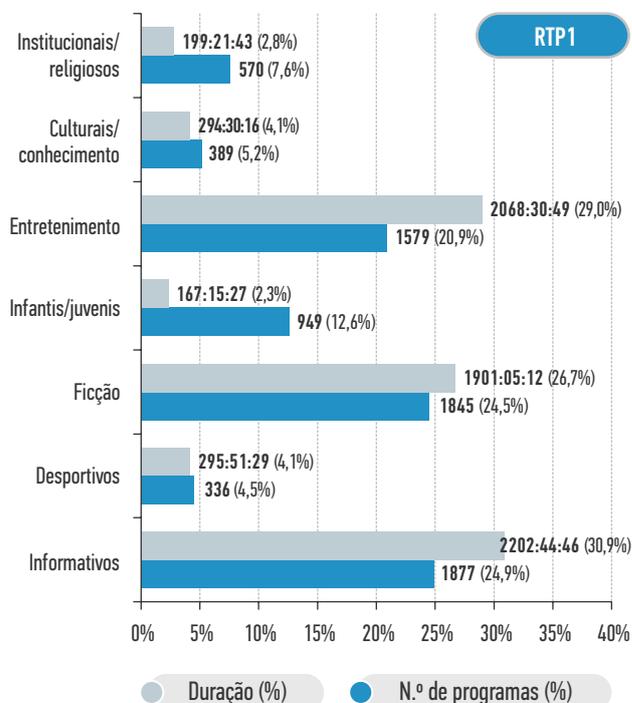
RTP1

Na programação da RTP1, sete em cada dez programas exibidos em 2009 enquadram-se numa das seguintes categorias de programação – *informativos*, *ficção* ou *entretenimento* –, preenchendo mais de 85% do tempo total de emissão deste canal.

De entre as três, os programas *informativos* são predominantes, quer em número (24,9%), quer em duração (30,9%). A *ficção* e o *entretenimento* são igualmente relevantes nos dois indicadores (respectivamente 24,5% e 20,9%), embora a relação entre estas duas categorias se inverta ligeiramente quando considerada a sua duração (26,7% e 29,0%).

No leque de categorias de menor frequência, sobressaem os *culturais/conhecimento* (5,2%) e os *desportivos* (4,5%). Os programas dirigidos aos públicos infanto-juvenis registam uma frequência de exibição ligeiramente superior (12,6%), embora esse valor não obtenha idêntica relevância quando considerada a sua duração (2,3%).

Fig. 2 – Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na RTP1 (2009)



N=7545 (n.º total de programas na RTP1).
N=7129h19m42s (n.º total de horas de emissão na RTP1).

Os *institucionais/religiosos* são a segunda categoria com menor duração (2,8%), pouco acima dos *infantis/juvenis*. Os programas das categorias *culturais/conhecimento* e *desportivos* também têm uma expressão minoritária considerando o tempo global de emissão (4,1% cada) (fig. 2).

RTP2

A RTP2 denota uma abordagem completamente distinta na composição da sua grelha de programação. Nesta, é a programação *infantil/juvenil* que sobressai claramente em relação a outras categorias, tanto em n.º de programas (59,4%), como em duração (30,7%). Os *informativos* são a segunda categoria de programas mais frequente (14,9%), aproximando-se dos *infantis/juvenis*, considerando o peso que assume no tempo total de emissão (26,6%).

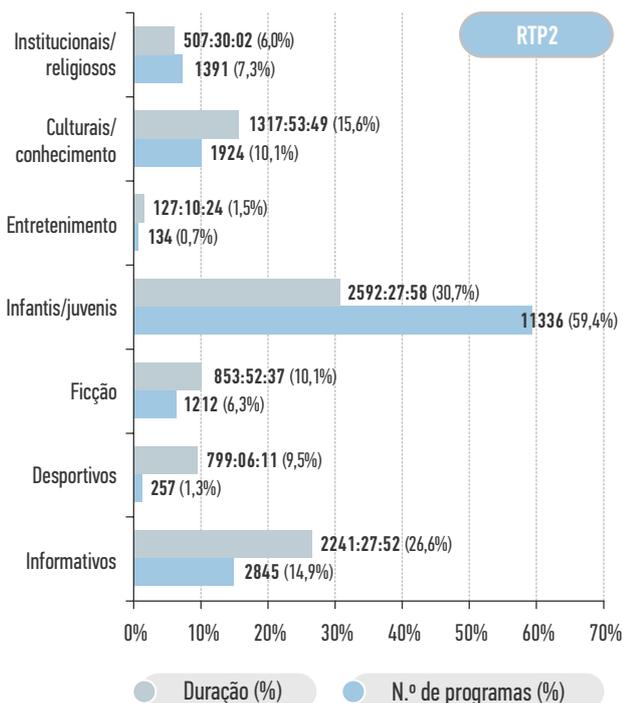
Estas diferenças espelham necessariamente as especificidades dos dois formatos, sendo que os programas dirigidos aos públicos mais novos são, por regra, mais curtos do que a generalidade dos *informativos*.

Outra fatia considerável da programação da RTP2 é preenchida por programas *culturais/conhecimento*, que representam um décimo do total de programas exibidos em 2009 (10,1%) e mais de 15% do tempo total de emissão (15,6%). Este é, dos quatro canais, aquele em que esta categoria de programação ganha maior expressão, o que vai ao encontro da sua especificidade enquanto segundo canal do operador público de televisão.

De assinalar também a frequência de programas *institucionais/religiosos* (7,3%), e de *ficção* (6,3%), sendo que estes últimos ganham maior destaque em termos de duração (10,1% vs. 6,0%).

A programação desportiva, por seu turno, é mais significativa quando se considera o número de horas de emissão (9,5%) do que quando se observa o número de programas exibidos (1,3%), em razão do próprio formato do espaço Desporto 2: ocupar uma fatia considerável das tardes de fim-de-semana e de o programa ser depois retransmitido.

Fig. 3 – Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na RTP2 (2009)



N=19099 (n.º total de programas na RTP2).
N=8439h28m53s (n.º total de horas de emissão na RTP2).

Os programas menos frequentes pertencem ao género *entretenimento* (0,7%), correspondendo-lhes igualmente a menor duração do total da programação (1,5%), o que constitui uma marca claramente distintiva em relação aos restantes canais em análise (fig. 3).

SIC

Mais de dois terços dos programas emitidos pela SIC em 2009

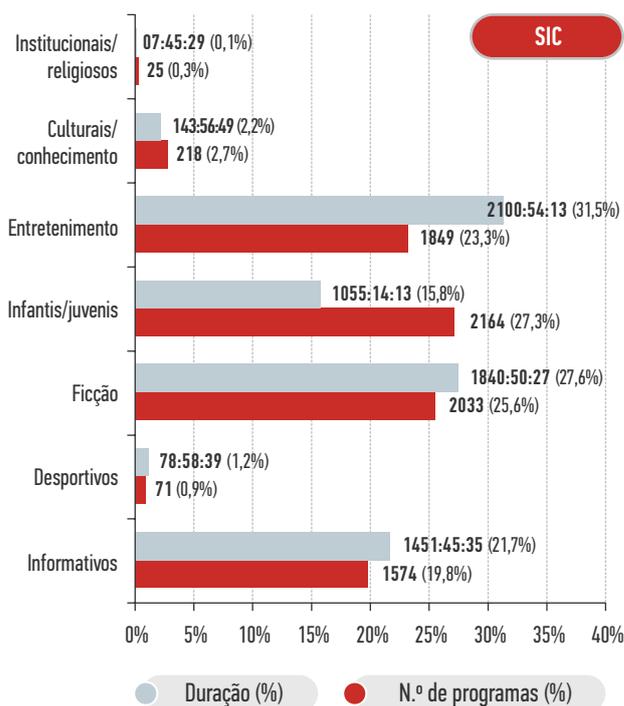
recaem numa das seguintes categorias: *infantis/juvenis* (27,3%), *ficção* (25,6%) e *entretenimento* (23,3%).

Este quadro sofre alterações quando se considera a duração, surgindo primeiro o *entretenimento* (31,5%), seguindo-se a *ficção* (27,6%) e os *informativos* (21,7%). Em conjunto, estas três categorias somam mais de 80% da duração total da programação analisada em 2009.

A programação *infantil/juvenil*, mais frequente do que as restantes, surge apenas na quarta posição quando se analisa a variável duração (15,8%), o que, tal como na RTP2, reflecte as diferenças dos formatos das categorias de programação.

Como categorias com menor frequência nas grelhas da SIC, surgem os programas *culturais/conhecimento* (2,7%), *desportivos* (0,9%) e *institucionais/religiosos* (0,3%). Estas três categorias representam menos de 5% das opções deste operador tanto em número de programas como de duração (fig. 4).

Fig. 4 – Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na SIC (2009)

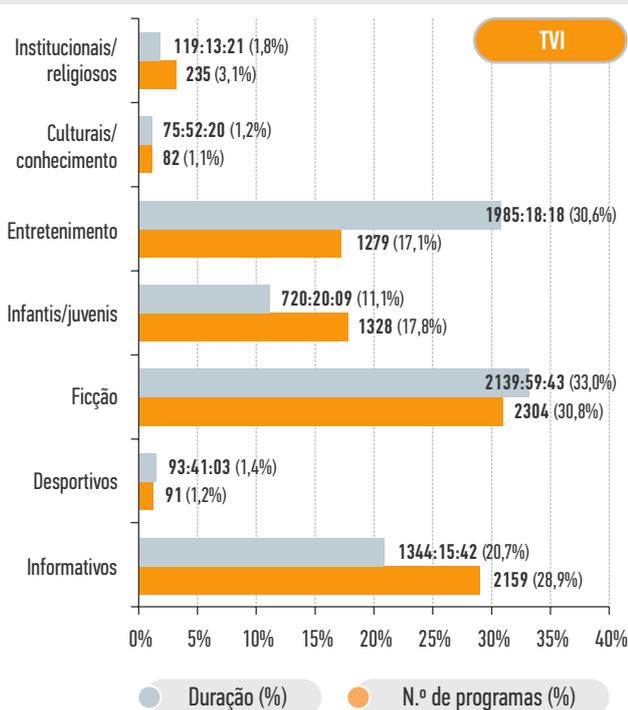


N=7934 (n.º total de programas na SIC).
N=6679h25m25s (n.º total de horas de emissão na SIC).

TVI

No contexto da programação da TVI em 2009, observa-se que a *ficção* figura como a categoria privilegiada por este serviço de programas, considerando quer o número de exibições (30,8%), quer a sua duração (33,0%).

Fig. 5 – Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na TVI (2009)



N=7478 (n.º total de programas na TVI).
N=6478h40m36s (n.º total de horas de emissão na TVI).

Os *informativos* correspondem à segunda categoria de género mais relevante em frequência de exibições (28,9%), sendo que o *entretenimento* surge como a segunda categoria mais representada atendendo à sua duração (30,6%).

Os programas *infantis/juvenis* são a terceira categoria mais frequente (17,8%) – muito próxima dos géneros de *entretenimento* (17,1%) –, embora a sua duração registre um peso relativo manifestamente inferior (11,1%).

No que concerne à programação menos exibida, a configuração da oferta televisiva da TVI adquire, em traços gerais, os contornos da análise efectuada para a SIC, na medida em que há similitude nos géneros menos exibidos e nos seus valores residuais – *institucionais/religiosos* (3,1%), *culturais/conhecimento* (1,1%) e *desportivos* (1,2%).

Todavia, na TVI, os programas *culturais/conhecimento* (1,1%) são os menos frequentes, seguindo-se os *desportivos* (1,2%) e os *institucionais/religiosos* (3,1%) (fig.5).

B) DIVERSIDADE DE GÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO – ANÁLISE COMPARATIVA GERAL (2009)

Uma análise mais pormenorizada das características da programação dos quatro serviços de programas no ano de 2009, deixa

perceber com maior acuidade as opções de programação de cada um, nomeadamente no que respeita à diversidade de géneros televisivos presentes nas grelhas de programação.

A figura 6 sistematiza os géneros televisivos na programação dos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre, de modo a apoiar a análise da distribuição da programação do ano de 2009 pelas 39 categorias de género observadas no presente estudo.

RTP1

Os programas emitidos pela RTP1 no ano de 2009 distribuem-se por 34 categorias de géneros televisivos dos 39 contemplados na análise. Destaca-se a frequência dos *serviços noticiosos* (12,0%), embora a sua duração (10,6%) seja mais reduzida quando comparada com a dos *talk shows* (17,8%) e *magazines informativos* (16,8%).

Com efeito, os *talk shows* surgem na quarta posição quanto à sua frequência (8,4%), mas são o género que obtém maior duração nas grelhas da RTP1. O formato dos *magazines informativos* concorre para que este género tenha um peso igualmente elevado no que respeita ao tempo de emissão, logo após os *talk shows*, pese embora o facto de registar uma frequência de exibição inferior (8,1%) a géneros como os *serviços noticiosos* (12,0%) ou as *telenovelas* (10,4%).

As *telenovelas* são, por conseguinte, o segundo género mais frequente (10,4%), após os *serviços noticiosos*. A sua duração total em 2009 é também factor de relevo, na medida em que integra o grupo de programas com mais horas de emissão (10,4%). A exibição deste género televisivo ocorre com maior frequência no período da tarde e em especial nos dias de semana.

Destaca-se, ainda, a frequência dos *desenhos animados* (8,5%), exibidos nas manhãs dos dias de fim-de-semana, mas cuja duração global os remete para lugares mais secundários na emissão (1,6%).

De entre os géneros menos frequentes nas grelhas da RTP1, sobressai a parca exibição dos diferentes géneros que constituem a categoria *culturais/conhecimento*. Os programas sobre *ciências*, *humanidades* e de *informação cultural* (magazines culturais) registam uma frequência de meio ponto percentual. Os restantes quatro géneros *culturais/conhecimento* – programas sobre *artes e média*, *documentários*, *espectáculos (exibição)* e *educativos* – representam, em conjunto, menos de 4%, tanto em número total de programas (3,6%), como em tempo total de emissão (3,4%) (fig.6).

Fig. 6 – Frequência e duração de *gêneros* televisivos na programação, por serviço de programas (2009)

Geral	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	12,0	10,6	4,4	14,7	13,0	17,8	9,7	10,6
Reportagem	1,0	0,5	0,2	0,2	0,7	0,4	0,3	0,2
Debate	1,0	1,5	0,7	1,1	0,3	0,3	0,04	0,04
Entrevista	0,6	0,4	0,4	0,7	0,3	0,2	–	–
Comentário	1,4	0,4	–	–	–	–	–	–
Edição especial	0,5	0,7	0,01	0,04	0,3	0,3	0,3	0,3
Magazine informativo	8,1	16,8	4,3	9,6	5,4	2,6	7,0	9,5
Boletim meteorológico	0,3	0,02	4,9	0,2	–	–	11,5	0,2
Informação desportiva	2,1	1,2	1,1	8,3	0,2	0,1	0,7	0,5
Transmissão desportiva	1,4	2,2	0,3	1,1	0,6	1,1	0,5	1,0
Resumo desportivo	1,0	0,7	0,01	0,01	0,1	0,02	–	–
Filme/telefilme	5,0	9,1	1,0	3,8	4,3	8,0	7,9	14,6
Série	8,3	6,7	3,9	5,1	7,6	6,1	7,0	5,8
Telenovela	10,4	10,4	–	–	12,2	12,5	14,3	12,0
Ficção de humor	0,6	0,4	1,4	1,2	1,6	1,0	1,6	0,7
Desenhos animados	8,5	1,6	36,0	20,1	15,3	6,5	5,2	2,2
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	0,3	0,4	–	–
Ficção infantil/juvenil	0,3	0,4	1,4	1,7	6,0	4,7	2,9	2,4
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–	3,6	3,6	7,0	5,6
Educativo infantil/juvenil	3,7	0,4	15,6	7,5	0,3	0,2	2,6	0,9
Informação infantil/juvenil	–	–	0,2	0,1	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	4,3	1,1	1,3	0,4	–	–
Outro (infantil/juvenil)	0,1	0,005	1,9	0,2	0,5	0,02	–	–
Concurso/jogo	7,5	7,0	–	–	10,0	13,4	8,8	13,0
Reality show	–	–	–	–	–	–	0,04	0,04
Variedades	0,9	1,7	–	–	0,1	0,4	0,1	0,2
Talk show	8,4	17,8	0,6	1,4	6,0	12,8	6,7	16,1
Humor	2,3	1,1	0,01	0,01	3,4	3,2	0,2	0,1
Infotainment	1,5	1,0	0,1	0,1	2,4	1,0	0,7	0,6
Outro (entretenimento)	0,3	0,4	–	–	1,4	0,6	0,7	0,6
Artes e média	1,1	1,2	1,2	1,5	0,3	0,04	–	–
Humanidades	0,5	0,2	0,3	0,2	–	–	–	–
Ciências	0,5	0,03	0,6	0,02	–	–	–	–
Documentário	0,7	0,6	5,8	9,9	1,6	1,4	0,04	0,05
Espectáculos (exibição)	0,7	1,3	0,7	1,4	0,1	0,2	0,2	0,6
Educativos	1,1	0,3	0,9	0,9	0,01	0,04	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	0,5	0,4	0,7	1,7	0,8	0,5	0,8	0,5
Institucional	6,7	1,8	5,4	3,8	0,3	0,1	1,7	0,2
Religioso	0,8	1,0	1,9	2,2	–	–	1,5	1,6
Total	100 (7545)	100 (7129:19:42)	100,0 (19099)	100,0 (8439:28:53)	100,0 (7934)	100,0 (6679:25:25)	100,0 (7478)	100,0 (6478:40:36)

N = 7545 (n.º total de programas na RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1); N = 19099 (n.º total de programas na RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2); N = 7934 (n.º total de programas na SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC); N = 7478 (n.º total de programas na TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

RTP2

Os programas emitidos pela RTP2 em 2009 distribuem-se por 31 das 39 categorias abrangidas na presente análise. Os *desenhos animados* correspondem ao género mais vezes exibido, abrangendo mais de um terço das opções de programação (36,0%) e com maior duração (20,1%).

Os programas *educativos infantis/juvenis* são, em número de exibições, o segundo género mais acolhido nas grelhas de emissão da RTP2 (15,6%). A duração destes programas apresenta, porém, um valor relativo mais mitigado (7,5%), tornando-o o sexto género com mais horas de emissão.

Os dois géneros infanto-juvenis indicados – *desenhos animados* e *educativos infantis/juvenis* – correspondem a mais de metade do número de programas exibidos pela RTP2 em 2009 (51,6%), representando pouco mais de um quarto da duração total da programação analisada (27,6%).

Da análise da duração total da programação da RTP2, ressalta que são os *serviços noticiosos* que ocupam a segunda posição, representando cerca de 15% do tempo total de emissão do ano de 2009, apesar dos quase 5% alcançados em termos de frequência de exibições (4,4%).

Documentário é o género que ocupa o terceiro lugar, no quadro

da programação da RTP2, em número de programas (5,8%) e em carga horária (9,9%).

Os programas promovidos por entidades externas à RTP2 – *institucionais* – têm um peso relativo mais importante em termos de frequência (5,4%), do que o manifesto em termos de duração (3,8%).

Destacam-se, ainda, sobretudo no que respeita a duração, os *magazines informativos* (9,6%) e a *informação desportiva* (8,3%), que se apresentam entre os *géneros* com mais tempo de emissão.

Os *géneros* menos frequentes na RTP2 em 2009 foram os *resumos desportivos*, os programas de *humor (entretenimento)* e *edições especiais* de informação, tendo sido exibidos apenas dois programas de cada um destes *géneros* (fig.6).

SIC

No ano de 2009, os programas emitidos pela SIC distribuem-se por 32 *géneros* de entre os 39 considerados na presente análise. Os *serviços noticiosos* são o *género* que ocupa mais espaço de emissão (17,8%), surgindo em segundo lugar no que respeita ao número de exibições (13,0%). Os *desenhos animados* superam todos os restantes *géneros* em número de exibições (15,3%), embora esse valor não tenha idêntica expressão quando considerado o respectivo tempo de emissão (6,5%).

À frente dos *desenhos animados*, em horas de emissão, encontram-se ainda os *concursos/jogos* (13,4%), os *talk shows* (12,8%), as *telenovelas* (12,5%) e os *filmes/telefilmes* (8,0%), *géneros* que, sendo menos exibidos, ocupam uma fracção mais elevada de horas de emissão.

Um décimo dos programas exibidos são *concursos/jogos* (10,0%), os *talk shows* representam 6,0% dos programas. As *telenovelas*, ligeiramente mais curtas do que os *talk shows*, duplicam o seu valor em número de episódios (12,2%).

Não obstante o seu peso horário (8,0%), a categoria *filmes/telefilmes* não alcança os cinco pontos percentuais no contexto dos programas oferecidos pela SIC em 2009 (4,3%). Por seu lado, a exibição de *séries* é mais frequente (7,6%), mas obtém menos tempo de exibição (6,1%).

Como programas menos representados nas grelhas de programação da SIC, encontram-se programas enquadráveis em *géneros* como os *educativos*, *resumos desportivos* e *informação desportiva*, *variedades* e *espectáculos (exibição)*, todos com menos de vinte exibições durante o ano de 2009 (fig.6).

TVI

Da análise da programação da TVI, no ano de 2009, à luz dos 39 *géneros* considerados, apura-se que os programas emitidos se inserem em 28 categorias, sendo, assim, o serviço de programas que apresenta menor diversidade em termos de *géneros televisivos* em comparação com os restantes serviços de programas de acesso não condicionado livre.

A *telenovela* é o *género* que mais vezes foi exibido na TVI (14,3%) e um dos que regista mais tempo de emissão (12,0%), o que representa uma média de duas horas por dia. Os *talk shows* são aqueles que obtêm uma duração mais elevada, ao registarem perto de três horas diárias de emissão (16,1%).

A profusão de *boletins meteorológicos* exibidos em 2009 coloca este *género* entre os que desfrutam de um maior número de presenças nas grelhas de emissão da TVI (11,5%). As características deste formato de informação contribuem, pelo contrário, para que tenham uma permanência no ar bastante reduzida (0,2%).

Os *serviços noticiosos* registam a terceira posição de maior relevo, representando cerca de um décimo dos programas exibidos (9,7%). A frequência de exibição de *concursos/jogos* (8,8%) e de *filmes/telefilmes* (7,9%) coloca estes dois *géneros televisivos* com valores muito próximos dos *serviços noticiosos*.

No entanto, a relação entre estes três *géneros* altera-se quando se perspectiva o seu peso horário. Da leitura desta variável conclui-se que os *filmes/telefilmes* são, de entre os três, o *género televisivo* com maior duração (14,6%), seguindo-se os *concursos/jogos* (13,0%) e os *serviços noticiosos* (10,6%).

Os *géneros televisivos* menos frequentes nas grelhas de emissão da TVI são os *debates*, os *reality shows* e os *documentários*, com três exibições cada e a menor duração no cômputo da programação apresentada em 2009 (fig.6).

SÍNTESE COMPARATIVA

Da análise da diversidade dos *géneros* de programação dos quatro serviços de programas de acesso não condicionado no ano de 2009, decorre que cada serviço de programas tende a basear a sua grelha na exibição de dois ou três *macrogéneros* centrais, destacando-se no conjunto das diferentes combinações os *informativos*, a *ficção*, os *infantis/juvenis* e o *entretenimento*.

Com efeito, os programas *informativos* são mais relevantes na programação da RTP1 (24,9%), seguidos de muito de perto pela *ficção*

(24,5%). O *entretenimento* surge neste canal como o terceiro *macrogénero* mais frequente (20,9%). Já na TVI, esta ordem é invertida, na medida em que a *ficção* é o *macrogénero* mais representado (30,8%), após o qual surgem os *informativos* (28,9%).

Mas se na RTP1 os *informativos* estão em maior número, no segundo serviço de programas do operador público de televisão este género é destronado pela programação *infantil/juvenil*, que conhece uma frequência muitíssimo mais elevada do que a registada por aquele *macrogénero* (59,4% e 14,9%, respectivamente).

Quanto à SIC, e tal como na RTP2, a programação *infantil/juvenil* conquista o mais elevado número de exibições (27,3%) no decorrer do ano de 2009. Mas se no caso da RTP2 se segue a informação, na SIC a *ficção* obtém a posição subsequente, com um quarto das ocorrências (25,6%). Pese embora o predomínio dos *infanto/juvenis* na SIC, o seu tempo de emissão é bastante discreto quando comparado, por exemplo, com o tempo dos programas de *entretenimento* (15,8% contra 31,5%).

A programação menos frequente no ano de 2009 é, nas grelhas de emissão da RTP1, SIC e TVI, semelhante entre si, dado que os três serviços de programas exibem em menor número programação dos *macrogéneros desportivos, culturais/conhecimento e institucionais/religiosos*.

No entanto, se na RTP1 as três categorias assinaladas alcançam 17,3% do total da sua programação em 2009, na SIC e na TVI esse valor é substancialmente menor, nomeadamente 3,9% e 5,4%.

A RTP1 apresenta menos programas *desportivos* (4,5%) do que *culturais/conhecimento* (5,2%) e *institucionais/religiosos* (7,6%), já na SIC, estes últimos são os mais raros (0,3%), seguidos dos *desportivos* (0,9%) e dos *culturais/conhecimento* (2,7%). Na TVI, o *desporto* (1,2%) posiciona-se também entre as categorias *culturais/conhecimento* (1,1%) e *institucionais/religiosos* (3,1%), mas estes últimos são exibidos mais vezes do que aqueles.

A programação da RTP2 distingue-se da dos restantes serviços de programas, porquanto os programas menos exibidos pertencem, em regra, a outras categorias. Disto é exemplo o *entretenimento*, que nos outros três serviços de programas surge entre os elementos de programação mais difundidos e que na RTP2 detém, comparativamente, a percentagem de exibições mais exígua do ano em causa (0,7%).

Uma análise mais fina das características da programação dos quatro serviços de programas revela que os *serviços noticiosos* são o género mais frequente na RTP1 (12,0%), que os *desenhos animados* correspondem ao género com o maior número de exi-

bições na RTP2 (36,0%) e na SIC (15,3%) e que, na TVI, as *telenovelas* registam o maior número de ocorrências (14,3%).

Mas se estes três géneros são os mais exibidos, verifica-se que o tempo de emissão de cada um deles tende a ser superado por outros, isto é, apesar de mais frequentes, os *serviços noticiosos* da RTP1, com um décimo das horas de emissão, são suplantados em duração pelos *talk shows* (17,8%) e *magazines informativos* (16,8%).

O valor relativo do tempo de emissão dos *desenhos animados* na RTP2 (20,1%) decresce face ao seu número de ocorrências (os referidos 36,0%), no entanto, este género preserva, na RTP2, a posição de maior relevo.

Não obstante os *desenhos animados* serem mais frequentes na SIC do que qualquer outro género, a sua curta duração (6,5%) fá-los retrair, por exemplo, face aos *serviços noticiosos* (17,8%).

Relativamente à TVI, verifica-se que os *talk shows*, apesar de serem menos frequentes, representam mais horas de emissão no ano de 2009 do que as *telenovelas* (16,1% vs. 12,0%).

Afere-se adicionalmente que, de um total de 39 géneros que são considerados na presente análise, a RTP1 exibiu programas que se enquadram em 34 categorias de género, a RTP2 apresentou programas que se incluem em 31 destas categorias, a programação da SIC distribui-se por 32 géneros e a da TVI por 28 géneros.

Entre os géneros ausentes de cada um dos serviços de programas, destaque para, no caso da RTP1, quatro categorias no âmbito da programação infanto-juvenil – *curso/jogo, telenovela, educativos* e momentos de *estúdio/apresentação*.

Na RTP2 assinala-se, sobretudo, a ausência de programas do género *comentário* dentro dos *informativos*, e de *telenovelas* e *concursos/jogos*, tendo como público-alvo tanto crianças e jovens, quanto o público em geral.

Os dados da SIC manifestam igualmente a inexistência de programas de *comentário*, aos quais se juntam os *boletins meteorológicos*, a *informação infantil/juvenil*, *humanidades*, *ciências* e *religiosos*.

Quanto à TVI, os géneros que não marcam presença nas grelhas de emissão de 2009 são, entre outros, a *entrevista* e o *comentário*, de entre os *informativos*, *artes e média*, *humanidades*, *ciências* e *educativos* nos *culturais/conhecimento*. A TVI também não exibiu *concursos/jogos* e *informação infantil-juvenil*.

4. Funções na Programação

Estabelece a Lei da Televisão, enquanto fins da actividade televisiva, a obrigatoriedade de os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, contribuírem para a informação, formação e entretenimento do público. Dada a natureza dos quatro canais aqui em análise, tal orientação ganha, por maioria de razão, uma pertinência acrescida na apreciação do seu desempenho na composição da sua programação.

Analisa-se neste ponto a programação exibida no ano de 2009 nos quatro serviços de programas generalistas de acordo com a função, ou fim predominante, que a selecção de determinado conteúdo televisivo visa prosseguir na sua relação com o público. São consideradas as funções *informar*, *entretener*, *formar* e *promover/divulgar*, que se distribuem pela programação do modo que surge representado nas figuras seguintes. (Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

RTP1

Entretener é a função predominante identificada na programação da RTP1, abrangendo mais de metade dos programas transmitidos (57,6%). *Informar* é a segunda finalidade mais presente nos conteúdos deste serviço de programas (29,2%), seguindo-se, a grande distância, a função *formar*, consubstanciada em 8,1% dos programas emitidos em 2009.

Os programas cujo intento primordial se baseia em *promover/divulgar* mensagens das entidades que os promovem, ocupam a parcela mais diminuta da programação da RTP1 (5,2%), apesar de o seu tempo de emissão ser superior aos programas cuja função é *formar*.

Na RTP1, os programas que cumprem a função de *entretener* têm uma correspondência maioritária em géneros como *telenovela* (18,1%), *desenhos animados* (14,8%), *séries* (14,5%), *talk shows* (14,5%) e *concursos/jogos* (13,0%). A função *informar* é preenchida, por maioria de razão, pelos *serviços noticiosos* (41,3%) e pelos *magazines informativos* (27,6%).

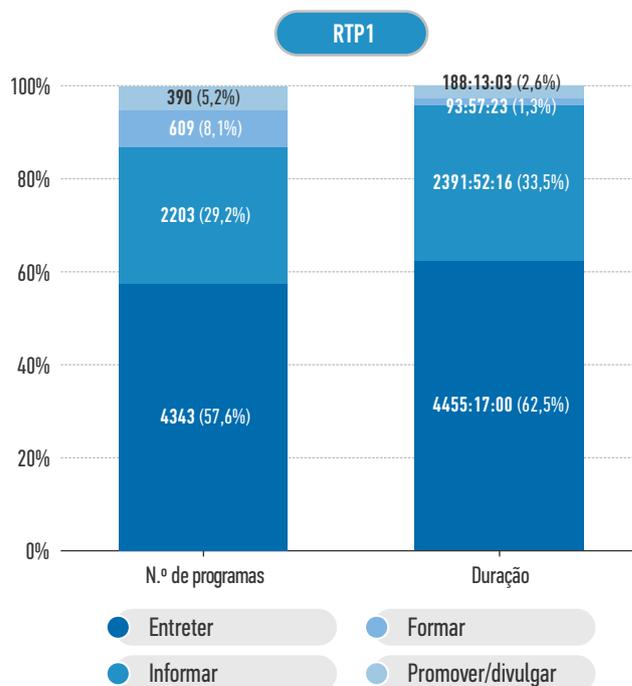
A função *formar* corresponde essencialmente à exibição de conteúdos educativos dirigidos aos públicos infanto-juvenis e ao público em geral – *educativos infantis/juvenis* (45,3%) e *educativos* (14,0%) –, bem como à função de programas *institucionais* (23,5%).

A função *entretener* corresponde, na RTP1, principalmente à programação emitida durante os períodos da tarde e da noite/ma-

drugada. A função *informar* encontra maior correspondência na programação da tarde e do horário nobre, contrastando com as funções *formar* e *promover/divulgar*, que surgem preferencialmente no período da manhã.

No que se refere às diferenças entre a função de acordo com o dia de semana, agrupado em dia de semana e dia de fim-de-semana, verifica-se que os programas que apresentam como função preferencial *informar* e *promover/divulgar* têm mais peso na programação dos dias úteis, ao passo que as funções *entretener* e *formar* têm uma presença mais marcada nos fins-de-semana (fig. 7). (Cf. Anexo III).

Fig. 7 – Frequência e duração de funções na programação da RTP1 (2009)



N=7454 (n.º total de programas na RTP1).
N=7129h19m42s (n.º total de horas de emissão na RTP1).

RTP2

Mais de metade dos programas emitidos pela RTP2 em 2009 cumpre a função *entretener* (51,8%) e um quarto desempenha a função *formar* (25,6%). Cerca de um em cada cinco programas exibidos prossegue como função predominante *informar* (18,5%).

Promover/divulgar, que não tem uma correspondência directa com os programas *institucionais* e *religiosos*, regista o valor percentual mais reduzido (4,1%). A função *entretener* é preenchida

maioritariamente por *desenhos animados* (69,5%) e a função *formar* por programas *educativos infantis/juvenis* (60,9%) e *documentários* (19,8%).

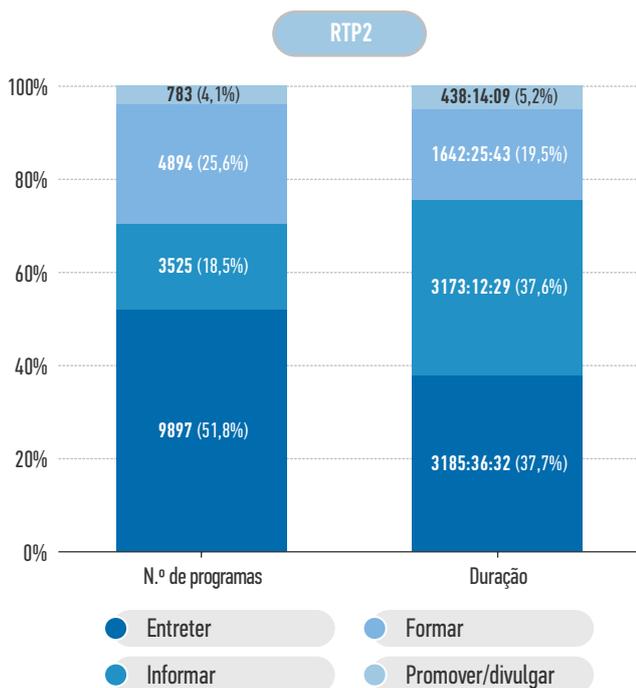
A programação que prossegue predominantemente a função *informar* reparte-se por *boletins meteorológicos* (26,8%), apesar da sua curta duração, *serviços noticiosos* (23,7%) e *magazines informativos* (19,6%). Esta função tem maior relevo na programação emitida no período da noite/madrugada, mas com valores muito próximos nos restantes intervalos horários.

Relativamente ao período horário privilegiado para a difusão de conteúdos cuja função predominante é *entreter*, verifica-se que cabe às manhãs a maior fatia, seguindo-se o período da tarde, dependendo largamente da exibição dos *desenhos animados*.

A função *formar* manifesta-se de um modo mais evidente na programação exibida durante as manhãs (44,9%) e as tardes (35,6%), do que nos períodos horários mais tardios.

Na RTP2 a tarde é a faixa horária privilegiada para programas cuja função é *promover/divulgar* (47,8%). Por outro lado, esta função tem, tal como a de *informar*, um peso relativo superior na programação dos fins-de-semana do que durante a semana, contrariamente às funções *entreter* e *formar*, cujo peso é mais acentuado na programação dos dias úteis (fig. 8). (Cf. Anexo III).

Fig. 8 – Frequência e duração de *funções* na programação da RTP2 (2009)



N=19099 (n.º total de programas na RTP2).
N=8439h28m53s (n.º total de horas de emissão na RTP2).

SIC

No ano de 2009, os programas difundidos pela SIC distribuem-se fundamentalmente por duas funções – *entreter* e *informar* –, não obstante a primeira função ser preponderante em mais de três quartos dos programas emitidos (77,0%). *Informar* é a segunda função mais relevante na programação da SIC (21,0%).

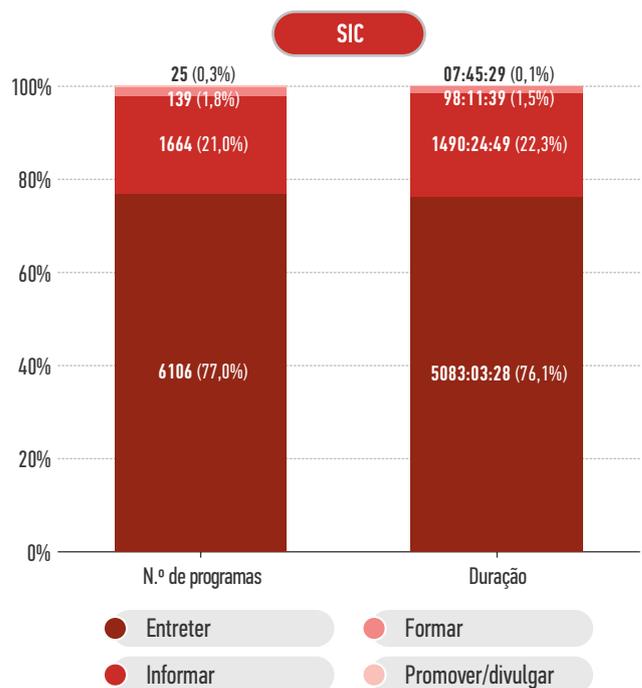
Formar e *promover/divulgar* apresentam valores residuais nas grelhas de emissão da SIC, com valores, respectivamente, de 1,8% e 0,3%.

A manhã é o período mais propenso à exibição de programas com a função de *entreter* (38,9%), em contraste com a programação do horário nobre (10,7%), na qual a presença de *serviços noticiosos* acaba por contribuir significativamente para um peso relativo da função *informar*.

A função *informar*, com maior peso nas tardes (35,2%) e no horário nobre da SIC (28,2%), deve o seu peso à profusão de *serviços noticiosos* e de *magazines informativos* ao longo do ano.

Do cruzamento entre as funções e os géneros televisivos, afere-se que a função *entreter* é adensada sobretudo pela exibição de *desenhos animados* (19,8%), *telenovelas* (15,9%) e *concur-sos/jogos* (13,0%).

Fig. 9 – Frequência e duração de *funções* na programação da SIC (2009)



N=7934 (n.º total de programas na SIC).
N=6679h25m25s (n.º total de horas de emissão na SIC).

A função *formar* encontra-se na exibição de programas de *documentários* (83,5%), *educativos infantis/juvenis* (15,8%) e num programa do género *educativo* não dirigido às camadas mais jovens. Cerca da totalidade dos programas que cumprem a função *formar* tiveram exibição no período da manhã e durante o fim-de-semana.

Em 2009, a SIC exibiu, durante o período da tarde, 25 programas de cariz institucional, com a função de *promover/divulgar*, cinco dos quais foram transmitidos em dias de fim-de-semana (fig. 9). (Cf. Anexo IV).

TVI

A análise da programação da TVI em 2009 revela que aproximadamente dois terços dos programas emitidos têm como função predominante *entretener* (63,8%), sendo a segunda a função *informar* (30,4%).

A função *entretener* corresponde essencialmente à exibição de *telenovelas* (22,4%), mas também de *concursos/jogos* (13,7%), *filmes/telefilmes* (12,4%), entre outros géneros televisivos, tendo o período da noite como horário mais privilegiado. Esta função tem também uma posição mais destacada nas grelhas de emissão dos fins-de-semana.

O resultado da função *informar* tem como principal responsável

a exibição de *informação meteorológica* (37,8%), de *serviços noticiosos* (32,0%) e de *magazines informativos* (23,0%). Esta função tem especial importância durante a semana e nos períodos compreendidos entre as 13h00 e as 19h59m (39,1%) e as 23h00 e as 05h59m (28,4%).

Por outro lado, as funções menos frequentes na programação da TVI são *formar* (2,7%) e *promover/divulgar* (3,1%).

No primeiro caso, os programas *educativos infantis/juvenis* cumprem a quase totalidade da função formativa na TVI, sendo exibidos, sobretudo, durante o período da manhã e preferencialmente nos fins-de-semana.

A função *promover/divulgar* pode ser identificada nos programas *institucionais* e nos *religiosos*, tendo, na TVI, maior peso na programação dos fins-de-semana e no período da manhã (fig. 10). (Cf. Anexo IV).

SÍNTESE COMPARATIVA

A análise das funções prevalecentes na programação de 2009 dos operadores público e privados de televisão revela o predomínio do objectivo de *entretener* nos quatro serviços de programas. Mas se na RTP2 esta função está representada em pouco mais de metade dos programas exibidos (51,8%), na SIC ela surge destacada em mais de três quartos dos conteúdos (77,0%). Na RTP1 esse valor é de 57,6% e na TVI é de 63,8%.

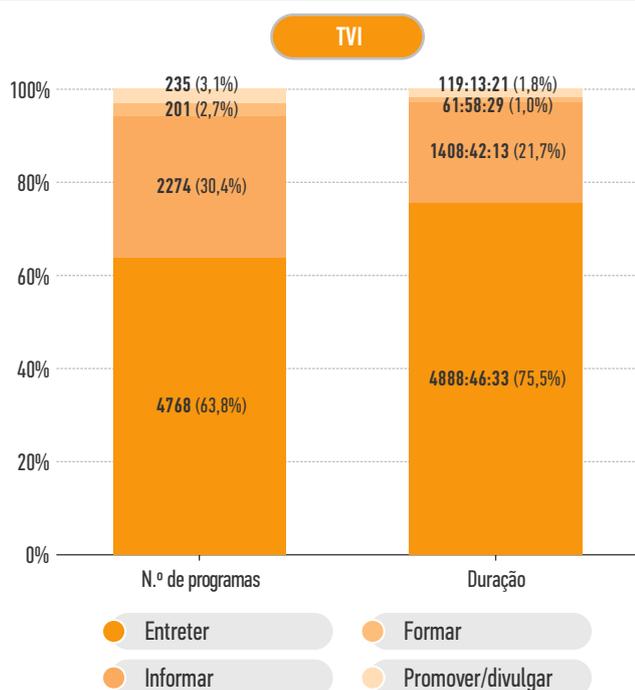
A duração da programação com a função de *entretener* é também mais reduzida na RTP2, seguindo-se a RTP1, sendo que o segundo serviço de programas do operador público de televisão reduz valor relativo desta variável (37,7%), ao invés da RTP1, que sedimenta o peso da função *entretener* em termos de tempo total de emissão (62,5%).

A TVI consolida também a função *entretener* quando se observa a duração total de emissão anual (75,5%), e a SIC mantém o lugar cimeiro desta categoria, sendo também essa a sua função mais privilegiada em duração (76,1%).

A função *informar* sucede à *entretener* em todos os serviços de programa, com excepção da RTP2. Neste serviço de programas, a função *formar* impera em um quarto dos conteúdos, superando, em exibições, a função *informar* (25,6% contra 18,5%).

Mas se os programas que prosseguem a função *formar* são mais numerosos na RTP2, são, por outro lado, mais breves do que os que visam *informar* (19,5% contra 37,6%).

Fig. 10 – Frequência e duração de funções na programação da TVI (2009)



N=7478 (n.º total de programas na TVI).
N=6478h40m36s (n.º total de horas de emissão na TVI).

A função *formar* no contexto da programação dos restantes serviços de programas encontra tradução em 8,1% dos programas exibidos pela RTP1, que representam apenas 1,3% do tempo total de emissão. No que se refere à SIC e à TVI, a proporção de programas tendo *formar* como função preponderante é inferior. Na SIC representa 1,8% dos programas de 2009 e na TVI 2,7% da programação exibida, para uma duração respectiva de 1,5% e 1,0%.

Promover/divulgar está presente num número mais reduzido de programas, e respectivo tempo de emissão, em todos os serviços de programas considerados. Esta função tem mais peso na programação do serviço público de televisão (5,2% e 4,1% dos programas na RTP1 e RTP2, respectivamente) do que nos operadores privados (0,3% na SIC e 3,1% na TVI).

5. Diversidade no Horário Nobre

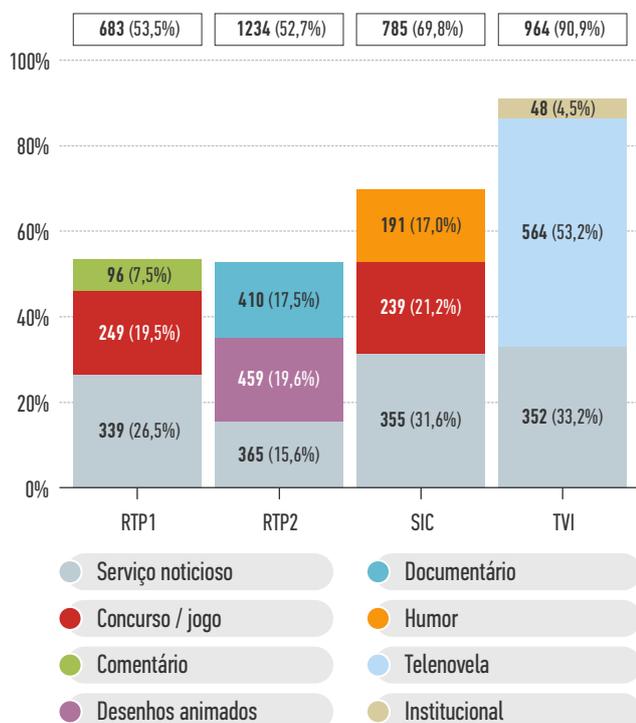
De acordo com o estabelecido na Lei da Televisão, constitui obrigação dos serviços de programas em análise, de acordo com a sua tipologia e cobertura, garantir uma programação diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência.

Posto isto, a programação oferecida pelos quatro serviços de programas generalistas durante o denominado horário nobre deve observar o princípio da diversidade de *géneros televisivos*, porquanto o período compreendido entre as 20h e as 22h59m é aquele que, tradicionalmente, arrebatava mais e maior variedade de públicos.

As figuras 11 e 12 representam apenas os três géneros mais frequentemente exibidos no *horário nobre* de cada um dos serviços de programas analisados e a sua duração total, ainda que na análise se faça alusão a outros *géneros televisivos* presentes neste período horário, destacando em particular os géneros menos exibidos.

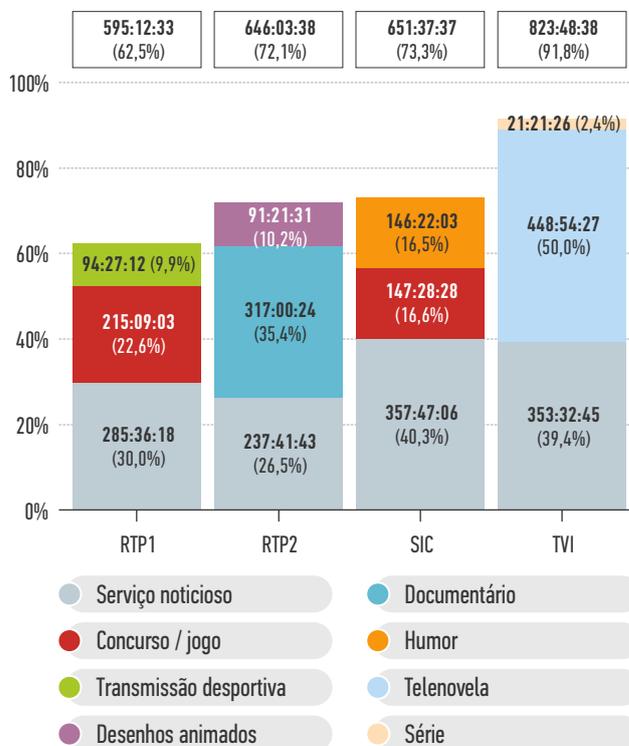
(Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

Fig. 11 – Frequência dos três *géneros televisivos* mais frequentes no *horário nobre*, por serviço de programas (2009)



N=1279 (n.º total de programas em *horário nobre* na RTP1);
 N=2343 (n.º total de programas em *horário nobre* na RTP2);
 N=1125 (n.º total de programas em *horário nobre* na SIC);
 N=1061 (n.º total de programas em *horário nobre* na TVI).

Fig. 12 – Duração dos três *géneros televisivos* mais frequentes no *horário nobre*, por serviço de programas (2009)



N=952h15m19s (n.º total dos programas em *horário nobre* na RTP1);
 N=896h22m55s (n.º total dos programas em *horário nobre* na RTP2);
 N=888h36m28s (n.º total dos programas em *horário nobre* na SIC);
 N=897h06m14s (n.º total dos programas em *horário nobre* na TVI).

RTP1

Na programação do horário nobre da RTP1, marcam presença 27 *géneros televisivos* de entre as 34 categorias que constituem a globalidade da programação deste serviço de programas.

Destacam-se os *serviços noticiosos*, espelhando a exibição diária do Telejornal, que é apresentado quase diariamente nesta faixa horária. As exceções ocorrem, na generalidade dos casos, quando há antecipações do programa devido à exibição de competições desportivas internacionais. Assim sendo, mais de um quarto dos programas exibidos em horário nobre são *serviços noticiosos* (26,5%).

A segunda categoria mais frequente na RTP1, neste horário, corresponde à exibição de *concursos/jogos*, com um valor que representa quase um quinto da programação do *horário nobre* (19,5%).

Os programas de *comentário* surgem na terceira posição, embora com uma percentagem mais reduzida comparando com os anteriores (7,5%). Atendendo à duração, verifica-se, ao invés, que as *transmissões desportivas* têm maior relevo (9,9%), ocupando esta categoria a terceira posição.

Os três géneros mais frequentes no horário nobre da RTP1 – *serviços noticiosos*, *concursos/jogos* e *comentário* – representam mais de metade dos programas exibidos neste período horário (53,5%), ao passo que os três géneros de maior duração – *serviços noticiosos*, *concursos/jogos* e *transmissões desportivas* – congregam mais de 60% do tempo total de emissão.

Verifica-se, ainda, que a duração dos *serviços noticiosos* emitidos no horário nobre tem mais peso na programação dos dias de semana (31,6%) do que nos fins-de-semana (26,0%), perdendo, assim, algum terreno nas grelhas de sábados e domingos para outros géneros.

Assinala-se que a *reportagem* e a *entrevista*, géneros igualmente de informação, também perdem peso horário neste período. A *reportagem* desce de 4,6% do horário nobre dos dias de semana para menos de meio ponto percentual do tempo dos fins-de-semana (0,2%). A *entrevista*, por seu turno, subsiste apenas durante o horário nobre semanal (3,3%).

Já no campo do *entretenimento*, os *concursos/jogos* são também preponderantes no horário nobre dos dias de semana, sendo aqueles que registam uma descida mais acentuada quando se contrasta a sua duração total neste período semanal com a programação de horário nobre de sábados e domingos (27,9% contra 9,4%).

Dos géneros que ganham relevância com a chegada do fim-de-semana, destaca-se a ocupação horária das *transmissões desportivas*, que em dias de fim-de-semana preenchem uma parcela de tempo mais considerável do horário nobre (passam de 7,0% para 17,1%). Os programas de *variedades* (2,1% para 12,1%) e as *séries* (6,2% para 10,5%) também saem favorecidos nesta relação, ocupando um maior número de horas no horário nobre dos fins-de-semana.

(Ver frequência e duração de géneros no horário nobre da RTP1 no Anexo III – Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN).

RTP2

A RTP2 exibiu em 2009, no horário nobre, programas correspondentes a 24 géneros televisivos, dos 31 registados na programação geral.

Os *desenhos animados* são, em número, superiores aos demais géneros, registando um valor relativo próximo dos 20% da programação do horário.

Contudo, em duração destacam-se os *documentários* e os *serviços noticiosos*, representando, respectivamente, 35,4% e 26,5%, enquanto os *desenhos animados* obtêm um peso relativo menor (10,2%).

Em termos da sua frequência, os *documentários* (17,5%) e os *serviços noticiosos* (15,6%) surgem em segundo e terceiro lugares na RTP2, logo após os *desenhos animados*, invertendo-se, como se observou, a sua ordenação em termos da sua duração total.

As *séries* são o género que mais peso perde nos fins-de-semana, representando 2,8% da duração do horário nobre, valor que contrasta com os dias de semana, quando representa 12,3% da duração da faixa horária.

A programação educativa *infantil/juvenil* (0,4% contra 7,4% dos dias de semana) e os *desenhos animados* (5,3% contra 12,2%) também apresentam menor duração total durante o horário nobre dos fins-de-semana. Os *serviços noticiosos* encontram-se em situação semelhante, ainda que a diferença da sua duração relativamente à programação de um e do outro período semanal seja menos acentuada (27,5% vs. 24,1%).

Por sua vez, os *documentários* (32,1% para 43,7%) e a *ficção de humor* (1,9% para 11,5%) são exemplos de géneros televisivos que adquirem hegemonia horária na programação nobre dos fins-de-semana contra a sua duração nas grelhas de programação de horário nobre de segunda a sexta-feira.

(Ver frequência e duração de géneros no horário nobre da RTP1 no Anexo III – Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN).

SIC

No ano de 2009, a programação da SIC em horário nobre distribuiu-se por 20 géneros televisivos de entre os 32 apresentados por este serviço de programas.

Relativamente à oferta de programação no horário nobre, a SIC regista um valor superior de *serviços noticiosos* (31,6%), que corresponde à exibição do *Jornal da Noite* neste período. Os *concursos/jogos* e os programas de *humor* são também presenças frequentes neste horário (respectivamente, 21,2% e 17,0%).

Estes três géneros em conjunto representam mais de dois terços da programação em horário nobre da SIC. A sua duração total

é também reveladora do peso que assumem neste período horário, condensando mais de 70% do tempo de emissão.

Com valores abaixo dos dez pontos percentuais neste período horário surgem *géneros* como a *telenovela* (6,5%), a *ficção de humor* (6,2%) ou os programas informativos de *reportagem* (2,5%).

Comparando dias de semana e fins-de-semana, identifica-se, entre outros aspectos, o acréscimo da duração de programas de *reportagem*, que ascendem de 0,9% da duração dos programas de horário nobre para 7,1% do tempo da programação dos fins-de-semana.

De uma outra perspectiva, identifica-se o recuo da carga horária de programas de entretenimento do género *humor* (de 18,0% para 12,1%) e de *ficção* também especificamente de *humor* (7,5% para 2,7%) na transição dos dias de semana para os fins-de-semana.

(Ver frequência e duração de géneros no horário nobre da RTP1 no Anexo IV – Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI).

TVI

No ano 2009 o horário nobre da TVI registou a exibição de 15 *géneros* de um total de 28 transmitidos.

Mais de metade dos programas exibidos pela TVI em horário nobre integram-se no género *telenovela* (53,2%), correspondendo a metade do tempo total de emissão deste período horário (50,0%).

Os *serviços noticiosos* são o segundo género com maior número de presenças neste intervalo horário, preenchendo um terço do número de programas exibidos (33,2%).

Deste modo, afere-se que na TVI mais de 85% dos programas apresentados em horário nobre equivalem a dois géneros: *telenovelas* e *serviços noticiosos*. Considerando a sua duração, os mesmos dois géneros acumulam quase 90% do tempo total de emissão deste período horário.

A magnitude de representação desses dois géneros televisivos no horário nobre pode ser aferida ainda pela comparação com o terceiro género mais frequente, os programas *institucionais* (Tempo de Antena e Euromilhões), que representam 4,5% do número total de programas exibidos neste período horário, conquanto representam apenas 0,2% do tempo de emissão.

Mas se em número de ocorrências os *institucionais* alcançam a terceira posição, ainda que a uma distância assaz avultada do segundo género mais vezes exibido, em termos da duração de

cada um dos géneros apresentados em horário nobre, constata-se que a terceira categoria com maior peso, as *séries*, representa apenas 2,4% do tempo total de emissão nobre de 2009.

Por conseguinte, para além dos dois géneros preponderantes em assiduidade e duração, a TVI exibiu outros 13 géneros televisivos durante o denominado horário nobre. Todavia, e como se depreende do valor acumulado granjeado por *telenovelas* e *serviços noticiosos*, os 13 géneros remanescentes são exibidos em proporções bastante mais reduzidas, quer se considere a sua frequência (3,7%), quer o seu tempo total de emissão (10,6%).

Na comparação entre dias de semana e fins-de-semana, assiste-se a uma redução do peso horário das *telenovelas* durante o horário nobre dos dias de descanso semanal, na medida em que durante a semana este género preenche mais de metade do tempo da faixa horária considerada (53,5%) e nos fins-de-semana se cifra abaixo desse valor (41,4%).

Mais reduzido nos fins-de-semana é também o tempo total de emissão ocupado pelos *serviços noticiosos* durante o horário nobre (41,9% vs. 33,3%).

Em sentido inverso, regista-se a presença de *séries* (8,3%) e de *concursos/jogos* (7,5%) no horário nobre do universo dos fins-de-semana de 2009, contra a sua ausência no horário nobre dos dias de semana.

(Ver frequência e duração de géneros no horário nobre da RTP1 no Anexo IV – Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI)

A) FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO NO HORÁRIO NOBRE

Dos dados analisados, depreende-se que a *função informar* tem preponderância na programação de horário nobre da RTP1 (48,5%), seguida de perto pela programação que cumpre a *função entreter* (43,0%). *Formar* e *promover/divulgar* são as funções menos representadas nos programas exibidos neste horário (respectivamente, 8,1% e 0,4%).

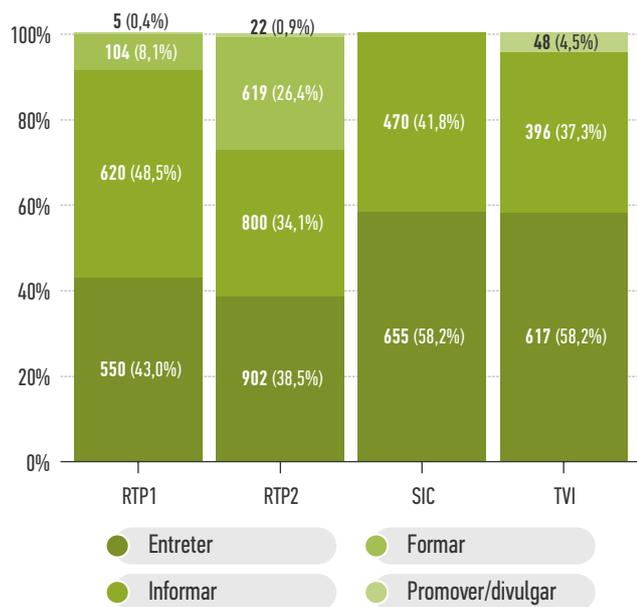
Na RTP2, os programas exibidos em horário nobre prosseguem essencialmente funções como *entretener* (38,5%), *informar* (34,1%) e *formar* (26,4%). Um número reduzido de programas cumpre ainda a função de *promover/divulgar*.

Ao nível das funções cumpridas pela programação da SIC, constata-se que, neste horário, os programas cumprem apenas duas funções: *entretener* e *informar*, com a primeira a deter um valor mais elevado (58,2% vs. 41,8%).

Na programação de horário nobre da TVI, *entreter* é a função principal em mais de metade dos programas exibidos (58,2%), por seu turno, a segunda função mais relevante, *informar*, sobressai em cerca de um terço da programação (37,3%). A TVI apresenta, ainda, em horário nobre, programas com a função *promover/divulgar* (4,5%) (fig. 13).

SÍNTESE COMPARATIVA

Fig. 13 – Frequência de funções da programação em horário nobre, por serviço de programas (2009)



N=1279 (n.º total de programas no horário nobre da RTP1);
 N=2343 (n.º total de programas no horário nobre da RTP2);
 N=1125 (n.º total de programas no horário nobre da SIC);
 N= 1061 (n.º total de programas no horário nobre da TVI).

A análise da programação em horário nobre permite identificar que existem abordagens distintas dos quatro canais generalistas relativamente a este período especial da sua emissão. De assinalar, em primeiro lugar, a tendência dos serviços de programas do operador público apresentarem uma maior diversificação de géneros televisivos neste período horário. Das 39 categorias de géneros televisivos consideradas na grelha de classificação, identifica-se a frequência de 27 categorias na RTP1, 24 na RTP2, 20 na SIC e 15 na TVI.

Dissemelhança é também aferida no peso que representam os três géneros televisivos mais exibidos no horário nobre de cada um dos operadores de televisão. Na RTP1, destacam-se os serviços noticiosos, concursos/jogos e comentários, que correspondem, em conjunto, a mais de metade do total de programas exibidos (53,5%). Este valor não se afasta do peso relativo que obtêm os três géneros televisivos mais frequentes – serviços noticiosos, desenhos animados e documentários – no horário nobre da RTP2 (52,7%).

Nos canais privados, o peso relativo dos três géneros televisivos mais frequentes em horário nobre aumenta. Na SIC, a exibição de serviços noticiosos, concursos/jogos e humor representa, no seu conjunto, 69,8% do total de programas exibidos. Nas grelhas da TVI, três géneros televisivos – serviços noticiosos, telenovelas e institucional – representam mais de 90% do total de programas exibidos (90,9%).

Fazendo a mesma análise relativamente à duração, verifica-se que os três géneros televisivos que ocupam mais tempo de emissão no horário nobre correspondem, por norma, às categorias que são também mais frequentes.

No caso da RTP1, verifica-se que as transmissões desportivas surgem como o terceiro género mais expressivo (9,9%), em substituição dos comentários. Na RTP2, os três géneros mais frequentes são também aqueles que obtêm maior duração, incidindo sobre 72,1% do horário nobre deste canal.

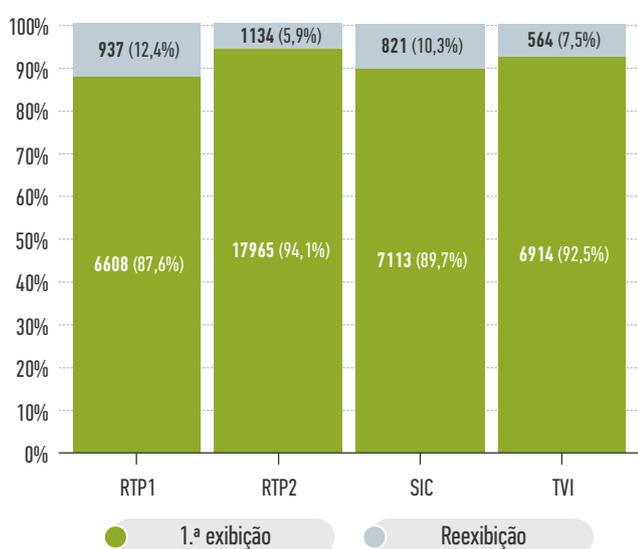
O horário nobre da SIC e da TVI não sofre variações assinaláveis quando se observa os três géneros televisivos que ocupam mais tempo de emissão. Assinala-se apenas que os serviços noticiosos adquirem, no conjunto, um peso relativo superior em ambos os canais quando comparado com os valores da sua frequência. Refira-se também o facto de, na TVI, as séries surgirem como terceiro género com maior duração (2,4%).

A semelhança mais transversal aos quatro canais considerados consiste na assiduidade dos serviços noticiosos no horário nobre, género televisivo que assume uma expressão significativa neste período, tanto em frequência de programas, como em duração.

6. Reexibição de Programas

As grelhas de programação são constituídas por *primeiras exibições* de programas televisivos, mas também pela *reexibição* de alguns desses conteúdos no mesmo serviço de programas. O peso de *reexibições* no conjunto da programação de um canal de televisão constitui necessariamente um indicador a ter em conta na apreciação da diversidade da sua oferta. A figura 14 representa o peso relativo de *reexibições* em cada serviço de programas em 2009.

Fig. 14 – Frequência de *primeiras exibições* e *reexibições*, por serviço de programas (2009)



N=7454 (n.º total de programas na RTP1); N=19099 (n.º total de programas na RTP2);
N=7934 (n.º total de programas na SIC); N= 7478 (n.º total de programas na TVI).

Mais de um décimo da programação da RTP1 em 2009 foi preenchida por *reexibições* (12,4%).

A RTP2 é o serviço de programas que apresenta o menor índice de *reexibições*, com cerca de 6% dos programas a serem repostos na sua grelha de programação.

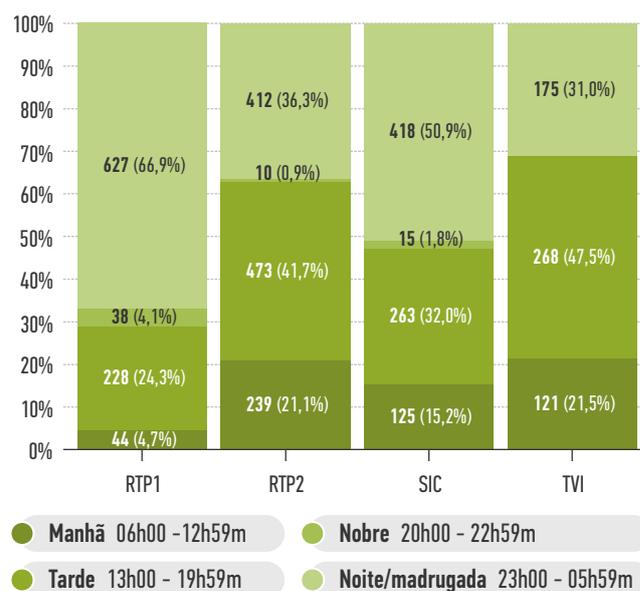
Os elementos relativos à programação da SIC denotam que, em 2009, pouco mais de dez em cada 100 programas emitidos por este operador consistiam em *reexibições* (10,3%).

A frequência de *reexibições* na TVI corresponde a 7,5% do número total de programas deste canal.

A figura 15 reproduz a distribuição dos programas reexibidos em cada um dos canais de acordo com o período do dia em que

ocorre essa reposição, considerando os períodos da manhã (06h00-12h59m), da tarde (13h00-19h59m), do horário nobre (20h00-22h59m) e da noite/madrugada (23h00-05h59m) (fig.14).

Fig. 15 – Frequência de *reexibições* por período horário, por serviço de programas (2009)



N=937 (n.º de programas *reexibidos* na RTP1);
N=1134 (n.º de programas *reexibidos* na RTP2);
N=821 (n.º de programas *reexibidos* na SIC);
N=564 (n.º de programas *reexibidos* na TVI).

RTP1

Na RTP1, as *reexibições* ocorrem preferencialmente no horário da noite/madrugada, ou seja, entre as 23h00 e as 05h59m. Cerca de dois terços das *reexibições* deste canal verificam-se neste período horário (66,9%).

Perto de um quarto dos programas reexibidos situam-se no período da tarde (24,3%). A manhã e o horário nobre são os períodos em que esta opção de programação é menos frequente (fig.15).

A *ficção* constitui a categoria de programas com maior número de *reexibições* (66,7%), em particular as *telenovelas* (35,3%) e as *séries* (29,7%).

(Ver dados relativos a *reexibições* da RTP1 no Anexo III – Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN).

RTP2

Na RTP2, as reexibições adquirem especial relevo durante os períodos da tarde (41,7%) e da noite/madrugada (36,3%), sendo manifestamente residuais no horário nobre (0,9%). Em 2009, as manhãs da RTP2 apresentam um valor de 21,1% de reexibições (fig.15).

As reexibições neste serviço de programas correspondem essencialmente à exibição de *documentários* e *magazines de informação*.

(Ver dados relativos a reexibições da RTP2 no Anexo III – Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN).

SIC

Na SIC, a noite/madrugada surge como o intervalo horário privilegiado para a reexibição de programas, absorvendo mais de metade das ocorrências verificadas na totalidade do ano (50,9%). Cerca de um terço das reexibições verifica-se no período da tarde (32,0%). O horário nobre é o menos susceptível a esta prática (1,8%) (fig.15).

A *ficção* revela o maior índice de reexibições nas grelhas da SIC, correspondendo, designadamente, à exibição de *séries* e de *telenovelas*.

(Ver dados relativos a reexibições da SIC no Anexo IV – Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI).

TVI

A tarde é o período horário em que se constata a maior frequência de reexibições no quadro da programação da TVI, com um valor muito próximo dos 50% (47,5%). A restante parcela de re-

exibições tem lugar nas noites/madrugadas (31,0%) e nas manhãs (21,5%); não se regista qualquer ocorrência durante o horário nobre (fig.15).

A frequência mais elevada de reexibições na TVI cabe aos programas *infanto-juvenis*, nomeadamente às *telenovelas infantis/juvenis* – sobretudo a reexibição de episódios de *Morangos com Açúcar* nas tardes dos dias úteis – e às obras de *ficção* dirigidas aos públicos mais novos.

(Ver dados relativos a reexibições da TVI no Anexo IV – Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI).

SÍNTESE COMPARATIVA

A programação dos quatro serviços de programas em sinal aberto denota diferentes níveis de diversificação da programação sob a perspectiva da repetição de conteúdos ao longo do ano de 2009. A RTP2 é o serviço que menos repõe programas (5,9%), contrastando com a RTP1, em que 12,4% das grelhas consistem na exibição de programas antes transmitidos.

Dos canais privados, a SIC é o que apresenta maior índice de reexibições, que representam cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,3%), enquanto na TVI as reexibições correspondem a 7,5% do total de programas.

Considerando a presença de reexibições segundo diferentes períodos horários, verifica-se que a RTP1 e a SIC tendem a optar por esta prática de programação sobretudo no período da noite/madrugada. Na RTP2 e na TVI as reexibições são mais frequentes no período da tarde. É no horário nobre que se regista a presença mais reduzida de reexibições em todos os serviços de programas, sendo que no caso da TVI não se regista, em 2009, qualquer reexibição neste período.

7. Programas Informativos

A informação dos públicos constitui uma finalidade essencial da actividade televisiva, a qual é prosseguida, em primeira linha, através da inclusão dos designados programas informativos – *serviço noticioso, reportagem, debate, entrevista, comentário, edição especial, magazine informativo, boletim meteorológico* – nas grelhas de programação.

No contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, encontram-se definidas obrigações específicas em matéria de exibição de *informativos*, de acordo com as especificidades estabelecidas para o primeiro e o segundo serviços de programas públicos (cf. Anexo II, Obrigações de Programação).

A RTP1 encontra-se obrigada a dar especial relevo à informação, integrando na sua grelha de programação, entre outros: espaços regulares de noticiários, debate, entrevista e reportagem. Estabelece ainda o contrato de concessão do serviço público de televisão uma frequência mínima para determinados programas *informativos*: noticiários três vezes por dia; periodicidade semanal para programas de informação sobre instituições políticas e promoção da cidadania, bem como para programas de debate e entrevista; e periodicidade semanal para programas de grande reportagem. A grelha de programação da RTP2 deve compreender, entre outras obrigações, uma frequência mínima de noticiários três vezes por dia; programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, programas de debate e entrevista com periodicidade semanal; programas de grande reportagem com uma periodicidade semanal. (Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A) ANÁLISE GLOBAL

A programação informativa dos quatro serviços de programas portugueses em sinal aberto representa, em termos gerais, um quinto dos mais de 40 mil programas emitidos ao longo do ano de 2009 no conjunto dos quatro operadores em sinal aberto.

No conjunto dos *géneros* que integram o *macrogénero informativo*, destacam-se os *serviços noticiosos* (41,4%). Seguem-se os *magazines informativos* (28,1%) e, em terceiro lugar, os *boletins meteorológicos* (21,7%).

Cabe, no entanto, ressaltar que estes números absolutos não correspondem exactamente aos *géneros* com maior duração.

Sob esta perspectiva, o terceiro lugar nos *géneros* mais significativos caberia à exibição de *debates* (3,0%), traduzindo o grande predomínio em tempo das duas categorias mais exibidas (*serviços noticiosos*, 53,5% e *magazines informativos*, 38,7%).

A análise do *macrogénero informativos* por período horário revela a maior saliência no período da tarde – 13h00-19h59m (34,2%). Segue-se o horário nobre com cerca de um quarto da totalidade dos programas *informativos* (24,2%). O período da manhã é aquele que regista menor frequência de *informativos* (19,7%).

B) ANÁLISE COMPARATIVA DO MACROGÉNERO INFORMATIVOS (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

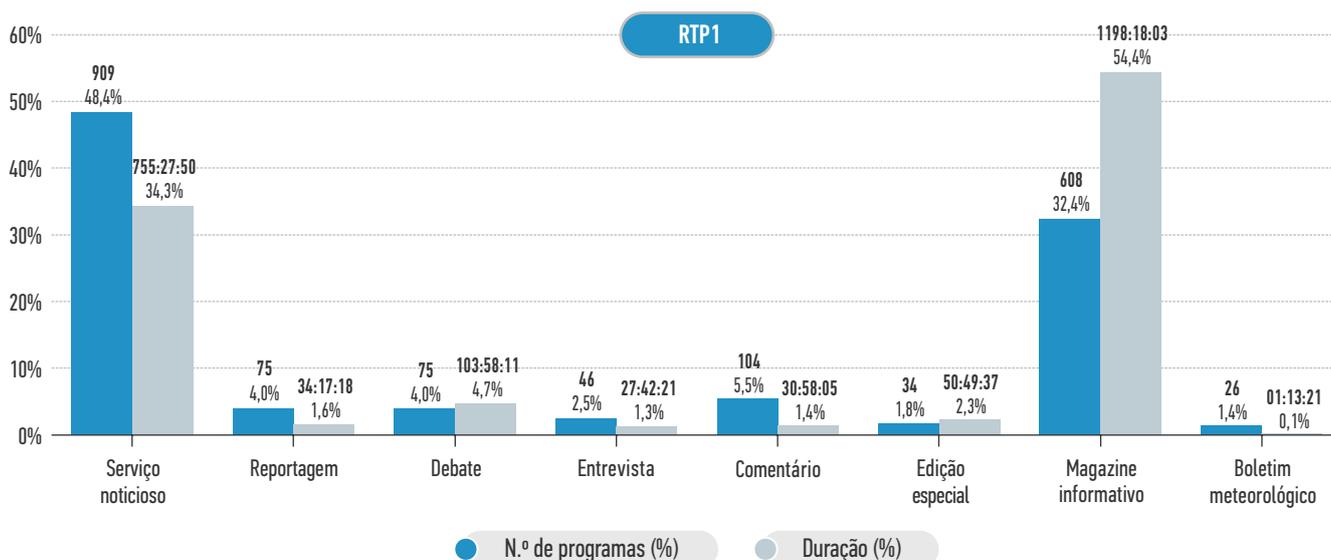
A RTP2 é o serviço de programas que reúne maior número de unidades de programação do *macrogénero informativos*, já que emite mais de um terço dos deste *macrogénero* em 2009, nos quatro operadores (33,6%). Segue-se a TVI, que transmite mais de um quarto do total de programas *informativos* (25,5%). A SIC é o serviço de programas com o valor menos expressivo em número de exibições em termos globais (18,6%). A RTP1 ocupa uma posição intermédia, aproximando-se mais da TVI, com 22,2% da programação total de *informativos*.

No entanto, se a referência de análise for o tempo de emissão, verifica-se que os serviços de programas da RTP são os que emitem mais horas de *informativos*. Em conjunto representam mais de três quintos da programação informativa (61,4%). Tal como em número de programas, a RTP2 regista a maior fatia de tempo (31,0%); a RTP1, por seu lado, torna-se o segundo serviço de programas com percentagem mais significativa de tempo devotado a programas *informativos* (30,4%).

Considerando os dois operadores privados, contrariamente ao que o valor da frequência deixa transparecer, é a SIC que emite mais horas de *informativos* (20,1%) e a TVI o canal que menos tempo de emissão concede a esta categoria de programas (18,6%). Os valores de frequência de *informativos* neste canal reflectem essencialmente o peso dos *boletins meteorológicos*, que não têm correspondência com os valores de duração.

C) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Fig. 16 – Frequência e duração dos géneros informativos na RTP1 (2009)



N=1877 (n.º total de programas informativos na RTP1). N=2202h44m46s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na RTP1).

RTP1

Na RTP1, destacam-se os *serviços noticiosos* em número de exibições, que consistem em quase metade (48,4%) dos programas pertencentes ao *macrogénero informativos*. Os *magazines informativos* emitidos neste serviço de programas não vão além dos 32,4%. Em conjunto, estes dois géneros totalizam mais de 80% (80,8%) do tempo total do *macrogénero informativos* neste canal.

Em tempo de emissão, a ordem é inversa: a RTP1 dedicou a maior porção do tempo total aos *magazines informativos*, representando mais de metade do tempo dos *informativos* (54,4%).

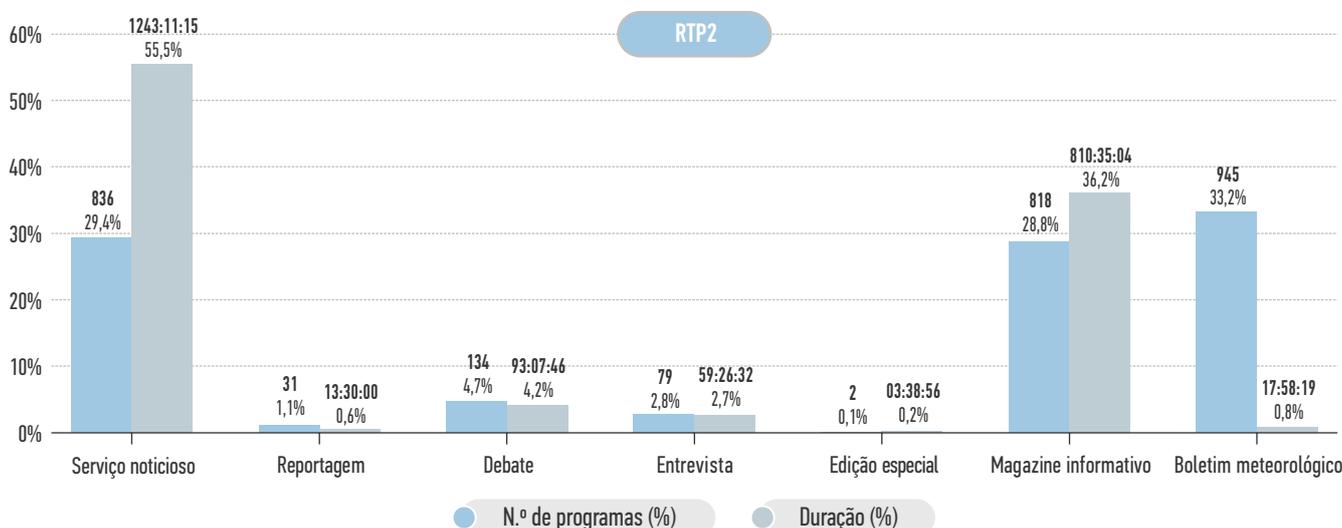
Os *serviços noticiosos* foram o segundo género com maior duração na programação da RTP1 em 2009 (34,3%).

Assinala-se a presença na informação da RTP1 dos géneros *comentário* (5,5%), *debate* (4,0%), *reportagem* (4,0%) e *entrevista* (2,5%) (fig.16).

RTP2

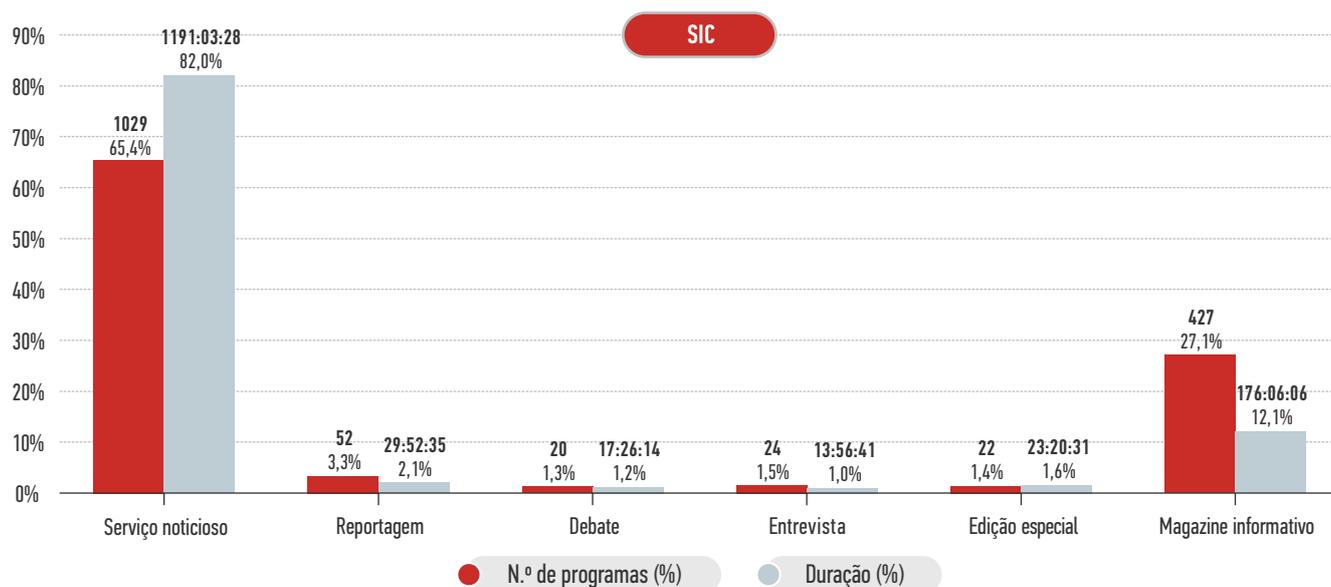
Uma análise mais refinada do comportamento de cada serviço de programas relativamente aos géneros *informativos* permite registar um dado curioso relativamente à RTP2: o *boletim me-*

Fig. 17 – Frequência e duração dos géneros informativos na RTP2 (2009)



N=2845 (n.º total de programas informativos na RTP2). N=2241h27m52s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na RTP2).

Fig. 18 – Frequência e duração dos *géneros* informativos na SIC (2009)



N=1574 (n.º total de programas *informativos* na SIC). N=1451h45m35s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na SIC).

teorológico é o *género* de programas mais emitido neste canal ao longo de 2009, com mais de um terço das ocorrências (33,2%). No entanto, em termos de duração, este *género* não chega a 1% do tempo de emissão de *informativos* (0,8%).

Entre os mais exibidos na RTP2, os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos* surgem muito próximos, cada um com pouco menos de um terço do total de programas *informativos* (29,4% e 28,8%, respectivamente).

Esta mesma ordem é mantida em termos de tempo de emissão de cada *género*, mas o predomínio dos primeiros torna-se muito mais acentuado.

Os *serviços noticiosos* na RTP2 preenchem mais de metade do

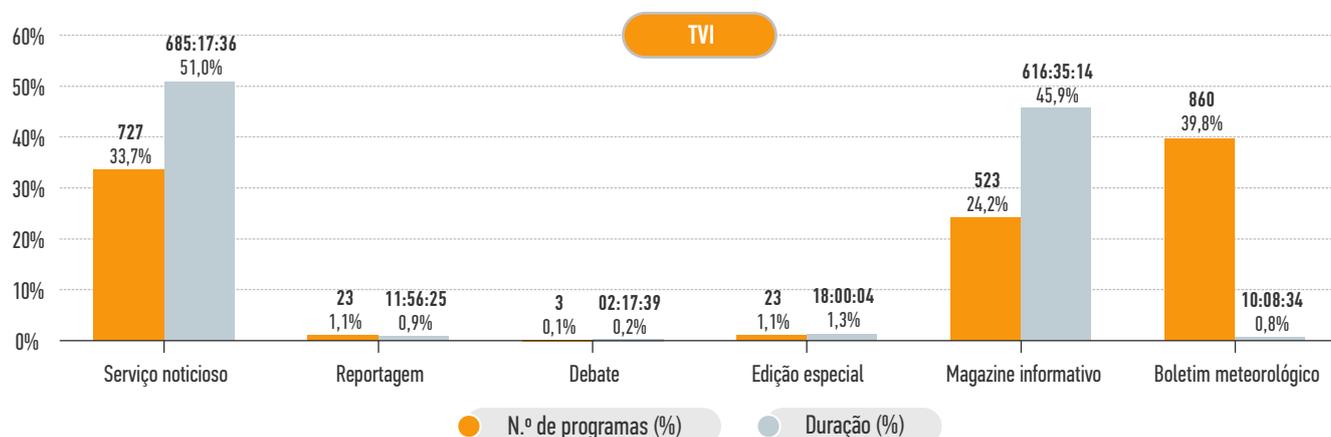
tempo de emissão de *informativos* (55,5%). Os *magazines informativos*, por seu lado, ficam com 36,2%, do tempo dedicado a esta categoria de programas.

Na RTP2 não se regista qualquer ocorrência de programas de *comentário* (fig. 17).

SIC

Os programas *informativos* da SIC correspondem sobretudo à exibição de *serviços noticiosos*, que representam mais de quatro quintos do tempo de emissão deste *macrogénero* (82,0%), sendo também largamente dominantes no que se refere ao número de programas (65,4%).

Fig. 19 – Frequência e duração dos *géneros* informativos na TVI (2009)



N=2159 (n.º total de programas *informativos* na TVI). N=1344h15m42s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na TVI).

RTP1

Fig. 20 – Frequência e duração dos géneros informativos, por período horário na RTP1 (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	16,9	2,2	61,0	65,6	59,4	72,8	44,5	22,3
Reportagem	0,7	0,1	0,4	0,2	12,1	8,1	–	–
Debate	–	–	–	–	0,7	0,8	37,2	54,2
Entrevista	–	–	–	–	7,0	5,7	3,1	2,8
Comentário	–	–	1,2	0,3	16,8	7,4	–	–
Edição especial	0,7	0,7	1,6	2,5	2,6	4,8	2,6	5,3
Magazine informativo	81,7	97,0	32,9	31,3	0,2	0,3	12,6	15,4
Boletim meteorológico	–	–	2,8	0,1	1,2	0,1	–	–
Total	100,0 (443)	100,0 (1005:16:57)	100,0 (672)	100,0 (619:18:11)	100,0 (571)	100,0 (392:19:05)	100,0 (191)	100,0 (185:50:33)

N = 1877 (n.º total de programas informativos na RTP1). N = 2202h44m46s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na RTP1).

A SIC diversifica menos a sua programação informativa, comparando, por exemplo, com a RTP1, ainda que os géneros de maior duração coincidam com os deste canal público. Assim, o segundo género mais exibido é o *magazine informativo*, tanto em número de exibições (27,1%), como em duração (12,1%).

Com um predomínio tão acentuado dos *serviços noticiosos*, a SIC acaba por ter uma programação informativa muito centrada num único género, levando a que os restantes apresentem uma frequência reduzida: *reportagem* (3,3%), *entrevista* (1,5%) e *debate* (1,3%) (fig. 18).

Na SIC regista-se a ausência do género *comentário* e *boletim meteorológico*.

TVI

Na TVI destacam-se os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos*, tal como nos restantes serviços de programas, exactamente por esta ordem. Os primeiros representam metade do tempo de emissão dedicado à programação informativa (51%) e os *magazines informativos* assumem também uma duração bastante significativa (45,9%).

Atente-se que, em número de programas, a TVI, tal como a RTP2, apresenta o *boletim meteorológico* como género mais frequente nas suas grelhas de informação. No entanto, as 860 exibições (39,8%) representam apenas 0,8% do tempo total de *informativos* exibidos (fig. 19).

Nas grelhas de programação da TVI estão ausentes os géneros *comentário* e *entrevista*.

Em termos de diversidade de géneros, existe alguma proximidade com a SIC, já que regista também a ausência de dois géneros, sendo-lhes comum a inexistência de *comentário*. Nota-

-se, contudo, um índice inferior no que respeita à presença do género *reportagem* na programação informativa da TVI (1,1% vs. 3,3%).

D) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

RTP1

A análise da programação informativa por serviço de programas permite constatar que a RTP1 concentra a maior parte dos seus programas *informativos* no período da *tarde* (35,8%), seguindo-se o horário *nobre* (30,4%) e por fim o período da *manhã* (23,6%).

Verifica-se que os *serviços noticiosos* predominam em todos os períodos horários, excepto no horário da *manhã* (16,9%) – 61,0% dos programas *informativos* são exibidos no horário da *tarde*, 59,4% no horário *nobre*, 44,5% na *noite/madrugada*.

Todavia, é no período da *manhã* que se verifica a prevalência mais significativa de um género sobre os restantes, já que o *magazine informativo* sobrepõe-se numa ordem superior aos quatro quintos (81,7%). Neste período horário, regista-se uma escassa diversidade de géneros *informativos*, que se reflecte na forte relevância desse género.

É no horário *nobre* que a RTP1 atinge a maior diversidade de géneros *informativos*, apresentando programas de todas as categorias. Destaca-se a frequência do *comentário* (16,8%), a seguir aos *serviços noticiosos*.

Outro dado digno de registo na programação informativa da RTP1 é o facto de o *debate* ser um género tipicamente exibido no intervalo *noite/madrugada*, consistindo em 37,2% dos programas *informativos* deste período horário (fig. 20).

RTP2

Fig. 21 – Frequência e duração dos géneros informativos, por período horário na RTP2 (2009)

Género	Período / Horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	34,6	35,9	0,5	0,4	58,3	97,6	30,4	79,0
Reportagem	–	–	–	–	–	–	3,5	1,3
Debate	–	–	8,3	10,5	–	–	7,9	4,5
Entrevista	–	–	–	–	–	–	8,8	5,7
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	0,2	0,4	0,1	0,4	–	–	–	–
Magazine informativo	63,2	63,7	48,6	87,3	0,3	0,3	10,3	8,8
Boletim meteorológico	2,0	0,0	42,5	1,4	41,4	2,1	39,1	0,6
Total	100,0 (560)	100,0 (520:44:43)	100,0 (762)	100,0 (442:53:25)	100,0 (626)	100,0 (243:31:01)	100,0 (897)	100,0 (1034:18:43)

N = 2845 (n.º total de programas informativos na RTP2). N = 2241h27m52s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na RTP2).

RTP2

O comportamento da RTP2 é visivelmente diverso do comportamento da RTP1. Sublinhe-se, desde logo, o facto de o período noite/madrugada se apresentar como o mais significativo em número de programas informativos (31,5%), seguido pelo período da tarde (26,8%).

Na RTP2, o magazine informativo apresenta um ascendente sobre os restantes géneros informativos nos períodos da manhã (63,2%) e da tarde (48,6%).

No horário nobre da RTP2 salienta-se a frequência do serviço noticioso, com quase três quintos da programação de informativos (58,3%). Nesta faixa horária, a diversidade de géneros é diminuta, já que 41,4% de programas são constituídos por boletins meteorológicos.

A predominância bipartida de géneros é comum a todos os períodos horários: na manhã, além dos magazines informativos, apresentam-se os serviços noticiosos (34,6%), à tarde, a seguir aos magazines informativos, surgem os boletins meteorológicos

(42,5%), na noite/madrugada, além dos boletins meteorológicos, destacam-se os serviços noticiosos (30,4%) (fig. 21).

SIC

Na SIC, o período horário mais significativo em termos de programas informativos é a tarde (36,7%), seguido do horário nobre, com 29,3%.

Na SIC, a distribuição dos géneros informativos por período horário revela uma menor diversidade relativamente aos serviços de programas do operador público. Assim, em todos os períodos horários, a prevalência de um dos géneros é evidente, atingindo valores sempre acima dos 65%.

Os serviços noticiosos destacam-se em três dos quatro períodos horários: manhã (84,5%), tarde (64,9%) e horário nobre (77,0%). Esta característica torna-se ainda mais evidente em termos de duração, com o reforço de um género relativamente aos restantes em cada um destes períodos horários. No período noite/madrugada, o domínio quase absoluto pertence ao magazine informativo (94,5%), algo que não acontece caso se atente na duração dos programas,

SIC

Fig. 22 – Frequência e duração dos géneros informativos, por período horário na SIC (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	84,5	93,7	64,9	69,1	77,0	84,5	–	–
Reportagem	–	–	0,9	0,8	9,1	5,3	2,8	35,1
Debate	–	–	–	–	4,3	4,1	–	–
Entrevista	–	–	–	–	4,6	2,8	1,7	21,7
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	0,8	0,2	1,7	1,5	1,5	3,2	1,1	14,3
Magazine informativo	14,7	6,1	32,5	28,7	3,5	0,1	94,5	29,0
Boletim meteorológico	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	100,0 (354)	100,0 (527:28:53)	100,0 (578)	100,0 (490:40:04)	100,0 (461)	100,0 (423:10:09)	100,0 (181)	100,0 (10:26:19)

N = 1574 (n.º total de programas informativos na SIC). N = 1451h45m35s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na SIC).

TVI

Fig. 23 – Frequência e duração dos *géneros informativos*, por *período horário* na TVI (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	0,3	0,04	42,4	97,5	91,2	93,0	–	–
Reportagem	–	–	–	–	6,0	3,1	–	–
Debate	–	–	–	–	0,8	0,6	–	–
Entrevista	–	–	–	–	–	–	–	–
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	1,0	0,5	1,2	0,8	1,8	3,3	0,3	0,9
Magazine informativo	98,7	99,5	–	–	0,3	0,002	37,5	48,3
Boletim meteorológico	–	–	56,4	1,7	–	–	62,2	50,8
Total	100,0 (308)	100,0 (6 15:33:25)	100,0 (883)	100,0 (340:04:03)	100,0 (386)	100,0 (380:12:29)	100,0 (582)	100,0 (08:25:45)

N = 2159 (n.º total de programas *informativos* na TVI). N = 1344h15m42s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na TVI).

já que a *reportagem* passa a *género* predominante, com 35,1% do tempo de emissão dos programas *informativos*, neste período.

Na SIC, é o horário nobre que apresenta maior diversidade de *géneros informativos*. Além do *serviço noticioso*, surgem também a *reportagem* (9,1%), o *debate* (4,6%) e a *entrevista* (4,3%). Já nos períodos da manhã e da tarde, a distribuição dos programas *informativos* da SIC faz-se quase exclusivamente entre *serviços noticiosos* e *magazines informativos* (fig. 22).

TVI

Na TVI, o período da tarde é aquele em que são exibidos mais programas *informativos* (40,9%). O predomínio maior de um *género* num período horário ocorre no período da manhã, com os *magazines informativos* (98,7%). Próximo deste valor, em horário nobre, os *serviços noticiosos* totalizam 91,2% do total de programas *informativos* emitidos neste período.

Os *boletins meteorológicos* predominam durante o período da tarde (56,4%) e na noite/madrugada (62,2%). No entanto, em ter-

mos de duração, destacam-se os *serviços noticiosos* (97,5%), no período entre as 13h00 e as 19h59m. Já no segundo caso (noite/madrugada), o *boletim meteorológico* (50,8%) mantém-se dominante, mas perde influência para o *magazine informativo* TVI Negócios (48,3%). Esta perda de importância da informação meteorológica, sobretudo relevante no período da tarde, funda-se no facto deste *género* apresentar duração reduzida (fig. 23).

E) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR DIAS DA SEMANA E FINS-DE-SEMANA (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Nos quatro serviços de programas, denota-se uma tendência de distribuir diferentemente os *géneros informativos* entre os dias de semana e o fim-de-semana. Em todos eles, os *serviços noticiosos* ganham relevância no fim-de-semana, reflectindo, assim, uma perda de diversidade de *géneros* relativamente aos dias de semana.

Na RTP1, o peso relativo da frequência de *serviços noticiosos* aumenta de 44,6% entre os programas *informativos* nos dias de

RTP1 / RTP2

Fig. 24 – Frequência e duração dos *géneros informativos* nos *dias de semana* e *fins-de-semana* na RTP1 e na RTP2 (2009)

Género	RTP1				RTP2			
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-se-semana	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	44,6	32,0	61,8	43,2	25,8	53,7	38,6	60,9
Reportagem	4,7	1,8	1,7	0,7	1,5	0,8	–	–
Debate	5,1	5,9	0,2	0,2	5,1	3,8	3,6	5,1
Entrevista	3,2	1,6	–	–	3,9	3,5	–	–
Comentário	4,5	1,0	9,3	2,8	–	–	–	–
Edição especial	1,6	1,4	2,6	5,9	–	–	0,2	0,7
Magazine informativo	34,7	56,3	24,5	47,2	25,8	37,3	36,3	32,8
Boletim meteorológico	1,8	0,1	–	–	37,9	0,9	21,3	0,6
Total	100,0 (1456)	100,0 (1747:16:46)	100,0 (421)	100,0 (455:28:00)	100,0 (2041)	100,0 (1690:27:54)	100,0 (804)	100,0 (550:59:58)

N = 1877 (n.º total de programas *informativos* na RTP1). N = 2202h44m46s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na RTP1); N = 2845 (n.º total de programas *informativos* na RTP2). N = 2241h27m52s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na RTP2).

SIC / TVI
Fig. 25 – Frequência e duração dos géneros informativos nos dias de semana e fins-de-semana na SIC e na TVI (2009)

Género	SIC				TVI			
	Período horário							
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-se-semana	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	64,9	83,3	67,2	75,4	28,9	45,2	57,9	87,7
Reportagem	1,5	0,9	10,7	7,9	0,8	0,6	2,5	2,6
Debate	1,5	1,3	0,3	0,5	0,1	0,1	0,3	0,4
Entrevista	1,8	1,1	0,3	0,2	–	–	–	–
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	1,5	1,5	1,0	2,3	0,7	0,3	2,8	8,2
Magazine informativo	28,8	11,8	20,5	13,6	27,5	53,0	7,3	0,4
Boletim meteorológico	–	–	–	–	41,9	0,8	29,1	0,7
Total	100,0 (1266)	100,0 (1214:46:17)	100,0 (308)	100,0 (236:59:18)	100,0 (1805)	100,0 (1161:55:56)	100,0 (354)	100,0 (182:19:46)

N = 1574 (n.º total de programas *informativos* na SIC). N = 1451h45m34s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na SIC); N = 2159 (n.º total de programas *informativos* na TVI). N = 1344h15m42s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na TVI).

semana para 61,8% no fim-de-semana. Este aumento traduz-se na descida de todos os restantes géneros, excepto o *comentário* – sobe de 4,5% para 9,3% – e a *edição especial* – aumenta de 1,6% para 2,6%, facto que fica a dever-se aos diversos actos eleitorais ocorridos em 2009. No entanto, estas subidas são menores do que as descidas registadas no conjunto dos restantes géneros.

Em termos de duração, perde-se o predomínio dos *serviços noticiosos*, tornando-se mais relevante a exibição de *magazines informativos*, género que representa quase três quintos do tempo de emissão nos dias de semana (56,3%) e quase metade no fim-de-semana (47,2%).

Também na RTP2 se regista esta tendência de menor diversidade dos géneros no fim-de-semana, com subidas mais significativas dos *serviços noticiosos* (de 25,8% para 38,6%) e dos *magazines informativos* (de 25,8% para 36,3%) dos dias de semana para o fim-de-semana.

No caso da RTP2, contrariamente à RTP1, os *serviços noticiosos* vêem o seu peso reforçado em termos de duração, quer nos dias de semana (53,7%), quer no fim-de-semana (60,9%) (fig. 24).

Na SIC, a subida dos *serviços noticiosos* aos fins-de-semana é menos acentuada do que nos serviços de programas do operador público. Ainda assim, passam de 64,9% para 67,2%. Mas o dado mais saliente na SIC prende-se com a *reportagem*, que tem uma presença reduzida nos dias de semana e sobe significativamente no fim-de-semana, passando de 1,5% para 10,7%. Os restantes géneros descem todos a sua prevalência no fim-de-semana relativamente aos dias de semana.

Em termos de duração, os *serviços noticiosos* são mais relevantes nos dias de semana, consistindo em 83,3% do tempo de emissão dos *informativos* da SIC, sendo que no fim-de-semana

representam pouco mais de três quartos deste tempo (75,4%). Na TVI, tal como nos restantes serviços de programas, os *serviços noticiosos* ganham relevância no fim-de-semana em número de programas, subindo de 28,9% para 57,9%. Outro dado relevante no comportamento da TVI face aos dias de semana é a descida acentuada dos *magazines informativos*, que caem de 27,5% para 7,3% no fim-de-semana.

A programação informativa dos quatro serviços de programas mostra-se algo diversa entre si, sobretudo no que respeita à pluralidade de géneros que cada um emite. Assim, RTP2, SIC e TVI não apresentam quaisquer programas de *comentário*. Por outro lado, a *entrevista* está ausente da TVI e o *boletim meteorológico* da SIC.

Salienta-se também o facto de, em todos os serviços de programas, a programação informativa apresentar uma bipolarização entre os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos*, cabendo ressaltar o caso do *boletim meteorológico* na TVI, que predomina em número de programas, mas é residual em termos de duração.

Alguns géneros de programas *informativos* estão claramente ligados ao horário de emissão: os *magazines informativos* são sempre predominantes no período da manhã (excepto na SIC, em que se destaca sobretudo na noite/madrugada).

Já os *serviços noticiosos* são o género da tarde e horário nobre, excepto nas tardes da RTP2, em que predominam os *magazines informativos*.

O horário nobre é o período em que se regista maior diversidade de géneros *informativos* na RTP1, SIC e TVI, com especial incidência para a RTP1, o único que apresenta programas em todos os géneros *informativos* considerados na análise (fig. 25).

SÍNTESE COMPARATIVA

Da análise da programação informativa dos quatro serviços de programas, salienta-se o facto de mais de metade do tempo dedicado à programação informativa nos quatro serviços de programas pertencer a *serviços noticiosos*, ocorrendo uma bipolarização do tempo de emissão, com os *magazines informativos*. Esta partição é menos acentuada em número de programas, já que são três as categorias mais destacadas, continuando, no entanto, a sobressair a categoria *serviços noticiosos*.

Os canais do operador público colocam-se na dianteira em termos de tempo de emissão de programas *informativos* que apresentam nas suas grelhas. Em conjunto, ultrapassam largamente

a metade de tempo de emissão (61,4%) dos *géneros informativos* dos operadores em sinal aberto. Refira-se especialmente a RTP2, que, além de ser o serviço de programas com mais exibições de informação, é também aquele que dedica mais horas a este *macrogénero*. No extremo oposto, a SIC e a TVI alternam a última posição entre menor número de programas e menor tempo de emissão, respectivamente.

No que diz respeito à diversidade de *géneros* presentes nestes serviços de programas, a RTP1 é o único cujas grelhas incluem todas as categorias consideradas na análise. A SIC e a TVI, por seu lado, denotam duas ausências: *comentário* e *boletim meteorológico*, no primeiro caso, e *comentário* e *entrevista*, no segundo.

8. Programas Infantis/Juvenis

Os públicos infantis e juvenis são alvo de especial atenção na definição de obrigações de programação, designadamente no que respeita à oferta dos serviços de programas de acesso não condicionado livre. Os próprios canais generalistas, regra geral, estruturam as suas grelhas de programação criando espaços específicos para ir ao encontro destes públicos, pensando nos seus ritmos de vida e hábitos do quotidiano.

O serviço público de televisão tem obrigações especiais na oferta televisiva dirigida aos públicos mais novos, sendo que, de acordo com o estabelecido no Contrato de Concessão, a RTP2 deverá ser o canal com uma oferta mais consistente de programação *infanto-juvenil*.

Atendendo às obrigações específicas constantes do Contrato de Concessão, a RTP1 encontra-se vinculada à obrigatoriedade de apresentar na sua grelha espaços regulares de programação *lúdica, formativa e educativa* especificamente dirigida aos públicos *infanto-juvenis*.

A mesma obrigação encontra-se definida para a RTP2, sendo que neste a oferta dessa diversidade de programas tem de ocorrer diariamente. Junta-se-lhe ainda a obrigatoriedade de apresentar um género muito específico dentro desta categoria de programação, que consiste na integração de espaços regulares de informação especificamente dirigida aos públicos mais novos.

Os operadores privados têm de pensar as suas opções de programação atendendo também à diversidade e às necessidades especiais de certas categorias de espectadores, entre as quais se destacam as crianças e os jovens.

(Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A) ANÁLISE GLOBAL

A grande maioria da programação *infantil/juvenil* dos quatro canais considerados concentra-se sobretudo no período da manhã (67,2%). Segue-se o período da tarde com mais de um quarto do total de programas *infantis/juvenis* (28,1%) e, por fim, a grande distância, o horário nobre (4,6%).

Segmentando em géneros o *macrogénero infantil/juvenil*, verifica-se que perto de três quintos da programação para as faixas de espectadores mais jovens em termos globais corresponde à exibição de *desenhos animados* (57,8%). Não é de negligenciar

também que mais de um quinto da programação *infantil/juvenil* pertença ao *género educativo infantil/juvenil* (22,0%).

A prevalência destes dois géneros mantém-se quando a análise se faz em termos de duração: *desenhos animados* representam 52,4% do tempo total de programas *infantis/juvenis* exibidos nos quatro serviços de programas; o *género educativo infantil/juvenis* representa 16,0%. Este facto fica a dever-se, sobretudo, à curta duração que os programas *educativos infantis/juvenis* geralmente apresentam.

Importa ainda sublinhar que, tendo em conta a duração dos diversos géneros, o peso dos programas de *ficção infantil/juvenil* sobe significativamente em relação ao número de programas, passando a representar 14,1% do tempo total do *macrogénero infantil/juvenis*, face aos 6,2% em que se traduzia em número de emissões.

O mesmo sucede com a *telenovela infantil/juvenil*, que consiste em 13,4% da duração total que têm durações alargadas, daí o ascendente que registam quando a análise se baseia na duração, ao invés do que acontece com os programas *educativos infantis/juvenis*.

Relativamente às *funções* desempenhadas pelos programas pertencentes ao *macrogénero infantil/juvenis* nas grelhas dos operadores ao longo de 2009, destaca-se em larga escala a função *entreteter* (77,8%). A função *formar* corresponde a cerca de um quinto do total de programas *infantis/juvenis* (22,0%). Assim, em termos de número de programas, a função *informar* tem uma presença residual (0,2%), decorrente da exibição de 34 programas.

Conduzindo a análise das *funções* sob o prisma da duração, verifica-se que a prevalência da função *entreteter* ganha ainda maior ascendente sobre as restantes (83,8%); *formar* ocupa 16,0% do tempo de emissão e *informar* mantém a mesma proporção (0,2%).

B) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Em termos de organização da programação *infantil/juvenil*, a RTP1 apresenta o bloco *Brinca Comigo* e alguns programas avulsos, no fim-de-semana. Já a RTP2 emite três sessões nos dias de semana – manhã, tarde e horário nobre – do programa-conten-tor *Zig Zag*. Este programa é ainda transmitido nas manhãs de

sábado, facto que constitui uma novidade relativamente à programação de 2008. Também ao sábado, sobretudo em horário nobre, a RTP2 transmite o bloco Kaboom!!!.

Na SIC, o bloco SIC Kids vai para o ar diariamente, acrescentando-lhe, no fim-de-semana o programa-contendor Disney Kids. A TVI é o único serviço de programas que não possui uma programação infantil/juvenil organizada em unidades coesas, cingindo a oferta de programas especificamente vocacionados para os públicos infantis/juvenis ao género telenovela infantil/juvenil nos dias de semana.

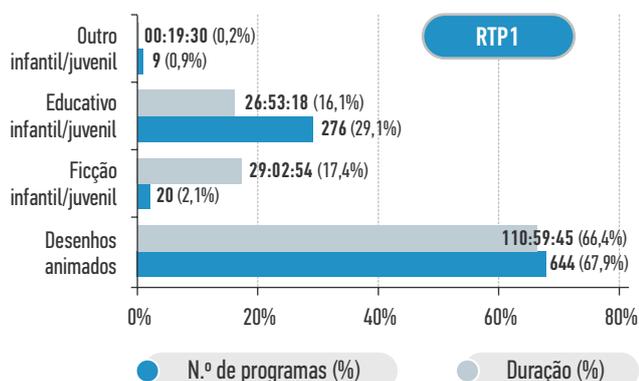
Em matéria de géneros infantis/juvenis privilegiados por cada serviço de programas, salienta-se a presença dos desenhos animados em três dos quatro serviços de programas. A excepção é a TVI, destacando-se aí, como referido supra, a telenovela infantil/juvenil como género mais importante em número de exibições (39,6%).

RTP1

É na RTP1 que a proporção de desenhos animados é mais acentuada (67,9%), mas este facto deve-se também à escassa diversidade de géneros apresentada por este serviço de programas. Em conjunto com os programas educativos infantis/juvenis (29,1%), totalizam 97,0% da programação para os mais jovens deste serviço de programas.

Se a análise for efectuada levando em linha de conta as horas de emissão de cada género, denotam-se algumas alterações nos géneros mais importantes da RTP1. Ao invés dos programas educativos infantis/juvenis (16,1%), é a ficção infantil/juvenil que ocupa mais tempo de emissão (17,4%), a seguir aos desenhos animados (66,4%) (fig. 26).

Fig. 26 – Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis na RTP1 (2009)



N=949 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP1).
N=167h15m27s (n.º total de horas de emissão de programa infantil/juvenil na RTP1).

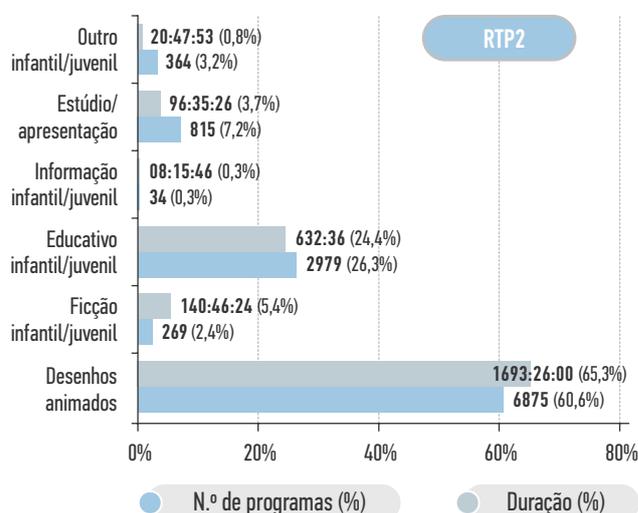
RTP2

Na RTP2, sendo o serviço de programas com maior número de programas infantis/juvenis, mais de três quintos da programação é constituída por desenhos animados (60,6%). Tal como na RTP1, o segundo género mais relevante é o educativo infantil/juvenil (26,3%).

Estes dois géneros são também aqueles que ocupam mais tempo de emissão, verificando-se um reforço da prevalência dos desenhos animados (65,3%), com uma concomitante descida do peso dos educativos infantis/juvenis (24,4%).

A RTP2 é o canal que apresenta maior diversidade de géneros infantis/juvenis (fig. 27).

Fig. 27 – Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis na RTP2 (2009)



N=11336 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP2).
N=2592h27m58s (n.º total de horas de emissão de programa infantil/juvenil na RTP2).

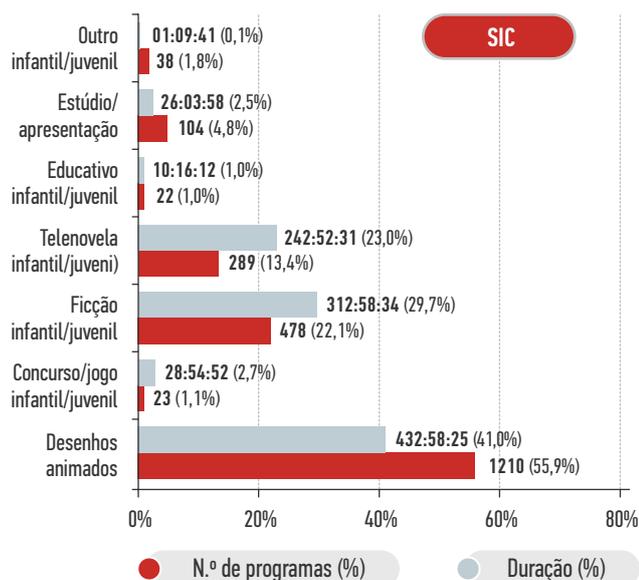
SIC

A SIC mostra algumas diferenças em relação aos géneros maioritários nos serviços de programas do operador público. Ainda que se mantenha a prevalência acentuada dos desenhos animados (55,9%), esta é um pouco menor.

A diferença mais visível refere-se ao segundo género mais emitido, que é a ficção infantil/juvenil (22,1%), seguida pelas telenovelas infantil/juvenil (13,4%), sendo que este último género não existe nos serviços de programas do operador público.

A ordenação dos géneros por tempos de emissão mantém a ordem dos dois géneros mais exibidos. Todavia, os desenhos animados perdem alguma relevância relativamente ao número de exibições (41,0%) e sai reforçada a ficção infantil/juvenil (29,7%) (fig. 28).

Fig. 28 – Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis* na SIC (2009)



N=2164 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na SIC).
N=1055h14m13s (n.º total de horas de emissão de programa *infantis/juvenis* na SIC).

TVI

A TVI, por seu lado, conforme referido, concentra a grande maioria da sua programação dirigida a estes públicos específicos na exibição de *telenovelas infantis/juvenis* (39,6%), relegando os *desenhos animados* para segunda posição (29,1%).

Considerando a duração dos diferentes géneros *infantis/juvenis* na TVI, em vez dos *desenhos animados* surge a *ficção infantil/juvenil* (22,0%) a secundar as *telenovelas infantis/juvenis*, que reforçam a prevalência enquanto género mais exibido neste canal (50,5%).

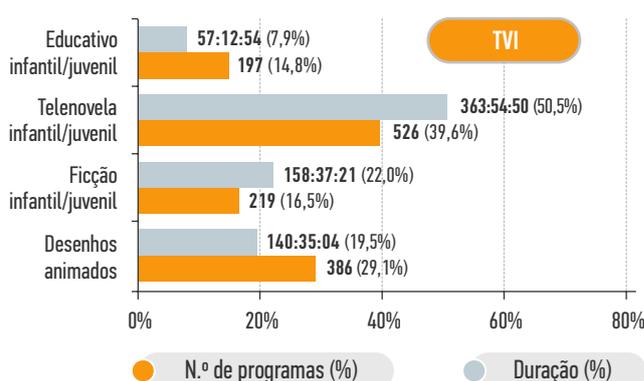
A diversidade de géneros *infantis/juvenis* na TVI, à semelhança do que sucede também com a RTP1, cinge-se à exibição de quatro das oito categorias consideradas na grelha de classificação (fig.29).

C) ANÁLISE COMPARATIVA DAS FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Uma análise panorâmica sobre as funções dos programas *infantis/juvenis* permite verificar que a função *entreter* representa 77,8% da totalidade da programação *infantil/juvenil*. *Formar* fica com 22,0%. Os restantes 0,2% encontram-se classificados com a função *informar*. Estas duas últimas funções são, cada uma delas, preenchidas por um único género de programação, respectivamente *educativos infantis/juvenis* e *informação infantil/juvenil*.

Em todos os serviços de programas, com excepção da RTP2, so-

Fig. 29 – Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis* na TVI (2009)



N=1328 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na TVI).
N=720h20m09s (n.º total de horas de emissão de programa *infantis/juvenis* na TVI).

bressai o facto da programação *infantil/juvenil* prosseguir duas funções: *entreter* e *formar*. *Informar* é uma função que se verifica apenas na programação da RTP2.

Assim, a função *entreter*, sendo a maioritária em todos os serviços de programas, é também aquela que apresenta maior diversidade de géneros na totalidade dos serviços de programas.

RTP1

Na RTP1, a função *entreter* é preenchida quase na totalidade por *desenhos animados* (95,7%). Este dado reflecte a menor diversidade de géneros *infantis/juvenis* da RTP1, cujas grelhas de programação compreendem menos tempo de emissão nesta categoria de programas, concentrando a sua oferta na apresentação ao fim-de-semana do bloco Brinca Comigo.

A função *formar*, na RTP1, é cumprida na totalidade pela exibição de 276 programas do género *educativo infantil/juvenil* (fig. 30).

RTP2

Na RTP2, a função *entreter* é também maioritária, um pouco mais expressiva do que na RTP1. Acresce que é neste serviço de programas que se concentram a totalidade dos *informativos infantis/juvenis*, nomeadamente o Mil Gigas. Tal como na RTP1, os *desenhos animados* são o género mais significativo na função *entreter*, apesar de ter menor expressão. Ainda assim, representa mais de quatro quintos dos programas para *entreter* (82,6%).

A função *formar* é totalmente preenchida por programas do género *educativos infantis/juvenis*, o mesmo acontecendo com a função *informar*, desempenhada na íntegra por programas classificados como *informação infantil/juvenil* (34) (fig. 31).

RTP1

Fig. 30 – Frequência das funções por géneros infantis/juvenis na RTP1 (2009)

Género	Funções							
	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenhos animados	644	95,7	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	20	3,0	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	276	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	9	1,3	-	-	-	-	-	-
Total	673	100,0	-	-	276	100,0	-	-

N = 949 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP1).

RTP2

Fig. 31 – Frequência das funções por géneros infantis/juvenis na RTP2 (2009)

Género	Funções							
	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenhos animados	6875	82,6	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	269	3,2	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	2979	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	34	100,0	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	815	9,8	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	364	4,4	-	-	-	-	-	-
Total	8323	100,0	34	100,0	2979	100,0	-	-

N = 11336 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP2).

SIC

Fig. 32 – Frequência das funções por géneros infantis/juvenis na SIC (2009)

Género	Funções							
	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenhos animados	1210	56,5	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	23	1,1	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	478	22,3	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	289	13,5	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	22	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	104	4,9	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	38	1,8	-	-	-	-	-	-
Total	2142	100,0	-	-	22	100,0	-	-

N = 2164 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC).

TVI

Fig. 33 – Frequência das funções por géneros infantis/juvenis na TVI (2009)

Género	Funções							
	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenhos animados	386	34,1	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	219	19,4	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	526	46,5	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	197	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1131	100,0	-	-	197	100,0	-	-

N = 1328 (n.º total de programas infantis/juvenis na TVI).

SIC

De todos os serviços de programas, a SIC é aquele que apresenta maior diversidade de géneros na função *entreter*, sendo também o serviço de programas no qual a função *entreter* possui maior peso (99,0% da programação *infantil/juvenil*).

Ainda assim, a maior fatia pendente sobre os *desenhos animados*, que representam 56,5% da função *entreter*.

Refira-se ainda a relevância atingida pela *ficção infantil/juvenil* com quase um quarto dos programas (22,3%). A *telenovela infantil/juvenil* é também um género relevante no preenchimento da função *entreter* (13,5%).

Além de *entreter*, a programação *infantil/juvenil* da SIC cumpre também a função de *formar*, emitindo 22 programas *educativos infantis/juvenis* que cumprem esta função (fig.32).

TVI

Na TVI, ao contrário dos outros serviços de programas, os *desenhos animados* não são o género mais importante na função *en-*

treter, mas sim as *telenovelas infantis/juvenis*, que constituem quase metade dos programas que prosseguem esta função (46,5%). Aos *desenhos animados* cabem 34,1% da referida função; à *ficção infantil/juvenil* 19,4%.

Além de *entreter*, função cumprida por 85,2% dos programas *infantis/juvenis* da TVI, o serviço de programas exibiu 197 programas com a função *formar*, pertencentes na totalidade ao género *educativo infantil/juvenil* (fig. 33).

D) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

A distribuição geral dos programas *infantis/juvenis* por período horário permite verificar que 67,2% desta programação é transmitida no período horário da manhã, sendo que 28,1% desta programação se encontra no período da tarde.

Os *desenhos animados* representam 61,5% da programação *infanto-juvenil* das manhãs e 63,1% do horário nobre. Os *educativos infantis/juvenis* são o segundo género mais relevante em ambos os períodos horários e representam 23,5% dos programas das manhãs e 23,8% do horário nobre.

RTP1

Fig. 34 – Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis*, por período horário na RTP1 (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Desenhos animados	68,1	68,8	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	1,8	14,3	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	29,2	16,7	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	1,0	0,2	-	-	-	-	-	-
Total	100,0 (946)	100,0 (161:17:00)	100,0 (2)	100,0 (03:38:42)	100,0 (1)	100,0 (02:19:45)	-	-

N = 949 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na RTP1). N = 167h15m27s (n.º total de horas de emissão de programas *infantis/juvenis* na RTP1).

RTP2

Fig. 35 – Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis*, por período horário na RTP2 (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Desenhos animados	61,7	66,1	57,8	64,7	65,4	59,8	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	1,4	2,8	4,6	11,8	0,1	0,3	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	28,8	26,1	22,0	19,6	24,6	31,6	-	-
Informação infantil/juvenil	0,3	0,3	0,2	0,2	1,0	1,1	-	-
Estúdio/apresentação	4,4	4,0	13,1	2,9	3,0	5,2	-	-
Outro (infantil/juvenil)	3,3	0,7	2,5	0,8	5,8	2,1	-	-
Total	100,0 (6927)	100,0 (1629:46:09)	100,0 (3707)	100,0 (809:50:44)	100,0 (702)	100,0 (152:51:05)	-	-

N = 11336 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na RTP2). N = 2592h27m58s (n.º total de horas de emissão de programas *infantis/juvenis* na RTP2).

SIC

Fig. 36 – Frequência e duração dos gêneros infantis/juvenis, por período horário na SIC (2009)

Gênero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Serviço noticioso	84,5	93,7	64,9	69,1	77,0	84,5	–	–
Reportagem	–	–	0,9	0,8	9,1	5,3	2,8	35,1
Debate	–	–	–	–	4,3	4,1	–	–
Entrevista	–	–	–	–	4,6	2,8	1,7	21,7
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	0,8	0,2	1,7	1,5	1,5	3,2	1,1	14,3
Magazine informativo	14,7	6,1	32,5	28,7	3,5	0,1	94,5	29,0
Boletim meteorológico	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	100,0 (354)	100,0 (527:28:53)	100,0 (578)	100,0 (490:40:04)	100,0 (461)	100,0 (423:10:09)	100,0 (181)	100,0 (10:26:19)

N = 2164 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC). N = 1055h14m13s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na SIC).

O caso da tarde diverge, sobretudo pelo facto de se concentrar neste período horário a grande maioria das telenovelas infantis/juvenis, fazendo com que decresça o ascendente dos dois géneros já citados.

Assim, os desenhos animados continuam a predominar na programação da tarde, mas consistindo em menos de metade dos programas exibidos (48,3%). Segue-se o género educativo infantil/juvenil (18,3%) e a telenovela infantil/juvenil (15,1%).

RTP1

Com a programação quase totalmente concentrada no período da manhã (99,7%), a RTP1 apresenta diversidade de géneros apenas neste intervalo de tempo (fig.34).

RTP2

Na RTP2, os desenhos animados predominam nos três períodos horários que apresentam programas infantis/juvenis. A prevalência destes é maior no horário nobre (65,4%), registando uma ligeira redução nas manhãs (61,7%) e tardes (57,8%).

Em segundo lugar surgem os programas educativos infantis/ju-

nis, com uma presença mais acentuada nas manhãs (28,8%), seguindo-se o horário nobre (24,6%) e, por fim, o período da tarde (22,0%) (fig. 35).

SIC

Na SIC, atendendo à distribuição dos géneros por períodos horários, apesar de, tal como nos serviços de programas já referidos, a maior parte da programação infantil/juvenil se concentrar nas manhãs (89,3%), denota-se uma clara orientação de dois géneros para o período da tarde – a telenovela infantil/juvenil representa três quartos dos programas exibidos (75,0%) e a ficção infantil/juvenil fica com a restante fatia.

Deste modo, os desenhos animados têm a sua exibição concentrada nas manhãs, sendo aí o género mais relevante (62,6%) (fig. 36).

TVI

Na TVI, a programação infantil/juvenil no período da tarde é preenchida quase na totalidade pela exibição de telenovelas dirigidas a estes públicos específicos, representando 98,1% dos programas infantis/juvenis exibidos neste período horário.

TVI

Fig. 37 – Frequência e duração dos gêneros infantis/juvenis, por período horário na TVI (2009)

Gênero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Desenhos animados	48,7	41,3	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	26,1	41,7	1,9	3,7	14,3	31,7	100,0	100,0
Telenovela infantil/juvenil	0,3	0,2	98,1	96,3	85,7	68,3	–	–
Educativo infantil/juvenil	24,9	16,8	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	100,0 (792)	100,0 (340:21:40)	100,0 (528)	100,0 (372:15:49)	100,0 (7)	100,0 (06:52:27)	100,0 (1)	100,0 (00:50:13)

N = 1328 (n.º total de programas infantis/juvenis na TVI). N = 720h20m09s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na TVI).

As manhãs são o período horário com maior diversidade de géneros de programação infantil/juvenil na TVI. Os desenhos animados representam metade do número de programas infantis/juvenis deste período horário (48,7%). Mas, em termos de duração, este género é equivalente à ficção infantil/juvenil (respetivamente, 41,3% e 41,7%).

Os programas educativos para os públicos infantis e juvenis encontram-se na sua totalidade posicionados no período da manhã (fig. 37).

E) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS INFANTIS/JUVENIS POR DIAS DA SEMANA E FINS-DE-SEMANA (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

No que respeita à distribuição dos géneros pelos dias de semana e fins-de-semana, refira-se que recaem nos dias de semana mais de três quartos da programação infantil/juvenil (75,2%).

Em termos de géneros mais relevantes, os desenhos animados têm maior peso na programação do fim-de-semana, consistindo em 63,1% dos programas. Nos dias de semana, representam 56,0%. Apesar destas percentagens, ocorre uma maior diversidade de géneros nos fins-de-semana.

Nos dias de semana, o género educativo infantil/juvenil é mais importante comparativamente com os fins-de-semana, ainda que se apresente em ambos como o segundo género mais relevante.

RTP1/RTP2

Considerando esta distribuição por serviço de programas, verifica-se que a RTP1 é o que maior peso coloca no fim-de-semana. Assim, 99,8% dos programas da RTP1 são transmitidos nos fins-de-

-semana. Destes, 68,0% pertencem ao género desenhos animados e 29,1% são programas do género educativo infantil/juvenil.

Os dois únicos programas que a RTP1 emitiu nos dias de semana integram o género ficção infantil/juvenil.

A RTP2, mercê das três exibições diárias do contentor Zig Zag, transmite 92,5% da programação infantil/juvenil nos dias de semana. Destes, ganham claro ascendente sobre os demais géneros os desenhos animados, com mais de três quintos da programação (60,3%), secundando o género educativo infantil/juvenil (27,3%).

Nos fins-de-semana, a ordem dos géneros infantis/juvenis da RTP2 é a mesma. No entanto, acentua-se a prevalência dos desenhos animados (65,9%), com uma descida clara dos programas educativos infantis/juvenis (8,6%), paralela a uma subida significativa da ficção infantil/juvenil (9,6%).

Constata-se, assim, que os serviços de programas do operador público procuram obter alguma complementaridade na programação infantil/juvenil: se um cinge quase toda a programação aos fins-de-semana, o outro concentra uma grande percentagem desta programação nos dias de semana (fig. 38).

SIC/TVI

Os operadores privados diferenciam claramente a programação infantil/juvenil dos dias de semana e dos de fim-de-semana, sendo que ambos apresentam um maior número de programas desta categoria nos fins-de-semana: SIC, 60,7%; TVI, 60,2%.

A SIC demonstra uma distribuição mais equitativa pelos três géneros mais destacados nos dias de semana: desenhos animados,

Fig. 38 – Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis nos dias de semana e fins-de-semana na RTP1 e RTP2 (2009)

Género	RTP1 / RTP2							
	RTP1				RTP2			
	Período horário							
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-se-semana	
N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	
Desenhos animados	–	–	68,0	67,8	60,3	65,6	65,9	61,8
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	100,0	100,0	1,9	15,5	2,0	3,6	9,6	26,4
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	–	–	29,1	16,4	27,3	26,4	8,6	1,8
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	0,01	0,01	5,3	3,9
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	7,1	3,7	9,0	4,1
Outro (infantil/juvenil)	–	–	1,0	0,2	3,3	0,7	1,6	2,0
Total	100,0 (2)	100,0 (03:36:25)	100,0 (947)	100,0 (163:39:02)	100,0 (10711)	100,0 (2384:03:14)	100,0 (625)	100,0 (208:24:44)

N = 949 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP1). N = 167h15m27s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na RTP1); N = 11336 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP2). N = 2592h27m58s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na RTP2).

SIC / TVI

Fig. 39 – Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis nos dias de semana e fins-de-semana na SIC e TVI (2009)

Género	SIC				TVI			
	Período horário							
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-se-semana	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Desenhos animados	35,5	21,8	70,0	59,6	2,0	1,1	47,5	39,3
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	1,8	5,4	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	30,0	36,6	16,6	22,9	6,3	8,7	23,4	36,3
Telenovela infantil/juvenil	28,9	39,5	2,7	7,2	90,7	89,9	4,8	8,3
Educativo infantil/juvenil	2,5	2,0	–	–	0,9	0,3	24,3	16,1
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	8,1	4,9	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	3,1	0,2	0,9	0,1	–	–	–	–
Total	100,0 (882)	100,0 (517:58:11)	100,0 (1282)	100,0 (537:16:02)	100,0 (538)	100,0 (372:28:50)	100,0 (790)	100,0 (347:51:19)

N = 2164 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC). N = 1055h14m13s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na SIC); N = 1328 (n.º total de programas infantis/juvenis na TVI). N = 720h20m09s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na TVI).

35,5%; ficção infantil/juvenil, 30,0% e telenovela infantil/juvenil, 28,9%. A ordem inverte-se quando se toma em consideração a duração dos programas, passando a telenovela infantil/juvenil a ser o género mais importante nesse critério (39,5%)

Já nos fins-de-semana não se verifica uma tal distribuição na grelha da SIC, uma vez que os desenhos animados preenchem 70,0% da programação infantil/juvenil, ficando o segundo género menos frequentado, a ficção infantil/juvenil, com 16,6% da programação dos fins-de-semana.

Na TVI, a distribuição da programação infantil/juvenil é bastante diferente da dos restantes serviços de programas, principalmente porque nos dias de semana é composta quase totalmente por um único género: telenovela infantil/juvenil (90,7%).

Em contraste, no fim-de-semana três dos quatro géneros transmitidos apresentam maior distribuição entre si, ainda assim, com prevalência destacada dos desenhos animados (47,5%), seguidos pelos educativos infantis/juvenis (24,3%) e, muito próximo, pela ficção infantil/juvenil (23,4%).

Repare-se que o grande género dos dias de semana, na TVI, passa a ter um peso diminuto na programação dos fins-de-semana (4,8%) (fig. 39).

SÍNTESE COMPARATIVA

A análise da programação infantil/juvenil dos quatro serviços de programas em sinal aberto revela que todos eles mostram comportamentos diversos relativamente a esta categoria de programação.

A RTP2 é, de longe, aquele que dedica maior atenção a este tipo de programação, ao passo que a RTP1 é o que lhe dedica menor espaço nas suas grelhas.

O género desenhos animados é o mais importante em todos os serviços de programas, com excepção da TVI, que marca a diferença pela aposta na telenovela infantil/juvenil, que é mesmo o único género presente nos dias de semana deste operador. A SIC apresenta todos os géneros infantis/juvenis, excepto a informação infantil/juvenil, mantendo a tendência de exibir maioritariamente desenhos animados.

Destaque-se a presença da função informar em apenas um serviço de programas, a RTP2, cingindo-se as restantes às funções entreter e formar.

Esta última, apesar da diversidade registada em todos os serviços de programas, marca presença em todos eles.

9. Programas Culturais/Conhecimento

A oferta de programas destinados à promoção da cultura e do conhecimento dos públicos constitui uma das obrigações de programação estabelecidas tanto para os canais do serviço público de televisão, como para os canais dos operadores privados, embora tendam a ser reforçadas no caso dos primeiros, com particular incidência no que respeita à programação da RTP2.

Com efeito, os dois serviços de programas do operador público, de acordo com o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, devem conferir especial relevo à transmissão de programas de carácter cultural. No caso da RTP1, a sua grelha de programação tem de integrar i) espaços regulares de difusão de documentários originais com uma frequência mínima mensal; ii) espaços regulares com grandes espectáculos culturais ou artísticos com uma frequência mínima bimestral e iii) espaços regulares dedicados à música portuguesa com uma frequência mínima bimestral.

A RTP2 é o canal do serviço público de televisão que se deve destacar com uma oferta televisiva alternativa, apresentando, conforme definido no Contrato de Concessão, uma programação de forte componente cultural e formativa, que deve valorizar a educação, a ciência, a investigação, as artes... Assim, o segundo serviço de programas do operador público tem necessariamente obrigações específicas acrescidas neste domínio de programação.

A grelha de programação da RTP2 deve incluir, entre outros, i) espaços regulares dedicados à exibição de documentários com uma frequência mínima semanal; ii) espaços regulares de informação e de debate culturais, com especial atenção à actualidade artística nacional, com uma frequência mínima semanal; iii) espaços regulares de entrevistas com personalidades da vida cultural portuguesa cobrindo a literatura, as artes, o património, o pensamento, a ciência e outras áreas, com uma frequência mínima semanal; iv) espaços regulares com espectáculos representativos de culturas ou artes de menor visibilidade (música erudita, etnográfica, jazz, peças teatrais e bailados), com uma frequência quinzenal; v) espaços regulares de divulgação do livro e da literatura com uma frequência mínima semanal.

Os operadores privados encontram-se também vinculados à obrigatoriedade de contribuir para a formação e informação dos públicos, o que implica uma atenção especial à programação de carácter cultural. (Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A) ANÁLISE GLOBAL

A programação *cultural* dos quatro operadores de televisão em sinal aberto em Portugal representou cerca de 6,2% do número de ocorrências dos quatro serviços de programas. Quase metade destes programas pertence ao *género documentário* (49,2%), encontrando-se nos antípodas os programas de *humanidades* (3,4%). Considerando a duração de cada *género*, os *documentários* ganham ainda maior expressão no conjunto dos *culturais/conhecimento* (53,0%).

Relativamente às *funções* desempenhadas pelos programas *culturais/conhecimento*, conclui-se que mais de três quintos (61,2%) cumprem predominantemente a função *formar*. Já a função *entretêr* é a menos expressiva, com 14,2% da programação de *culturais/conhecimento*. Refira-se, ainda, que nenhum foi classificado com a função *promover/divulgar*.

A função *formar* continua a ser mais expressiva em termos de duração, acima de metade do tempo de emissão dos programas *culturais/conhecimento*, embora com alguma perda de relevância (55,5%).

Uma leitura transversal do *macrogénero culturais/conhecimento* por serviço de programas permite concluir que a RTP2 assume perto de três quartos de toda a programação deste *macrogénero* (73,6%). Em contraste, a TVI é o serviço de programas que, no conjunto dos quatro canais, inclui menos programas *culturais/conhecimento* nas suas grelhas (3,1%). Quanto à SIC, assume a terceira posição nesta lista, com 8,3%.

Atendendo à duração, verifica-se uma ligeira diminuição do domínio da RTP2 (71,9%), bem como do peso relativo da SIC (7,9%); RTP1 e TVI registam, por seu lado, uma ligeira subida em termos de duração de *culturais/conhecimento* (respectivamente, 16,1% e 4,1%).

B) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS CULTURAIS/ CONHECIMENTO (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

RTP1

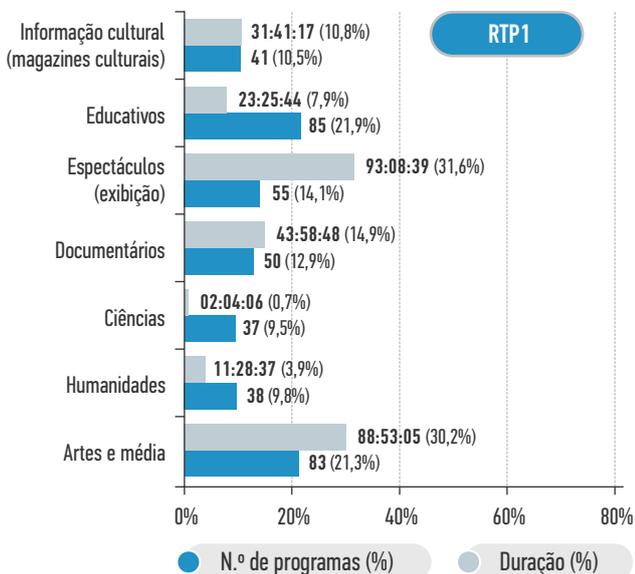
Na RTP1, verifica-se uma forte proximidade entre os dois *géneros* mais frequentes – *educativos* (21,9%) e *artes e média* (21,3%).

Os programas dedicados a *humanidades* e *ciências* rondam um décimo da totalidade dos *culturais/conhecimento* neste serviço de programas, com uma prevalência de 9,8% e 9,5%, respectivamente.

Em termos de duração, a prevalência dos *géneros* é diversa e regista alterações significativas. Assim, o *género* com maior duração na RTP1 é *espectáculos (exibição)* (31,6%). Mantém-se a segunda posição de *artes e média* (30,2%).

Outra alteração ocorre com os programas sobre *ciências*, que passa de 9,5% em frequência para 0,7% em duração, revelando tratar-se de programas com duração reduzida (fig.40).

Fig. 40 – Frequência e duração dos *géneros culturais/conhecimento* na RTP1 (2009)



N=389 (n.º total de programas *culturais/conhecimento* na RTP1).
N=294h30m16s (n.º total de horas de emissão de programa *culturais/conhecimento* na RTP1).

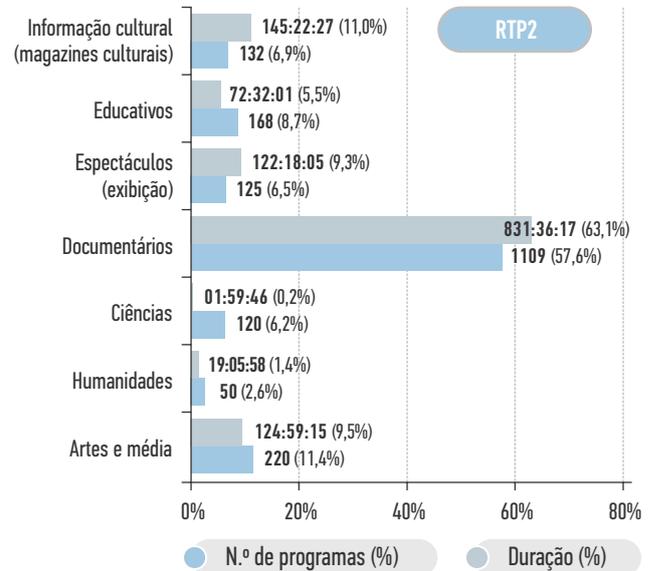
RTP2

Na RTP2, os *documentários* dominam, com quase três quintos dos programas *culturais/conhecimento* (57,6%) deste serviço de programas, deixando a grande distância todos os restantes, de tal forma que o segundo mais frequente corresponde à exibição de programas dedicados a *artes e média* com pouco mais de um décimo das ocorrências (11,4%). Em contraponto, o *género* com menor frequência corresponde a programas da categoria *humanidades* (2,6%).

Na análise por duração, regista-se a mesma tendência que na RTP1, com uma descida acentuada do peso dos programas dedicados a *ciências*, que passam de uma proporção de 6,2% em número de programas para 0,2% em duração.

Os *documentários* são também os que ocupam mais tempo de emissão, registando mais de três quintos da duração total de *culturais/conhecimento* (63,1%). Em segundo lugar, a grande distância, surge a *informação cultural (magazines culturais)*, com 11,0% do tempo total da programação cultural (fig. 41).

Fig. 41 – Frequência e duração dos *géneros culturais/conhecimento* na RTP2 (2009)

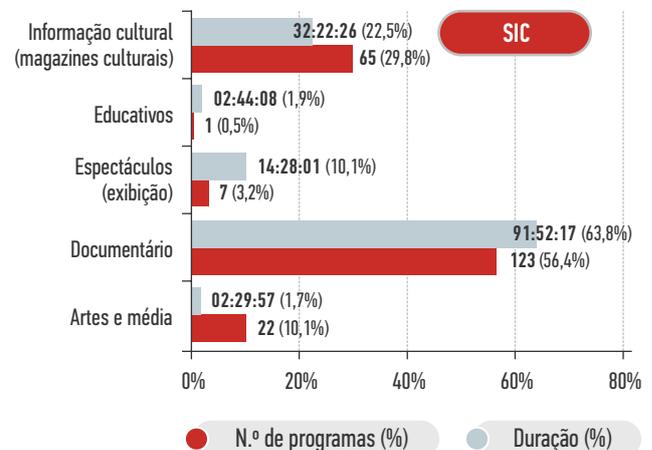


N=1924 (n.º total de programas *culturais/conhecimento* na RTP2).
N=1317h53m49s (n.º total de horas de emissão de programa *culturais/conhecimento* na RTP2).

SIC

Na SIC, como na RTP2, destacam-se os *documentários* como *género* de *culturais/conhecimento* mais exibido (56,4%), predo-

Fig. 42 – Frequência e duração dos *géneros culturais/conhecimento* na SIC (2009)



N=218 (n.º total de programas *culturais/conhecimento* na SIC).
N=143h56m49s (n.º total de horas de emissão de programa *culturais/conhecimento* na SIC).

mínio que se acentua em termos de duração (63,8%). A *informação cultural* (*magazines culturais*) é o segundo género mais importante na programação cultural da SIC, quer em número de programas (29, 8%), quer em duração (22,5%).

Os géneros menos significativos no conjunto dos programas *culturais/conhecimento* da SIC são os *educativos* em número de programas (0,5%) e os programas dedicados a *artes e média* em duração (1,7%) (fig. 42).

TVI

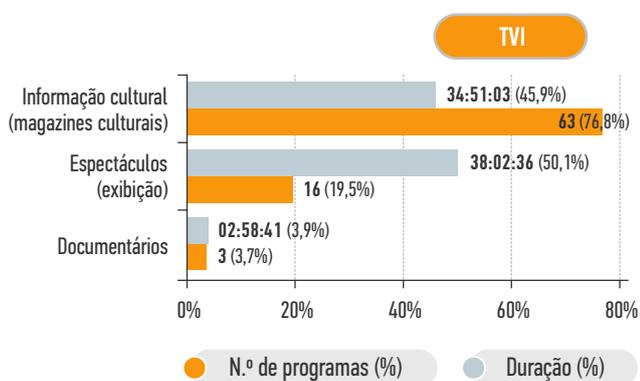
A TVI, ao contrário da RTP2 e da SIC, não privilegia os *documentários*, mas sim a *informação cultural* (*magazines culturais*), que totalizam mais de três quintos (76,8%) da programação cultural deste serviço de programas.

Todavia, em termos de duração, a alteração é muito significativa, e metade do tempo total dos *culturais/conhecimento* na TVI é preenchido por exibição de espectáculos (50,1%).

Os três *documentários* emitidos pela TVI em 2009 fecham a totalidade da programação do canal para este *macrogénero*, correspondendo a 3,9% do tempo total dedicado pela estação a esta categoria de programação.

A SIC e a TVI apresentam menor diversidade de *géneros culturais/conhecimento* do que os serviços de programas do operador público, sendo que o primeiro não exhibe programas dos *géneros humanidades* ou *ciências* e emite apenas um *educativo*. Já a TVI apenas emite *documentários*, *espectáculos* (*exibição*) e *informação cultural* (*magazines culturais*) (fig. 43).

Fig. 43 – Frequência e duração dos *géneros culturais/conhecimento* na TVI (2009)



N=82 (n.º total de programas *culturais/conhecimento* na TVI).
N=75h52m20s (n.º total de horas de emissão de programa *culturais/conhecimento* na TVI).

C) ANÁLISE COMPARATIVA DAS FUNÇÕES DOS GÉNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

O comportamento das *funções* da programação cultural na RTP1 apresenta-se bastante diverso, conforme se atente no número de programas ou na sua duração. Assim, em número de programas, cerca de metade cumprem a *função formar* (48,8%). No entanto, considerando a duração, verifica-se que a *função entreter* é largamente maioritária, correspondendo a 63,5% do tempo total de programação cultural. A *função informar* corresponde a 14,1% dos programas, subindo para 15,3% em duração.

Na RTP2 não se apresentam as referidas discrepâncias e, quer se considere o número de programas, quer se leve em conta a duração, *formar* é por excelência a *função* dos programas culturais da RTP2. Em concreto, esta *função* corresponde a 66,9% do número total de programas e a 65,4% do tempo total do *macrogénero culturais/conhecimento* deste canal.

A *função* com menor expressão é *entreter*, traduzindo-se em 9,2% do total de programas e 12,1% do tempo total do *macrogénero* no serviço de programas.

A SIC regista uma tendência semelhante à da RTP2 na sua programação cultural. A *função formar* é a mais relevante em número de programas (53,7%) e em duração (61,1%).

Também a *função* menos significativa é *entreter* (16,1%), correspondendo a 15,6% do tempo total de emissão do *macrogénero culturais/conhecimento*.

A TVI apresenta-se mais dissonante, sendo que a maioria dos seus programas *culturais/conhecimento* tem *informar* como *função* predominante (76,8%), algo que não se verifica em nenhum outro serviço de programas. Todavia, em termos de duração, prevalece a *função entreter* (47,8%), embora muito próxima de *informar* (45,9%).

Na RTP1, a *função formar* é a que reúne o maior número de programas *culturais/conhecimento*, sendo desempenhada na maior parte pelo género *educativo* (44,7%), seguido pelos programas sobre *humanidades* (20,0%) e *ciências* (19,5%).

A *função entreter* é cumprida sobretudo pelo género *artes e média* (57,6%), que consiste em quase três quintos do total da *função* no serviço de programas em causa. Em conjunto com a exibição de espectáculos (38,2%), preenchem quase a totalidade da *função entreter* na RTP1.

Na *função informar*, três quintos são cumpridos pelo género *informação cultural* (*magazines culturais*) (74,5%).

Fig. 44 – Frequência e duração das funções dos géneros culturais/conhecimento, por serviço de programas (2009)

Função	RTP1		RTP2		SIC		TVI	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Entreter	37,0	63,5	9,2	12,1	16,1	15,6	18,3	47,8
Informar	14,1	15,3	23,9	22,5	30,3	23,3	76,8	45,9
Formar	48,8	21,1	66,9	65,4	53,7	61,1	4,9	6,3
Promover/divulgar	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	100,0 (389)	100,0 (294:30:16)	100,0 (1924)	100,0 (1317:53:49)	100,0 (218)	100,0 (143:56:49)	100,0 (82)	100,0 (75:52:20)

N = 389 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP1). N = 294h30m16s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP1); N = 1924 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP2). N = 1317h53m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP2); N = 218 (n.º total de programas culturais/conhecimento na SIC). N = 143h56m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na SIC); N = 82 (n.º total de programas culturais/conhecimento na TVI). N = 75h52m20s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na TVI).

Tal como acontece na RTP1, também na RTP2 a grande parte dos programas culturais/conhecimento cumpre a função formar (66,9%). Três quintos destes programas são constituídos por documentários (75,2%). A função informar é cumprida sobretudo por programas de artes e média (33,9%) e pelos documentários (30,4%). A função entreter, nos culturais/conhecimento da RTP2 é também cumprida em grande medida pelos espetáculos (exibição) (70,6%).

Em consonância com as tendências dos dois serviços de programas acima descritos, a SIC concentra na função formar mais de metade dos programas culturais que emite (53,7%). Mas é na função entreter que apresenta maior diversidade de géneros.

Assim, a quase totalidade dos programas com a função formar consiste em documentários (99,1%). Informar cabe sobretudo à informação cultural (magazines culturais), com 98,5% dos programas nesta função. A função entreter é a que apresenta maior diversidade de géneros, com destaque para os programas sobre artes e média (62,9%), seguindo-se os espetáculos (exibição) (20,0%).

Na TVI, em contraste com os restantes serviços de programas, a função que conta mais programas é informar, com quase três quartos (76,8%), cumprida por um único género: a informação cultural (magazines culturais). Em oposição, a função prevalente nos restantes canais para esta categoria de programação é a

menos significativa na TVI (formar), identificada como função predominante em apenas quatro programas.

Dois espetáculos (exibição) e dois documentários constituem, em 2009, a totalidade da função formar dos programas culturais/conhecimento da TVI.

Sobressai na TVI a escassa diversidade de géneros culturais, levando a que as funções reflectam isso mesmo. Assim, na função entreter, os 14 espetáculos (exibição) significam 93,3% do género, ficando a percentagem restante por conta de documentários (fig. 44).

D) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS CULTURAIS/ CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

RTP1

A distribuição geral da programação cultural pelos diversos períodos horários, nos quatro serviços de programas generalistas, revela que a RTP1 e a RTP2 transmitem a maioria destes programas em dois períodos: horário nobre (31,4%) e noite/madrugada (31,9%), com especial incidência para o segundo. Este último é também na TVI aquele em que ocorre grande parte dos programas culturais (89,0%).

RTP1

Fig. 45 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento, por período horário na RTP1 (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Artes e média	2,0	2,2	56,5	74,5	–	–	24,2	26,7
Humanidades	2,0	0,1	7,6	1,6	14,8	3,3	9,7	6,8
Ciências	5,9	0,1	18,5	0,4	2,5	0,1	11,3	1,4
Documentários	29,4	28,9	1,1	0,6	20,5	39,5	7,3	7,1
Espectáculos (exibição)	29,4	46,0	9,8	20,8	8,2	29,3	16,9	34,9
Educativos	15,7	12,5	6,5	2,0	54,1	27,8	4,0	0,1
Informação cultural (magazines culturais)	15,7	10,2	–	–	–	–	26,6	23,0
Total	100,0 (51)	100,0 (38:09:41)	100,0 (92)	100,0 (74:51:53)	100,0 (122)	100,0 (60:43:00)	100,0 (124)	100,0 (120:45:42)

N = 389 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP1). N = 294h30m16s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP1).

RTP2

Fig. 46 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento, por período horário na RTP2 (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Artes e média	11,4	6,9	7,9	6,3	1,5	0,9	23,6	19,4
Humanidades	7,8	5,5	4,2	2,9	0,9	0,05	0,3	0,0
Ciências	1,6	0,0	7,8	0,2	1,7	0,04	9,5	0,2
Documentários	32,6	23,1	65,0	79,2	89,1	95,9	31,9	35,6
Espectáculos (exibição)	0,5	2,1	1,7	5,0	0,2	0,1	19,3	21,9
Educativos	19,2	25,5	13,4	6,4	6,5	3,0	1,4	1,0
Informação cultural (magazines culturais)	26,9	36,9	–	–	–	–	13,9	21,9
Total	100,0 (193)	100,0 (125:38:11)	100,0 (695)	100,0 (410:21:10)	100,0 (460)	100,0 (330:37:10)	100,0 (576)	100,0 (451:17:18)

N = 1924 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP2). N = 1317h53m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP2).

A RTP1, por seu lado, apresenta alguma diversidade de géneros culturais/conhecimento nos diversos períodos horários. Nas manhãs salientam-se os documentários e os espetáculos (exibição), com a mesma proporção de 29,4%.

Já nas tardes, destacam-se os programas sobre artes e média, com quase três quintos dos culturais/conhecimento emitidos neste horário (56,5%).

No horário nobre, sobressaem os educativos, que representam mais de metade dos programas culturais deste período (54,1%). Na noite/madrugada, a informação cultural (26,6%) e artes e média (24,2%) significam cada um cerca de um quarto dos programas exibidos (fig. 45).

RTP2

Na RTP2, os documentários são o género mais presente em todos os períodos horários em maior ou menor proporção relativamente aos restantes. A sua presença é particularmente evidente no horário nobre (89,1%) e na tarde (65,0%).

A informação cultural é o único género de programas culturais/co-

nhecimento que não tem presença em todos os períodos horários na RTP2, estando ausente da tarde e do horário nobre (fig. 46).

SIC

A SIC apresenta uma distribuição diversa dos programas culturais pelos períodos horários. Exibe três quintos dos seus programas culturais/conhecimento no período da manhã (60,1%), concentrando na noite/madrugada quase toda a programação cultural restante (38,1%).

Na SIC, os períodos da tarde e horário nobre apresentam a menor presença de programas culturais, limitando-se à apresentação de um documentário na tarde e três espetáculos (exibição) no horário nobre (fig. 47).

TVI

A TVI, enquanto canal que emite o menor número de programas culturais/conhecimento, concentra-os totalmente em dois períodos horários. Assim, os nove espetáculos (exibição) emitidos entre as 13h00 e as 19h59m constituem a totalidade de programas culturais presentes neste horário na TVI.

SIC

Fig. 47 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento, por período horário na SIC (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Artes e média	–	–	–	–	–	–	26,5	5,8
Humanidades	–	–	–	–	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–	–	–	–	–
Documentários	87,8	91,3	100,0	100,0	–	–	8,4	16,4
Espectáculos (exibição)	2,3	6,0	–	–	100,0	100,0	1,2	2,0
Educativos	–	–	–	–	–	–	1,2	6,4
Informação cultural (magazines culturais)	9,9	2,7	–	–	–	–	62,7	69,4
Total	100,0 (131)	100,0 (92:02:57)	100,0 (1)	100,0 (00:48:41)	100,0 (3)	100,0 (08:04:20)	100,0 (83)	100,0 (43:00:51)

N = 218 (n.º total de programas culturais/conhecimento na SIC). N = 143h56m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na SIC).

TVI

Fig. 48 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento, por período horário na TVI (2009)

Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Artes e média	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	-	-	-	-	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-
Documentários	-	-	-	-	-	-	4,1	5,4
Espectáculos (exibição)	-	-	100,0	100,0	-	-	9,6	31,3
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	-	-	86,3	63,3
Total	-	-	100,0 (9)	100,0 (20:48:21)	-	-	100,0 (73)	100,0 (55:03:59)

N = 82 (n.º total de programas culturais/conhecimento na TVI). N = 75h52m20s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na TVI).

Já no período noite/madrugada apresenta-se maior diversidade de géneros, mas com especial ênfase para a *informação cultural (magazines culturais)*, que representam 86,3% do total do número de programas desta categoria. Nesta faixa temporal foram ainda exibidos sete *espectáculos (exibição)* (9,6%) e três *documentários* (4,1%) (fig. 48).

E) ANÁLISE COMPARATIVA DOS GÉNEROS CULTURAIS/ CONHECIMENTO NOS DIAS DA SEMANA E FINS-DE-SEMANA (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

A presença de programas culturais/conhecimento nas grelhas de programação nos dias de semana e de fins-de-semana não apresenta uma diferença significativa, com predomínio para os segundos.

Porém, os *documentários*, os *educativos* e os *espectáculos (exibição)* tendem a ganhar maior peso na programação dos fins-de-semana. Os restantes géneros são mais exibidos nos dias de semana. Os *documentários* e a *informação cultural (magazines culturais)* são os géneros mais presentes nos dias de semana.

RTP1/RTP2

Na RTP1, os programas sobre *artes e média* são o género mais importante do fim-de-semana, constituindo 38,5% da totalidade dos programas culturais e mais de metade da programação em termos de duração (51,0%).

Nos dias de semana, a distribuição dos géneros é mais equitativa, sendo os dois mais significativos a *informação cultural (magazines culturais)* (18,8%) e os *educativos* (18,2%). Os programas dedicados a *artes e média* são o género menos presente na programação dos dias de semana da RTP1.

Contrariamente à RTP1, a RTP2 exibe mais programas culturais/conhecimento nos dias de semana (56,9%), com grande peso para os *documentários* (60,4%), que representam três quintos dos programas exibidos neste período semanal, sendo ainda mais significativos em termos de duração dos programas (69,7%). Este é, aliás, o género também mais exibido nos *fins-de-semana* (53,8%), mas em menor proporção relativamente à totalidade dos programas culturais/conhecimento emitidos pela RTP2 neste período da semana.

RTP1 / RTP2

Fig. 49 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento nos dias de semana e fins-de-semana na RTP1 e na RTP2 (2009)

Género	RTP1				RTP2			
	Período horário							
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-de-semana	
N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	
Artes e média	0,6	0,8	38,5	51,0	14,5	12,4	7,1	5,1
Humanidades	14,2	7,5	6,1	1,3	2,9	1,8	2,1	0,9
Ciências	14,2	1,0	5,6	0,5	7,9	0,2	3,9	0,1
Documentários	17,6	23,8	8,9	8,7	60,4	69,7	53,8	52,9
Espectáculos (exibição)	16,5	38,6	12,2	26,7	5,6	6,7	7,7	13,2
Educativos	18,2	5,6	24,9	9,5	5,0	2,9	13,9	9,4
Informação cultural (magazines culturais)	18,8	22,8	3,8	2,3	3,6	6,2	11,5	18,4
Total	100,0 (176)	100,0 (122:03:15)	100,0 (213)	100,0 (172:27:01)	100,0 (1121)	100,0 (796:33:11)	100,0 (803)	100,0 (521:20:38)

N = 389 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP1). N = 294h30m16s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP1); N = 1924 (n.º total de programas culturais/conhecimento na RTP2). N = 1317h53m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na RTP2).

SIC / TVI
Fig. 50 – Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento nos dias de semana e fins-de-semana na SIC e na TVI (2009)

Género	SIC				TVI			
	Período horário							
	Dia de semana		Dia de fim-de-semana		Dia de semana		Dia de fim-se-semana	
	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)	N (%)	Duração (%)
Artes e média	18,4	4,2	4,6	0,7	–	–	–	–
Humanidades	–	–	–	–	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–	–	–	–	–
Documentários	3,4	7,4	91,6	87,8	1,4	1,4	22,2	11,4
Espectáculos (exibição)	3,4	12,9	3,1	8,8	12,3	37,1	77,8	88,6
Educativos	–	–	0,8	2,7	–	–	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	74,7	75,5	–	–	86,3	61,5	–	–
Total	100,0 (87)	100,0 (42:52:27)	100,0 (131)	100,0 (101:04:22)	100,0 (73)	100,0 (56:40:57)	100,0 (9)	100,0 (19:11:23)

N = 218 (n.º total de programas culturais/conhecimento na SIC). N = 143h56m49s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na SIC); N = 82 (n.º total de programas culturais/conhecimento na TVI). N = 75h52m20s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento na TVI).

Nos dias de semana, os programas de *artes e média* são o segundo género mais presente na programação da RTP2 (14,5%); no fim-de-semana esse lugar é ocupado pelos *educativos* (13,9%) (fig. 49).

SIC/TVI

A SIC tende a transmitir mais programas culturais/conhecimento nos fins-de-semana, destacando-se quase em exclusivo os *documentários*, com mais de 90% da programação cultural do canal posicionada neste período da semana.

Nos dias de semana ganha maior expressão a *informação cultural (magazines culturais)*, com perto de três quartos dos programas (74,7%).

A TVI é o serviço de programas em que as diferenças são maiores entre a proporção de programas culturais/conhecimento exibidos nos dias de semana e fins-de-semana (89,0% vs. 11,0%).

Para este facto, muito contribui o género *informação cultural (magazines culturais)*, que é maioritário nos dias de semana, representando 86,3% do total de programas culturais deste período semanal. Já no fim-de-semana destaca-se a *exibição de espectáculos* (77,8%), valor que se acentua quando considerado o peso da sua duração (88,6%) (fig. 50).

SÍNTESE COMPARATIVA

Os 2613 programas classificados como *culturais/conhecimento* emitidos em 2009 pelos quatro operadores em sinal aberto, totalizaram 1832h13m14s. Convém, no entanto, ressaltar que as grelhas de programação de cada um deles mostram-se forte-

mente díspares no que respeita a este género de programas.

Merece referência especial a RTP2, que se posiciona a grande distância dos restantes serviços de programas em matéria de programas culturais. Aliás, o fosso entre operadores público e privados é notório neste campo, já que os dois serviços de programas do operador público totalizam quase 90% das exibições de *culturais/conhecimento* (88,5%), percentagem que se mantém praticamente inalterada em termos de duração (88,0%).

Nos antípodas, a TVI é o serviço de programas com menor diversidade de géneros culturais/conhecimento e também com menor duração atribuída a estes programas, emitindo em todo o ano de 2009 apenas 82 programas culturais, com um tempo de emissão que fica bastante aquém das 100 horas.

Também é na RTP2 que a *função formar* é mais saliente quando se atenta na programação cultural (66,9%), mas na posição diametralmente oposta, a programação cultural da TVI é dedicada, sobretudo, à *função informar* (76,8%). Este dado sai, porém, alterado ao considerar-se o tempo de emissão, passando para a frente *entreter* (47,8%), logo seguida por *informar* (45,9%). Fica a dever-se esta alteração ao número de *espectáculos (exibição)* apresentados pela TVI (16) e que normalmente têm uma duração média considerável.

A RTP1 e a SIC têm comportamentos semelhantes relativamente à *função* desempenhada pela programação cultural, destacando-se em ambos a *função formar* em número de ocorrências, respectivamente 48,8% e 53,7%. No entanto, em duração, a *função entreter* ganha destaque na RTP1, passando a preencher mais de três quintos (63,5%) da duração total do *macrogénero culturais/conhecimento*. A SIC mantém a prevalência da *função formar* relativamente à duração (61,1%).

10. Programação Destinada à Promoção da Diversidade Cultural de Interesse de Grupos Minoritários

A) DADOS GERAIS DA PROGRAMAÇÃO – – RTP1, RTP2, SIC E TVI (2009)

A análise da programação especialmente vocacionada para a promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários representados na sociedade portuguesa abrange, em 2009, o universo dos programas com este intento que foram exibidos ao longo do ano nos quatro serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Na senda da avaliação preconizada no Relatório de Regulação de 2008, a análise da programação destinada à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários representados na sociedade portuguesa abrange, em 2009, o subuniverso dos programas com este intento que foram exibidos ao longo do ano nos quatro serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

A distribuição dos programas com as características assinaladas que marcaram presença nas grelhas de programação de cada um dos serviços de programas é explanada na figura 51.

Fig. 51 – Frequência e duração dos programas destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários por serviço de programas (2009)

Serviço de programas	N.º de programas		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	Duração	%
RTP1	257	25,7	108:14:43	21,0
RTP2	640	63,9	347:49:04	67,5
SIC	52	5,2	32:06:14	6,2
TVI	52	5,2	26:49:31	5,2
Total	1001	100,0	514:59:32	100,0

N = 1001 (n.º total de programas de promoção da diversidade cultural). N = 514h59m32s (duração total dos programas de promoção da diversidade cultural).

Em 2009, assiste-se à exibição de 15 títulos no âmbito da programação dos serviços de programas considerados, dos quais quatro foram exibidos pela RTP1 e nove pela RTP2. O peso horário da programação destinada à divulgação de temáticas respeitantes a grupos minoritários foi de 108h14m43s na RTP1 (21,0%), perfazendo 347h49m04s de emissão na RTP2 (67,5% do subuniverso).

No que concerne aos dois operadores generalistas privados de televisão, constata-se que tanto a SIC, quanto a TVI transmitiram um programa cada com as características assinaladas. Em termos da sua duração, o programa exibido na SIC registou 32h06m14s de emissão total (6,2%), tendo o programa da TVI contabilizado 26h49m31s de emissão anual (5,2%) (fig.52).²

No que respeita ao número de exibições, os quatro programas emitidos na RTP1 registam uma frequência de 257 exibições, a grande maioria das quais relativas ao programa Nós, da responsabilidade do ACIDI. Assinala-se ainda a retransmissão da gala Juntos na Diversidade, que em 2008, ano da Europeu do Diálogo Intercultural, havia assinalado a comemoração do Dia Internacional do Migrante.

Na RTP1, a maior fracção dos programas que abordam as temáticas que se relacionam com os grupos minoritários vai para o ar na parte da manhã dos dias de semana, sobretudo pela transmissão do programa Nós, a partir das 06h00.

Os programas apresentados no ano de 2009 são, na sua maioria, os que constavam das grelhas de emissão do ano precedente (cf. Relatório Regulação – 2008). Descrevem-se aqui apenas os programas estreados no ano de 2009 na RTP1: Hip Hop: Pobreza Stop e Salvador.

► Hip Hop: Pobreza Stop – O programa Hip Hop: Pobreza Stop consiste num concurso para a distinção de artistas nas áreas do *rap* e do *graffiti*, com obras dedicadas ao tema da pobreza e da exclusão social.

O concurso é uma iniciativa que resulta de uma parceria entre a RTP, a Fundação FILOS, da qual partiu a ideia, a Associação Sementes de Rua, o Correio da Manhã e a Antena 3, que culmina com uma gala apresentada no dia 3 de Janeiro, sábado, durante a tarde.

O espectáculo, gravado ao vivo, foi exibido a partir das 15h40m, e ao longo de uma hora e meia apresenta momentos musicais e de criação de *graffitis*, com artistas convidados e candidatos ao prémio final, com a intervenção social como pedra de toque.

2 No panorama da programação geral de cada um dos quatro serviços de programas, verifica-se que a proporção de conteúdos destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses dos grupos minoritários são coincidentes no sector público e no privado, ou seja, 3,4% da programação total da RTP1 e da programação da RTP2 inclui-se nesta dimensão de análise, na SIC e na TVI representa 0,7% da programação anual de cada um destes operadores.

Fig. 52 – Programação destinada à *promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários por serviço de programas (2009)*

Serviço de programas	Título do programa	Género	Período semanal	N.º de exibições	%
RTP1	Hip Hop: Pobreza Stop	Outro (entretenimento)	Fim-de-semana	1	0,4
	Juntos na Diversidade (r)*	Outro (entretenimento)	Fim-de-semana	1	0,4
	Nós	Institucional	Dia de semana	246	95,7
	Salvador	Educativo	Dia de semana	9	3,5
			Total	257	100,0
RTP2	A Fé dos Homens	Religioso	Dia de semana	260	40,6
	A Fé dos Homens (r)	Religioso	Irregular	3	0,5
	A Vida Normalmente	Documentário	Fim-de-semana	10	1,6
	África Global	Magazine informativo	Fim-de-semana	47	7,3
	Caminhos	Religioso	Fim-de-semana	52	8,1
	Consigo	Institucional	Fim-de-semana	52	8,1
	Consigo (r)	Institucional	Dia de semana	63	9,8
	Músicas d'África	Informação cultural	Fim-de-semana	52	8,1
	Nós (compacto)	Institucional	Fim-de-semana	49	7,7
	Repórter África 7 Dias	Serviço noticioso	Fim-de-semana	50	7,8
	Voluntário	Institucional	Fim-de-semana	1	0,2
Voluntário (r)	Institucional	Fim-de-semana	1	0,2	
			Total	640	100,0
SIC	Etnias	Magazine informativo	Fim-de-semana	52	100,0
TVI	Todos Iguais	Magazine informativo	Dia de semana	52	100,0

N = 257 (n.º total de programas de *promoção da diversidade cultural* na RTP1). N = 629 ((n.º total de programas de *promoção da diversidade cultural* na RTP2); N = 52 (n.º total de programas de *promoção da diversidade cultural* na SIC). N = 52 (n.º total de programas de *promoção da diversidade cultural* na TVI).

* Primeira exibição em 2008.

▶ Salvador – A RTP1 estreou, em Outubro de 2009, o programa Salvador dedicado à partilha de experiências surpreendentes envolvendo pessoas com mobilidade reduzida. O projecto consiste no lançar de um desafio surpresa a um convidado portador de deficiência motora para a prática de uma actividade “radical”, comumente dissociada das suas experiências quotidianas.

Com cerca de 20 minutos, e exibição no horário nobre de segunda-feira (21h20)³, o programa percorre a história de vida de cada um dos convidados, recolhendo o depoimento de familiares, amigos e colegas, e acompanhando a experiência que lhe é proporcionada por Salvador Mendes da Silva, apresentador do programa, ele próprio também um indivíduo com mobilidade reduzida. O programa registou nove edições, exibidas entre Outubro e Dezembro de 2009.

No que se refere à programação da RTP2 especificamente vocacionada para públicos minoritários, verifica-se que os nove títulos exibidos no decurso de 2009, todos eles constavam já da programação de 2008 da RTP2, arrecadaram 640 exibições, das quais 67 correspondem a reexibições e 49 à versão compactada

de um dos programas que a RTP1 transmite de segunda a sexta-feira, o programa Nós.

A restante programação da RTP2 é composta por conteúdos que se incluem em diferentes géneros, tais como programas de cariz religioso da responsabilidade de diferentes confissões religiosas representadas em Portugal, magazines informativos, serviços noticiosos, documentários e programas promovidos por instituições diversas.

Na RTP2, a exibição deste género de conteúdos ocorre com mais frequência nas tardes de segunda a sexta-feira e nas manhãs do fim-de-semana.

A SIC e a TVI mantiveram a transmissão de um programa com as características enunciadas, com periodicidade semanal. Os magazines informativos Etnias, da SIC, e Todos Iguais, da TVI, somaram cada 52 edições em 2009.

A exibição do programa semanal da SIC tem lugar no período da manhã dos dias de fim-de-semana, em alternância, o programa da TVI é emitido nas manhãs dos dias úteis.

³ Salvador é o único programa com um pendur inclusivo que é exibido regular e exclusivamente em horário nobre.

11. Programação da RTPN

O serviço público de televisão integra a existência de um serviço temático informativo, o qual, dada essa sua natureza, tem por objecto a prestação especializada de informação sob as mais diversas modalidades ou géneros de informação – noticiários, reportagens, documentários, debates.

Estabelece o Contrato de Concessão do Serviço Público de televisão, além dessa especificidade temática, a obrigatoriedade deste serviço de programas destacar na sua programação “temas, ideias e protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica”. Define-se ainda como uma das suas especificidades a obrigatoriedade de conceder “especial atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas.”

A natureza temática da RTPN constitui, naturalmente, um factor incontornável na concepção de toda a sua programação. Enquanto serviço de programas informativo tem uma incidência acentuada de programas *informativos*, sendo que outras categorias de programação, como, por exemplo, os programas *infantis/juvenis* ou a *ficção*, não constam da sua oferta de programas.

Note-se, contudo, que, de acordo com a grelha de análise aqui aplicada, nem todos os programas exibidos pela RTPN se inscreverão apenas na categoria dos *informativos*, uma vez que existem situações em que programas pertencentes a outro *macrogénero* – p. ex. *culturais/conhecimento* – também podem prosseguir uma *função* informativa.

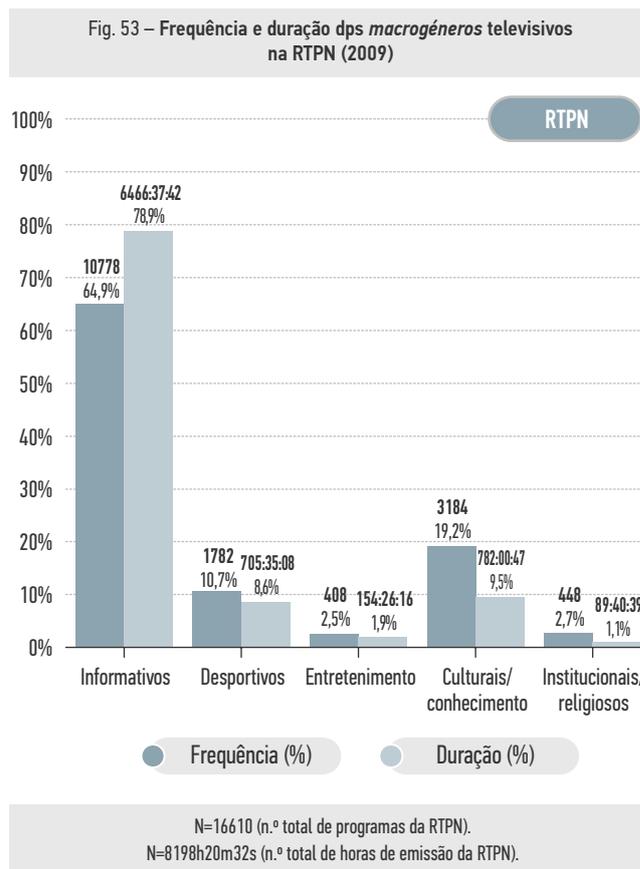
(Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A) DADOS GERAIS DA PROGRAMAÇÃO DA RTPN

Nas grelhas de programação da RTPN, os programas *informativos* representam cerca de 65% da totalidade do número de programas exibidos. Este peso relativo é ainda mais acentuado quando se considera a sua duração, preenchendo quase quatro quintos do tempo total de emissão (78,9%).

Importa salientar que a segunda categoria de *géneros* mais importante, *culturais/conhecimento*, não chega a representar um quinto do número de programas exibidos pela RTPN (19,2%) e a sua prevalência em termos de duração é ainda menos relevante (9,5%).

Os programas com menor frequência são os da categoria *entretenimento* (2,5%). Todavia, em termos de duração, são os programas *institucionais/religiosos* que representam a menor fatia de tempo de emissão (1,0%) (fig. 53).



B) GÉNEROS TELEVISIVOS

A análise da programação da RTPN segundo a presença dos *géneros* de programas, permite concluir que os *serviços noticiosos* constituem o *género televisivo* mais destacado na programação da RTPN, tanto no que respeita à sua frequência (37,5%), como à sua duração (39,7%). Este facto evidencia a presença de noticiários hora a hora neste serviço de programas, o que constitui uma opção estrutural da grelha de programação deste serviço de programas informativo, como sucede com outros canais do mesmo tipo.

Os *magazines informativos* surgem como o segundo *género* mais frequente (15,1%), representando pouco mais de um quinto do total do tempo de emissão (21,9%). Este dado espelha a exibição, além do magazine generalista Bom Dia Portugal, de magazines temáticos sobre economia, ambiente, regiões, vinhos, entre outras.

À parte dos *informativos*, surgem duas outras categorias de programação, que ocupam a terceira posição entre os mais exibidos da RTPN: *informação desportiva* e *educativos*, ambos representando 10,1% do número de programas exibidos.

No que concerne à duração, a terceira posição dos *géneros* mais presentes nas grelhas da RTPN não pertence a nenhum dos referidos acima, mas antes a mais um *género informativo*, o *debate*, que soma 12,1% do tempo total de emissão (fig. 54).

RTPN
Fig. 54 – Frequência e duração de *géneros* televisivos na RTPN (2009)

Género	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	6189	37,3	3256:54:12	39,7
Reportagem	316	1,9	139:50:05	1,7
Debate	1446	8,7	991:28:07	12,1
Entrevista	106	0,6	68:42:23	0,8
Comentário	74	0,4	22:51:58	0,3
Edição especial	152	0,9	191:19:05	2,3
Magazine informativo	2505	15,1	1795:31:52	21,9
Informação desportiva	1675	10,1	573:50:19	7,0
Transmissão desportiva	63	0,4	108:28:22	1,3
Resumo desportivo	44	0,3	23:16:27	0,3
Humor	89	0,5	34:31:17	0,4
Infotainment	318	1,9	119:40:35	1,5
Outro (entretenimento)	1	0,0	00:14:24	0,0
Artes e média	344	2,1	145:59:01	1,8
Humanidades	63	0,4	40:04:31	0,5
Ciências	45	0,3	07:33:20	0,1
Documentários	177	1,1	50:55:18	0,6
Educativos	1670	10,1	179:18:26	2,2
Informação cultural (magazines culturais)	885	5,3	358:10:11	4,4
Institucional	448	2,7	89:40:39	1,1
Total	16610	100,0	8198:20:32	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

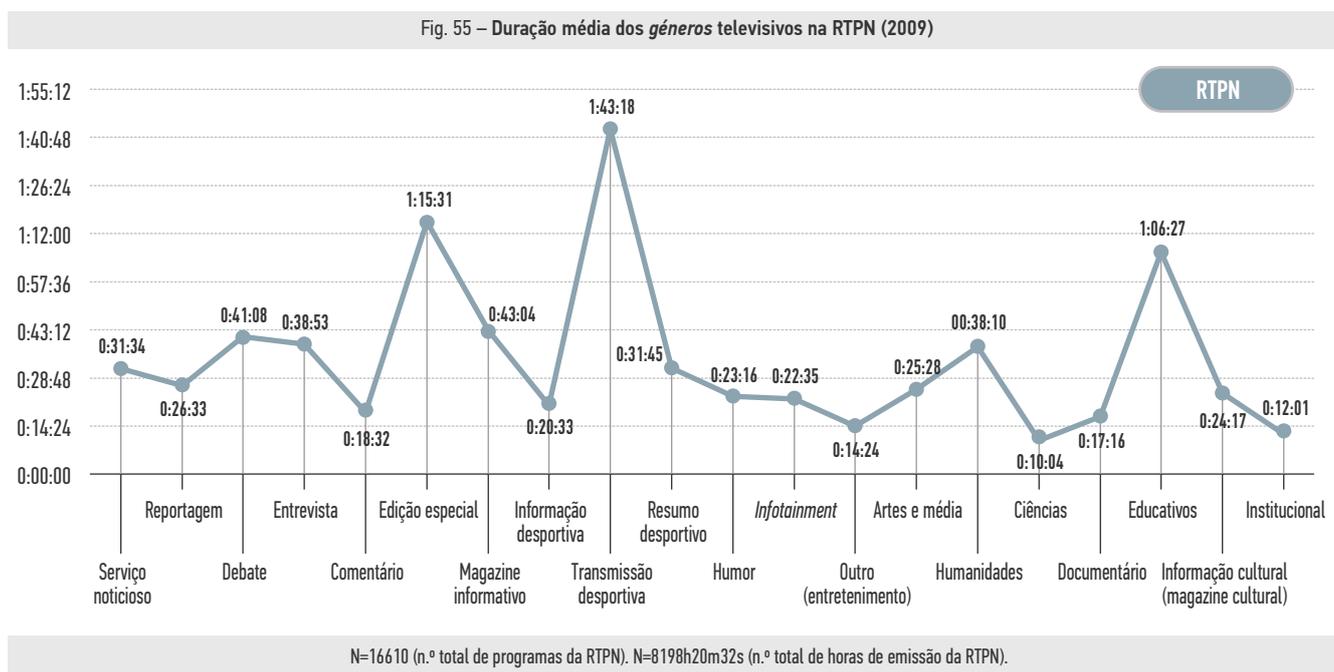
No que se refere aos *géneros* com presenças mais reduzidas, sobressaem os programas de *ciências* (0,3%), cuja frequência diz respeito à exibição dos programas *Cibermundo* e *1 Minuto de Astronomia*. Ainda abaixo dos 0,5% em número de programas encontram-se os *géneros* *humanidades*, *transmissão desportiva* e o *comentário* (0,4% cada).

A análise por duração introduz, no entanto, algumas alterações, com destaque para as *transmissões desportivas* (1,3%), seguindo-se as *humanidades* (0,5%) e, por fim, o *comentário* (0,3%). Este último compreende a exibição de dois programas – *As Escolhas de Marcelo* e *Notas Soltas de António Vitorino* – e é o único que perde significado em termos de duração.

Em termos de duração média, a *transmissão desportiva* é o *género televisivo* que atinge uma duração média mais alargada por programa, com 1h43m18s, facto que se entende pela natureza do próprio programa. Segue-se-lhe a *edição especial* (1h15m31s) e os *educativos* (1h06m27s).

Os programas com duração média mais curta são os de *ciências*, que rondam os dez minutos por programa, seguindo-se os *institucionais*, que totalizam 00h12m01s.

Não se deixa de referir que os programas pertencentes ao *género* mais exibido na RTPN, o *serviço noticioso*, rondam a meia hora de duração. O *magazine informativo* ocupa, em média, mais de 40 minutos em cada edição (fig. 55).



C) FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO NA RTPN

A RTPN, enquanto serviço de programas informativo, denota que a grande maioria de programas que constam da sua grelha tem *informar* como função predominante (83,0%). A prevalência desta função é ainda mais saliente em termos de duração, representando mais de 90% do tempo total de programação (92,6%).

No extremo oposto, *promover/divulgar* é a função menos presente nas grelhas da RTPN, representando 2,3% do número total de exibições. Esta função perde ainda influência quando se analisa a programação sob a perspectiva da duração (1,1%) (fig. 56).

RTPN

Fig. 56 – Frequência e duração de funções na programação da RTPN (2009)

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	518	3,1	296:33:11	3,6
Informar	13785	83,0	7593:16:17	92,6
Formar	1931	11,6	220:14:30	2,7
Promover/divulgar	376	2,3	88:16:34	1,1
Total	16610	100,0	8198:20:32	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

Ao centrar a análise nas funções da programação cumpridas pelos diferentes géneros televisivos, constata-se, sem surpresa, que a função *informar* é em grande medida preenchida pelos serviços noticiosos (44,9%).

A uma parte dos programas desportivos também se atribui a função de *informar* (12,5%), a qual corresponde, nomeadamente,

à presença de *informação desportiva* e *resumos desportivos*. Acresce ainda programas da categoria *culturais/conhecimento* (9,3%), com maior incidência para a *informação cultural* (*magazines culturais*) (6,4%).

A grande maioria de programas cuja função predominante consiste em *entreter* corresponde à exibição de *infotainment*, que ocupa mais de três quartos desta função (61,4%). Seguem-se os programas *desportivos* do bolo total da função. Estes programas correspondem, na sua totalidade, a *transmissões desportivas* (12,2%). A categoria *culturais/conhecimento* preenche o restante montante da função, correspondente exclusivamente à exibição de programas sobre *humanidades* (9,1%).

Na função *formar*, os *culturais/conhecimento* são praticamente totalitários (96,3%), sendo que os programas *educativos* são claramente dominantes (86,5%). Nesta função, uma pequena parte corresponde também à exibição de 72 programas *institucionais* (3,7%).

A função *promover/divulgar* é preenchida na sua totalidade pela exibição dos restantes 376 programas da categoria *institucionais* (fig. 57).

D) PROGRAMAÇÃO DA RTPN POR PERÍODO HORÁRIO

Da análise da distribuição de géneros televisivos em diferentes períodos horários, infere-se que a programação da RTPN é muito constante ao longo dos vários momentos do dia. Sendo a RTPN

RTPN

Fig. 57 – Frequência de funções, por género televisivo na RTPN (2009)

Género	Funções							
	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	–	–	6189	44,9	–	–	–	–
Reportagem	–	–	316	2,3	–	–	–	–
Debate	–	–	1446	10,5	–	–	–	–
Entrevista	–	–	106	0,8	–	–	–	–
Comentário	–	–	74	0,5	–	–	–	–
Edição especial	–	–	152	1,1	–	–	–	–
Magazine informativo	–	–	2505	18,2	–	–	–	–
Informação desportiva	–	–	1675	12,2	–	–	–	–
Transmissão desportiva	63	12,2	–	–	–	–	–	–
Resumo desportivo	–	–	44	0,3	–	–	–	–
Humor	89	17,2	–	–	–	–	–	–
Infotainment	318	61,4	–	–	–	–	–	–
Outro (entretenimento)	1	0,2	–	–	–	–	–	–
Artes e média	–	–	344	2,5	–	–	–	–
Humanidades	47	9,1	4	0,03	12	0,6	–	–
Ciências	–	–	30	0,2	15	0,8	–	–
Documentários	–	–	15	0,1	162	8,4	–	–
Educativos	–	–	–	–	1670	86,5	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	–	–	885	6,4	–	–	–	–
Institucional	–	–	–	–	72	3,7	376	100,0
Total	518	100,0	13785	100,0	1931	100,0	376	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN).

RTPN

Fig. 58 – Frequência dos *macrogéneros* televisivos, por período horário na RTPN (2009)

Macrogénero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativos	2757	56,7	3045	68,2	1323	71,4	3663	67,4
Desportivos	556	11,4	416	9,3	167	9,0	643	11,8
Entretenimento	111	2,3	194	4,3	16	0,9	87	1,6
Culturais/conhecimento	1285	26,4	673	15,1	300	16,2	926	17,0
Institucionais/religiosos	153	3,1	134	3,0	47	2,5	114	2,1
Total	4862	100,0	4462	100,0	1853	100,0	5433	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN).

um serviço de programas informativo, o predomínio dos programas *informativos* em todos os períodos horários é evidente.

Evidencia-se, no entanto, alguma variação no peso relativo dessa prevalência entre os vários períodos horários. Assim, os programas *informativos* assumem mais peso no horário nobre (71,4%). É no intervalo da manhã que os programas *informativos* menos se destacam, mas, ainda assim, ficando bem acima de metade dos programas colocados no ar ao longo deste período (56,7%).

Concomitantemente, é na manhã que programas pertencentes a outras categorias ganham maior visibilidade, registando-se especialmente a presença de mais de um quarto dos programas *culturais/conhecimento* (26,4%). Esta é, aliás, a segunda categoria mais exibida em todos os períodos horários, representando 17,0% na noite/madrugada, 16,2% em horário nobre e, por fim, 15,1% no período da tarde.

Os *desportivos* surgem em terceiro na listagem de categorias com maior número de exibições em todos os períodos horários, sendo mais frequentes nos períodos noite/madrugada (11,8%) e manhã (11,4%).

No que se refere aos programas menos emitidos, regista-se também em todos os períodos horários, excepto na tarde, a frequência de programas de *entretenimento*, que oscilam entre 0,9% do horário nobre e os 4,3% da tarde. Neste período são os programas *institucionais/religiosos* que assumem menor expressão (3,0%) (fig. 58).

A análise sob a perspectiva da duração dos programas revela uma prevalência ainda maior dos *informativos* nos vários períodos horários, excepto na noite/madrugada (67,0%) em que ocorre uma ligeira descida percentual destes programas.

Assim, em termos de duração, o período horário que apresenta menor incidência de programas *informativos*, a manhã, é precisamente aquele em que é emitido maior número de horas destes programas (86,8%). Quer isto dizer que, apesar de serem menos em número, estes programas têm maior duração na manhã. Facto que se deve à transmissão de *magazines informativos* – como por exemplo o Bom Dia Portugal – que, por norma, são mais estendidos no tempo do que os *serviços noticiosos*.

Os programas *culturais/conhecimento* são a segunda categoria de programação que obtém maior duração na manhã (7,5%) e na tarde (8,2%). Nos períodos do horário nobre e noite/madrugada, são os programas *desportivos* que surgem em segundo lugar no respeitante à sua duração (7,2% e 15,3%).

No que concerne ao menor significado em número de horas de exibição, detecta-se, em todos os períodos horários, a escassa duração acumulada pelos programas *institucionais/religiosos*, que oscilam entre os 0,3% na manhã e 2,1% na noite/madrugada (fig. 59).

A distribuição das *funções* da programação por período horário demonstra a esperada prevalência de *informar* em todos os períodos horários, quer se fale em número de programas, quer se

RTPN

Fig. 59 – Duração dos *macrogéneros* televisivos, por período horário na RTPN (2009)

Macrogénero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%
Informativos	2095:24:35	86,8	1925:05:25	80,2	830:18:58	85,3	1615:48:44	67,0
Desportivos	96:20:02	4,0	170:54:35	7,1	70:17:59	7,2	368:02:32	15,3
Entretenimento	36:34:31	1,5	76:43:31	3,2	04:34:50	0,5	36:33:24	1,5
Culturais/conhecimento	180:32:40	7,5	197:47:27	8,2	64:07:18	6,6	339:33:22	14,1
Institucionais/religiosos	06:04:43	0,3	28:59:39	1,2	04:10:01	0,4	50:26:16	2,1
Total	2414:56:31	100,0	2399:30:37	100,0	973:29:06	100,0	2410:24:18	100,0

N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

RTPN

Fig. 60 – Frequência de funções, por período horário na RTPN (2009)

Função	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Entreter	125	2,6	243	5,4	22	1,2	128	2,4
Informar	3476	71,5	3800	85,2	1577	85,1	4932	90,8
Formar	1143	23,5	312	7,0	217	11,7	259	4,8
Promover/divulgar	118	2,4	107	2,4	37	2,0	114	2,1
Total	4862	100,0	4462	100,0	1853	100,0	5433	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN).

RTPN

Fig. 61 – Duração de funções, por período horário na RTPN (2009)

Macrogénero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%
Entreter	48:56:45	2,0	171:35:53	7,2	09:02:18	0,9	66:58:15	2,8
Informar	2252:53:50	93,3	2156:14:55	89,9	931:50:54	95,7	2252:16:38	93,4
Formar	107:42:03	4,5	43:11:53	1,8	28:37:25	2,9	40:43:09	1,7
Promover/divulgar	05:23:53	0,2	28:27:56	1,2	03:58:29	0,4	50:26:16	2,1
Total	2414:56:31	100,0	2399:30:37	100,0	973:29:06	100,0	2410:24:18	100,0

N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

tome em consideração a duração. Esta função é, aliás, ainda mais totalitária em duração, apresentando em todos os intervalos do dia uma prevalência próxima dos 90%.

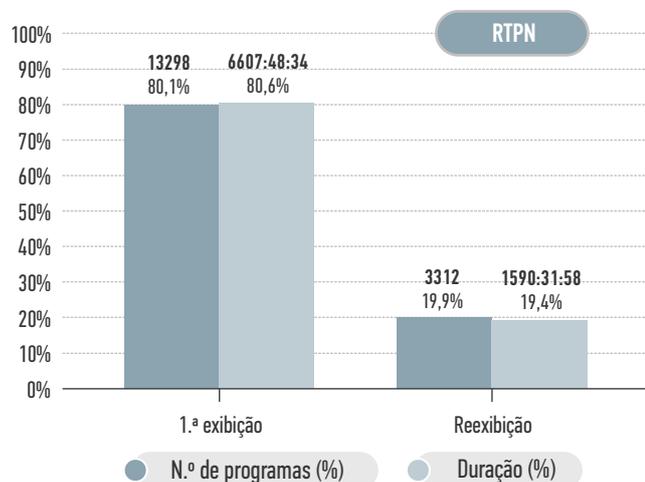
Formar é a segunda função mais presente em todos os períodos horários, no que concerne ao número de programas, oscilando entre o máximo de quase um quarto da programação na manhã (23,5%) e um mínimo de 4,8% na noite/madrugada. Em duração, a função entreter ganha maior ascendente na tarde, representando 7,2% do tempo de emissão deste período horário.

A função menos significativa em número de programas no horário nobre consiste em entreter (1,2%), enquanto em duração surge a função promover/divulgar (0,4%), que é a menos expressiva em todos os períodos horários (figuras 60 e 61).

E) REEXIBIÇÃO DE PROGRAMAS (2009)

Do universo dos programas que compõem a programação anual da RTPN, cerca de um quinto corresponde à reexibição de programas anteriormente emitidos, tanto no que respeita a frequência (19,9%), como ao correspondente tempo de emissão que representam (19,4%) (fig. 62).

Fig. 62 – Frequência e duração de primeiras exibições e reexibições na RTPN (2009)



N=16610 (n.º total de programas da RTPN).
N=8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

Os dados sobre a reexibição de conteúdos televisivos na RTPN revelam que este serviço de programas replicou um número mais avultado de programas informativos (46,3%), seguidos da reexibição de programas que se enquadram nos macrogéneros culturais/conhecimento (26,8%) e de desportivos (19,9%) (fig.63).

RTPN

Fig. 63 – Frequência de reexibições por macrogénero na RTPN (2009)

Macrogénero	Reexibição	
	N	%
Informativos	1533	46,3
Desportivos	659	19,9
Entretenimento	190	5,7
Culturais/conhecimento	889	26,8
Institucionais/religiosos	41	1,2
Total	3312	100,0

N = 3312 (n.º total de programas reexibidos na RTPN).

A circunstância dos programas *informativos* registarem o maior índice de reexibições prende-se, obviamente, com a natureza temática da RTPN. Não obstante, quando o foco da análise incide sobre o peso das reexibições dentro de cada uma das categorias, constata-se que o volume de reexibições de programas *informativos* é suplantado por outras categorias.

Categorias como *entretenimento*, *desportivos* e *culturais/conhecimento* registam, contrariamente à categoria dos *informativos*, menor frequência, embora, proporcionalmente, tendam a ser *géneros televisivos* mais reexibidos do que os programas *informativos*. Resultado que se deve também ao facto de a grande maioria destes se encontrar vinculada à actualidade (p. ex., *serviços noticiosos*), o que não favorece a sua reexibição.

Observa-se, por exemplo, que quase metade dos programas de *entretenimento* exibidos em 2009 são reexibições (46,6%), bem como um terço dos *desportivos* (37,0%) e mais de um quarto dos programas *culturais/conhecimento* (27,9%). Os programas

RTPN

Fig. 64 – Frequência de primeiras exibições e reexibições por macrogénero na RTPN (2009)

Macrogénero	Exibição					
	1.ª exibição		Reexibição		Total	
	N	%	N	%	N	%
Informativos	9255	85,8	1533	14,2	10788	100,0
Desportivos	1123	63,0	659	37,0	1782	100,0
Entretenimento	218	53,4	190	46,6	408	100,0
Culturais/conhecimento	2295	72,1	889	27,9	3184	100,0
Institucionais/religiosos	407	90,8	41	9,2	448	100,0
Total	13298	–	3312	–	16610	–

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN).

institucionais (9,2%) são aqueles que estão menos sujeitos à repetição nas grelhas de emissão da RTPN (fig. 64).

A discriminação dos *géneros televisivos* mostra que os *magazines informativos*, a *informação desportiva* e os *magazines culturais* são, em termos absolutos, os programas mais vezes reexibidos na grelha da RTPN.

RTPN

Fig. 65 – Frequência das primeiras exibições e reexibições, por género na RTPN (2009)

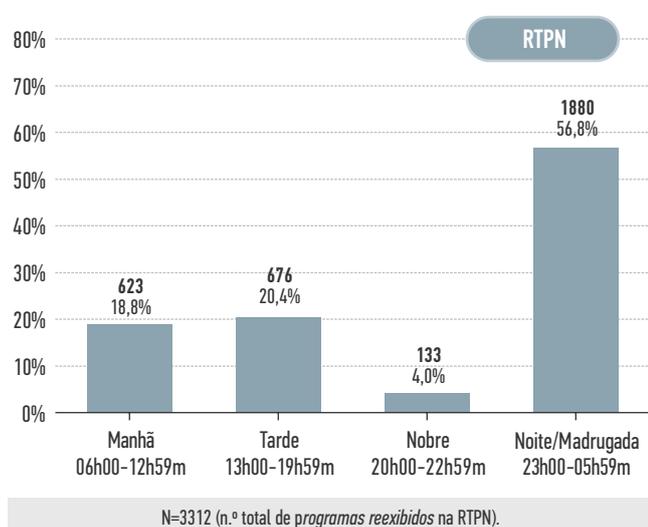
Género	Exibição					
	1.ª exibição		Reexibição		Total	
	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	6189	100,0	–	–	6189	100,0
Reportagem	163	51,6	153	48,4	316	100,0
Debate	1117	77,2	329	22,8	1446	100,0
Entrevista	75	70,8	31	29,2	106	100,0
Comentário	55	74,3	19	25,7	74	100,0
Edição especial	129	84,9	23	15,1	152	100,0
Magazine informativo	1527	61,0	978	39,0	2505	100,0
Informação desportiva	1017	60,7	658	39,3	1675	100,0
Transmissão desportiva	63	100,0	–	0,0	63	100,0
Resumo desportivo	43	97,7	1	2,3	44	100,0
Humor	70	78,7	19	21,3	89	100,0
Infotainment	147	46,2	171	53,8	318	100,0
Outro (entretenimento)	1	100,0	–	–	1	100,0
Artes e média	101	29,4	243	70,6	344	100,0
Humanidades	37	58,7	26	41,3	63	100,0
Ciências	43	95,6	2	4,4	45	100,0
Documentários	170	96,0	7	4,0	177	100,0
Educativos	1592	95,3	78	4,7	1670	100,0
Informação cultural (magazines culturais)	352	39,8	533	60,2	885	100,0
Institucional	407	90,8	41	9,2	448	100,0
Total	13298	–	3312	–	16610	–

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN).

No entanto, se a percentagem de reexibição de *magazines informativos* é a mais elevada na globalidade do ano em análise, esta não é, proporcionalmente, a categoria de género mais vezes retransmitida. Com efeito, dos 1527 *magazines informativos* exibidos em 2009, 39,0% são reexibições, ao passo que esse valor é de 70,6% no que se refere aos programas de *artes e média*.

Quer isto dizer que, se por um lado os programas de *artes e média* são menos frequentes na emissão da RTPN (foram transmitidos 344 durante todo o ano de 2009), por outro lado o mesmo programa desta categoria é em média mais vezes repetido do que um *magazine informativo*.

Fig. 66 – Frequência das reexibições, por período horário na RTPN (2009)



Outros géneros com um rácio considerável de reexibições são, por exemplo, os *magazines culturais* (60,2%), o *infotainment* (53,8%), ambos com mais de metade dos programas mostrados a consistirem em reexibições (fig. 65).

Em termos da distribuição por períodos horários, identifica-se uma maior propensão para a introdução de reexibições no horário nocturno, entre as 23h00 e as 05h59m; período que absorve mais de metade do total de programas reexibidos em 2009 (56,8%). Em sentido contrário, o horário nobre (20h00-22h59m) é o período em que o número de reexibições é mais reduzido (4,0%) (fig. 66).

Atendendo ao nível de reexibições no contexto da programação dos dias de semana e dos dias de fim-de-semana, não se identificam diferenças, isto porque cerca de um quinto dos programas de cada um destes períodos semanais corresponde a reexibições (19,7%, dias de semana; 20,4%, fins-de-semana) (fig. 67).

RTPN
Fig. 67 – Frequência de primeiras exibições e reexibições nos dias de semana e fins-de-semana na RTPN (2009)

Período semanal	Exibição					
	1.ª exibição		Reexibição		Total	
	N	%	N	%	N	%
Dia de semana	9345	80,3	2296	19,7	11641	100,0
Fim-de-semana	3953	79,6	1016	20,4	4969	100,0
Total	13298	-	3312	-	16610	-

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

12. Síntese Final

O presente capítulo do Relatório de Regulação é dedicado à análise do universo de programas emitidos em 2009 pelos quatro canais de acesso não condicionado livre – RTP1, RTP2, SIC e TVI – e pelo serviço de programas informativo da televisão pública – RTPN.

A análise centra-se na caracterização dos *géneros televisivos* e das *funções de programação*, de modo a aferir do *pluralismo e diversidade* na composição da oferta destes serviços de programas, tendo como referente obrigações de programação estabelecidas na Lei da Televisão e, no caso do operador público, no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (RTP1, RTP2).

Os resultados da análise relativamente aos quatro serviços de programas generalistas são apresentados privilegiando uma perspectiva comparativa. A análise da programação da RTPN, dada a especificidade temática deste canal, é desenvolvida individualmente.

Apesar das particularidades da programação de cada serviço de programas, da análise resulta claramente a assunção de uma matriz generalista por parte dos quatro canais de acesso não condicionado livre. A variedade de *géneros televisivos* patente nas suas grelhas de programação evidencia uma intenção clara por parte dos operadores de ir ao encontro de interesses de públicos heterogéneos, identificando-se, naturalmente, abordagens diferenciadas na composição das grelhas.

Os canais generalistas do serviço público de televisão adoptam um perfil de programação que denota as suas especificidades enquanto primeiro e segundo serviços de programas do operador público, tornando-se bem evidente que as opções de programação seguem uma lógica de complementaridade, conforme estabelecido na Lei da Televisão e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão. Por seu lado, os dois serviços de programas generalistas privados também apresentam abordagens próprias na composição das suas ofertas televisivas, denotando, enquanto canais comerciais, opções de programação com alguns pontos de contacto entre si.

DIVERSIDADE DE GÉNEROS TELEVISIVOS

Cada serviço de programas assenta boa parte da sua oferta televisiva numa combinação que tende a privilegiar o domínio de três a quatro grandes categorias de programação (*macrogéneros*). Na RTP1, pelo menos sete em cada dez programas exibidos em 2009 enquadram-se numa das seguintes categorias: *informati-*

vos, ficção ou *entretenimento* (70,3%). Os programas integrados nestas três categorias preenchem mais de 85% do tempo total de emissão deste operador.

A RTP2 denota uma abordagem claramente diferente, fazendo sobressair como categorias predominantes os programas *infantis/juvenis*, *informativos* e *culturais/conhecimento*. Mais de oito em cada dez programas exibidos integram-se num destes *macrogéneros* (84,4%), os quais, em conjunto, preenchem cerca de três quartos do tempo total de emissão (72,9%).

Na comparação entre estes dois serviços de programas, destaca-se a diferença que assumem os *géneros* de *entretenimento* em cada um deles. Na RTP1, um em cada cinco programas exibidos enquadra-se nesta categoria de programação (20,9%). Na RTP2, os *géneros* específicos de *entretenimento* surgem como a categoria de programação minoritária (0,7%).

Os programas *infantis/juvenis* e *culturais/conhecimento* registam também valores que demonstram bem o posicionamento de cada um destes operadores. Enquanto na RTP2 os programas *infantis/juvenis* são nitidamente predominantes, tanto em frequência (59,4%), como em duração (30,7%), na grelha da RTP1 surgem com um peso relativo muito menor, designadamente no que respeita ao tempo de emissão que lhes é dedicado (2,3%). Situação idêntica verifica-se ao nível dos *culturais/conhecimento*, cuja presença na oferta da RTP2 é muito superior àquela que se verifica no primeiro canal do serviço público de televisão (10,1% vs. 5,2%).

Destacam-se também combinações ligeiramente diferenciadas nas opções de programação dos operadores privados. Na SIC, três em cada quatro programas exibidos em 2009 recaem numa das seguintes categorias: *infantis/juvenis* (27,3%), *ficção* (25,6%) e *entretenimento* (23,2%). Este conjunto preenche cerca de três quartos do tempo de emissão (74,9%). De salientar, ainda, o peso dos *informativos* na grelha deste canal, que correspondem a cerca de um quinto dos programas exibidos (19,8%), bem como do tempo total de emissão (21,7%).

A TVI assenta grande parte da sua programação televisiva na combinação de três categorias – *ficção* (30,8%), *informativos* (28,9%) e *entretenimento* (17,1%) –, as quais representam, no seu conjunto, mais de 80% do tempo total de emissão (84,3%). Destaque, ainda, para o peso dos programas *infantis/juvenis*, que representam a terceira categoria de programação mais frequente (17,8%), embora em termos de duração denote um peso relativo inferior (11,1%).

Os *desportivos* e os *culturais/conhecimentos* constituem duas das categorias de programação menos representadas nas grelhas de ambos os serviços de programas privados. A SIC é o que exhibe menos programas *desportivos* (0,9%) e a TVI é o operador com menos frequência de *culturais/conhecimento* (1,1%).

A análise discriminada dos *géneros televisivos* de cada serviço de programas revela que, de um total de 39 categorias consideradas na respectiva grelha de classificação, a RTP1 é aquele que apresenta maior diversidade de *géneros televisivos* (34). A SIC e a RTP2 aproximam-se desse valor (32 e 31 categorias, respectivamente). A TVI apresenta 28 categorias de *géneros televisivos* considerados.

Os *serviços noticiosos* são o *género* mais frequente na RTP1 (12,0%); os *desenhos animados* correspondem ao *género* com o maior número de exibições na RTP2 (36,0%) e na SIC (15,3%); na TVI são as *telenovelas* que registam o maior número de ocorrências (14,3%).

No entanto, verificam-se alterações quando se considera o tempo de emissão de cada um desses *géneros televisivos*. Na RTP1, os *serviços noticiosos*, com um décimo das horas de emissão (10,6%), são suplantados em duração pelos *talk shows* (17,8%) e *magazines informativos* (16,8%). A duração dos *desenhos animados* na RTP2 (20,1%) decresce face ao seu número de ocorrências (36,0%), embora mantenha a posição de maior relevo também em tempo de emissão.

Não obstante os *desenhos animados* serem mais frequentes na SIC do que qualquer outro *género*, a sua curta duração (6,5%) fá-los retrain, por exemplo, face aos *serviços noticiosos* deste canal (17,8%). Por seu lado, na TVI, os *talk shows*, apesar de serem menos frequentes, ocupam mais horas de emissão no ano de 2009 do que as *telenovelas* (16,1% vs. 12,0%).

Relativamente aos *géneros televisivos* ausentes de cada um dos serviços de programas, no caso da RTP1 é notória a inexistência de quatro categorias de programação infanto-juvenil – *concursos/jogos*, *telenovelas*, *educativos* e momentos de *estúdio/apresentação*. Na RTP2 assinala-se a ausência de programas do *género comentário*, *telenovelas* e *concursos/jogos*.

A análise de programação da SIC manifesta, igualmente, a inexistência de programas de *comentário*, aos quais se juntam os *boletins meteorológicos*, a *informação infantil/juvenil*, os programas sobre *humanidades* e *ciências* e *religiosos*. Na TVI, não marcam presença nas grelhas de emissão de 2009, entre outros, a *entrevista* e o *comentário*, os programas sobre *artes e média*, *humanidades*, *ciências* e *educativos*; também não se regista a frequência neste serviço de programas de *concursos/jogos infantis/juvenis* e *informação infantil/juvenil*.

FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A função *entreter* surge como maioritária no conjunto dos programas exibidos em 2009 pelos quatro canais de acesso não condicionado livre. Registam-se, contudo, diferenças significativas na comparação entre os quatro canais.

Na RTP1 e RTP2, um em cada dois programas apresenta *entreter* como *função* predominante (57,6% e 51,8%, respectivamente). Nos canais privados, a frequência dessa *função* tende a aumentar – na SIC, 77,0%; na TVI, 63,8%.

A duração de programas que têm *entreter* como *função* predominante também é mais reduzida nos dois serviços de programas do operador público, embora com um valor mais expressivo na RTP1 (62,5%) do que na RTP2 (37,7%). Na SIC e TVI, os programas em que *entreter* constitui *função* predominante ocupam cerca de três quartos do tempo total de emissão (76,1% e 75,5%, respectivamente).

Informar apresenta-se como a segunda função de programação mais privilegiada nas grelhas de três dos serviços de programas em análise – RTP1, 29,2%; SIC, 21,0%; TVI, 30,4%. A exceção é a RTP2, onde *formar* surge como a segunda *função* com maior frequência (25,6%), embora, em duração, esta represente um peso relativo inferior face à *função informar* (19,5% vs. 37,6%).

Nos restantes serviços de programas, *formar* surge em terceiro lugar, com baixos índices de presença, quer em frequência – RTP1, 8,1%; SIC, 1,8%; TVI, 2,7% –, quer em duração – RTP1, 1,3%; SIC, 1,5%; TVI, 1,0%.

Promover/divulgar é uma função minoritária em todos os serviços de programas considerados, registando um peso relativo ligeiramente superior nos canais do serviço público de televisão (RTP1, 5,2%; RTP2, 4,1%) em comparação com os canais privados (SIC, 0,3%; TVI, 3,1%).

DIVERSIDADE NO HORÁRIO NOBRE

A análise da programação em horário nobre permite identificar abordagens distintas dos quatro canais generalistas relativamente a este período especial da sua emissão, sendo que a semelhança mais transversal consiste no relevo assumido pelos *serviços noticiosos*.

Os canais do serviço público de televisão apresentam maior diversificação de *géneros televisivos* neste período horário. Das 39 categorias de *géneros televisivos* consideradas na grelha de clas-

sificação, na RTP1 identifica-se a frequência de 27 categorias, na RTP2 24, na SIC 20 e na TVI 15 categorias.

Os *serviços noticiosos*, *concursos/jogos* e *comentários* correspondem, em conjunto, a cerca de metade do total de programas exibidos da RTP1 (53,5%). Atendendo à duração, verifica-se que os *comentários* são substituídos em peso relativo pelas *transmissões desportivas*, que surgem como terceiro género com mais tempo de emissão neste período horário (9,95), sendo que os restantes mantêm as suas posições de relevo – *serviços noticiosos* (30,0%) e *concursos/jogos* (22,6%).

Na RTP2, destacam-se os *desenhos animados*, *documentários* e *serviços noticiosos*, que, em conjunto, representam cerca de metade do total de programas exibidos (52,7%) e quase três quartos do tempo total de emissão (72,1%) neste período.

O peso relativo dos três géneros televisivos mais frequentes em horário nobre aumenta nos canais privados. Na SIC, sobressaem os *serviços noticiosos*, *concursos/jogos* e *humor*, representando, no conjunto, 69,8% do total de programas e quase três quartos do tempo de emissão (73,3%) neste período.

No horário nobre da TVI, nove em cada dez programas exibidos correspondem a três géneros televisivos – *serviços noticiosos*, *telenovelas* e *institucional* –, que registam, no conjunto, pesos relativos superiores a 90% em frequência de programas (90,9%).

Em tempo de emissão, a categoria *institucional*, relativa a programas de pequeno formato (Euromilhões, p.ex.), é substituída pelas *séries* – terceiro género de maior duração neste período horário (2,4%) –, o que representa também um peso acrescido das restantes duas categorias no horário nobre da TVI – *telenovelas* (50%) e *serviços noticiosos* (39,4%).

Fazendo a mesma análise considerando a duração, verifica-se que os três géneros televisivos que ocupam mais tempo de emissão no horário nobre correspondem, por norma, às categorias que são também mais frequentes.

PROGRAMAS INFORMATIVOS

Nas grelhas de informação dos quatro canais, os *serviços noticiosos* e *magazines informativos* apresentam-se como os géneros mais destacados em termos globais. Nalguns casos, os *boletins meteorológicos*, dada a especificidade do seu formato, assumem também protagonismo em número de ocorrências, sem correspondência quando considerada a sua duração.

A RTP2 é o canal que reúne o maior número de programas *informativos* exibidos em 2009. Sobressaem os *serviços noticiosos* e *magazines informativos*, que preenchem, em conjunto, mais de 90% do tempo total de emissão dedicado a esta categoria de programação (91,7%). Identifica-se também a exibição regular de *boletins meteorológicos* (33,2%), *debates* (4,7%), *entrevistas* (2,8%) e, com menor expressão, *reportagens* (1,1%).

A RTP1 é o serviço de programas que apresenta com maior regularidade as oito categorias de géneros *informativos* considerados, sendo que os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos* são predominantes em frequência (48,4% e 32,4%, respetivamente) e duração (34,3% e 54,4%). Assinalam-se, seguidamente, os valores de frequência de *comentários* (5,5%), *debates* e *reportagens* (4% cada), *entrevistas* (2,5%) e *boletins meteorológicos* (1,4%). Este serviço de programas apresenta o maior número de *edições especiais* em 2009 (1,8%, 34)

Os *serviços noticiosos* são o género *informativo* mais destacado na SIC, preenchendo mais de quatro quintos do tempo de emissão dedicado a programas *informativos* (82,0%). Os *magazines informativos* obtêm neste canal um peso relativo inferior em comparação com os restantes, embora se apresentem também como o segundo género mais frequente (27,1%) e de maior duração (12,1%) na grelha da SIC. Identifica-se ainda a exibição regular de *reportagens* (3,3%) e, com menor frequência, de *entrevistas* (1,5%) e *debates* (1,3%). Não foram exibidos *comentários* e *boletins meteorológicos* enquanto programas autónomos na SIC em 2009.

A TVI reforça o padrão no que respeita à presença de *serviços noticiosos* e *magazines informativos* na sua grelha de informação; apenas estes dois géneros preenchem quase a totalidade do tempo de emissão dedicado a esta categoria de programação (96,9%). Assumem também uma presença regular os *boletins meteorológicos* (39,8%) e, com frequência mais reduzida, as *reportagens* (1,1%) e *edições especiais* (1,1%). Em 2009 não se verifica neste canal a exibição regular de géneros de *debate* (0,1%), *entrevista* e *comentário* enquanto programas de informação autónomos – estes dois não registam qualquer ocorrência.

PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS

Os quatro serviços de programas em sinal aberto adoptam abordagens distintas relativamente à programação para os públicos infante-juvenis. Os *desenhos animados* apresentam-se como o género televisivo maioritário no conjunto da oferta dos quatro canais de acesso não condicionado livre para este segmento de públicos. O operador público integra, simultaneamente, os canais que conferem mais e menos peso a esta categoria de programação.

A RTP2 é o serviço de programa que confere mais relevo aos *infantis/juvenis*. Os *desenhos animados* são largamente majoritários (60,6%), seguindo-se os programas *educativos* dirigidos a estes públicos (26,3%); identifica-se também a frequência de momentos de *estúdio/apresentação* (7,2%), *ficção infantil/juvenil* (2,4%) e *informação infantil/juvenil* (0,3%).

Por seu lado, a RTP1 é o serviço de programas que menor espaço dedica nas suas grelhas aos *infantis/juvenis*, centrando a sua oferta em *desenhos animados* (67,9%), *educativos infantil/juvenil* (29,1%) e *ficção infantil/juvenil* (2,1%). A programação *infantil/juvenil* da RTP1 concentra-se exclusivamente nos fins-de-semana, o que corresponde a uma redução significativa desta categoria de programação na RTP2, neste período semanal.

A SIC é o canal que apresenta o leque mais diversificado de programas *infantis/juvenis*, destacando-se a frequência de *desenhos animados* (55,9%), *ficção infantil/juvenil* (22,1%) e *telenovelas infantis/juvenis* (13,4%). Surgem com menor expressão os momentos de *estúdio/apresentação* (4,8%), *concursos/jogos infantis/juvenis* (1,1%) e *educativos infantis/juvenis* (1,0%).

A grande maioria da programação da TVI dirigida aos públicos mais novos centra-se na exibição, nos dias de semana, de *telenovelas infantis/juvenis*, as quais preenchem mais de metade do tempo de emissão dedicado a programas *infantis/juvenis* (50,5%). Destaca-se também a frequência dos géneros *desenhos animados* (29,1%), *ficção infantil/juvenil* (16,5%) e *educativos infantis/juvenis* (14,8%).

PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO

As grelhas de programação dos quatro canais mostram-se fortemente díspares no que respeita à integração de programas *culturais/conhecimentos* nas suas grelhas de programação, sendo evidente a discrepância entre os canais do serviço público e os canais privados na forma como integram esta categoria de programação nas suas grelhas.

Os dois serviços generalistas do operador público concentram quase 90% do total de programas *culturais/conhecimento* exibidos em 2009 pelo conjunto dos canais em análise, com especial destaque nesta contabilidade para a RTP2.

Os *documentários* são o género televisivo mais frequente (57,6%) nas grelhas da RTP2. Seguem-se, a grande distância, os programas dedicados a *artes e média* (11,4%), os *educativos* (8,7%), os *espectáculos (exibição)* (6,5%), a *informação cultural (magazines culturais)* (6,9%), os programas sobre *ciências* (6,2%) e *humanidades* (2,6%).

Na RTP1, os programas sobre *artes e média* e os *educativos* apresentam-se como os géneros de maior frequência (21,3% e 21,9%, respectivamente), embora os segundos registem uma duração significativamente inferior (30,2% vs. 7,9%). Assinala-se, ainda, a presença regular de *espectáculos (exibição)* (14,1%), *documentários* (12,9%) e *informação cultural (magazines culturais)* (10,5%).

Os *documentários* são o género mais frequente na programação cultural da SIC (56,4%), seguidos dos programas de *informação cultural (magazines culturais)* (29,8%) e dos programas dedicados a *artes e média* (10,1%). Surgem com uma expressão residual os *espectáculos (exibição)* (3,2%) e os programas *educativos* (0,5%).

A TVI é o serviço de programas que apresenta a menor diversidade de géneros *culturais/conhecimento* e também a menor duração atribuída a esta categoria de programação. A *informação cultural (magazines culturais)* representa mais de três quartos do total dos programas culturais emitidos em 2009 (76,8%). Destaca-se, ainda, a frequência de *espectáculos (exibição)* (19,5%) e uma presença muito reduzida de *documentários* (3,7%).

PROGRAMAS DESTINADOS À PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E INTERESSES DE GRUPOS MAIORITÁRIOS

Em 2009, os quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto exibiram 15 programas especificamente vocacionados para a promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários.

A RTP2 é o canal que concentra maior diversidade de programas dirigidos a grupos minoritários, tendo exibido regularmente, em 2009, oito títulos – A Fé dos Homens, A Vida Normalmente, África Global, Caminhos, Consigo, Músicas d'África, Nós (compacto) e Repórter África Sete Dias. No total, a RTP2 arrecada quase 70% do tempo total de emissão dedicado pelos quatro serviços generalistas a esta categoria de programação (67,5%).

A RTP1 foi responsável por cerca de um quinto do tempo dedicado pelos quatro canais a esta categoria de programação (21,0%). A grande novidade consistiu na apresentação do programa Salvador, centrado na partilha de experiências de pessoas com mobilidade reduzida e exibido no horário nobre. A RTP1 manteve a exibição regular do programa Nós e emitiu dois programas pontuais integrados nesta categoria de programação: Hip Hop: Pobreza Stop e Juntos na Diversidade.

A SIC e a TVI mantiveram a exibição semanal de um programa cada dirigido especificamente a grupos minoritários. Etnias, na

SIC, programa de pendor informativo, com incidência em temáticas dirigidas a diferentes comunidades residentes em Portugal, exibido aos sábados pelas 6h00. Todos Iguais, na TVI, dirigido às comunidades lusófonas, abordando temas relacionados com a cultura dos diferentes países de expressão portuguesa, exibido às segundas-feiras pelas 6h30m.

REEXIBIÇÕES

Os quatro serviços de programas em sinal aberto denotam diferentes níveis de diversificação da programação no que toca à apresentação de *reexibições* ao longo de 2009. Os canais do operador público são os que apresentam os índices mais baixo e mais alto de *reexibições*.

A RTP2 é o serviço de programas com menos *reexibições* no conjunto da sua programação (5,9%); por outro lado, a RTP1 é o que apresenta o valor mais elevado dos quatro canais em análise (12,4%). Na SIC, um em cada dez programas incluídos na sua grelha consiste numa *reexibição* (10,3%). Na TVI, o número de *reexibições* identificadas corresponde a 7,5% do total de programas emitidos.

Considerando os diferentes períodos horários, é na noite/madrugada que surgem grande parte das *reexibições* da RTP1 (66,9%) e da SIC (50,9%), sendo que na RTP2 e na TVI estas são mais frequentes no período da tarde (41,7% e 47,5%, respectivamente). O horário nobre é o período onde ocorre o menor número de *reexibições* – a TVI não regista, em 2009, qualquer *reexibição* neste período.

RTPN

A análise dos *géneros televisivos* na RTPN revela bem a especificidade temática que constitui a matriz deste serviço de programas. Os *informativos* constituem, naturalmente, a categoria de programação predominante, compreendendo a exibição de toda a diversidade de *géneros informativos* considerados na análise.

DIVERSIDADE DE GÉNEROS TELEVISIVOS

Sem surpresa, os *informativos* representam na RTPN cerca de 65% do total de programas exibidos; um peso que sai reforçado quando se atende ao peso que representam no tempo total de emissão (78,9%).

O predomínio desta categoria deve-se essencialmente à exibição de *serviços noticiosos*, *género* mais destacado no conjunto

da programação deste canal, quer em frequência (37,3%), quer em duração (39,7%).

Destaca-se também a presença de *magazines informativos*, segundo género mais frequente (15,1%), representando mais de um quinto do tempo total de emissão (21,9%). Este resultado deve-se, além da exibição do magazine generalista Bom dia Portugal, à presença na grelha de magazines temáticos sobre economia, ambiente, regiões, entre outros.

Os *debates* surgem como o quarto *género televisivo* com maior frequência em termos globais (8,7%), ocupando mais de um décimo do tempo total de emissão (12,1%). Encontram-se ainda entre os *géneros informativos* os programas de *reportagem* (1,9%), *edições especiais* (0,9%), *entrevista* (0,6%) e *comentário* (0,4%).

Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quinto do número total de programas (19,2%), sendo que em duração obtém um peso menos relevante (9,5%).

A segmentação dos *culturais/conhecimento* revela como *géneros* mais frequentes desta categoria os programas *educativos* (10,1%) e a *informação cultural (magazines culturais)* (5,3%). Atendendo à duração, verifica-se uma inversão no peso relativo destes dois, com a *informação cultural (magazines culturais)* a ocupar mais tempo de emissão (4,4% vs. 2,2%). Surgem ainda representados em número de ocorrências os programas dedicados a *artes e média* (2,1%), *documentários* (1,1%), *humanidades* (0,4%) e *ciências* (0,3%).

Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,7%), o que se deve sobretudo à presença de programas de *informação desportiva* (10,1%).

A categoria *entretenimento* é aquela que obtém menor relevo na grelha da RTPN, correspondendo essencialmente à exibição de programas de *infotainment* (1,9%); um dado que reforça bem a especificidade temática deste serviço de programas.

FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A grande maioria dos programas que constam da grelha da RTPN prossegue como função predominante *informar* (83,0%). Esta *função* assume um peso relativo ainda mais relevante considerando a duração dos respectivos programas, os quais preenchem mais de 90% do tempo total de programação (92,6%).

REEXIBIÇÕES

Um em cada cinco programas emitidos pela RTPN em 2009 consiste numa *reexibição* (19,9%), o que corresponde também a cerca de um quinto do tempo total da sua emissão (19,4%). Os programas mais reexibidos são os *informativos* (46,3%), seguidos dos *culturais/conhecimento* (26,8%) e *desportivos* (19,9%).

O período da noite/madrugada absorve mais de metade das *reexibições* deste serviço de programas (56,8%).

Os períodos da tarde e da manhã apresentam um índice de *reexibições* muito próximo entre si (20,4% e 18,8%, respectivamente).

Anexo I

Anexo Metodológico

A) GÉNEROS TELEVISIVOS

A noção de *género televisivo* remete para os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas, nos quais é possível reconhecer formatos televisivos relativamente padronizados e que estruturam a grelha de programação de um dado serviço de programas.

A operacionalização da noção de *género televisivo* enquanto conceito analítico é, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*, que convoca várias dimensões sob as quais os programas televisivos podem ser observados: o *conteúdo temático*, o *formato de concepção do programa*, a *intencionalidade do programador*, os *públicos-alvo que privilegia*... A classificação de géneros televisivos pode, por isso, colocar-se a vários níveis em função dessas diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

Não é objectivo desta análise superar em definitivo essa questão problemática. O objectivo central, como referido *supra*, consiste em aplicar uma tipologia de *géneros televisivos* que permita observar as práticas de programação em função de obrigações estabelecidas para os operadores considerados.

A grelha de classificação adoptada compreende uma análise dos programas televisivos a dois níveis, considerando em primeiro lugar sete grandes categorias de géneros televisivos (aqui designados por *macrogéneros*), estabelecidas de acordo com as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativos*, *desportivos*, *ficção*, *infantis/juvenis*, *entretenimento*, *culturais/conhecimento*, *institucionais/religiosos*.

Estas grandes categorias de géneros televisivos compreendem ainda uma decomposição a um segundo nível (*géneros*), em que se procura especificar os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo*.

B) GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO GERAL DE GÉNEROS TELEVISIVOS

Informativos: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a actua-

lidade, compreendendo desde *serviços noticiosos*, a programas de *debate*, de *entrevista*, de *reportagem*, *comentário*, *edição especial* e *magazines informativos*.

Desportivos: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre questões de desporto da actualidade e para a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; compreende *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas* e *resumos desportivos* (todas as modalidades).

Ficção: programas predominantemente vocacionados para o entretenimento, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas num só momento (*filmes/telefimões*) ou por episódios (*séries televisivas*), incluindo também *telenovelas* e géneros ficcionais de humor (*ficção de humor*: comédia em *sketches/sit-com*).

Infantis/juvenis: programas vocacionados para entreter, informar ou formar públicos infantis/juvenis. Incluem-se neste género televisivo os *desenhos animados*, os *jogos*, as *telenovelas*, a *informação* destinada especificamente a públicos infanto-juvenis, bem como programas de pendor educativo não integrados num projecto pedagógico particular.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos seus públicos, compreendendo *concursos/jogos*, *reality shows*, programas de *variedades*, *talk shows*, *humor (stand-up comedy, anedotas; apanhados e outros programas que não integrem a categoria ficção humorística)* e *infotainment* (programas que seguem formatos dos géneros *informativos*, tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Culturais/Conhecimento: programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitectura, música, artes plásticas, produção audiovisual, *design*...), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber. Incluem-se ainda neste categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos e que se constituem como um momento de aprendizagem num projecto pedagógico mais vasto (p. ex.: Universidade

Aberta). Os programas de informação especializados em temáticas culturais e de conhecimento (*magazines culturais*, programas de debate e entrevistas especializados, etc.) encontram-se também contemplados nesta categoria.

Institucionais/religiosos: programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das actividades, dos projectos ou das doutrinas das entidades promotoras. São programas que resultam, em regra, de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar pelo operador. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

Fig. 1 – Grelha de Classificação de Géneros Televisivos

Género 1.º Nível Macrogénero	Género 2.º Nível Género
1. Informativos	1.1. Serviço noticioso
	1.2. Reportagem
	1.3. Debate
	1.4. Entrevista
	1.5. Comentário
	1.6. Edição especial
	1.7. Magazine informativo
	1.8. Boletim meteorológico
2. Desportivos	2.1. Informação desportiva
	2.2. Transmissão desportiva
	2.3. Resumo desportivo
3. Ficção	3.1. Filme/telefilme
	3.2. Série
	3.3. Telenovela
	3.4. Ficção de humor
4. Infantis/juvenis	4.1. Desenhos animados
	4.2. Concurso/jogo infantil/juvenil
	4.3. Ficção infantil/juvenil
	4.4. Telenovela infantil/juvenil
	4.5. Educativo infantil/juvenil
	4.6. Informação infantil/juvenil
	4.7. Estúdio/apresentação
	4.8. Outro (infantil/juvenil)
5. Entretenimento	5.1. Concurso/jogo
	5.2. <i>Reality show</i>
	5.3. Variedades
	5.4. <i>Talk show</i>
	5.5. Humor
	5.6. <i>Infotainment</i>
	5.7. Outro (entretenimento)
6. Culturais/conhecimento	6.1. Artes e média
	6.2. Humanidades
	6.3. Ciências
	6.4. Documentários
	6.5. Espectáculos (exibição)
	6.6. Educativos
	6.7. Informação cultural (<i>magazines culturais</i>)
7. Institucionais/religiosos	7.1. Institucional
	7.2. Religioso

C) FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A Lei da Televisão estabelece como fins dos serviços de programas televisivos, entre outros, contribuir para a informação, a formação e o entretenimento do público (al. a), art. 9.º, Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho). Neste Relatório entende-se como *funções* a finalidade que o operador prossegue ao nível da recepção através da selecção de um dado conteúdo televisivo, tendo como ponto de partida a tríade clássica que a legislação adopta: *informar, formar e entreter*.

A par destas três funções centrais, existem programas cuja finalidade primordial consiste na *promoção/divulgação*. A presença desta *função* na programação corresponde, em muitos casos, a programas televisivos produzidos por entidades externas ao serviço de programas, tendo como finalidade primordial a divulgação de projectos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização desta categoria encontra-se directamente ligada ao conceito de *género televisivo*. Parte-se, assim, do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões da análise.

Reconhecendo-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é perfeita, não se dispensa, paralelamente à identificação dos *géneros televisivos*, a análise das *funções* associadas a cada programa.

D) CORRESPONDÊNCIA ENTRE GÉNEROS TELEVISIVOS E FUNÇÕES

A figura 2 estabelece uma correspondência entre *géneros televisivos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação do caso concreto, atendendo à **finalidade predominante que se procura atingir em cada programa**, que dita a codificação de cada unidade de análise para a categoria *funções*.

E) INDICADORES MODELO DE ANÁLISE

► **Unidade de análise** – A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, introduzido por um genérico inicial próprio de identificação e concluído por um genérico final. São excluídos os espaços dedicados a publicidade/televentas e autopromoções, bem como outros elementos de antena

(separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

► **Indicadores base de dados** – A análise partiu da codificação de todos os programas que constam das grelhas de programação dos quatro operadores realizadas em 2008, utilizando o *software* SPSS para a constituição da respectiva base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

Canal – indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido o programa.

Data – indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa).

Fig. 2 – Quadro de referência na relação entre *funções* e *géneros* televisivos

Género	Funções
1. Informativos	
1.1. Serviço noticioso	Informar
1.2. Reportagem	
1.3. Debate	
1.4. Entrevista	
1.5. Comentário	
1.6. Edição especial	
1.7. Magazine informativo	
1.8. Boletim meteorológico	
2. Desportivos	
2.1. Informação desportiva	Informar
2.2. Transmissão desportiva	Entreter
2.3. Resumos desportivos	Informar
3. Ficção	
3.1. Filme/telefilme	Entreter
3.2. Série	
3.3. Telenovela	
3.4. Ficção de humor	
4. Infantis/juvenis	
4.1. Desenhos animados	Entreter
4.2. Concurso/jogo infantil/juvenil	
4.3. Ficção infantil/juvenil	
4.4. Telenovela infantil/juvenil	Formar
4.5. Educativo infantil/juvenil	
4.6. Informação infantil/juvenil	Informar
4.7. Estúdio/apresentação	Entreter
4.8. Outro (infantil/juvenil)	
5. Entretenimento	
5.1. Concurso/jogo	Entreter
5.2. <i>Reality show</i>	
5.3. Variedades	
5.4. <i>Talk show</i>	
5.5. Humor	
5.6. <i>Infotainment</i>	
5.7. Outro (entretenimento)	
6. Culturais/conhecimento	
6.1. Artes e média	Informar/Formar
6.2. Humanidades	
6.3. Ciências	
6.4. Documentários	
6.5. Espectáculos (exibição)	Entreter
6.6. Educativos	Formar
6.7. Informação cultural (magazines culturais)	Informar
7. Institucionais/religiosos	
7.1. Institucional	Informar/Formar/ Promover/ Divulgar
7.2. Religioso	Promover/Divulgar

Nome do programa – indica o nome do programa tal como se apresenta no genérico.

Duração – indica a duração total do programa (hh:mm:ss).

Período horário – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando quatro períodos: *período da manhã* (06h00-12h59m), *período da tarde* (13h00-19h59m), *horário nobre* (20h00-22h59m), *período da noite/madrugada* (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários foram classificados no período em que a sua duração é maior (p. ex., um programa com início às 19h55m e fim às 21h30m é classificado como pertencendo ao horário nobre).

Género nível I – indica o *macrogénero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Género nível II – indica o *género televisivo* do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Função – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o telespectador, atendendo às quatro funções consideradas – *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

Período semanal – indica o dia da semana em que o programa foi exibido (dias de semana e fins-de-semana).

Exibição/reexibição – indica se o programa corresponde a uma *primeira exibição* ou a uma *reexibição* de um programa emitido anteriormente no mesmo serviço de programas.

F) FONTES DE INFORMAÇÃO/PROCESSO DE CODIFICAÇÃO

► **Fontes de informação** – A análise compreende o universo de programas emitidos pelos cinco serviços de programas, de acordo com o registo de programação efectuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Markttest, através da utilização do *software* MMW – Markdata Media Workstation.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos pelos cinco serviços de programas em 2009, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos através da base de dados Telereport, de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise decorrentes da mudança de dia e outros elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (p. ex., televentas e autopromoções).

► **Processo de codificação** – A codificação das unidades de análise implicou a verificação directa do registo vídeo dos programas, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada por três analistas da ERC com formação superior e experiência na área dos estudos dos média e do jornalismo, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

Fig. 3 – Total de programas e duração das unidades de análise recenseadas por serviço de programas (2009)*

Serviço de programas	N.º de programa (N)	Duração (hh:mm:ss)
RTP1	7545	7129:19:42
RTP2	19099	8439:28:53
RTPN	16610	8198:20:32
SIC	7934	6679:25:25
TVI	7478	6478:40:36
Total	58666	36925:15:08

* São excluídos os espaços dedicados a publicidade/televentas e autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

Anexo II

Obrigações de Programação

A análise de programação que aqui se desenvolve adopta como ponto de referência os preceitos que constam da Lei da Televisão e do Contrato de Concessão Geral do Serviço Público em matéria de programação televisiva.

Note-se que não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas nesses diplomas, mas apenas os aspectos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade da programação*, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* patentes na programação dos quatro serviços de programas.

Lei da Televisão
Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho
Artigo 8.º Tipologia de serviços de programas televisivos
2. Consideram-se generalistas os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público.
Artigo 9.º Fins da actividade de televisão
1. Constituem fins da actividade de televisão, consoante a natureza (...) dos serviços de programas televisivos disponibilizados:
a) contribuir para a informação, formação e entretenimento do público.
Artigo 34.º Obrigações gerais dos operadores de televisão
2. Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional:
a) Assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural.
Artigo 51.º Obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão
1 - A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2 - À concessionária incumbe, designadamente:
a) Fornecer uma programação variada e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
(...)
d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;
e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluindo os que compõem as diversas comunidades imigrantes em Portugal.

Obrigações específicas RTP1

Cláusula 9.ª Primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional

1. O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa, dar especial relevo:

- a) À informação, designadamente através da difusão de noticiários, debates, entrevistas, reportagens e documentários;
- b) Ao entretenimento de qualidade e de expressão originária portuguesa, com respeito pelos direitos pessoais fundamentais;
- c) À transmissão de programas de carácter cultural;
- d) À sensibilização dos telespectadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos.

2. A programação do primeiro serviço de programas assegura a cobertura de manifestações que constituam factor de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva.

(...)

5. Os serviços noticiosos do serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público devem garantir uma adequada cobertura de manifestações culturais, designadamente as que envolvam criadores ou temas portugueses.

6. Tendo em conta o disposto na alínea a) do número 1, assim como no n.º 1 e na alínea c) do número 2 da cláusula 7.ª, o serviço de programas generalista dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:

- a) Espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
- b) Espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
- c) Espaços regulares de entrevista a personalidades que se destaquem na actividade profissional ou cívica;
- d) Espaços regulares sobre a actividade política nacional, que tenham em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares;
- e) Espaços regulares de reportagem;
- f) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa.

7. Tendo em conta o disposto na alínea b) do n.º 1 e no n.º 1 da cláusula 7.ª, a programação do primeiro serviço de programas generalista inclui necessariamente:

- a) Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes das diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas e a coesão nacional;
- b) Espaços de entretenimento com preocupação formativa, que contribuam, designadamente, para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento;
- c) Espaços de entretenimento originais e criativos que estimulem a presença de novos valores na televisão portuguesa.

(...)

9. Tendo em conta o disposto nas linhas b) e c) do n.º 1 e nas alíneas b), d), g) e i) do n.º 2 da cláusula 7.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:

- a) Espaços regulares de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas;
- b) Espaços regulares de exibição de obras cinematográficas portuguesas de longa-metragem;
- c) Espaços regulares com grandes espectáculos culturais ou artísticos, em directo ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas;
- d) Espaços regulares dedicados à música portuguesa;
- e) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infante-juvenil;
- f) Espaços regulares dedicados à promoção da cidadania, esclarecendo os telespectadores dos seus direitos e deveres de participação na vida pública, incentivando-os ao seu exercício e cumprimento, designadamente nas áreas política, educativa, cívica, ambiental e associativa;
- g) Um espaço de programação semanal da responsabilidade do provedor do telespectador, a emitir em horário de maior audiência, com a duração mínima de 15 minutos.

10. Para efeitos do disposto nos números 6 e 9 da presente cláusula, e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, considera-se exigível a seguinte frequência mínima:

- a) Três vezes por dia para os noticiários;
- b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;
- c) Mensal, para os programas de grande reportagem e documentários, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas;
- d) Bimestral, para os grandes espectáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa.

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 25 de Março de 2008

Obrigações específicas RTP2

Cláusula 10.ª Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional

1. O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional compreende uma programação de forte componente cultural e formativa, devendo valorizar a educação, a ciência, a investigação, as artes, a inovação, a acção social, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, a produção independente de obras criativas, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual.

2. O segundo serviço de programas generalista promove ainda o conhecimento da cultura, língua e património portugueses, a atenção às comunidades imigrantes e contribui para a sensibilização dos públicos para as questões de integração e coesão social, designadamente as que se relacionem com as diversas minorias étnicas presentes em Portugal.

3. O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve assegurar uma programação de grande qualidade, coerente e distinta dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, nele participando entidades públicas e privadas com acção relevante nas áreas referidas no número anterior.

5. A programação do serviço de programas a que se refere a presente cláusula constitui uma alternativa à oferta do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para múltiplos segmentos do público e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público.

(...)

8. Os serviços noticiosos do segundo serviço de programas generalista asseguram uma informação contextualizada e aprofundada da realidade nacional e mundial.

9. O segundo serviço de programas generalista inclui espaços de informação destinados a desenvolver matérias de natureza específica, designadamente de índole internacional, económica, cultural, formativa e científica.

11. Tendo em conta o disposto nos números 8 e 9 e nas alíneas b) e c) do n.º 2 da cláusula 7.ª, o segundo serviço de programas generalista deve pelo menos incluir:

- a) Espaços regulares de informação, em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais, com especial atenção aos de natureza cultural e científica;
- b) Espaços regulares de informação, adequadamente contextualizada, dirigidos ao público infante-juvenil;

(Continua)

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 25 de Março de 2008

Obrigações específicas RTP2	
(Continuação)	
<i>Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 25 de Março de 2008</i>	Cláusula 10.ª Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional
	c) Espaços informativos regulares de acompanhamento da actividade da Assembleia da República e do Parlamento Europeu;
	d) Espaços regulares de informação e de debate culturais, com especial atenção à actualidade artística nacional;
	e) Espaços regulares de entrevistas com personalidades da vida cultural portuguesa cobrindo a literatura, as artes, o património, o pensamento, a ciência e outras áreas;
	f) Espaços regulares de debate sobre temas sociais, que tenha em conta a pluralidade e a representatividade das organizações não governamentais.
	12. Tendo em conta o disposto nos n.ºs 1 e 2 e nas alíneas d) e e) do n.º 2 da cláusula 7.ª, o segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve incluir, no mínimo:
	a) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil;
	b) Espaços regulares de programação dedicados à divulgação e debate de temas que promovam o exercício da cidadania, tais como: participação política, ambiente, defesa do consumidor, acção e solidariedade social ou igualdade de género;
	c) Espaços regulares dedicados ao ensino à distância.
	13. Tendo em conta o disposto nos números 1, 2 e 5 e nas alíneas b), d), g), h) e i) do n.º 3 da cláusula 7.ª, o segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve incluir, no mínimo:
	a) Espaços regulares em directo ou diferido, com espectáculos representativos de culturas ou artes de menor visibilidade, designadamente e de forma equilibrada, concertos de música erudita, etnográfica e jazz, peças teatrais ou bailados;
	b) Espaços regulares de divulgação do livro e da leitura;
	c) Espaços regulares de divulgação de obras cinematográficas de longa-metragem do moderno cinema português, o que inclui produções dos vinte anos anteriores à produção;
	d) Espaços regulares dedicados à cinefilia, com uma forte componente pedagógica, que contextualizem as obras difundidas na história do cinema;
	e) Espaços regulares dedicados ao cinema europeu e a cinematografias menos representadas no circuito comercial de exibição;
	f) Espaços regulares dedicados a curtas-metragens e ao cinema de animação;
	g) Espaços regulares de promoção e divulgação da produção musical portuguesa;
	h) Espaços regulares de sensibilização dos telespectadores para as técnicas e linguagem próprias dos meios de comunicação social, promovendo o seu sentido crítico;
	i) Espaços regulares cedidos às confissões religiosas;
	j) Espaços regulares especificamente direccionados para as pessoas com necessidades especiais;
k) Espaços regulares especificamente direccionados para as comunidades imigrantes e minorias étnicas presentes em Portugal;	
l) Espaços regulares de promoção da prática do desporto escolar e amador.	
14. Para efeitos do disposto 11 e 13 da presente cláusula, e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, devem considerar-se os seguintes níveis de frequência:	
a) Diária, para os noticiários dirigidos aos diversos públicos, para os espaços de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil e para os dedicados à divulgação e debate de temas que promovam o exercício da cidadania;	
b) Quinzenal, para espaços de debate sobre temas sociais e para espectáculos representativos de culturas ou artes de menor visibilidade;	
c) Mensal, para obras cinematográficas de longa-metragem do moderno cinema português;	
d) Semanal, para a generalidade dos restantes programas referidos na presente cláusula.	

Obrigações específicas RTPN	
<i>Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 25 de Março de 2008</i>	Cláusula 13.ª Serviço de programas temático informativo
	1. O serviço de programas temático informativo da concessionária do serviço público de televisão destina-se à prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente noticiários, reportagens, documentários e debates, com destaque para temas, ideias e protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica, e concedendo especial atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas.

Anexo III

Resultados por Serviço de Programas – RTP1, RTP2, RTPN

RTP1

Fig. 1 – Frequência e duração de *macrogêneros televisivos* na RTP1 (2009)

Macrogênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Informativos	1877	24,9	2202:44:46	30,9
Desportivos	336	4,5	295:51:29	4,1
Ficção	1845	24,5	1901:05:12	26,7
Infantis/juvenis	949	12,6	167:15:27	2,3
Entretenimento	1579	20,9	2068:30:49	29,0
Culturais/conhecimento	389	5,2	294:30:16	4,1
Institucionais/religiosos	570	7,6	199:21:43	2,8
Total	7545	100,0	7129:19:42	100,0

N = 7545 (n.º total de programas da RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1).

RTP1

Fig. 2 – Frequência e duração de *gêneros televisivos* na RTP1 (2009)

Gênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	909	12,0	755:27:50	10,6
Reportagem	75	1,0	34:17:18	0,5
Debate	75	1,0	103:58:11	1,5
Entrevista	46	0,6	27:42:21	0,4
Comentário	104	1,4	30:58:05	0,4
Edição especial	34	0,5	50:49:37	0,7
Magazine informativo	608	8,1	1198:18:03	16,8
Boletim meteorológico	26	0,3	1:13:21	0,0
Informação desportiva	155	2,1	87:13:46	1,2
Transmissão desportiva	104	1,4	160:23:51	2,2
Resumo desportivo	77	1,0	48:13:52	0,7
Filme/teletfilme	378	5,0	652:10:58	9,1
Série	630	8,3	475:33:11	6,7
Telenovela	788	10,4	744:56:47	10,4
Ficção de humor	49	0,6	28:24:16	0,4
Desenhos animados	644	8,5	110:59:45	1,6
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	20	0,3	29:02:54	0,4
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	276	3,7	26:53:18	0,4
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	9	0,1	0:19:30	0,0
Concurso/jogo	566	7,5	498:01:36	7,0
Reality show	–	–	–	–
Variedades	70	0,9	120:12:18	1,7
Talk show	631	8,4	1270:26:48	17,8
Humor	176	2,3	79:01:59	1,1
Infotainment	114	1,5	73:17:25	1,0
Outro (entretenimento)	22	0,3	27:30:43	0,4
Artes e média	83	1,1	88:53:05	1,2
Humanidades	38	0,5	11:28:37	0,2
Ciências	37	0,5	2:04:06	0,0
Documentários	50	0,7	43:58:48	0,6
Espectáculos (exibição)	55	0,7	93:08:39	1,3
Educativos	85	1,1	23:15:44	0,3
Informação cultural (magazines culturais)	41	0,5	31:41:17	0,4
Institucional	507	6,7	131:16:43	1,8
Religioso	63	0,8	68:05:00	1,0
Total	7545	100,0	7129:19:42	100,0

N = 7545 (n.º total de programas da RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1).

RTP1

Fig. 3 – Frequência e duração de *funções* na programação da RTP1 (2009)

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	4343	57,6	4455:17:00	62,5
Informar	2203	29,2	2391:52:16	33,5
Formar	609	8,1	93:57:23	1,3
Promover/divulgar	390	5,2	188:13:03	2,6
Total	7545	100,0	7129:19:42	100,0

N = 7545 (n.º total de programas da RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1).

RTP1

Fig. 4 – Frequência e duração de funções por género televisivo na programação da RTP1 (2009)

Género	Função															
	Entreter				Informar				Formar				Promover/divulgar			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	-	-	-	-	909	41,3	755:27:50	31,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	75	3,4	34:17:18	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	75	3,4	103:58:11	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	46	2,1	27:42:21	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	104	4,7	30:58:05	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	34	1,5	50:49:37	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	608	27,6	1198:18:03	50,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	26	1,2	1:13:21	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	155	7,0	87:13:46	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	104	2,4	160:23:51	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	77	3,5	48:13:52	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	378	8,7	652:10:58	14,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	630	14,5	475:33:11	10,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela	788	18,1	744:56:47	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	49	1,1	28:24:16	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenhos animados	644	14,8	110:59:45	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	20	0,5	29:02:54	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	276	45,3	26:53:18	28,6	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	9	0,2	0:19:30	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	566	13,0	498:01:36	11,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	70	1,6	120:12:18	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	631	14,5	1270:26:48	28,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	176	4,1	79:01:59	1,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	114	2,6	73:17:25	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	20	0,5	25:17:07	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,5	2:13:36	1,2
Artes e média	83	1,9	88:53:05	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	-	-	-	-	-	-	-	-	38	6,2	11:28:37	12,2	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-	37	6,1	2:04:06	2,2	-	-	-	-
Documentários	6	0,1	5:06:51	0,1	14	0,6	13:27:58	0,6	30	4,9	25:23:59	27,0	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	55	1,3	93:08:39	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-	85	14,0	23:15:44	24,8	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	41	1,9	31:41:17	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	39	1,8	8:30:37	0,4	143	23,5	4:51:39	5,2	325	83,3	117:54:27	62,6
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	16,2	68:05:00	36,2
Total	4343	100,0	4455:17:00	100,0	2203	100,0	2391:52:16	100,0	609	100,0	93:57:23	100,0	390	100,0	188:13:03	100,0

N = 7545 (n.º total de programas da RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1).

RTP1

Fig. 5 – Frequência e duração dos géneros televisivos por período horário na programação da RTP1 (2009)

Género	Período horário															
	Manhã (06h-12h59)				Tarde (13h-19h59)				Noite (20h-22h59)				Noite/madrugada (23h-05h59)			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	75	3,4	22:11:09	1,0	410	17,8	406:11:39	18,6	339	26,5	285:36:18	30,0	85	4,8	41:28:44	2,3
Reportagem	3	0,1	1:30:12	0,1	3	0,1	1:01:07	0,0	69	5,4	31:45:59	3,3	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0,3	3:19:21	0,3	71	4,0	100:38:50	5,5
Entrevista	-	-	-	-	-	-	-	-	40	3,1	22:28:10	2,4	6	0,3	5:14:11	0,3
Comentário	-	-	-	-	8	0,3	2:04:07	0,1	96	7,5	28:53:58	3,0	-	-	-	-
Edição especial	3	0,1	6:51:02	0,3	11	0,5	15:20:54	0,7	15	1,2	18:44:16	2,0	5	0,3	9:53:25	0,5
Magazine informativo	362	16,5	974:44:34	45,1	221	9,6	193:46:19	8,9	1	0,1	1:11:47	0,1	24	1,4	28:35:23	1,6
Boletim meteorológico	-	-	-	-	19	0,8	0:54:05	0,0	7	0,5	0:19:16	0,0	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	15	0,7	8:37:13	0,4	25	2,0	3:56:12	0,4	115	6,5	74:40:21	4,1
Transmissão desportiva	8	0,4	12:27:34	0,6	29	1,3	42:40:15	2,0	55	4,3	94:27:12	9,9	12	0,7	10:48:50	0,6
Resumo desportivo	-	-	-	-	-	-	-	-	5	0,4	2:47:51	0,3	72	4,1	45:26:01	2,5
Filme/telefilme	-	-	-	-	51	2,2	87:31:14	4,0	1	0,1	1:21:24	0,1	326	18,4	563:18:20	30,8
Série	25	1,1	13:28:46	0,6	106	4,6	82:35:31	3,8	83	6,5	71:12:26	7,5	416	23,5	308:16:28	16,8
Telenovela	-	-	-	-	526	22,8	409:25:57	18,7	-	-	-	-	262	14,8	335:30:50	18,3
Ficção de humor	1	0,0	0:25:20	0,0	2	0,1	0:50:16	0,0	32	2,5	19:30:46	2,0	14	0,8	7:37:54	0,4
Desenhos animados	644	29,3	110:59:45	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	17	0,8	23:04:27	1,1	2	0,1	3:38:42	0,2	1	0,1	2:19:45	0,2	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	276	12,6	26:53:18	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	9	0,4	0:19:30	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	1	0,0	0:51:15	0,0	289	12,5	243:32:01	11,1	249	19,5	215:09:03	22,6	27	1,5	38:29:17	2,1
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	2	0,1	5:55:25	0,3	26	1,1	48:12:01	2,2	31	2,4	47:33:58	5,0	11	0,6	18:30:54	1,0
Talk show	305	13,9	726:00:51	33,6	276	12,0	468:24:00	21,4	-	-	-	-	50	2,8	76:01:57	4,2
Humor	38	1,7	12:37:09	0,6	36	1,6	20:58:18	1,0	72	5,6	31:09:13	3,3	30	1,7	14:17:19	0,8
Infotainment	6	0,3	1:56:29	0,1	68	3,0	47:44:01	2,2	5	0,4	0:20:53	0,0	35	2,0	23:16:02	1,3
Outro (entretenimento)	3	0,1	4:17:22	0,2	5	0,2	10:02:07	0,5	8	0,6	8:00:15	0,8	6	0,3	5:10:59	0,3
Artes e média	1	0,0	0:50:20	0,0	52	2,3	55:48:32	2,6	-	-	-	-	30	1,7	32:14:13	1,8
Humanidades	1	0,0	0:02:23	0,0	7	0,3	1:12:07	0,1	18	1,4	1:59:05	0,2	12	0,7	8:15:02	0,5
Ciências	3	0,1	0:02:57	0,0	17	0,7	0:16:48	0,0	3	0,2	0:02:56	0,0	14	0,8	1:41:25	0,1
Documentários	15	0,7	11:01:16	0,5	1	0,0	0:28:04	0,0	25	2,0	23:57:32	2,5	9	0,5	8:31:56	0,5
Espectáculos (exibição)	15	0,7	17:34:10	0,8	9	0,4	15:34:57	0,7	10	0,8	17:49:07	1,9	21	1,2	42:10:25	2,3
Educativos	8	0,4	4:45:25	0,2	6	0,3	1:31:25	0,1	66	5,2	16:54:20	1,8	5	0,3	0:04:34	0,0
Informação cultural (magazines culturais)	8	0,4	3:53:10	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	33	1,9	27:48:07	1,5
Institucional	306	13,9	111:57:58	5,2	108	4,7	16:32:06	0,8	18	1,4	1:15:29	0,1	75	4,2	1:31:10	0,1
Religioso	60	2,7	67:00:09	3,1	0	0,0	-	0,0	1	0,1	00:08:47	0,0	2	0,1	0:56:04	0,1
Total	2195	100,0	2161:41:56	100,0	2303	100,0	2184:53:46	100,0	1279	100,0	952:15:19	100,0	1768	100,0	1830:28:41	100,0

N = 7545 (n.º total de programas da RTP1). N = 7129h19m42s (n.º total de horas de emissão da RTP1).

RTP1

Fig. 6 – Frequência e duração de *gêneros televisivos em horário nobre em dias de semana e fins-de-semana na RTP1 (2009)*

Gênero	Período semanal							
	Dia de semana				Dia de fim-de-semana			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	253	27,1	214:05:52	31,6	86	25,0	71:30:26	26,0
Reportagem	68	7,3	31:18:55	4,6	1	0,3	0:27:04	0,2
Debate	3	0,3	2:29:09	0,4	1	0,3	0:50:12	0,3
Entrevista	40	4,3	22:28:10	3,3	0	0,0	–	0,0
Comentário	65	7,0	18:12:22	2,7	31	9,0	10:41:36	3,9
Edição especial	12	1,3	7:09:55	1,1	3	0,9	11:34:21	4,2
Magazine informativo	1	0,1	1:11:47	0,2	–	–	–	–
Boletim meteorológico	7	0,7	0:19:16	0,0	–	–	–	–
Informação desportiva	3	0,3	0:27:20	0,1	22	6,4	3:28:52	1,3
Transmissão desportiva	28	3,0	47:33:42	7,0	27	7,8	46:53:30	17,1
Resumo desportivo	–	–	–	–	5	1,5	2:47:51	1,0
Filme/telefilme	–	–	–	–	1	0,3	1:21:24	0,5
Série	49	5,2	42:19:14	6,2	34	9,9	28:53:12	10,5
Telenovela	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção de humor	32	3,4	19:30:46	2,9	–	–	–	–
Desenhos animados	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	1	0,1	2:19:45	0,3	–	–	–	–
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo	223	23,9	189:13:01	27,9	26	7,6	25:56:02	9,4
Reality show	–	–	–	–	–	–	–	–
Variedades	8	0,9	14:26:22	2,1	23	6,7	33:07:36	12,1
Talk show	–	–	–	–	–	–	–	–
Humor	62	6,6	24:37:23	3,6	10	2,9	6:31:50	2,4
Infotainment	5	0,5	0:20:53	0,1	–	–	–	–
Outro (entretenimento)	2	0,2	3:06:38	0,5	6	1,7	4:53:37	1,8
Artes e média	–	–	–	–	–	–	–	–
Humanidades	14	1,5	1:38:06	0,2	4	1,2	0:20:59	0,1
Ciências	3	0,3	0:02:56	0,0	–	–	–	–
Documentários	22	2,4	21:09:33	3,1	3	0,9	2:47:59	1,0
Espectáculos (exibição)	5	0,5	6:22:16	0,9	5	1,5	11:26:51	4,2
Educativos	26	2,8	6:42:22	1,0	40	11,6	10:11:58	3,7
Informação cultural (magazines culturais)	–	–	–	–	–	–	–	–
Institucional	2	0,2	0:18:14	0,0	16	4,7	0:57:15	0,3
Religioso	1	0,1	0:08:47	0,0	–	–	–	–
Total	935	1	677:32:44	100,0	344	100,0	274:42:35	100,0

N = 1279 (n.º total de programas em *horário nobre* na RTP1). N = 952h15m19s (n.º total de horas de emissão em *horário nobre* na RTP1).

RTP2

Fig. 7 – Frequência e duração de *macrogêneros televisivos na RTP2 (2009)*

Macro gênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Informativos	2845	14,9	2241:27:52	26,6
Desportivos	257	1,3	799:06:11	9,5
Ficção	1212	6,3	13:52:37	10,1
Infantis/juvenis	11336	59,4	2592:27:58	30,7
Entretenimento	134	0,7	127:10:24	1,5
Culturais/conhecimento	1924	10,1	1317:53:49	15,6
Institucionais/religiosos	1391	7,3	507:30:02	6,0
Total	19099	100,0	8439:28:53	100,0

N = 19099 (n.º total de programas da RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2).

RTP2

Fig. 8 – Frequência e duração de *gêneros televisivos na RTP2 (2009)*

Gênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	836	4,4	1243:11:15	14,7
Reportagem	31	0,2	13:30:00	0,2
Debate	134	0,7	93:07:46	1,1
Entrevista	79	0,4	59:26:32	0,7
Comentário	–	–	–	–
Edição especial	2	0,0	3:38:56	0,0
Magazine informativo	818	4,3	810:35:04	9,6
Boletim meteorológico	945	4,9	17:58:19	0,2
Informação desportiva	204	1,1	704:28:45	8,3
Transmissão desportiva	51	0,3	94:04:54	1,1
Resumo desportivo	2	0,0	0:32:32	0,0
Filme/telefilme	196	1,0	317:05:02	3,8
Série	754	3,9	434:23:11	5,1
Telenovela	–	–	–	–
Ficção de humor	262	1,4	102:24:24	1,2
Desenhos animados	6875	36,0	1693:26:00	20,1
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	269	1,4	140:46:24	1,7
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	2979	15,6	632:36:29	7,5
Informação infantil/juvenil	34	0,2	8:15:46	0,1
Estúdio/apresentação	815	4,3	96:35:26	1,1
Outro (infantil/juvenil)	364	1,9	20:47:53	0,2
Concurso/jogo	–	–	–	–
Reality show	–	–	–	–
Variedades	–	–	–	–
Talk show	108	0,6	115:29:40	1,4
Humor	2	0,0	0:49:00	0,0
Infotainment	24	0,1	10:51:44	0,1
Outro (entretenimento)	–	–	–	–
Artes e média	220	1,2	124:59:15	1,5
Humanidades	50	0,3	19:05:58	0,2
Ciências	120	0,6	1:59:46	0,0
Documentários	1109	5,8	831:36:17	9,9
Espectáculos (exibição)	125	0,7	122:18:05	1,4
Educativos	168	0,9	72:32:01	0,9
Informação cultural (magazines culturais)	132	0,7	145:22:27	1,7
Institucional	1022	5,4	324:29:13	3,8
Religioso	369	1,9	183:00:49	2,2
Total	19099	100,0	8439:28:53	100,0

N = 19099 (n.º total de programas da RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2).

RTP2

Fig. 9 – Frequência e duração de *funções na programação da RTP2 (2009)*

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	9897	51,8	3185:36:32	37,7
Informar	3525	18,5	3173:12:29	37,6
Formar	4894	25,6	1642:25:43	19,5
Promover/divulgar	783	4,1	438:14:09	5,2
Total	19099	100,0%	8439:28:53	100,0

N = 19099 (n.º total de programas da RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2).

RTP2

Fig. 10 – Frequência e duração de funções por género televisivo na programação da RTP2 (2009)

Género	Função															
	Entreter				Informar				Formar				Promover/divulgar			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	-	-	-	-	836	23,7	1243:11:15	39,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	31	0,9	13:30:00	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	134	3,8	93:07:46	2,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	79	2,2	59:26:32	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	2	0,1	3:38:56	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	692	19,6	717:53:05	22,6	126	2,6	92:41:59	5,6	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	945	26,8	17:58:19	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	204	5,8	704:28:45	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	51	0,5	94:04:54	3,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	2	0,1	0:32:32	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	196	2,0	317:05:02	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	754	7,6	434:23:11	13,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	262	2,6	102:24:24	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenhos animados	6875	69,5	1693:26:00	53,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	269	2,7	140:46:24	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	2979	60,9	632:36:29	38,5	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	34	1,0	8:15:46	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	815	8,2	96:35:26	3,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	364	3,7	20:47:53	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	108	1,1	115:29:40	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	2	0,0	0:49:00	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	24	0,2	10:51:44	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	41	0,4	31:54:27	1,0	156	4,4	83:23:13	2,6	23	0,5	9:41:35	0,6	-	-	-	-
Humanidades	10	0,1	4:05:31	0,1	32	0,9	14:43:33	0,5	8	0,2	0:16:54	0,0	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-	120	2,5	1:59:46	0,1	-	-	-	-
Documentários	1	0,0	0:34:51	0,0	140	4,0	53:25:37	1,7	968	19,8	777:35:49	47,3	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	125	1,3	122:18:05	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-	168	3,4	72:32:01	4,4	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	132	3,7	145:22:27	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	106	3,0	14:14:43	0,4	502	10,3	55:01:10	3,3	414	52,9	255:13:20	58,2
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	369	47,1	183:00:49	41,8
Total	9897	100,0	3185:36:32	100,0	3525	100,0	3173:12:29	100,0	4894	100,0	1642:25:43	100,0	783	100,0	438:14:09	100,0

N = 19099 (n.º total de programas da RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2).

RTP2

Fig. 11 – Frequência e duração dos géneros televisivos por período horário na programação da RTP2 (2009)

Género	Período horário															
	Manhã (06h00-12h59)				Tarde (13h00-19h59)				Noite (20h00-22h59)				Noite/madrugada (23h00-05h59)			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	194	2,4	186:46:26	7,6	4	0,1	1:40:00	0,1	365	15,6	237:41:43	26,5	273	10,5	817:03:06	31,0
Reportagem	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	1,2	13:30:00	0,5
Debate	-	-	-	-	63	1,0	46:34:03	1,9	-	-	-	-	71	2,7	46:33:43	1,8
Entrevista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	3,0	59:26:32	2,3
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	1	0,0	1:56:52	0,1	1	0,0	1:42:04	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	354	4,4	331:49:30	13,5	370	6,1	386:51:33	15,7	2	0,1	0:49:23	0,1	92	3,5	91:04:38	3,5
Boletim meteorológico	11	0,1	0:11:55	0,0	324	5,3	6:05:45	0,2	259	11,1	4:59:55	0,6	351	13,4	6:40:44	0,3
Informação desportiva	-	-	-	-	100	1,6	379:02:32	15,4	14	0,6	2:42:05	0,3	90	3,4	322:44:08	12,2
Transmissão desportiva	9	0,1	14:00:22	0,6	25	0,4	58:36:29	2,4	5	0,2	7:07:02	0,8	12	0,5	14:21:01	0,5
Resumo desportivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,1	0:32:32	0,0
Filme/telefilme	7	0,1	10:51:23	0,4	7	0,1	12:04:36	0,5	2	0,1	2:00:36	0,2	180	6,9	292:08:27	11,1
Série	6	0,1	2:57:30	0,1	128	2,1	85:13:03	3,5	243	10,4	85:38:49	9,6	377	14,4	260:33:49	9,9
Telenovela	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	-	-	-	-	-	-	-	-	119	5,1	41:15:31	4,6	143	5,5	61:08:53	2,3
Desenhos animados	4275	53,0	1077:54:24	44,0	2141	35,2	524:10:05	21,3	459	19,6	91:21:31	10,2	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	99	1,2	44:56:18	1,8	169	2,8	95:23:01	3,9	1	0,0	0:27:05	0,1	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	1992	24,7	425:23:44	17,4	814	13,4	158:57:26	6,5	173	7,4	48:15:19	5,4	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	21	0,3	5:18:39	0,2	6	0,1	1:19:36	0,1	7	0,3	1:37:31	0,2	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	308	3,8	65:12:34	2,7	486	8,0	23:28:51	1,0	21	0,9	7:54:01	0,9	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	232	2,9	11:00:30	0,4	91	1,5	6:31:45	0,3	41	1,7	3:15:38	0,4	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	-	-	-	-	-	-	-	-	9	0,4	8:49:39	1,0	99	3,8	106:40:01	4,0
Humor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,1	0:49:00	0,0
Infotainment	7	0,1	2:56:19	0,1	15	0,2	7:00:03	0,3	1	0,0	0:27:23	0,1	1	0,0	0:27:59	0,0
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	22	0,3	8:39:04	0,4	55	0,9	26:01:05	1,1	7	0,3	2:52:47	0,3	136	5,2	87:26:19	3,3
Humanidades	15	0,2	6:52:09	0,3	29	0,5	11:57:54	0,5	4	0,2	0:09:40	0,0	2	0,1	0:06:15	0,0
Ciências	3	0,0	0:03:00	0,0	54	0,9	0:53:44	0,0	8	0,3	0:07:51	0,0	55	2,1	0:55:11	0,0
Documentários	63	0,8	29:04:44	1,2	452	7,4	324:57:44	13,2	410	17,5	317:00:24	35,4	184	7,0	160:33:25	6,1
Espectáculos (exibição)	1	0,0	2:35:17	0,1	12	0,2	20:25:52	0,8	1	0,0	0:22:13	0,0	111	4,3	98:54:43	3,8
Educativos	37	0,5	31:58:37	1,3	93	1,5	26:04:51	1,1	30	1,3	10:04:15	1,1	8	0,3	4:24:18	0,2
Informação cultural (magazines culturais)	52	0,6	46:25:20	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-	80	3,1	98:57:07	3,8
Institucional	246	3,1	98:07:45	4,0	391	6,4	121:53:45	5,0	155	6,6	16:33:52	1,8	230	8,8	87:53:51	3,3
Religioso	107	1,3	44:54:07	1,8	254	4,2	131:19:45	5,3	7	0,3	4:48:42	0,5	1	0,0	1:58:15	0,1
Total	8062	100,0	2449:56:29	100,0	6084	100,0	2458:15:32	100,0	2343	100,0	896:22:55	100,0	2610	100,0	2634:53:57	100,0

N = 19099 (n.º total de programas da RTP2). N = 8439h28m53s (n.º total de horas de emissão da RTP2).

RTP2

Fig. 12 – Frequência e duração de géneros televisivos em horário nobre em dias de semana e fins-de-semana na RTP2 (2009)

Género	Período semanal							
	Dia de semana				Dia de fim-de-semana			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	261	14,6	176:13:27	27,5	104	18,6	61:28:16	24,1
Reportagem	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	2	0,4	0:49:23	0,3
Boletim meteorológico	254	14,2	4:54:35	0,8	5	0,9	00:05:20	0,0
Informação desportiva	14	0,8	2:42:05	0,4	-	-	-	-
Transmissão desportiva	5	0,3	7:07:02	1,1	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefíme	-	-	-	-	2	0,4	2:00:36	0,8
Série	225	12,6	78:33:02	12,3	18	3,2	7:05:47	2,8
Telenovela	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	35	2,0	12:01:50	1,9	84	15,0	29:13:41	11,5
Desenhos animados	421	23,6	77:54:23	12,2	38	6,8	13:27:08	5,3
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	-	-	1	0,2	0:27:05	0,2
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	168	9,4	47:20:33	7,4	5	0,9	0:54:46	0,4
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	7	1,3	1:37:31	0,6
Estúdio/apresentação	13	0,7	1:00:50	0,2	8	1,4	6:53:11	2,7
Outro (infantil/juvenil)	38	2,1	1:38:07	0,3	3	0,5	1:37:31	0,6
Concurso/jogo	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	-	-	-	-	9	1,6	8:49:39	3,5
Humor	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	-	-	-	-	1	0,2	0:27:23	0,2
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	-	-	-	-	7	1,3	2:52:47	1,1
Humanidades	1	0,1	0:04:01	0,0	3	0,5	0:05:39	0,0
Ciências	4	0,2	0:03:58	0,0	4	0,7	0:03:53	0,0
Documentários	239	13,4	205:36:41	32,1	171	30,6	111:23:43	43,7
Espectáculos (exibição)	1	0,1	0:22:13	0,1	-	-	-	-
Educativos	18	1,0	9:44:08	1,5	12	2,1	0:20:07	0,1
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	80	4,5	11:06:32	1,7	75	13,4	5:27:20	2,1
Religioso	7	0,4	4:48:42	0,8	-	-	-	-
Total	1784	100,0	641:12:09	100,0	559	100,0	255:10:46	100,0

N = 2343 (n.º total de programas em horário nobre na RTP2). N = 896h22m55s (n.º total de horas de emissão em horário nobre na RTP2).

RTPN

Fig. 13 – Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na RTPN (2009)

Macrogénero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Informativos	10788	64,9	6466:37:42	78,9
Desportivos	1782	10,7	705:35:08	8,6
Ficção	-	-	-	-
Infantis/juvenis	-	-	-	-
Entretenimento	408	2,5	154:26:16	1,9
Culturais/conhecimento	3184	19,2	782:00:47	9,5
Institucionais/religiosos	448	2,7	89:40:39	1,1
Total	16610	100,0	8198:20:32	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

RTPN

Fig. 14 – Frequência e duração de géneros televisivos na RTPN (2009)

Género	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	6189	37,3	3256:54:12	39,7
Reportagem	316	1,9	139:50:05	1,7
Debate	1446	8,7	991:28:07	12,1
Entrevista	106	0,6	68:42:23	0,8
Comentário	74	0,4	22:51:58	0,3
Edição especial	152	0,9	191:19:05	2,3
Magazine informativo	2505	15,1	1795:31:52	21,9
Boletim meteorológico	-	-	-	-
Informação desportiva	1675	10,1	573:50:19	7,0
Transmissão desportiva	63	0,4	108:28:22	1,3
Resumo desportivo	44	0,3	23:16:27	0,3
Filme/telefíme	-	-	-	-
Série	-	-	-	-
Telenovela	-	-	-	-
Ficção de humor	-	-	-	-
Desenhos animados	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
Variedades	-	-	-	-
Talk show	-	-	-	-
Humor	89	0,5	34:31:17	0,4
Infotainment	318	1,9	119:40:35	1,5
Outro (entretenimento)	1	0,0	0:14:24	0,0
Artes e média	344	2,1	145:59:01	1,8
Humanidades	63	0,4	40:04:31	0,5
Ciências	45	0,3	7:33:20	0,1
Documentários	177	1,1	50:55:18	0,6
Espectáculos (exibição)	-	-	-	-
Educativos	1670	10,1	179:18:26	2,2
Informação cultural (magazines culturais)	885	5,3	358:10:11	4,4
Institucional	448	2,7	89:40:39	1,1
Religioso	-	-	-	-
Total	16610	100,0	8198:20:32	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

RTPN

Fig. 15 – Frequência e duração de *funções* na programação da RTPN (2009)

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	518	3,1	296:33:11	3,6
Informar	13785	83,0	7593:16:17	92,6
Formar	1931	11,6	220:14:30	2,7
Promover/divulgar	376	2,3	88:16:34	1,1
Total	16610	100,0	8198:20:32	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

RTPN

Fig. 16 – Frequência e duração de funções por género televisivo na programação da RTPN (2009)

Género	Função															
	Entreter				Informar				Formar				Promover/divulgar			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	-	-	-	-	6189	44,9	3256:54:12	42,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	316	2,3	139:50:05	1,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	1446	10,5	991:28:07	13,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	106	0,8	68:42:23	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	74	0,5	22:51:58	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	152	1,1	191:19:05	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	2505	18,2	1795:31:52	23,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	1675	12,2	573:50:19	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	63	12,2	108:28:22	36,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	44	0,3	23:16:27	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenhos animados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	89	17,2	34:31:17	11,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	318	61,4	119:40:35	40,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	1	0,2	0:14:24	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	-	-	-	-	344	2,5	145:59:01	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	47	9,1	33:38:33	11,3	4	0,0	1:48:25	0,0	12	0,6	4:37:33	2,1	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	30	0,2	7:18:14	0,1	15	0,8	0:15:06	0,1	-	-	-	-
Documentários	-	-	-	-	15	0,1	16:15:58	0,2	162	8,4	34:39:10	15,7	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-	1670	86,5	179:18:26	81,4	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	885	6,4	358:10:11	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	-	-	72	3,7	1:24:05	0,6	376	100,0	88:16:34	100,0
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	518	100,0	296:33:11	100,0	13785	100,0	7593:16:17	100,0	1931	100,0	220:14:30	100,0	376	100,0	88:16:34	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

RTPN

Fig. 17 – Frequência e duração dos géneros televisivos por período horário na programação da RTPN (2009)

Género	Período horário															
	Manhã (06h00-12h59)				Tarde (13h00-19h59)				Noite (20h00-22h59)				Noite/madrugada (23h00-05h59)			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	1716	35,3	929:13:36	38,5	2051	46,0	1306:05:50	54,4	463	25,0	463:37:22	47,6	1959	36,1	557:57:24	23,1
Reportagem	70	1,4	30:27:03	1,3	83	1,9	35:48:23	1,5	64	3,5	28:53:56	3,0	99	1,8	44:40:43	1,9
Debate	219	4,5	194:54:22	8,1	327	7,3	244:22:31	10,2	295	15,9	127:15:58	13,1	605	11,1	424:55:16	17,6
Entrevista	–	–	–	–	15	0,3	8:16:34	0,3	3	0,2	1:30:35	0,2	88	1,6	58:55:14	2,4
Comentário	26	0,5	7:35:41	0,3	–	–	–	–	36	1,9	11:23:49	1,2	12	0,2	3:52:28	0,2
Edição especial	19	0,4	29:18:14	1,2	58	1,3	88:46:50	3,7	19	1,0	18:00:05	1,8	56	1,0	55:13:56	2,3
Magazine informativo	707	14,5	903:55:39	37,4	511	11,5	241:45:17	10,1	443	23,9	179:37:13	18,5	844	15,5	470:13:43	19,5
Boletim meteorológico	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação desportiva	527	10,8	79:04:56	3,3	367	8,2	75:37:13	3,2	144	7,8	57:01:45	5,9	637	11,7	362:06:25	15,0
Transmissão desportiva	10	0,2	9:25:14	0,4	46	1,0	92:41:40	3,9	4	0,2	3:01:25	0,3	3	0,1	3:20:03	0,1
Resumo desportivo	19	0,4	7:49:52	0,3	3	0,1	2:35:42	0,1	19	1,0	10:14:49	1,1	3	0,1	2:36:04	0,1
Filme/telefilme	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Série	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Telenovela	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção de humor	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Desenhos animados	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Reality show	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Variedades	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Talk show	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Humor	17	0,3	6:32:46	0,3	38	0,9	14:40:34	0,6	7	0,4	2:52:07	0,3	27	0,5	10:25:50	0,4
Infotainment	93	1,9	29:47:21	1,2	156	3,5	62:02:57	2,6	9	0,5	1:42:43	0,2	60	1,1	26:07:34	1,1
Outro (entretenimento)	1	0,0	0:14:24	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Artes e média	51	1,0	21:06:25	0,9	103	2,3	42:48:41	1,8	23	1,2	08:58:00	0,9	167	3,1	01:05:55	3,0
Humanidades	4	0,1	2:57:00	0,1	7	0,2	3:29:38	0,1	6	0,3	3:11:36	0,3	46	0,8	30:26:17	1,3
Ciências	9	0,2	1:02:11	0,0	16	0,4	3:00:26	0,1	9	0,5	1:59:23	0,2	11	0,2	1:31:20	0,1
Documentários	63	1,3	10:06:08	0,4	31	0,7	6:31:50	0,3	20	1,1	4:30:43	0,5	63	1,2	29:46:37	1,2
Espectáculos (exibição)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativos	1042	21,4	98:09:52	4,1	247	5,5	35:12:44	1,5	186	10,0	23:56:41	2,5	195	3,6	21:59:09	0,9
Informação cultural (magazines culturais)	116	2,4	47:11:04	2,0	269	6,0	106:44:08	4,4	56	3,0	21:30:55	2,2	444	8,2	182:44:04	7,6
Institucional	153	3,1	6:04:43	0,3	134	3,0	28:59:39	1,2	47	2,5	04:10:01	0,4	114	2,1	50:26:16	2,1
Religioso	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	4862	100,0	2414:56:31	100,0	4462	100,0	2399:30:37	100,0	1853	100,0	973:29:06	100,0	5433	100,0	2410:24:18	100,0

N = 16610 (n.º total de programas da RTPN). N = 8198h20m32s (n.º total de horas de emissão da RTPN).

Anexo IV

Resultados por Serviço de Programas – SIC e TVI

SIC

Fig. 1 – Frequência e duração de *macrogéneros televisivos* na SIC (2009)

Macrogénero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Informativos	1574	19,8	1451:45:35	21,7
Desportivos	71	0,9	78:58:39	1,2
Ficção	2033	25,6	1840:50:27	27,6
Infantis/juvenis	2164	27,3	1055:14:13	15,8
Entretenimento	1849	23,3	2100:54:13	31,5
Culturais/conhecimento	218	2,7	143:56:49	2,2
Institucionais/religiosos	25	0,3	7:45:29	0,1
Total	7934	100,0	6679:25:25	100,0

N = 7934 (n.º total de programas da SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC).

SIC

Fig. 3 – Frequência e duração de *funções* na programação da SIC (2009)

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	6106	77,0	5083:03:28	76,1
Informar	1664	21,0	1490:24:49	22,3
Formar	139	1,8	98:11:39	1,5
Promover/divulgar	25	0,3	7:45:29	0,1
Total	7934	100,0	6679:25:25	100,0

N = 7934 (n.º total de programas da SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC).

SIC

Fig. 2 – Frequência e duração de *géneros televisivos* na SIC (2009)

Género	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	1029	13,0	1191:03:28	17,8
Reportagem	52	0,7	29:52:35	0,4
Debate	20	0,3	17:26:14	0,3
Entrevista	24	0,3	13:56:41	0,2
Comentário	–	–	–	–
Edição especial	22	0,3	23:20:31	0,3
Magazine informativo	427	5,4	176:06:06	2,6
Boletim meteorológico	–	–	–	–
Informação desportiva	17	0,2	3:48:32	0,1
Transmissão desportiva	47	0,6	73:52:27	1,1
Resumo desportivo	7	0,1	1:17:40	0,0
Filme/teletfilme	340	4,3	533:28:25	8,0
Série	601	7,6	404:07:57	6,1
Telenovela	968	12,2	833:55:46	12,5
Ficção de humor	124	1,6	69:18:19	1,0
Desenhos animados	1210	15,3	432:58:25	6,5
Concurso/jogo infantil/juvenil	23	0,3	28:54:52	0,4
Ficção infantil/juvenil	478	6,0	312:58:34	4,7
Telenovela infantil/juvenil	289	3,6	242:52:31	3,6
Educativo infantil/juvenil	22	0,3	10:16:12	0,2
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	104	1,3	26:03:58	0,4
Outro (infantil/juvenil)	38	0,5	1:09:41	0,0
Concurso/jogo	793	10,0	895:20:47	13,4
Reality show	–	–	–	–
Variedades	11	0,1	28:47:11	0,4
Talk show	474	6,0	856:56:09	12,8
Humor	272	3,4	211:42:15	3,2
Infotainment	187	2,4	69:44:44	1,0
Outro (entretenimento)	112	1,4	38:23:07	0,6
Artes e média	22	0,3	2:29:57	0,0
Humanidades	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–
Documentários	123	1,6	91:52:17	1,4
Espectáculos (exibição)	7	0,1	14:28:01	0,2
Educativos	1	0,0	2:44:08	0,0
Informação cultural (magazines culturais)	65	0,8	32:22:26	0,5
Institucional	25	0,3	7:45:29	0,1
Religioso	–	–	–	–
Total	7934	100,0	6679:25:25	100,0

N = 7934 (n.º total de programas da SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC).

SIC

Fig. 4 – Frequência e duração de funções por gênero televisivo na programação da SIC (2009)

Gênero	Função															
	Entreter				Informar				Formar				Promover/divulgar			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	-	-	-	-	1029	61,8	1191:03:28	79,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	52	3,1	29:52:35	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	20	1,2	17:26:14	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	24	1,4	13:56:41	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	22	1,3	23:20:31	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	427	25,7	176:06:06	11,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	17	1,0	3:48:32	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	47	0,8	73:52:27	1,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	7	0,4	1:17:40	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	340	5,6	533:28:25	10,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	601	9,8	404:07:57	8,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela	968	15,9	833:55:46	16,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	124	2,0	69:18:19	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenhos animados	1210	19,8	432:58:25	8,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	23	0,4	28:54:52	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	478	7,8	312:58:34	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	289	4,7	242:52:31	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	22	15,8	10:16:12	10,5	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	104	1,7	26:03:58	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	38	0,6	1:09:41	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	793	13,0	895:20:47	17,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	11	0,2	28:47:11	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	474	7,8	856:56:09	16,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	272	4,5	211:42:15	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	187	3,1	69:44:44	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	112	1,8	38:23:07	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	22	0,4	2:29:57	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Documentários	6	0,1	5:30:22	0,1	1	0,1	1:10:36	0,1	116	83,5	85:11:19	86,8	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	7	0,1	14:28:01	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,7	2:44:08	2,8	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	65	3,9	32:22:26	2,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	100,0	7:45:29	100,0
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	6106	100,0	5083:03:28	100,0	1664	100,0	1490:24:49	100,0	139	100,0	98:11:39	100,0	25	100,0	7:45:29	100,0

N = 7934 (n.º total de programas da SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC).

SIC

Fig. 5 – Frequência e duração dos géneros televisivos por período horário na programação da SIC (2009)

Género	Período horário															
	Manhã (06h00-12h59)				Tarde (13h00-19h59)				Noite (20h00-22h59)				Noite/madrugada (23h00-05h59)			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	299	10,4	494:16:04	23,3	375	18,3	339:00:18	17,0	355	31,6	357:47:06	40,3	–	–	–	–
Reportagem	–	–	–	–	5	0,2	3:43:14	0,2	42	3,7	22:29:37	2,5	5	0,3	3:39:44	0,2
Debate	–	–	–	–	–	–	–	–	20	1,8	17:26:14	2,0	–	–	–	–
Entrevista	–	–	–	–	–	–	–	–	21	1,9	11:40:42	1,3	3	0,2	2:15:59	0,1
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	3	0,1	1:06:35	0,1	10	0,5	7:16:23	0,4	7	0,6	13:28:12	1,5	2	0,1	1:29:21	0,1
Magazine informativo	52	1,8	32:06:14	1,5	188	9,2	140:40:09	7,1	16	1,4	0:18:18	0,0	171	9,1	3:01:25	0,2
Boletim meteorológico	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação desportiva	–	–	–	–	7	0,3	2:29:59	0,1	7	0,6	0:58:13	0,1	3	0,2	0:20:20	0,0
Transmissão desportiva	–	–	–	–	26	1,3	40:46:43	2,0	17	1,5	29:37:31	3,3	4	0,2	3:28:13	0,2
Resumo desportivo	–	–	–	–	–	–	–	–	2	0,2	0:16:21	0,0	5	0,3	1:01:19	0,1
Filme/telefilme	1	0,0	1:26:03	0,1	231	11,3	351:55:04	17,7	4	0,4	6:53:15	0,8	104	5,5	173:14:03	10,3
Série	42	1,5	33:53:21	1,6	9	0,4	5:47:39	0,3	–	–	–	–	550	29,2	364:26:57	21,7
Telenovela	–	–	–	–	500	24,5	418:51:34	21,0	58	5,2	57:35:09	6,5	410	21,8	357:29:03	21,3
Ficção de humor	–	–	–	–	–	–	–	–	100	8,9	54:58:30	6,2	24	1,3	14:19:49	0,9
Desenhos animados	1209	42,0	432:34:16	20,4	–	–	–	–	–	–	–	–	1	0,1	0:24:09	0,0
Concurso/jogo infantil/juvenil	23	0,8	28:54:52	1,4	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	423	14,7	239:26:45	11,3	50	2,4	68:34:22	3,4	5	0,4	4:57:27	0,6	–	–	–	–
Telenovela infantil/juvenil	139	4,8	109:10:02	5,1	150	7,3	133:42:29	6,7	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	22	0,8	10:16:12	0,5	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	104	3,6	26:03:58	1,2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	12	0,4	0:24:23	0,0	–	–	–	–	12	1,1	0:16:50	0,0	14	0,7	0:28:28	0,0
Concurso/jogo	100	3,5	89:29:59	4,2	50	2,4	19:27:56	1,0	239	21,2	147:28:28	16,6	404	21,5	638:54:24	38,1
Reality show	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Variedades	3	0,1	8:19:18	0,4	3	0,1	11:52:16	0,6	2	0,2	4:34:37	0,5	3	0,2	4:01:00	0,2
Talk show	250	8,7	511:13:51	24,1	222	10,9	344:16:45	17,3	2	0,2	1:25:33	0,2	–	–	–	–
Humor	11	0,4	5:42:18	0,3	43	2,1	32:58:05	1,7	191	17,0	146:22:03	16,5	27	1,4	26:39:49	1,6
Infotainment	1	0,0	0:14:34	0,0	149	7,3	60:45:47	3,1	22	2,0	1:58:02	0,2	15	0,8	6:46:21	0,4
Outro (entretenimento)	57	2,0	6:20:47	0,3	–	–	–	–	–	–	–	–	55	2,9	32:02:20	1,9
Artes e média	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	22	1,2	2:29:57	0,1
Humanidades	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Documentários	115	4,0	84:00:14	4,0	1	0,0	0:48:41	0,0	–	–	–	–	7	0,4	7:03:22	0,4
Espectáculos (exibição)	3	0,1	5:32:08	0,3	–	–	–	–	3	0,3	8:04:20	0,9	1	0,1	0:51:33	0,1
Educativos	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	0,1	2:44:08	0,2
Informação cultural (magazines culturais)	13	0,5	2:30:35	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	52	2,8	29:51:51	1,8
Institucional	–	–	–	–	25	1,2	7:45:29	0,4	–	–	–	–	–	–	–	–
Religioso	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	2882	100,0	2123:02:29	100,0	2044	100,0	1990:42:53	100,0	1125	100,0	888:36:28	100,0	1883	100,0	1677:03:35	100,0

N = 7934 (n.º total de programas da SIC). N = 6679h25m25s (n.º total de horas de emissão da SIC).

SIC

Fig. 6 – Frequência e duração de *gêneros televisivos em horário nobre em dias de semana e fins-de-semana na SIC (2009)*

Gênero	Período semanal							
	Dia de semana				Dia de fim-de-semana			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	254	28,9	263:47:20	40,5	101	41,1	93:59:46	39,6
Reportagem	12	1,4	5:39:52	0,9	30	12,2	16:49:45	7,1
Debate	19	2,2	16:15:10	2,5	1	0,4	1:11:04	0,5
Entrevista	21	2,4	11:40:42	1,8	–	–	–	–
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	6	0,7	8:38:02	1,3	1	0,4	04:50:10	2,0
Magazine informativo	16	1,8	0:18:18	0,0	–	–	–	–
Boletim meteorológico	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação desportiva	3	0,3	0:22:09	0,1	4	1,6	0:36:04	0,3
Transmissão desportiva	13	1,5	22:28:13	3,4	4	1,6	7:09:18	3,0
Resumo desportivo	1	0,1	0:10:55	0,0	1	0,4	0:05:26	0,0
Filme/telefilme	1	0,1	1:31:40	0,2	3	1,2	5:21:35	2,3
Série	–	–	–	–	–	–	–	–
Telenovela	41	4,7	38:24:01	5,9	17	6,9	19:11:08	8,1
Ficção de humor	90	10,2	48:39:38	7,5	10	4,1	6:18:52	2,7
Desenhos animados	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	5	0,6	4:57:27	0,8	–	–	–	–
Telenovela infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	9	1,0	0:13:03	0,0	3	1,2	0:03:47	0,0
Concurso/jogo	202	23,0	105:07:43	16,1	37	15,0	42:20:45	17,9
Reality show	–	–	–	–	–	–	–	–
Variedades	1	0,1	2:52:10	0,4	1	0,4	1:42:27	0,7
Talk show	2	0,2	1:25:33	0,2	–	–	–	–
Humor	162	18,4	117:34:39	18,0	29	11,8	28:47:24	12,1
Infotainment	21	2,4	1:21:38	0,2	1	0,4	0:36:24	0,3
Outro (entretenimento)	–	–	–	–	–	–	–	–
Artes e média	–	–	–	–	–	–	–	–
Humanidades	–	–	–	–	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–	–	–	–	–
Documentários	–	–	–	–	–	–	–	–
Espectáculos (exibição)	–	–	–	–	3	1,2	8:04:20	3,4
Educativos	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	–	–	–	–	–	–	–	–
Institucional	–	–	–	–	–	–	–	–
Religioso	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	879	100,0	651:28:13	100,0	246	100,0	237:08:15	100,0

N = 1125 (n.º total de programas em horário nobre na SIC). N = 888h36m28s (n.º total de horas de emissão em horário nobre na SIC).

TVI

Fig. 7 – Frequência e duração de *macrogêneros televisivos na TVI (2009)*

Macro gênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Informativos	2159	28,9	1344:15:42	20,7
Desportivos	91	1,2	93:41:03	1,4
Ficção	2304	30,8	2139:59:43	33,0
Infantis/juvenis	1328	17,8	720:20:09	11,1
Entretenimento	1279	17,1	1985:18:18	30,6
Culturais/conhecimento	82	1,1	75:52:20	1,2
Institucionais/religiosos	235	3,1	119:13:21	1,8
Total	7478	100,0	6478:40:36	100,0

N = 7478 (n.º total de programas da TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

TVI

Fig. 8 – Frequência e duração de *gêneros televisivos na TVI (2009)*

Gênero	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	727	9,7	685:17:36	10,6
Reportagem	23	0,3	11:56:35	0,2
Debate	3	0,0	2:17:39	0,0
Entrevista	–	–	–	–
Comentário	–	–	–	–
Edição especial	23	0,3	18:00:04	0,3
Magazine informativo	523	7,0	616:35:14	9,5
Boletim meteorológico	860	11,5	10:08:34	0,2
Informação desportiva	52	0,7	29:35:28	0,5
Transmissão desportiva	39	0,5	64:05:35	1,0
Resumo desportivo	–	–	–	–
Filme/telefilme	591	7,9	944:53:05	14,6
Série	524	7,0	372:40:02	5,8
Telenovela	1067	14,3	775:42:29	12,0
Ficção de humor	122	1,6	46:44:07	0,7
Desenhos animados	386	5,2	140:35:04	2,2
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	219	2,9	158:37:21	2,4
Telenovela infantil/juvenil	526	7,0	363:54:50	5,6
Educativo infantil/juvenil	197	2,6	57:12:54	0,9
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	–	–	–	–
Concurso/jogo	655	8,8	841:48:37	13,0
Reality show	3	0,0	2:40:59	0,0
Variedades	6	0,1	12:43:37	0,2
Talk show	498	6,7	1041:24:28	16,1
Humor	13	0,2	8:36:45	0,1
Infotainment	52	0,7	38:13:03	0,6
Outro (entretenimento)	52	0,7	39:50:49	0,6
Artes e média	–	–	–	–
Humanidades	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–
Documentários	3	0,0	2:58:41	0,0
Espectáculos (exibição)	16	0,2	38:02:36	0,6
Educativos	–	–	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	63	0,8	34:51:03	0,5
Institucional	124	1,7	12:20:44	0,2
Religioso	111	1,5	106:52:37	1,6
Total	7478	100,0	6478:40:36	100,0

N = 7478 (n.º total de programas da TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

TVI

Fig. 9 – Frequência e duração de *funções na programação da TVI (2009)*

Função	Frequência		Duração (hh:mm:ss)	
	N	%	N	%
Entreter	4768	63,8	4888:46:33	75,5
Informar	2274	30,4	1408:42:13	21,7
Formar	201	2,7	61:58:29	1,0
Promover/divulgar	235	3,1	119:13:21	1,8
Total	7478	100,0	6478:40:36	100,0

N = 7478 (n.º total de programas da TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

TVI

Fig. 10 – Frequência e duração de funções por género televisivo na programação da TVI (2009)

Género	Função															
	Entreter				Informar				Formar				Promover/divulgar			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	-	-	-	-	727	32,0	685:17:36	48,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	23	1,0	11:56:35	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Debate	-	-	-	-	3	0,1	2:17:39	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Entrevista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	-	-	23	1,0	18:00:04	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	-	-	-	-	523	23,0	616:35:14	43,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	860	37,8	10:08:34	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	-	-	-	-	52	2,3	29:35:28	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	39	0,8	64:05:35	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resumo desportivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	591	12,4	944:53:05	19,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	524	11,0	372:40:02	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela	1067	22,4	775:42:29	15,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção de humor	122	2,6	46:44:07	1,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desenhos animados	386	8,1	140:35:04	2,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	219	4,6	158:37:21	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	526	11,0	363:54:50	7,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	197	98,0	57:12:54	92,3	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	655	13,7	841:48:37	17,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reality show	3	0,1	2:40:59	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	6	0,1	12:43:37	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talk show	498	10,4	1041:24:28	21,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	13	0,3	8:36:45	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	52	1,1	38:13:03	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	52	1,1	39:50:49	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Documentários	1	0,0	0:46:51	0,0	-	-	-	-	2	1,0	2:11:50	3,5	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	14	0,3	35:28:51	0,7	-	-	-	-	2	1,0	2:33:45	4,1	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	63	2,8	34:51:03	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	52,8	12:20:44	10,4
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	111	47,2	106:52:37	89,6
Total	4768	100,0	4888:46:33	100,0	2274	100,0	1408:42:13	100,0	201	100,0	61:58:29	100,0	235	100,0	119:13:21	100,0

N = 7478 (n.º total de programas da TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

TVI

Fig. 11 – Frequência e duração dos géneros televisivos por período horário na programação da TVI (2009)

Género	Período horário															
	Manhã (06h00-12h59)				Tarde (13h00-19h59)				Noite (20h00-22h59)				Noite/madrugada (23h00-05h59)			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	1	0,1	0:13:43	0,0	374	16,1	331:31:08	17,1	352	33,2	353:32:45	39,4	–	–	–	–
Reportagem	–	–	–	–	–	–	–	–	23	2,2	11:56:35	1,3	–	–	–	–
Debate	–	–	–	–	–	–	–	–	3	0,3	2:17:39	0,3	–	–	–	–
Entrevista	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Comentário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Edição especial	3	0,2	2:48:58	0,2	11	0,5	2:41:30	0,1	7	0,7	12:25:09	1,4	2	0,1	0:04:24	0,0
Magazine informativo	304	18,9	612:30:44	35,5	–	–	–	–	1	0,1	0:00:21	0,0	218	8,7	4:04:09	0,2
Boletim meteorológico	–	–	–	–	498	21,5	5:51:25	0,3	–	–	–	–	362	14,5	4:17:09	0,2
Informação desportiva	36	2,2	25:51:37	1,5	6	0,3	2:42:40	0,1	10	0,9	1:01:11	0,1	–	–	–	–
Transmissão desportiva	1	0,1	1:42:17	0,1	29	1,3	45:52:59	2,4	9	0,8	16:30:19	1,8	–	–	–	–
Resumo desportivo	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Filme/telefilme	–	–	–	–	212	9,1	351:05:16	18,1	–	–	–	–	379	15,2	593:47:49	30,9
Série	–	–	–	–	17	0,7	11:30:04	0,6	25	2,4	21:21:26	2,4	482	19,3	339:48:32	17,7
Telenovela	2	0,1	2:02:56	0,1	109	4,7	53:38:52	2,8	564	53,2	448:54:27	50,0	392	15,7	271:06:14	14,1
Ficção de humor	–	–	–	–	–	–	–	–	1	0,1	0:49:40	0,1	121	4,9	45:54:27	2,4
Desenhos animados	386	24,0	140:35:04	8,2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ficção infantil/juvenil	207	12,9	141:59:18	8,2	10	0,4	13:37:01	0,7	1	0,1	2:10:49	0,2	1	0,0	0:50:13	0,0
Telenovela infantil/juvenil	2	0,1	0:34:24	0,0	518	22,3	358:38:48	18,5	6	0,6	4:41:38	0,5	–	–	–	–
Educativo infantil/juvenil	197	12,3	57:12:54	3,3	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação infantil/juvenil	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Estúdio/apresentação	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (infantil/juvenil)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Concurso/jogo	1	0,1	1:08:26	0,1	252	10,9	235:14:00	12,2	10	0,9	19:07:21	2,1	392	15,7	586:18:50	30,5
Reality show	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	3	0,1	2:40:59	0,1
Variedades	–	–	–	–	2	0,1	7:20:19	0,4	1	0,1	0:16:38	0,0	3	0,1	5:06:40	0,3
Talk show	252	15,7	554:09:49	32,1	246	10,6	487:14:39	25,2	–	–	–	–	–	–	–	–
Humor	2	0,1	0:29:34	0,0	1	0,0	0:20:05	0,0	–	–	–	–	10	0,4	7:47:06	0,4
Infotainment	52	3,2	38:13:03	2,2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outro (entretenimento)	52	3,2	39:50:49	2,3	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Artes e média	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Humanidades	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ciências	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Documentários	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	3	0,1	2:58:41	0,2
Espectáculos (exibição)	–	–	–	–	9	0,4	20:48:21	1,1	–	–	–	–	7	0,3	17:14:15	0,9
Educativos	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Informação cultural (magazines culturais)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	63	2,5	34:51:03	1,8
Institucional	–	–	–	–	25	1,1	7:45:09	0,4	48	4,5	2:00:16	0,2	51	2,0	2:35:19	0,1
Religioso	108	6,7	104:41:41	6,1	–	–	–	–	–	–	–	–	3	0,1	2:10:56	0,1
Total	1606	100,0	1724:05:17	100,0	2319	100,0	1935:52:16	100,0	1061	100,0	897:06:14	100,0	2492	100,0	1921:36:49	100,0

N = 7478 (n.º total de programas da TVI). N = 6478h40m36s (n.º total de horas de emissão da TVI).

TVI

Fig. 12 – Frequência e duração de géneros televisivos em horário nobre em dias de semana e fins-de-semana na TVI (2009)

Género	Período semanal							
	Dia de semana				Dia de fim-de-semana			
	N	%	Duração	%	N	%	Duração	%
Serviço noticioso	254	31,8	268:12:47	41,9	98	37,3	30:71:98	33,3
Reportagem	14	1,8	7:15:18	1,1	9	3,4	1:68:77	1,8
Debate	2	0,3	1:31:19	0,2	1	0,4	0:27:80	0,3
Entrevista	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	4	0,5	2:09:41	0,3	3	1,1	3:69:28	4,0
Magazine informativo	1	0,1	0:00:21	0,0	-	-	-	-
Boletim meteorológico	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	8	1,0	0:44:27	0,1	2	0,8	0:10:04	0,1
Transmissão desportiva	5	0,6	8:59:14	1,4	4	1,5	2:70:65	2,9
Resumo desportivo	-	-	-	-	-	-	-	-
Filme/telefilme	-	-	-	-	-	-	-	-
Série	-	-	-	-	25	9,5	7:68:86	8,3
Telenovela	454	56,9	342:44:43	53,5	110	41,8	38:21:84	41,4
Ficção de humor	-	-	-	-	1	0,4	0:29:80	0,3
Desenhos animados	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	1	0,1	2:10:49	0,3	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	6	0,8	4:41:38	0,7	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio/apresentação	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	-	-	10	3,8	6:88:41	7,5
Reality show	-	-	-	-	-	-	-	-
Variedades	1	0,1	0:16:38	0,0	-	-	-	-
Talk show	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotainment	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e média	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanidades	-	-	-	-	-	-	-	-
Ciências	-	-	-	-	-	-	-	-
Documentários	-	-	-	-	-	-	-	-
Espectáculos (exibição)	-	-	-	-	-	-	-	-
Educativos	-	-	-	-	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	48	6,0	2:00:16	0,3	-	-	-	-
Religioso	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	798	100,0	640:47:11	100,0	263	100,0	92:27:43	100,0

N = 1061 (n.º total de programas em horário nobre na TVI). N = 897h06m14s (n.º total de horas de emissão em horário nobre na TVI).

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

Análise da Informação – RTP1, RTP2, SIC e TVI

Análise Comparativa da Informação Diária
RTP1, RTP2, SIC e TVI

Serviço Público de Televisão – Telejornal da RTP1

Serviço Público de Televisão – Jornal 2 da RTP2

Operador SIC – Jornal da Noite

Operador TVI – Jornal Nacional

Análise Comparativa da Informação dos Blocos
Informativos de Horário Nobre em 2007, 2008 e 2009:
RTP1, SIC e TVI

Análise Comparativa da Informação Diária

RTP1, RTP2, SIC e TVI

Nota de leitura

Os indicadores ou variáveis, e respectivas categorias, usados na análise estão assinalados a *itálico* no texto.

Na maioria das figuras, os valores são apresentados em percentagem e/ou em números absolutos.

1. INTRODUÇÃO GERAL

Esta parte do Relatório debruça-se sobre os resultados da monitorização dos **blocos informativos de horário nobre** emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto: o **Telejornal** e o **Jornal 2** do operador público **RTP1** e **RTP2**, e o **Jornal da Noite** e o **Jornal Nacional** dos operadores privados **SIC** e **TVI**, respectivamente.

O primeiro capítulo apresenta uma **análise comparativa** da informação emitida pelos três operadores, seguindo-se **análises separadas** da informação emitida por cada um desses serviços de programas nos blocos informativos de horário nobre.

Finalmente, é apresentada uma **análise evolutiva dos dados apurados em 2007, 2008 e 2009**, sendo identificadas as principais tendências da informação televisiva.

A monitorização é feita por **amostragem** e corresponde a uma das competências da ERC, prevista no artigo 24.º, n.º 3, al. h), dos seus Estatutos: “organizar e manter bases de dados que permitam avaliar o cumprimento da lei pelas entidades e serviços sujeitos à sua supervisão”. A monitorização não esgota, contudo, a avaliação de todas as obrigações e deveres que impendem sobre os meios sujeitos a regulação, nem esta se resume, naturalmente, à monitorização de conteúdos. Outras vertentes da regulação, algumas das quais referenciadas neste Relatório, merecem igual reflexão e aprofundamento.

Acresce que a avaliação de conceitos como a **diversidade**, o **pluralismo**, o **rigor** e a **independência** dos órgãos de comunicação social (entre outros que o legislador comete à ERC) não é passível de ser realizada de uma forma automática e directa, e que essa avaliação pressupõe não só a interligação entre vários

indicadores, como a sua extensão no tempo. Só assim será possível identificar com maior nitidez tendências e regularidades.

Os dados que agora se apresentam dão continuidade ao trabalho iniciado em 2006, o qual será prosseguido em continuidade e respeitando os mesmos métodos em 2010.

A) QUADRO CONCEPTUAL

1. Diversidade e Pluralismo

De entre os conceitos constantes da legislação aplicável à televisão, diversidade e pluralismo surgem como os mais presentes e abrangentes na legislação nacional e internacional sobre o audiovisual. No que respeita ao conceito de diversidade, ele surge no discurso dos média muitas vezes associado ou como sinónimo do conceito de pluralismo, introduzindo alguma confusão ao nível da identificação clara dos seus elementos diferenciadores ou da sua possível hierarquização.

Em sentido lato, o conceito de diversidade dos média refere-se, geralmente, à heterogeneidade dos conteúdos, dos suportes ou da propriedade. Por seu turno, o conceito de pluralismo nas vertentes política, social e cultural, constitui um dos valores estruturantes da democracia, sendo nessa dimensão – e não na de um pluralismo estritamente político-partidário, como a que presidiu à avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão, constante do Relatório apresentado este ano à Assembleia da República – que se orienta o presente Relatório.

Do ponto de vista da regulação, mais do que encontrar uma definição fundacional destes conceitos, interessa verificar como funcionam na prática na sua dimensão interna, que factores convocam, como funcionam em relação a outros factores, que contradições e ambiguidades existem e se é necessário isolá-los para poderem ser analisados. Diversidade e pluralismo são, assim, no contexto de monitorização a que se refere este Relatório, entendidos no sentido de diversidade e pluralismo cultural, linguístico, político, socioeconómico, geográfico e de género, abrangendo *temáticas, protagonistas e fontes* de informação.

2. Rigor

Outro dos conceitos estruturantes do campo dos média é o rigor informativo, princípio que orienta a prática jornalística, no sentido de desta resultar uma informação de conteúdo ajustada à realidade e com reduzido grau de indeterminação. Além dos elementos normativos que historicamente orientam a prática jornalística, pode-se estabelecer uma proporção entre o rigor, a qualidade e a credibilidade da informação, no sentido em que, quanto mais rigorosa for a informação, mais credível e fiável ela será. Ao invés, o erro, a imprecisão, a dúvida ou a distorção implicam uma diminuição da qualidade e credibilidade da informação.

O rigor informativo pressupõe uma tentativa de distanciamento, de neutralidade (ausência de subjectividade) e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento ou *tema* objecto de cobertura. O rigor possui uma relação directa com o equilíbrio e a igualdade de oportunidades, no sentido da adopção, por parte do jornalista, de uma atitude não discriminatória em relação às *fontes* de informação e aos *actores* das notícias.

O rigor da informação pressupõe a apresentação dos factos e a sua verificação; a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância; a separação entre factos e opiniões; a identificação das *fontes* e a sua correcta citação (e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra).

Nos capítulos seguintes, explicitam-se as metodologias e os critérios usados na avaliação da diversidade, do pluralismo e do rigor na monitorização da informação dos meios de comunicação social que foram objecto de análise por parte da ERC.

B) ACONTECIMENTOS DOMINANTES NA AGENDA DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NO PERÍODO DA ANÁLISE

- ▶ Com o objectivo de permitir uma leitura e contextualização mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida em serviços informativos dos operadores públicos e privados de televisão, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos nacionais e internacionais que tiveram maior destaque na cobertura da agenda política e social na amostra seleccionada para o período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009.
- ▶ Como se irá observar, no contexto nacional foram mais frequentes assuntos relacionados com as seguintes categorias *temáticas*: *política nacional*, *ordem interna*, *desporto*, *economia*, *finanças* e *negócios*, *política internacional* e *sistema judicial*, com claro destaque das primeiras.
- ▶ Para a presença destacada do plano político nacional na cobertura informativa da amostra analisada contribuíram principalmente os acontecimentos relacionados com os vários momentos eleitorais realizados ao longo de 2009: cronologicamente, as eleições europeias, as eleições legislativas nacionais e, por último, as eleições autárquicas. As campanhas, os comícios, os encontros e outras acções promovidas pelas forças partidárias candidatas às diferentes eleições foram acontecimentos regularmente acompanhados pelos operadores e justificam a forte presença da *actividade dos partidos* na amostra analisada. Durante os períodos eleitorais destacou-se também a cobertura (por parte do operador privado SIC) das entrevistas políticas realizadas pelo grupo de humoristas Gato Fedorento a personalidades envolvidas nas candidaturas (candidatos, mandatários e apoiantes).
- ▶ Além das eleições, outros momentos que deram visibilidade às *actividades dos partidos* nacionais foram os respectivos congressos. Nas peças analisadas, observa-se que foram cobertos, nos dois primeiros meses do ano, o congresso do Partido Social Democrata nos Açores e os congressos gerais do Partido Socialista (realizado em Espinho) e do CDS/PP (realizado nas Caldas da Rainha).
- ▶ Como acontecimentos que justificam a cobertura dos assuntos políticos do país em 2009, surgem também as *actividades da Assembleia da República*, nomeadamente ao nível dos debates parlamentares e das comissões de inquérito. No âmbito das comissões de inquérito cobertas, têm maior destaque as relacionadas sobretudo com as investigações criminais em torno de suspeitas de gestão fraudulenta do Banco Português de Negócios (designado nos média como “caso BPN”), das alegadas irregularidades do processo de licenciamento do *Outlet* de Alcochete Freeport (designado “caso Freeport”) e do alegado envolvimento de empresários de grandes grupos económicos, no favorecimento de uma empresa de Aveiro na adjudicação de obras (referido nos média como “caso Face Oculta”, designação decorrente da operação da Polícia Judiciária com o mesmo nome). Com efeito, durante o ano, estes três processos foram acompanhados pela Assembleia da República e proporcionaram aos média a cobertura de audições aos envolvidos no caso, nomeadamente Oliveira e Costa, ex-presidente da Sociedade Lusa de Negócios/Banco Português de Negócios (“caso BPN”). Ainda no âmbito da actividade parlamentar, também foram alvo de destacada cobertura os debates parlamentares em torno do testamento vital, relacionado com a problemática da eutanásia (saliente também em notícias de contexto internacional devido ao “caso da italiana Eluana”, dada como tendo morrido por morte assistida).
- ▶ A acção do Governo nacional também contribuiu para o claro destaque dos assuntos de *política nacional* na cobertura informa-

tiva de 2009. A presença da sua actividade ganhou espaço na agenda mediática através de vários acontecimentos, nomeadamente no momento em que o nome do primeiro-ministro José Sócrates foi apontado na investigação criminal do “caso Freeport”, e em que as suas conversas telefónicas com o vice-presidente do Banco Comercial Português, Armando Vara, constituído arguido no âmbito da operação Face Oculta, foram alvo de escuta.

- ▶ Além desses dois momentos que colocaram o primeiro-ministro no centro da agenda mediática e da própria agenda política, como se pode observar na forte presença de peças sobre acções dos partidos da oposição em relação a esses casos, também a *política fiscal* do Governo – sobretudo nas matérias relacionadas com o processo de nacionalização do Banco Português de Negócios (no âmbito do “caso BPN”), com a discussão e aprovação do Orçamento de Estado para 2009 e com medidas ao nível dos impostos –, contribuiu uma vez mais para que a *política nacional* ganhasse espaço nos alinhamentos dos blocos informativos analisados. Além das políticas dessa tutela, também foram frequentes peças sobre as *políticas educativas* do Governo, nomeadamente o modelo de avaliação dos professores e o estatuto da carreira docente, e as políticas do Ministério da Saúde relacionadas com a Gripe A, e com os medicamentos genéricos. Paralelamente, mereceram cobertura acções de vários grupos relacionados com o funcionamento do sistema de saúde, nomeadamente a Associação Nacional de Farmácias.
- ▶ As *políticas agrícolas* do Governo, bem com as *políticas laborais*, também estiveram no centro da agenda mediática, sobretudo nos momentos de campanha eleitoral, em que foram criticadas por representantes dos diversos partidos da oposição. As *políticas económicas*, por sua vez, foram alvo da atenção dos operadores quando associadas à crise económica e financeira apontada para o país, a processos de falência de empresas (em 2009 destaca-se o “caso da fábrica Qimonda de Vila do Conde”) e as críticas de grupos económicos e partidos políticos às políticas governativas para as pequenas e médias empresas. Além destas, as *políticas de ordenamento do território*, sobretudo no que respeita às obras públicas do novo aeroporto e do comboio de alta velocidade, também continuaram a ser acompanhadas pelos operadores, tal como em anos anteriores. Por último, ao nível das *políticas para a família*, cedeu-se espaço nos noticiários ao debate em torno da legalização do casamento homossexual, envolvendo o Governo nacional e representantes da igreja católica.
- ▶ Nos assuntos políticos nacionais, também as acções de organismos reguladores – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, INFARMED, ASAE, Banco de Portugal – foram re-

feridas pelos média. Na amostra analisada aparecem com maior relevo as actividades da Entidade Reguladora para a Comunicação Social associadas ao concurso do quinto canal, e as actividades fiscalizadoras do Banco de Portugal relacionadas, por exemplo, com casos de suspeita de irregularidades a envolver bancos (Banco Comercial Português, Banco Português de Negócios, Banco Popular Português).

- ▶ Por último, ainda no plano político nacional, esteve em destaque na cobertura informativa analisada entre Janeiro e Dezembro de 2009, a Presidência da República na sua relação com diversas matérias, quer no que diz respeito à sua actividade directa, quer a episódios na qual aparece envolvida. Em relação a este último caso, contam-se a relação da Presidência da República com o já referido “caso BPN”, como resultado do envolvimento do ex-conselheiro de Estado, Dias Loureiro, bem como pela suspeição em torno dos investimentos do Presidente da República, Cavaco Silva, no grupo Sociedade Lusa de Negócios/Banco Português de Negócios, e com o caso que os média designaram “caso das escutas telefónicas em Belém”. As notícias sobre esse caso dão conta da investigação em torno de suspeitas de eventuais escutas ilícitas aos assessores do Presidente da República, Cavaco Silva. A cobertura deste caso é um exemplo das peças que em 2009 falam da tensão entre a Presidência da República e o Governo/Partido Socialista, a qual também está patente nas peças sobre a mensagem de Ano Novo do próprio Presidente da República. Em relação à actividade directa da Presidência da República, integram a cobertura mediática de 2009, entre outros, a promulgação de diversos diplomas da Assembleia da República (nomeadamente o Novo Código Contributivo).
- ▶ Alguns dos casos amplamente mediatizados – “caso BPN”, “caso Freeport”, “caso Face Oculta” – anteriormente mencionados como sendo responsáveis pela forte presença da agenda *política nacional* na agenda dos órgãos de comunicação também foram responsáveis pela forte presença dos assuntos de *ordem interna, economia, finanças e negócios e sistema judicial*. Com efeito, o “caso BPN”, por exemplo, justificou a cobertura da actividade do banco e as acções de protesto dos clientes (peças com um enfoque *temático* na vertente económica do caso) e uma abordagem judicial no momento em que foram constituídos arguidos o ex-presidente do banco, Oliveira e Costa e o ex-conselheiro de Estado, Dias Loureiro.
- ▶ Uma cobertura marcada pelo cruzamento de diferentes enfoques *temáticos* também é comum aos casos “Freeport” e “Face Oculta”, os quais, além do enfoque político já destacado, mereceram forte atenção por parte dos operadores também na perspectiva judicial do caso, nomeadamente no momento em

- que foram constituídos arguidos nos processos judiciais de ambos os casos (destaca-se o momento em que o empresário Charles Smith e o “tio do primeiro-ministro” foram constituídos arguidos. No “caso Face Oculta”, destaca-se a cobertura do estatuto de arguidos do empresário de Aveiro Manuel Godinho, do presidente da REN e do vice-presidente do BCP, Armando Vara). Ainda na perspectiva judicial, destaca-se a cobertura dada às actividades do Ministério Público e do procurador-geral da República no âmbito dos dois processos, em especial no “caso Freeport”. Neste caso, destaca-se, na amostra de 2009, a cobertura da acção do procurador-geral da República, Pinto Monteiro a propósito das alegadas pressões do presidente do Eurojust, Lopes da Mota, aos magistrados do “caso Freeport”.
- ▶ O “caso Freeport” é também um dos acontecimentos responsáveis pela regular presença de assuntos da categoria *temática ordem interna* na agenda mediática dos operadores a nível nacional. Com efeito, estes seguiram de perto as actividades da Polícia Judiciária, nomeadamente no que diz respeito a interrogatórios a envolvidos no caso e a buscas a locais frequentados por esses envolvidos.
 - ▶ Não só no “caso Freeport”, mas como marca geral da amostra analisada, destaca-se que a cobertura da actividade das polícias nacionais, sobretudo da Polícia Judiciária, é acompanhada pelos operadores em peças que remetem para detenções, apreensões, abertura de investigações (recorde-se que alguns dos casos mediáticos referidos têm na sua base uma acção policial), lançamento de operações como as especiais de trânsito no Natal/Ano Novo e no Carnaval/Páscoa. O *tema ordem interna* aumenta o seu destaque nos alinhamentos dos operadores se às *actividades policiais* se juntar a cobertura com enfoque nos *crimes* e nos *acidentes e catástrofes*. Recorde-se que, em 2009, um acontecimento que fez aumentar a cobertura deste *tema* foi a derrocada de uma arriba na praia Maria Luísa em Albufeira, no Algarve, em Agosto, seguida de uma segunda derrocada em outra praia de Albufeira (praia de Santa Eulália).
 - ▶ No plano internacional, os assuntos de *ordem interna* também dominaram a cobertura ao longo do ano, em peças sobre acontecimentos ligados a *acidentes e catástrofes, incêndios* e actividades de equipas de *bombeiros e protecção civil*. No período em amostra salientaram-se, em particular em Abril, um sismo em Itália e, em Junho, um acidente com um *airbus* da companhia aérea francesa Air France que se despenhou no oceano Atlântico, ao largo do Brasil, com centenas de passageiros. Além destes dois acontecimentos, também as vagas de mau tempo e outros acidentes de aviação foram alvo da atenção dos operadores.
 - ▶ Refira-se que os assuntos de *ordem interna*, quer nacionais, quer internacionais, abordados na cobertura ao longo de 2009 aparecem quase sempre relacionados com um enfoque *temático* nos aspectos ambientais ou na actividade de forças armadas. Exemplo disso é o acidente com o *airbus* da Air France, cuja cobertura acompanhou as acções de resgate das equipas da Marinha e da Força Aérea francesa e brasileira e, a nível nacional, a derrocada na praia Maria Luísa associada a questões ambientais.
 - ▶ Em relação à forte presença dos assuntos da categoria *temática economia, finanças e negócios* nas peças com *enfoque nacional*, além de se dever ao já referido “caso BPN”, ficou a dever-se também ao processo de falência da fábrica Qimonda e ao acontecimento que envolveu os administradores do Banco Comercial Português em suspeitas de irregularidades na gestão do banco privado, tendo desencadeado um processo judicial (os média passaram a referir os assuntos relacionados com esta investigação como “caso BCP”). Também neste caso há um cruzamento do enfoque económico relativo à actividade bancária com o enfoque judicial, que destaca os aspectos processuais do caso.
 - ▶ Quer no plano nacional, quer no internacional, a regular presença de assuntos económicos nos alinhamentos dos operadores está relacionada com o destaque dado a acontecimentos referentes à *crise económica e financeira*, quer como enfoque principal das peças, quer na relação com assuntos de outras áreas *temáticas*.
 - ▶ Ainda em relação aos assuntos de justiça presentes na cobertura, deve referir-se a permanência de *casos de justiça*, como os casos de disputa de poder paternal das crianças referidas nos média como Esmeralda/Menina de Torres Vedras e a criança russa Alexandra, o “caso Casa Pia” (marcado em 2009 pelas alegações finais do processo) e o caso de suposta burla e falsificação de documentos na compra de submarinos para a Marinha nacional.
 - ▶ No que respeita à *temática desporto*, a cobertura em 2009 seguiu a tendência verificada em anos anteriores, com o regular acompanhamento das jornadas dos principais campeonatos de futebol nacionais (Campeonato, Taça da Liga e Taça de Portugal) e internacionais (Liga dos Campeões e Liga Europa). Em 2009, o destaque do *futebol* em relação a *outras modalidades desportivas* volta a ser intensificado, o que também se justifica com a cobertura dada a acontecimentos como a transferência do jogador Cristiano Ronaldo do Manchester United para o Real Madrid e, no final do ano, o sorteio dos grupos para o mundial de futebol de 2010. Em relação às *restantes modali-*

dades, mantém-se uma tendência para uma presença diminuta, contrariada pontualmente por acontecimentos como a vitória do atleta Usain Bolt nos mundiais de atletismo ou a vitória da atleta nacional Telma Monteiro nos campeonatos europeus de judo, presentes na amostra analisada.

- ▶ No âmbito laboral, o período em análise ficou marcado, quer a nível nacional, quer a nível internacional, sobretudo por uma cobertura da subida das taxas de desemprego e pelas acções de despedimento de empresas de diversos sectores, mas em especial da indústria. A cobertura do desemprego com enfoque destacado das peças sobre *relações laborais* é feita tendo quase sempre como *tema secundário* a *crise económica e financeira*, nacional e internacional. Intimamente relacionadas com o *desemprego* e com as *políticas laborais das empresas* aparecem as *acções sindicais* e as *greves e protestos* levados a cabo por trabalhadores de vários sectores. Na amostra em análise destaca-se a cobertura da greve dos trabalhadores da TAP.
- ▶ No plano internacional, tiveram maior relevo na agenda dos operadores, a par dos assuntos sobre *ordem interna*, os acontecimentos de *política internacional*. Entre esses acontecimentos destaca-se o acompanhamento do primeiro ano de governação do presidente dos EUA, Barack Obama, nomeadamente no que diz respeito à política externa (guerra no Iraque) e às relações diplomáticas com vários países do continente americano. Na *política europeia*, a amostra analisada revela a cobertura de acontecimentos envolvendo o presidente francês Nikolas Sarkozy, o primeiro-ministro italiano Silvio Berlusconi e o primeiro-ministro espanhol Jose Luis Zapatero.
- ▶ Além do acompanhamento da acção governativa do presidente dos EUA Barack Obama, a cobertura da *política internacional* em 2009 também deu relevo ao conflito entre Israel e a Palestina (no início do ano é feito um acompanhamento de uma ofensiva entre Israel e o movimento Hamas em Gaza), bem como a outros *conflitos armados e atentados terroristas* em outros países do Médio Oriente (Paquistão, Irão, Afeganistão e Iraque).
- ▶ Tal como a nível nacional, também a nível internacional a agenda dos operadores incluiu períodos eleitorais em outros países do mundo, nomeadamente na África do Sul, no Gabão, no Irão, na Índia, em Israel e na Guiné-Bissau.
- ▶ Entre os assuntos de *política internacional* cobertos em 2009, deve referir-se também o espaço conferido à acção de organizações internacionais como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), e o acompanhamento da cimeira dos G-20 (em Março) e da Cimeira Ambiental realizada em Copenhaga (em Dezembro).

▶ Além dos acontecimentos identificados como mais destacados, devem ainda referir-se dois assuntos das duas categorias *temáticas* seguintes mais presentes na cobertura informativa dos operadores: *saúde e acção social* e *cultura*. No caso da cobertura sobre *saúde*, quer a nível nacional, quer internacional, foi frequente a presença de peças sobre o surto epidémico da Gripe A, a par do caso de negligência médica na aplicação de medicamentos em doentes oftalmológicos do Hospital de Santa Maria em Lisboa (designado pelos operadores como “caso cegos de Santa Maria”). No caso dos assuntos *culturais*, a cobertura deu espaço a vários *eventos culturais* e aos factos em torno da morte do cantor Michael Jackson.

▶ Em geral, como característica da amostra analisada, é possível identificar ao longo de 2009 uma cobertura informativa dos operadores televisivos marcada pelo acompanhamento de vários acontecimentos que se prolongam e desenvolvem no tempo. Tal como foi referido, alguns desses acontecimentos dão origem nos média a casos que acabam por se designar de forma específica, utilizando essa designação como modo de agregar a informação sobre determinado assunto ao longo do tempo.

2. ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO EMITIDA EM 2009 NOS BLOCOS INFORMATIVOS DE HORÁRIO NOBRE: RTP1, RTP2, SIC E TVI

A) NOTA INTRODUTÓRIA

Nesta secção são apresentados os dados resultantes da monitorização dos blocos informativos de horário nobre emitidos pelos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI no período de **01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009**.

A monitorização é feita **por amostragem** e baseia-se na análise de conteúdo de todas as peças dos dias seleccionados na amostra.

Foram analisadas **5037** peças noticiosas, das quais **1240** foram emitidas pelo Telejornal da RTP1 (46 edições do Telejornal), **1042** pelo Jornal 2 da RTP2 (46 edições do Jornal 2), **1468** pelo Jornal da Noite da SIC (46 edições do Jornal da Noite) e **1287** pelo Jornal Nacional da TVI (46 edições do Jornal Nacional).

A definição da amostra e a definição dos indicadores encontram-se no Anexo I.

B) NOTA METODOLÓGICA

A presente secção apresenta uma caracterização geral da amostra analisada.

O período de análise vai de Janeiro a Dezembro de 2009.

- ▶ Foram monitorizados **184 noticiários** dos quatro serviços de programas generalistas, num total de **5037 notícias** assim distribuídas:
 - 46 edições do Telejornal da RTP1 com um total de 1240 peças.
 - 46 edições do Jornal 2 da RTP2 com um total de 1042 peças.
 - 46 edições do Jornal da Noite da SIC com um total de 1468 peças.
 - 46 edições do Jornal Nacional da TVI com um total de 1287 peças.

A técnica utilizada é a **análise de conteúdo**, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS¹.

A **unidade de análise** corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, *tema* ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do pivô. São tomados como referência os fragmentos definidos pela *Mediamonitor (Marktest)* sob a forma de *clips* autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efectivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

De acordo com o exposto na figura 1, a margem de erro máximo da amostra total de peças noticiosas utilizada para dados agregados RTP1+RTP2+SIC+TVI é de 1,3% para um grau de confiança de 95%.

No que respeita aos dados constantes da figura 2, a margem de erro máximo da amostra total de blocos informativos utilizada para dados agregados RTP1+RTP2+SIC+TVI é de 6,7% para um grau de confiança de 95%, pelo que os dados devem ser lidos como representando tendências apuradas para os dias seleccionados na amostra.

Fig. 1 – Erro máximo da amostra relativo a 2009 – Peças (notícias)

Canais / Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da amostra	EMA %
RTP 1 + RTP 2 + SIC + TVI	365	46	44.361	5.037	1,3001
RTP 1	365	46	10.868	1.240	2,6196
RTP 2	365	46	8.264	1.042	2,8383
SIC	365	46	13.495	1.468	2,4147
TVI	365	46	11.734	1.287	2,5777

Fonte: Marktest / MediaMonitor / Telenews

Fig. 2 – Erro máximo da amostra relativo a 2009 – Blocos Informativos (Noticiários)

Canais / Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da amostra	EMA %
RTP 1 + RTP 2 + SIC + TVI	365	46	1.460	184	6,7564
RTP 1	365	46	365	46	13,5267
RTP 2	365	46	365	46	13,5267
SIC	365	46	365	46	13,5267
TVI	365	46	365	46	13,5267

Fonte: Marktest / MediaMonitor / Telenews

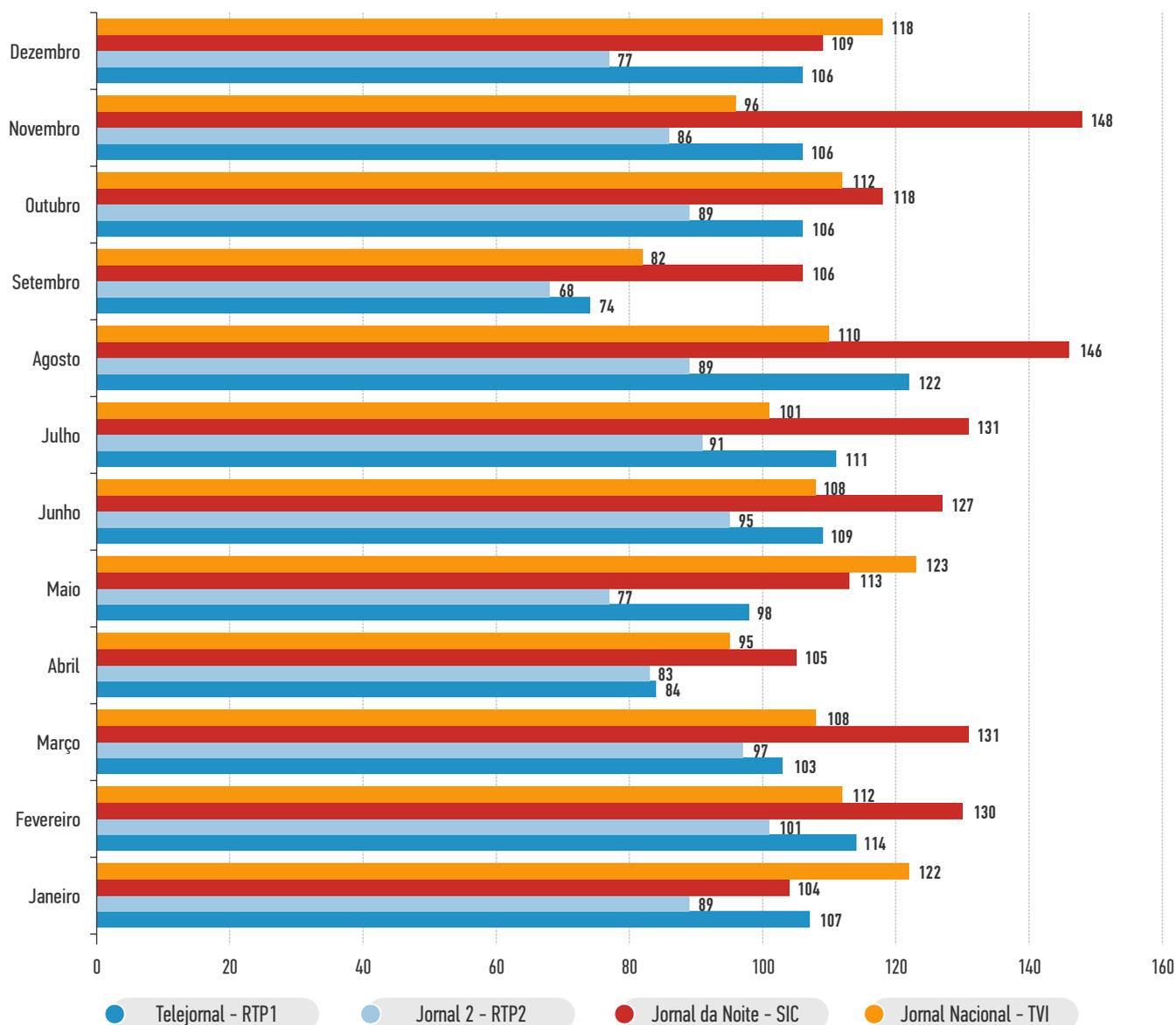
A definição detalhada das variáveis utilizadas na amostra consta do texto que acompanha os respectivos quadros e gráficos do Anexo I.

Fig. 3 – Composição da amostra analisada em 2009

Data	Dia da Semana	Mês	N.º de Noticiários	N.º de Peças Noticiosas
02-Jan-09	Sexta	Janeiro	4	119
10-Jan-09	Sábado	Janeiro	4	113
18-Jan-09	Domingo	Janeiro	4	72
26-Jan-09	Segunda	Janeiro	4	118
03-Fev-09	Terça	Fevereiro	4	117
11-Fev-09	Quarta	Fevereiro	4	102
19-Fev-09	Quinta	Fevereiro	4	128
27-Fev-09	Sexta	Fevereiro	4	110
07-Mar-09	Sábado	Março	4	99
15-Mar-09	Domingo	Março	4	105
23-Mar-09	Segunda	Março	4	121
31-Mar-09	Terça	Março	4	114
08-Abr-09	Quarta	Abril	4	114
16-Abr-09	Quinta	Abril	4	126
24-Abr-09	Sexta	Abril	4	127
02-Mai-09	Sábado	Mai	4	109
10-Mai-09	Domingo	Mai	4	94
18-Mai-09	Segunda	Mai	4	100
26-Mai-09	Terça	Mai	4	108
03-Jun-09	Quarta	Junho	4	107
11-Jun-09	Quinta	Junho	4	104
19-Jun-09	Sexta	Junho	4	119
27-Jun-09	Sábado	Junho	4	109
05-Jul-09	Domingo	Julho	4	80
13-Jul-09	Segunda	Julho	4	111
21-Jul-09	Terça	Julho	4	116
29-Jul-09	Quarta	Julho	4	127
06-Ago-09	Quinta	Agosto	4	114
14-Ago-09	Sexta	Agosto	4	127
22-Ago-09	Sábado	Agosto	4	117
30-Ago-09	Domingo	Agosto	4	109
07-Set-09	Segunda	Setembro	4	118
15-Set-09	Terça	Setembro	4	103
23-Set-09	Quarta	Setembro	4	109
01-Out-09	Quinta	Outubro	4	125
09-Out-09	Sexta	Outubro	4	112
17-Out-09	Sábado	Outubro	4	105
25-Out-09	Domingo	Outubro	4	83
02-Nov-09	Segunda	Novembro	4	117
10-Nov-09	Terça	Novembro	4	115
18-Nov-09	Quarta	Novembro	4	94
26-Nov-09	Quinta	Novembro	4	110
04-Dez-09	Sexta	Dezembro	4	108
12-Dez-09	Sábado	Dezembro	4	112
20-Dez-09	Domingo	Dezembro	4	91
28-Dez-09	Segunda	Dezembro	4	99
Totais	46 Dias (edições)	12 Meses	184 Noticiários	N = 5037

1 Statistical Package for Social Sciences.

Fig. 4 – Número de peças emitidas e analisadas, por mês e por serviço de programa



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em números absolutos.

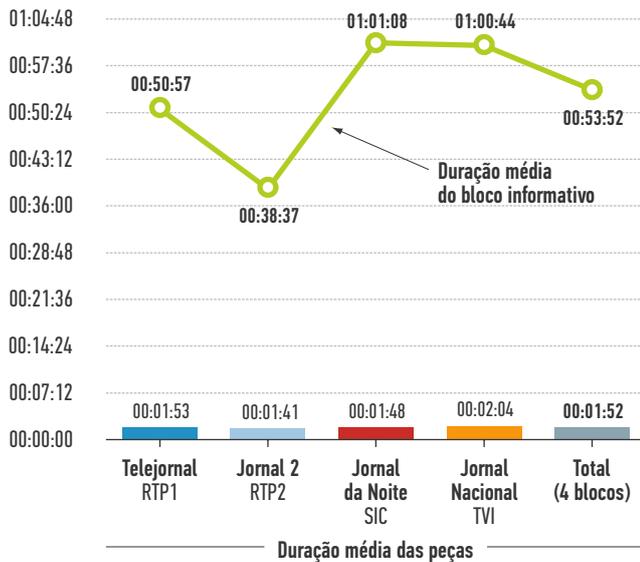
A figura 3 representa o mapa das **46 edições** dos blocos informativos de cada serviço de programas analisados no período de **01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009**.

A figura 3 descreve a composição da amostra estudada. Assim, o dia da amostra em que foi emitido e analisado o maior número de peças (128) corresponde a uma quinta-feira, 19 de Fevereiro, e o dia com o menor número de peças (72) foi domingo, 18 de Janeiro.

► No que se refere à composição da amostra por operador, observa-se que, no mesmo período, o Jornal da Noite da SIC foi o que emitiu mais peças (1468), seguido do Jornal Nacional da TVI (1287) e do Telejornal da RTP1 (1240). O Jornal 2 da RTP2 emitiu menos peças (1042).

- O maior número de peças analisadas na amostra foi emitido durante o mês de Novembro (436) e o menor número (330) no mês de Setembro, segundo os dados presentes na figura 4. O acréscimo de peças durante o mês de Agosto poderá explicar-se pela mediatização de assuntos relacionados com a Gripe A e com a derrocada na praia de Albufeira.
- O Telejornal da RTP1 emitiu mais peças em Agosto, o Jornal 2 da RTP2 em Fevereiro, o Jornal da Noite da SIC em Novembro e o Jornal Nacional da TVI em Maio.
- Os dados apresentados na figura 5 demonstram que a **duração média** dos quatro blocos informativos é de 53 minutos e 52 segundos.
- A **duração média** das peças é de 1 minuto e 52 segundos.
- O bloco informativo com maior **duração média** (1 hora, 1 minuto e 8 segundos) é o Jornal da Noite da SIC.

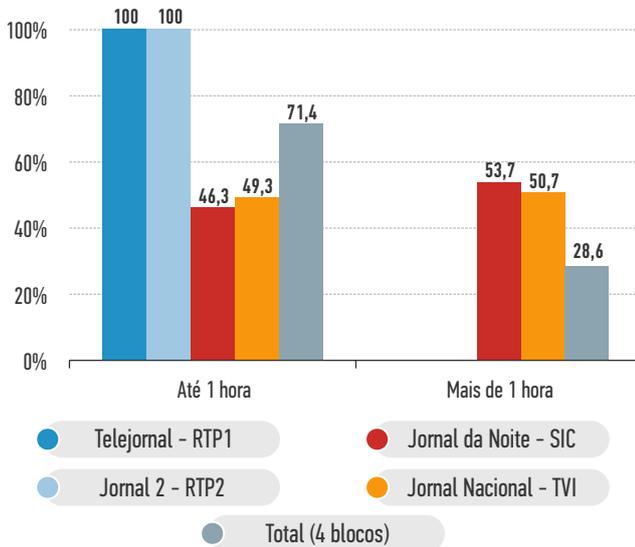
Fig. 5 – *Duração média* das peças e dos noticiários analisados, por serviço de programas (hh:mm:ss)



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em hh:mm:ss.

- ▶ O bloco informativo com a maior *duração média* das peças (2 minutos e 4 segundos) é o Jornal Nacional da TVI.
- ▶ O noticiário com menor *duração média* (38 minutos e 37 segundos) e com menor *duração média* das peças (1 minuto e 41 segundos) é o Jornal 2 da RTP2.

Fig. 6 – *Duração dos noticiários*, por serviço de programas

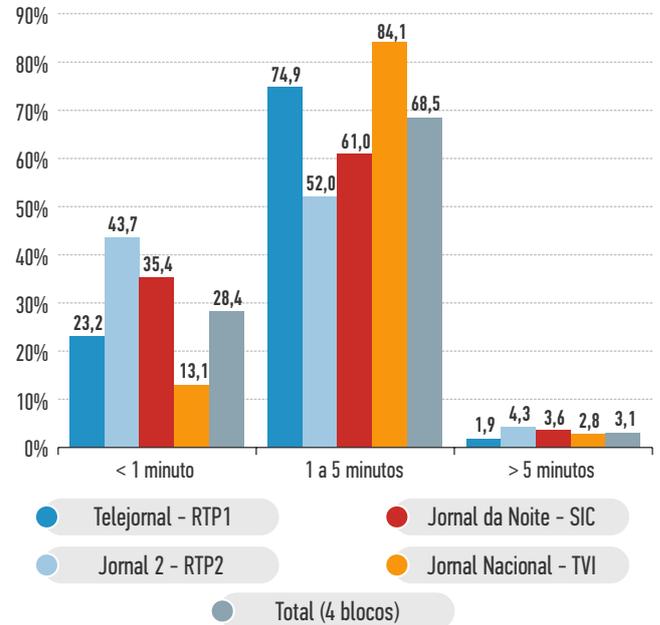


Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

- ▶ Verifica-se, através da figura 6, que a totalidade dos noticiários do Telejornal da RTP1 e do Jornal 2 da RTP2 duram 1 hora ou menos (100%). Ao contrário, mais de metade dos noticiários dos operadores privados têm uma duração superior a 1 hora.

- ▶ 50,7% das edições do Jornal Nacional da TVI duram mais de 1 hora, enquanto 53,7% das edições do Jornal da Noite da SIC têm a mesma duração. Isto significa que a SIC emite mais noticiários com duração superior a 1 hora.

Fig. 7 – *Duração das peças analisadas*, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

- ▶ De acordo com os dados da figura 7, a maior parte das peças dos quatro serviços de programas duram entre 1 a 5 minutos.
- ▶ No entanto, considerando as peças mais curtas, observa-se que 43,7% das peças da RTP2 duram menos de 1 minuto, tal como 35,4% das peças da SIC e 23,2% das peças da RTP1, enquanto apenas 13,1% das peças da TVI duram 1 minuto ou menos.
- ▶ Já no que se refere às peças de maior duração, verifica-se que 4,3% das peças da RTP2 e 3,6% das da SIC duram mais de 5 minutos.

C) ANÁLISE COMPARATIVA: RTP1, RTP2, SIC E TVI EM 2009

1. Temas principais

O indicador *temática* principal visa identificar o assunto, acontecimento ou problemática preponderante que a peça aborda ou desenvolve. Neste sentido, admite-se a existência de outros temas que se cruzem com aquele que se identifica como dominante. Na análise que se segue, considera-se apenas as áreas *temáticas* centrais tendo em conta o enfoque ou o ângulo jornalístico conferido pelo operador.

Convém advertir que esta característica da análise, decorrente da fiabilidade face ao conteúdo manifesto da comunicação, justifica também que um determinado acontecimento possa ser

classificado em diferentes áreas *temáticas* consoante o tratamento da peça. A título de exemplo, pode-se referir que as peças relacionadas com o “caso McCann” podem surgir classificadas na categoria *ordem interna* (peças centradas nas investigações policiais) ou na categoria *sistema judicial* (peças centradas no desenvolvimento processual, como a constituição de arguidos).

Fig. 8 – Temas principais, por serviço de programas

Temas	%				Total
	Telejornal RTP1	Jornal 2 RTP2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	
Política Nacional	25,3	29,7	20,3	26,5	25,1
Ordem Interna	12,7	11,2	15,3	13,9	13,5
Desporto	12,5	2,9	11,2	14,6	10,7
Economia, Finanças e Negócios	8,7	8,0	8,1	6,4	7,8
Política Internacional	7,2	12,1	5,8	5,3	7,3
Sistema Judicial	6,5	5,8	8,4	5,9	6,7
Saúde e Acção Social	7,2	5,2	5,9	4,8	5,8
Cultura	3,8	10,4	3,5	4,3	5,2
Relações Laborais	3,5	4,4	3,2	4,9	4,0
Vida Social	3,5	2,1	4,4	2,6	3,3
Ambiente	1,9	1,5	4,3	2,7	2,7
Política Europeia	1,5	1,9	2,0	1,3	1,7
Sociedade	2,0	1,0	1,1	1,2	1,3
Ciência e Tecnologia	0,7	1,6	1,5	0,5	1,1
Comunicação	0,4	0,4	1,3	1,0	0,8
Educação	0,6	0,5	1,0	0,9	0,8
Urbanismo	0,4	0,1	1,1	1,2	0,8
Crença e Religião	0,9	0,8	0,7	0,7	0,8
Defesa	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
Grupos Minoritários	0,2	0,0	0,3	0,3	0,2
População	0,2	0,1	0,1	0,3	0,2
Total	100 (1240)	100 (1042)	100 (1468)	100 (1287)	100 (5037)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Totais em percentagem e em números absolutos.

- ▶ As três *temáticas* mais frequentes são comuns a três dos quatro serviços de programas, como se constata pela figura 8: *política nacional*, *ordem interna* e *desporto*. Exceptua-se a RTP2, em que o *desporto* tem menor peso e a *política internacional* está entre as categorias mais frequentadas. A prioridade concedida a cada uma delas pelos quatro serviços de programas apresenta, contudo, algumas diferenças, pela ordem que se segue:
 - RTP1: *política nacional*; *ordem interna*; *desporto*; *economia, finanças e negócios* e *política internacional*, a par de *saúde e acção social*.
 - RTP2: *política nacional*; *política internacional*; *ordem interna*; *cultura* e *economia, finanças e negócios*.
 - SIC: *política nacional*; *ordem interna*; *desporto*; *sistema judicial* e *economia, finanças e negócios*.
 - TVI: *política nacional*; *desporto*; *ordem interna*; *economia, finanças e negócios* e *sistema judicial*.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria *temática política nacional* a partir dos dados apresentados na figura 9, observa-se:

- ▶ O *tema política nacional* é o mais representado em todos os serviços de programas nos dias da amostra (29,7% na RTP2, 26,5% na TVI, 25,3% na RTP1 e 20,3% na SIC).
- ▶ O *subtema actividades/propostas genéricas de partidos políticos* é o mais frequente enquanto assunto principal incluído na *temática política nacional*. Verifica-se que, em particular a RTP1 e a RTP2, mas também a TVI, conferem maior relevo a este assunto do que a SIC. A título de exemplo, inserem-se aqui a maior parte das peças relacionadas com acções de campanha das eleições legislativas, autárquicas e europeias.
- ▶ O *subtema actividades da Presidência da República* é o segundo mais frequente incluído na *temática política nacional*. Verifica-se que, em particular a RTP2, mas também a RTP1, conferem maior relevo a este assunto do que a SIC ou a TVI. Destacam-se a polémica em torno das escutas, o calendário eleitoral, a indigitação do novo Governo, a mensagem de ano novo e a promulgação do Código Contributivo.
- ▶ As *divergências ou críticas inter-partidárias* e as *actividades da Assembleia da República* estão ainda entre os assuntos de *política nacional* mais tratados nos blocos informativos. O primeiro ainda essencialmente marcado pelo debate eleitoral para as legislativas e autárquicas, e o segundo marcado pelos debates parlamentares relacionados com o “caso BPN” e o “caso Face Oculta”.
- ▶ Entre as *políticas sectoriais* mais tematizadas estão: as *políticas fiscais/financeiras*, as *políticas para a educação*, as *políticas de ordenamento do território*, as *políticas para a saúde* e para a *agricultura/pescas/pecuária*.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria *temática ordem interna* a partir dos dados apresentados na figura 10, observa-se:

- ▶ O *tema ordem interna* está fortemente representado nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (15,3% na SIC, 13,9% na TVI, 12,7% na RTP1 e 11,2% na RTP2).
- ▶ O *subtema acidentes e catástrofes* é o mais frequente enquanto assunto principal incluído na *temática ordem interna*. Verifica-se que a SIC e a TVI conferem maior relevo a este assunto do que a RTP2. Em termos nacionais, destacam-se a derrocada na praia de Albufeira e os acidentes rodoviários e, do ponto de vista internacional, o acidente do avião da Air France, bem como as consequências das vagas de mau tempo.
- ▶ O *subtema crimes e violência* surge como o segundo mais frequentado enquanto assunto principal incluído na *temática ordem interna*. Verifica-se que a SIC confere maior relevo a este assunto. Destacam-se as notícias sobre assaltos e diversos homicídios, bem como sobre o “caso McCann”.
- ▶ *Actividades policiais* está ainda entre os assuntos mais salientes de *ordem interna*. Refira-se, como exemplo, a investigação policial em torno dos “casos Freeport, BPN, McCann e

Fig. 9 – Subtemas da categoria temática política nacional, por serviço de programas

Subtemas de Política Nacional	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Actividades / Propostas genéricas de partidos políticos	8,1	9,3	5,7	7,3	7,4
Actividades da Presidência da República	2,3	2,6	1,5	1,6	1,9
Divergências ou Críticas Inter-partidárias	2,3	2,6	1,2	1,5	1,8
Actividades da Assembleia da República	1,7	1,7	1,2	1,8	1,6
Políticas Fiscais / Financeiras	1,5	1,4	1,6	1,2	1,4
Políticas para a Educação	1,0	1,1	0,6	1,3	1,0
Actividades de Organizações Reguladoras / Fiscalizadoras	0,7	0,7	0,7	1,7	1,0
Suspeita / Envolvimento de Políticos em Escândalos / Irregularidades	0,6	0,7	0,7	1,0	0,7
Políticas de Ordenamento do Território	0,5	0,6	0,5	1,1	0,7
Políticas para a Saúde	0,6	1,0	0,4	0,4	0,6
Políticas para a Agricultura / Pescas / Pecuária	0,6	1,0	0,3	0,5	0,6
Políticas Económicas	0,6	0,7	0,4	0,5	0,5
Políticas para a Segurança Social	0,2	0,4	0,3	0,9	0,5
Políticas Laborais	0,6	0,7	0,2	0,4	0,5
Divergências ou Críticas Intra-partidárias	0,4	0,9	0,3	0,3	0,5
Acção Governativa Genérica	0,3	0,5	0,5	0,4	0,4
Relações do Governo com os Partidos Políticos	0,3	0,4	0,4	0,5	0,4
Episódios da Vida dos Políticos	0,2	0,1	1,0	0,2	0,4
Políticas para a Justiça	0,2	0,3	0,3	0,6	0,4
Sondagens Políticas / Barómetros de Popularidade	0,4	0,3	0,3	0,5	0,4
Políticas de Defesa e Segurança	0,3	0,3	0,4	0,1	0,3
Actividades de Autarquias	0,2	0,1	0,3	0,5	0,3
Relações Governo / Presidência da República	0,2	0,4	0,3	0,2	0,2
Actividades / Declarações de políticos independentes	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2
Políticas para o Ambiente	0,2	0,4	0,1	0,0	0,2
Políticas para a Família	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
Políticas para a Ciência e Tecnologia	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1
Participação Cívica	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1
Divergências ou Críticas à Acção Presidencial	0,1	0,1	–	0,2	0,1
Políticas de Migração	0,1	0,2	–	0,2	0,1
Políticas de Administração Pública	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Relações Inter-partidárias	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Actividades de Governos e Órgãos Regionais da RAM	–	–	0,1	0,2	0,1
Políticas Externas	–	0,1	–	0,2	0,1
Políticas para a Comunicação Social	–	–	–	0,2	0,1
Actividades da Administração Pública	–	0,1	0,1	0,1	0,1
Discussão do Orçamento de Estado	–	–	0,1	0,1	0,0
Alterações na Formação do Governo	–	0,1	0,1	–	0,0
Actividades de Associações de Municípios	0,1	–	–	0,1	0,0
Políticas Culturais	–	–	–	0,1	0,0
Políticas de Reabilitação Social	–	0,1	–	–	0,0
Actividades de Governos e Órgãos Regionais da RAA	–	–	0,1	–	0,0
Restantes Subtemas de Política Nacional	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
Subtotal da categoria temática Política Nacional	25,3 (314)	29,7 (309)	20,3 (298)	26,5 (341)	25,1 (1262)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que política nacional foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 1262. Valores em percentagem.

Fig. 10 – Subtemas da categoria temática ordem interna, por serviço de programas

Subtemas de Ordem Interna	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Acidentes e Catástrofes	4,0	3,4	5,3	4,7	4,4
Crimes e Violência	3,1	2,5	4,3	3,3	3,4
Actividades Policiais	2,6	2,9	3,1	2,9	2,9
Incêndios	0,9	0,8	1,2	1,1	1,0
Manifestações/Reivindicações/Protestos não laborais	1,2	1,3	0,6	0,9	1,0
Actividades de Bombeiros e Protecção Civil	0,6	0,2	0,5	0,6	0,5
Prevenção	0,4	0,1	0,3	0,4	0,3
Restantes Subtemas de Ordem Interna	0,1	0,1	–	0,1	0,1
Subtotal da categoria temática Ordem Interna	12,7 (158)	11,2 (117)	15,3 (225)	13,9 (179)	13,5 (679)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que ordem interna foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 679. Valores em percentagem.

Fig. 11 – Subtemas da categoria temática desporto, por serviço de programas

Subtemas de Desporto	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Futebol	10,2	1,9	10,3	13,1	9,3
Restantes Modalidades Desportivas	2,0	1,0	0,6	1,2	1,2
Actividades de Organizações e Federações Desportivas	0,2	–	0,1	0,1	0,1
Irregularidades	–	–	0,1	0,2	0,1
Restantes Subtemas de Desporto	0,1	–	–	–	0,0
Subtotal da categoria temática Desporto	12,5 (155)	2,9 (30)	11,2 (164)	14,6 (188)	10,7 (537)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *desporto* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 537. Valores em percentagem.

morte de Michael Jackson”, entre outros casos relacionados com abusos a crianças e detenções policiais.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria temática *desporto* a partir dos dados apresentados na figura 11, observa-se:

- ▶ O tema *desporto* está fortemente representado em três dos quatro serviços de programas nos dias da amostra (14,6% na TVI, 12,5% na RTP1 e 11,2% na SIC). No Jornal 2 da RTP2 este tema é pouco representado (2,9%).
- ▶ Como subtema autónomo, *futebol* surge como o assunto mais tratado na amostra e o primeiro também dentro da categoria *desporto*. Verifica-se que, em particular a TVI, confere maior relevo a este assunto do que a RTP1 ou a SIC. Na RTP 2 tem um peso residual.
- ▶ Comparativamente, *restantes modalidades desportivas* surge com muito menor peso na amostra, apesar de noticiar eventos como Grande Prémio de Fórmula 1, Campeonato Europeu de Judo, Mundiais de Atletismo, Volta a Portugal em Bicicleta e ainda Estoril Open. Verifica-se que, em particular a RTP1, confere maior relevo a este assunto.
- ▶ No âmbito das *irregularidades* incluem-se peças sobre corrupção na arbitragem, e *dopping* no futebol.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria temática *política internacional* a partir dos dados apresentados na figura 12, observa-se:

- ▶ O tema *política internacional* tem uma representação relevante no operador público, em particular no seu segundo serviço de programas, nos dias da amostra (12,1% na RTP2 e 7,2% na RTP1). Os operadores privados conferiram menor relevo a este tema (5,8% na SIC e 5,3% na TVI).
- ▶ *Acções governativas e de Estado* surge como o subtema mais tratado na grande categoria *política internacional* (essencialmente marcada pela actividade presidencial norte-americana). Verifica-se que a RTP2, e também sensivelmente a RTP1, conferem maior relevo a estes assuntos do que a TVI ou a SIC.
- ▶ *Conflitos armados e atentados e terrorismo*, quando conjugados, representam subtemas relevantes na grande categoria *política internacional*. Também aqui a RTP2 confere maior relevo a este assunto do que a RTP1, a SIC ou a TVI. Aqui inserem-se notícias relacionadas com o conflito israelo-árabe, com o Iraque, com a ofensiva no Paquistão, com o Afeganistão e Irão, etc.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria temática *economia, finanças e negócios* a partir dos dados apresentados na figura 13, observa-se:

Fig. 12 – Subtemas da categoria temática política internacional, por serviço de programas

Subtemas de Política Internacional	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Acções Governativas/Estado	1,6	2,8	1,3	1,2	1,6
Conflitos Armados	1,6	1,9	1,2	1,1	1,4
Atentados e Terrorismo	0,7	1,8	1,0	1,1	1,1
Eleições Políticas Internacionais	0,9	1,7	0,6	0,5	0,9
Actividades de Organizações Internacionais	0,5	1,1	0,5	0,6	0,6
Crise Internacional	0,3	0,6	0,4	0,4	0,4
Relações Diplomáticas	0,4	0,7	0,1	0,2	0,3
Cooperação e Ajuda Humanitária	0,4	0,5	0,1	0,2	0,3
Segurança e Espionagem	0,4	0,3	0,1	–	0,2
Cimeiras Internacionais	0,2	0,4	0,2	–	0,2
Acordos Internacionais	–	0,2	0,1	–	0,1
Restantes Subtemas de Política Internacional	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
Subtotal da categoria temática Política Internacional	7,2 (89)	12,1 (126)	5,8 (85)	5,3 (68)	7,3 (368)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *política internacional* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 368. Valores em percentagem.

Fig. 13 – Subtemas da categoria temática economia, finanças e negócios, por serviço de programas

Subtemas de Economia, Finanças e Negócios	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Empresas e Negócios	2,2	2,2	2,0	1,2	1,9
Indicadores Económicos	1,5	1,7	1,6	1,0	1,4
Actividades de Organizações Económicas	1,4	1,2	1,5	1,6	1,4
Crise Financeira	1,0	1,1	1,3	0,9	1,1
Consumo/Consumidores	1,4	0,7	0,4	0,5	0,7
Turismo	0,5	0,2	0,5	0,7	0,5
Agricultura, Pescas e Pecuária	0,5	0,4	0,3	0,2	0,3
Indústria	0,2	0,4	0,2	0,2	0,3
Exportações/Importações	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Mercado Bolsista	–	0,1	0,1	–	0,0
Restantes Subtemas de Economia, Finanças e Negócios	–	–	–	0,1	0,0
Subtotal da categoria temática Economia, Finanças e Negócios	8,7 (108)	8,0 (83)	8,1 (119)	6,4 (82)	7,8 (392)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *economia, finanças e negócios* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 392. Valores em percentagem.

- ▶ O tema *economia, finanças e negócios* tem uma representação relevante nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (8,7% na RTP1, 8,1% na SIC, 8% na RTP2 e 6,4% na TVI).
- ▶ *Empresas e negócios* surge como o subtema mais tratado na categoria *economia, finanças e negócios*. Verifica-se que a TVI confere menor relevo a este assunto do que os restantes. A título de exemplo, inclui-se aqui a crise na Qimonda, os resultados financeiros da TAP, e as dificuldades que enfrentam as empresas e pequenos negócios perante um cenário de crise financeira, etc.
- ▶ *Indicadores económicos e actividades de organizações económicas* surgem ambos como o segundo subtema mais tratado na categoria *economia, finanças e negócios*. Entre estes, incluem-se notícias sobre dados do desemprego provenientes da OCDE, do Eurostat e do Banco Mundial, a quebra do crescimento económico ou a revisão em baixa do investimento, o preço dos combustíveis, a queda das bolsas, etc. No que respeita a *organizações económicas*, centram-se nos “casos BPN, BPP e BCP”.
- ▶ Porém, a relevância que a categoria temática *economia, finanças e negócios* regista este ano, deve-se a assuntos relacionados com as consequências da *crise financeira* que, embora isoladamente não surja com muito peso, reflecte-se no interesse conferido aos *indicadores económicos*.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria temática *cultura* a partir dos dados apresentados na figura 14, observa-se:

- ▶ O tema *cultura* está pouco representado em três dos quatro serviços de programas nos dias da amostra (4,3% na TVI, 3,8% na RTP1 e 3,5% na SIC).
- ▶ O Jornal 2 é responsável por um maior peso desta categoria no conjunto da amostra, representando 10,4% no conjunto temático. Este dado deve-se, essencialmente, à última peça do alinhamento em modelo de agenda cultural.
- ▶ Convém ainda salientar que muitos intervenientes desta área surgem também em peças que enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *políticas culturais*, também com fraco peso na amostra.
- ▶ *Artes e eventos culturais* surge como o subtema mais tratado na categoria *cultura*. Verifica-se que, embora a grande distância do Jornal 2, a TVI confere ligeiramente maior relevo a este assunto do que a RTP1 ou a SIC, sendo este último o operador que conta com a menor percentagem de peças neste tema e subtema. Inserem-se aqui as notícias sobre divulgação de espectáculos ou exposições, lançamentos de livros, estreias de filmes ou peças de teatro, etc.
- ▶ Do ponto de vista cultural, o ano foi marcado pela cobertura intensiva da morte de Michael Jackson, bem como sobre a obra do cantor.

Fig. 14 – Subtemas da categoria temática cultura, por serviço de programas

Subtemas de Cultura	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Artes e Eventos Culturais	2,5	9,1	2,0	2,9	3,8
Vida e Obra de Autores/Artistas	0,5	0,6	1,1	0,8	0,8
Figuras/Acontecimentos Históricos	0,6	0,5	0,2	0,4	0,4
Moda	0,1	–	0,2	0,2	0,1
Restantes Subtemas de Cultura	0,1	0,2	0,1	–	0,1
Subtotal da categoria temática Cultura	3,8 (47)	10,4 (108)	3,5 (52)	4,3 (55)	5,2 (262)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *cultura* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 262. Valores em percentagem.

Fig. 15 – Subtemas da categoria temática sociedade, por serviço de programas

Subtemas de Sociedade	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Integração e Inclusão Social	0,6	0,5	–	0,5	0,4
Pobreza e Exclusão Social	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3
Relações e Comportamentos Sociais	0,6	0,2	0,1	0,1	0,2
Relações Familiares	0,2	–	0,2	0,2	0,2
Questões Ligadas à Infância	0,2	–	0,3	0,1	0,2
Violência Doméstica	–	–	0,1	0,1	0,1
Racismo	0,1	–	–	0,0	0,0
Subtotal da categoria temática Sociedade	2,0 (25)	1,0 (10)	1,1 (16)	1,2 (16)	1,3 (67)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *sociedade* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 67. Valores em percentagem.

Considerando os assuntos tratados dentro da grande categoria temática *sociedade* a partir dos dados apresentados na figura 15, observa-se:

- ▶ O tema *sociedade* está pouco representado nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (2% na RTP1, 1,2% na TVI, 1,1% na SIC e 1% na RTP2).
- ▶ O subtema *integração e inclusão social* agregado a *pobreza e exclusão social*, representam menos de 1%, sendo os mais frequentes enquanto assunto principal incluído na temática *sociedade*. A título meramente exemplificativo, incluem-se aqui notícias sobre o aumento da pobreza na sequência da crise ou acções de solidariedade com os sem-abrigo ou ajuda a famílias carenciadas.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria temática *relações laborais* a partir dos dados apresentados na figura 16, observa-se:

- ▶ O tema *relações laborais* está pouco representado nos quatro

serviços de programas nos dias da amostra (4,9% na TVI, 4,4% na RTP2, 3,5% na RTP1 e 3,2% na SIC). Porém, convém salientar que muitos intervenientes da área dos sindicatos, trabalhadores e empregadores surgem também em peças que enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *políticas laborais*.

- ▶ O subtema *emprego/desemprego* é o mais saliente, em particular na TVI. As peças incidem essencialmente sobre o aumento do desemprego e o despedimento colectivo devido ao encerramento de empresas como consequência da crise.
- ▶ O subtema *greves, protestos e manifestações laborais* é ligeiramente mais saliente na TVI e na RTP2. Essencialmente, trata-se de greves sectoriais, manifestações e protestos de trabalhadores no âmbito de despedimentos e encerramento de empresas.

Considerando os assuntos tratados no âmbito da grande categoria temática *crença e religião* a partir dos dados apresentados na figura 17, observa-se:

Fig. 16 – Subtemas da categoria temática relações laborais, por serviço de programas

Subtemas de Relações Laborais	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Emprego/Desemprego	1,6	1,9	1,8	2,3	1,9
Greves, Protestos e Manifestações Laborais	0,8	1,2	0,9	1,5	1,1
Acções Sindicais	0,3	0,6	0,2	0,8	0,5
Políticas Laborais das Empresas/Empresários	0,6	0,5	0,1	0,3	0,4
Qualidade e Segurança no Trabalho	0,2	0,1	0,1	–	0,1
Restantes Subtemas de Relações Laborais	0,1	0,1	0,1	–	0,1
Subtotal da categoria temática Relações Laborais	3,5 (44)	4,4 (46)	3,2 (47)	4,9 (63)	4,0 (200)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *relações laborais* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 200. Valores em percentagem.

Fig. 17 – Subtemas da categoria temática crença e religião, por serviço de programas

Subtemas de Crença e Religião	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Cristianismo Católico	0,8	0,6	0,6	0,5	0,6
Islamismo	0,1	0,2	–	0,1	0,1
Judaísmo	–	–	0,1	0,1	0,0
Outras Confissões	–	–	–	0,1	0,0
Subtotal da categoria temática Crença e Religião	0,9 (11)	0,8 (8)	0,7 (10)	0,7 (9)	0,8 (38)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *crença e religião* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 38. Valores em percentagem.

Fig. 18 – Subtemas das categorias temáticas população e grupos minoritários, por serviço de programas

Subtemas de População	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Questões Demográficas	0,1	–	0,1	0,3	0,1
Imigração	0,1	0,1	0,1	–	0,1
Subtotal da categoria temática População	0,2 (2)	0,1 (1)	0,1 (2)	0,3 (4)	0,2 (9)

Subtemas de Grupos Minoritários	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Minorias Sexuais	0,1	–	0,1	0,2	0,1
Portadores de Deficiência	0,1	–	0,1	0,1	0,1
Restantes Subtemas de Grupos Minoritários	–	–	0,1	0,1	0,04
Subtotal da categoria temática Grupos Minoritários	0,2 (2)	–	0,3 (5)	0,3 (4)	0,2 (11)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que *população* foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 9. Número de peças em que Grupos Minoritários foi tema principal nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 11. Valores em percentagem.

- ▶ O tema *crença e religião* está muito fracamente representado nos dias da amostra (0,9% na RTP1, 0,8% na RTP2 e 0,7% na SIC e TVI).
- ▶ O subtema *cristianismo católico* é o mais saliente, incidindo sobretudo sobre as visitas e intervenções do Papa Bento XVI, mas também sobre a canonização de D. Nuno Álvares Pereira.
- ▶ O Jornal Nacional da TVI é aquele que destaca a maior diversidade de religiões como assunto principal, ainda que residualmente.

Considerando os assuntos tratados dentro das grandes categorias temáticas *população* e *grupos minoritários* a partir dos dados apresentados na figura 18, observa-se:

- ▶ Os temas *população* e *grupos minoritários* são os menos representados nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (0,2%). Convém salientar que estes assuntos surgem também em peças que enquadram politicamente estas questões, como por exemplo em *políticas de migração*, embora também estas sejam residuais.
- ▶ O subtema *imigração* surge associado a peças sobre imigrantes clandestinos que naufragam na travessia entre o Haiti e os EUA e a propósito de imigrantes que fazem um teste de portugueses.
- ▶ O subtema *minorias étnicas* não surge na amostra como assunto dominante. Surgem peças sobre *minorias sexuais* em torno de movimentos pelos direitos dos homossexuais e ainda sobre transexualidade.
- ▶ O subtema *portadores de deficiência* também é residual, e foca, por exemplo, a visita de portadores de deficiência ao Palácio de Belém, histórias de crianças com paralisia cerebral e ainda a exigência por parte de um deficiente de condições de acessibilidade ao estádio da Luz.

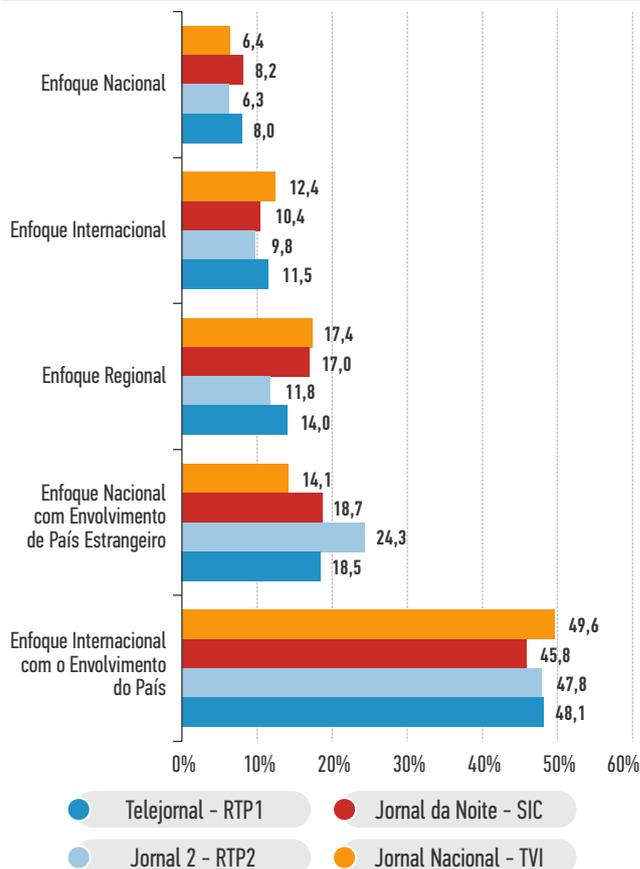
Considerando o *enfoque geográfico* das peças da amostra patente na figura 19, observa-se:

- ▶ O serviço de programas com um perfil mais *internacional* é a

RTP2, e aquele que aposta mais na proximidade, incidindo sobre o território *nacional*, é a TVI.

- ▶ A maior parte das peças da amostra possuem *enfoque nacional* genérico, sem qualquer referência a uma zona específica do país.
- ▶ Quanto às peças relativas ao território nacional mas que se referem a uma zona específica do país, aqui designadas como *enfoque regional*, destacam-se na SIC e na TVI.

Fig. 19 – Enfoque geográfico das peças, por serviço de programas



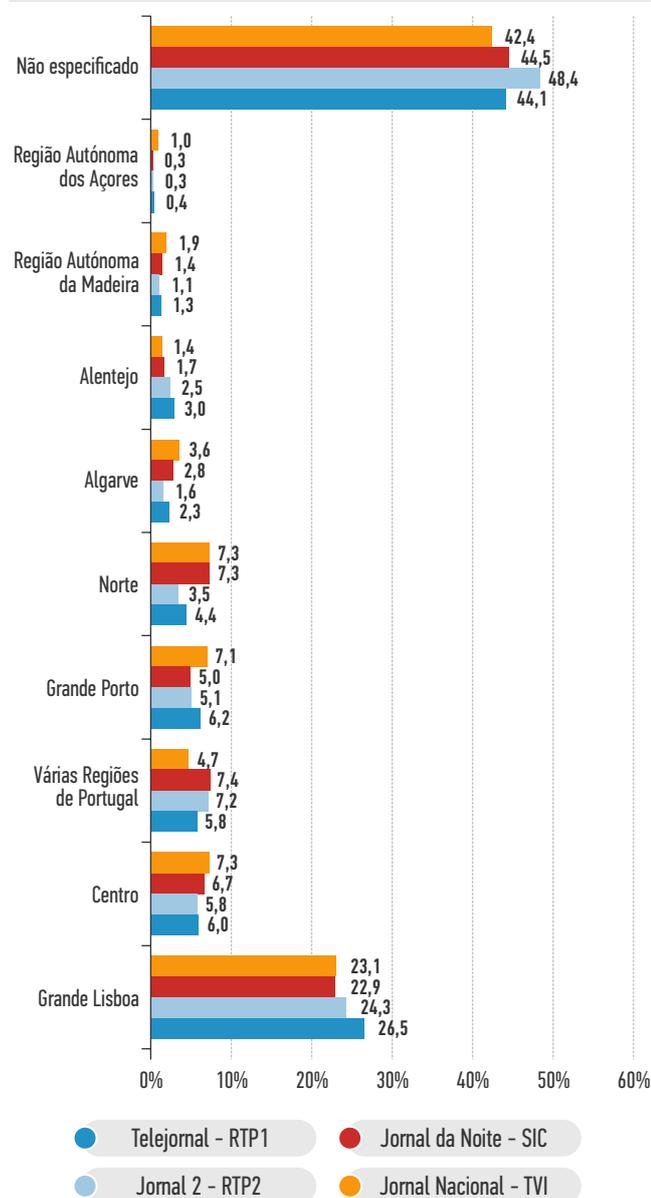
Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

- ▶ Ainda no âmbito de peças relativas ao território nacional, as que possuem *ênfase nacional com envolvimento de país estrangeiro*, são mais frequentes na TVI e na RTP1.
- ▶ Quanto às peças apenas com *ênfase internacional* destacam-se na RTP2.
- ▶ As que possuem *ênfase internacional com envolvimento do país* são mais frequentes na SIC e na RTP1.

Considerando o conjunto das peças em que se identifica um *local onde decorre a acção em território nacional* contemplado na figura 20, observa-se:

- ▶ Na maior parte dos casos, constata-se que o acontecimento noticiado decorre em território nacional embora este *não seja especificado*, o que é mais comum na RTP2 (48,4%).

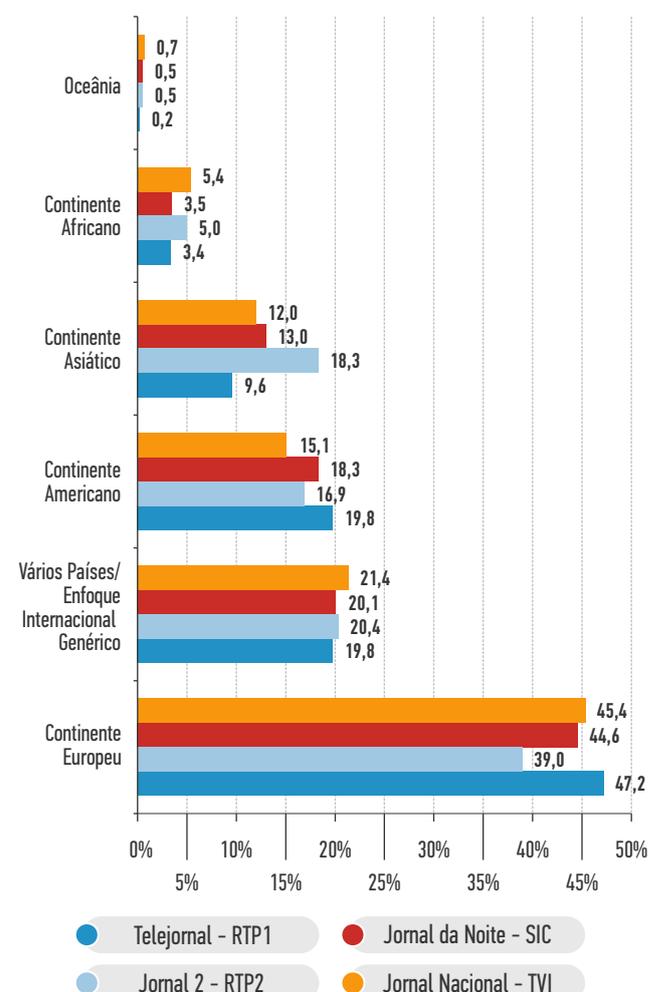
Fig. 20 – Local onde decorre a acção em território nacional, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças em que se identifica um *local de acção* em território nacional = 4098. Valores em percentagem.

- ▶ Quando existe referência a um local específico do país, a zona mais frequente é a da *Grande Lisboa*, em particular na RTP1 (26,5%).
- ▶ As peças que referem a zona *Centro* do país são a segunda categoria mais frequentada, em especial na TVI (7,3%). Estes valores resultam de acontecimentos como a crise hortícola na região do Oeste, a par de acções de campanha eleitoral e ainda de desenvolvimentos no âmbito do processo “Face Oculta”.
- ▶ Ainda no âmbito de peças relativas ao território nacional, as que referem o *Grande Porto* são mais frequentes na TVI (7,1%). Estas incidem sobre eventos desportivos, bem como acções de campanha e ainda relacionadas com o “caso BPP”.
- ▶ As *regiões autónomas* são as menos referidas enquanto *local da acção*, embora o *Alentejo* e o *Algarve* também sejam pouco representados nesta amostra.

Fig. 21 – País estrangeiro onde decorre a acção, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças em que se identifica um *local de acção* em território internacional = 1863. Valores em percentagem.

Considerando o conjunto das peças em que se identifica um *local onde decorre a acção em país estrangeiro* contemplado na figura 21, observa-se:

- ▶ Na maior parte dos casos, constata-se que o acontecimento noticiado decorre num ou em vários países do *continente europeu*, essencialmente da União Europeia, sendo esta tendência mais frequente na RTP1. Isoladamente, os países mais referidos são Espanha e Reino Unido.
- ▶ Em grande parte dos casos, constata-se que o acontecimento noticiado decorre no estrangeiro, embora não especificando onde, tendo *enfoque internacional genérico* ou *vários países estrangeiros*, o que é mais comum na TVI.
- ▶ O *continente americano* (designadamente os Estados Unidos da América e o Brasil) surge como o segundo continente mais referido, em consequência da cobertura de acções presidenciais, bem como de catástrofes, crimes ou da pandemia da Gripe A.
- ▶ O *continente asiático* (em particular os países do Médio Oriente, a China e o Paquistão) surge como o terceiro sobre o qual incidem as peças, designadamente devido à cobertura de situações de *conflito armado*, *atentados* e *terrorismo* e ainda *eleições internacionais*.
- ▶ O *continente africano* foi pouco valorizado nas peças, em particular os PALOP, que contam apenas com a presença de Angola, Guiné-Bissau e Cabo Verde (28 peças, nenhuma sobre Moçambique), com mais frequência no operador público do que nos privados. África do Sul e Angola foram os países africanos mais noticiados. O Mundial 2010, eleições políticas e a visita do Papa Bento XVI, marcaram a agenda.
- ▶ De acordo com os dados apresentados na figura 22, o *tema de abertura* mais comum nos quatro serviços de programas, em particular na TVI e na RTP2, é *política nacional*.
- ▶ O segundo *tema* mais comum em todos os serviços de programas é *ordem interna*.
- ▶ O Jornal da Noite da SIC é o que mais diversifica os *temas de abertura da primeira parte* (12). E o Jornal Nacional da TVI é o que menos diversifica (oito).
- ▶ *Política nacional, ordem interna, sistema judicial, saúde e acção social, desporto* e *relações laborais* são os *temas* que mais figuram na *abertura da primeira parte* dos noticiários dos quatro serviços de programas. Estes, regra geral, coincidem também com os *temas* mais tratados nos quatro serviços de programas.
- ▶ No que diz respeito a peças emitidas associadas a *autopromoção* de programas ou personalidades do próprio serviço de

Fig. 22 – *Temas de abertura da primeira parte dos blocos informativos, por serviço de programas*

Temas de peças de abertura	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	29,2	32,6	23,9	34,8	30,1
Ordem Interna	20,8	21,7	21,7	17,4	20,4
Sistema Judicial	14,6	10,9	15,2	13,0	13,4
Saúde e Acção Social	8,3	10,9	8,7	10,9	9,7
Desporto	6,3	4,3	13,0	13,0	9,1
Relações Laborais	8,3	6,5	4,3	4,3	5,9
Política Internacional	2,1	4,3	2,2	2,2	2,7
Economia, Finanças e Negócios	4,2	4,3	2,2	-	2,7
Ambiente	2,1	-	2,2	4,3	2,2
Defesa	2,1	-	2,2	-	1,1
Cultura	2,1	2,2	-	-	1,1
Educação	-	-	2,2	-	0,5
Ciência e Tecnologia	-	2,2	-	-	0,5
Sociedade	-	-	2,2	-	0,5
Total	100 (48)	100 (46)	100 (46)	100 (46)	100 (186)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2= 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças de *abertura da primeira parte* dos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 186. Valores em percentagem. Os *temas de abertura* são indicadores de valorização e hierarquização dos assuntos noticiados. O indicador peça de *abertura* está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de selecção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

Fig. 23 – *Peças com autopromoção, por serviço de programas*

Tipos de Autopromoção	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Autopromoção a produtos / serviços informativos	26,2	55,6	76,6	50,0	59,0
Autopromoção a produtos / serviços de ficção	-	-	-	1,9	0,5
Autopromoção a produtos / serviços de entretenimento	71,4	11,1	16,8	21,2	28,6
Outros / Vários tipos de autopromoção	2,4	33,3	6,5	26,9	11,9
Total	100,0 (42)	100,0 (9)	100,0 (107)	100,0 (52)	100,0 (210)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2= 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *autopromoção* nos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 210. Valores em percentagem. A *autopromoção* abrange peças relativas a iniciativas do próprio canal/operador que constituem elemento noticioso.

Fig. 24 – Temas das peças com *autopromoção*, por serviço de programas

Temas de peças com autopromoção	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Desporto	38,1	-	23,4	21,2	24,8
Política Nacional	11,9	-	30,8	25,0	24,3
Cultura	9,5	33,3	4,7	9,6	8,1
Ordem Interna	14,3	-	2,8	11,5	7,1
Comunicação	2,4	33,3	4,7	9,6	6,7
Sistema Judicial	2,4	-	7,5	3,8	5,2
Vida Social	-	11,1	7,5	3,8	5,2
Sociedade	4,8	22,2	3,7	1,9	4,3
Relações Laborais	2,4	-	0,9	7,7	2,9
Saúde e Acção Social	9,5	-	1,9	-	2,9
Economia, Finanças e Negócios	-	-	4,7	-	2,4
Ambiente	-	-	1,9	1,9	1,4
Política Europeia	-	-	1,9	-	1,0
Grupos Minoritários	-	-	0,9	1,9	1,0
Política Internacional	-	-	-	1,9	0,5
Defesa	2,4	-	-	-	0,5
Urbanismo	-	-	0,9	-	0,5
População	2,4	-	-	-	0,5
Ciência e Tecnologia	-	-	0,9	-	0,5
Crença e Religião	-	-	0,9	-	0,5
Total	100 (42)	100 (9)	100 (107)	100 (52)	100 (210)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2= 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *autopromoção* nos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 210. Valores em percentagem. A *autopromoção* abrange peças relativas a iniciativas do próprio canal/operador que constituem *tema* noticioso.

- programas, foram identificadas 210 na actual amostra, o que equivale a 4,2% do total de peças.
- ▶ Dessas peças, constantes da figura 23: 107, 51%, são do Jornal da Noite da SIC; 52, 24,8%, são do Jornal Nacional da TVI; 42, 20%, são do Telejornal da RTP1 e 9, 4,3%, são do Jornal 2 da RTP2.
 - ▶ A RTP1 promove essencialmente *produtos/serviços de entretenimento*, em particular competições de futebol (relacionável com os direitos de transmissão).
 - ▶ Os restantes serviços de programas promovem essencialmente *produtos/serviços informativos*, em particular reportagens, debates, entrevistas ou comentários.
 - ▶ A TVI é o único operador a promover *produtos/serviços de ficção* (telenovelas) no seu bloco informativo de horário nobre.
 - ▶ O assunto mais tratado em peças com *autopromoção* é *desporto*, incidindo sobre as chamadas de atenção para a transmissão de um determinado jogo de futebol através da antena desse mesmo serviço de programas, como se pode constatar pela figura 24.
 - ▶ O segundo assunto mais tratado em peças com *autopromoção* é *política nacional*, incidindo sobre as chamadas de atenção para debates, comentários, entrevistas e reportagens desse mesmo serviço de programas.
 - ▶ A maioria das peças analisadas nos quatro serviços de programas generalistas (78,6%) não tem *promoção* (*teaser*).
 - ▶ No entanto, 25,9% das peças emitidas pela RTP1 têm *promoção*. Destas, apresentadas na figura 25, destacam-se as *temáticas política nacional* (22,1%), *ordem interna* (15,9%) e *desporto* (15,3%).
 - ▶ 21,5% das peças emitidas pela RTP2 têm *promoção*. Destas, grande parte destaca *política nacional* (40,2%), *ordem interna* (11,2%) e *política internacional* (8,5%).
 - ▶ No que respeita à SIC, do total de peças com *promoção*, 24%, destaca-se *política nacional* (19,9%), *desporto* (16,8%) e *ordem interna* (15,6%).
 - ▶ Quanto à TVI, promove 14,1% do total de peças emitidas, em particular, *desporto* (20,9%), *política nacional* (16,5%) e *ordem interna* (13,2%). Porém, este serviço de programas promove várias vezes a mesma peça ao longo do alinhamento.
 - ▶ No conjunto dos quatro noticiários, os temas ligados a *desporto*, *ordem interna* e *política nacional* são os mais promovidos através de chamadas de atenção (*teasers*), o que pode indicar que são considerados os mais aptos para reter a atenção do público. Como referido antes, são também os mais frequentes. No caso do Jornal 2 da RTP2, destacam-se aqui também os assuntos de *política internacional*.
 - ▶ A maioria das peças de todos os noticiários (96,1%) é emitida sem recurso a *directos*, com particular incidência na RTP2.
 - ▶ As peças que incluem *directos* são mais comuns na SIC e na TVI, embora também com fraco relevo (representam 4,3% e 4,5% do total de peças emitidas por estes serviços de programas), de acordo com os dados expostos na figura 26.

Fig. 25 – Temas com *promoção (teaser)*, por serviço de programas

Temas das peças que incluem promoção	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	22,1	40,2	19,9	16,5	24,2
Desporto	15,3	4,9	16,8	20,9	14,6
Ordem Interna	15,9	11,2	15,6	13,2	14,4
Saúde e Acção Social	9,0	6,3	6,0	4,9	6,8
Sistema Judicial	6,2	6,7	7,7	4,4	6,5
Economia, Finanças e Negócios	7,5	2,7	6,5	6,0	5,9
Cultura	4,0	3,6	4,5	9,9	5,1
Vida Social	6,2	2,7	5,4	3,8	4,8
Política Internacional	3,4	8,5	3,1	1,1	4,0
Relações Laborais	3,7	5,4	4,0	1,1	3,7
Ambiente	1,9	1,3	2,6	4,9	2,5
Sociedade	1,9	0,9	1,7	1,1	1,5
Comunicação	0,3	0,4	1,1	4,4	1,3
Política Europeia	0,6	2,2	0,9	1,1	1,1
Ciência e Tecnologia	0,9	1,3	1,4	0,5	1,1
Defesa	0,3	0,4	0,3	1,6	0,6
Educação	0,3	0,4	0,6	1,1	0,6
População	–	–	0,3	2,2	0,5
Grupos Minoritários	–	–	0,9	1,1	0,5
Crença e Religião	0,3	0,9	0,3	–	0,4
Urbanismo	–	–	0,6	–	0,2
Total	100 (321)	100 (224)	100 (352)	100 (182)	100 (1079)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *promoção* nos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 1079. Valores em percentagem. Inserida em momentos-chave dos noticiários (por exemplo, na abertura, no final da primeira parte, etc.), a *promoção/teaser* visa destacar uma ou várias peças do serviço informativo, funcionando como indicador de valorização e hierarquização dos assuntos a noticiar. Trata-se de um indicador associado à relevância conferida à informação.

- ▶ Os *directos* são mais frequentes nas peças sobre *política nacional* em todos os serviços de programas, designadamente em ano de eleições.
- ▶ O Jornal da Noite da SIC é o que mais diversifica os assuntos em que existem *directos* (11).
- ▶ Os *temas política nacional, desporto e ordem interna* foram alvo de mais emissões em *directo* no conjunto dos serviços de programas analisados. No caso do Jornal 2, é ainda de salientar os *directos* na área da *cultura*.

2. Fontes de informação principais

O indicador *fontes* de informação dominantes visa reconhecer e classificar a pessoa, o grupo, a instituição e/ou o documento consultados e estruturantes na construção da peça. Neste sentido, admite-se a consulta manifesta de outras *fontes* que se cruzem com aquela que se identifica como dominante. Na análise que se segue, considera-se apenas as áreas de identificação da *fonte* central consultada para a construção da peça.

Fig. 26 – Temas das peças com *directo*, por serviço de programas

Temas de peças com directo	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	30,8	50,0	27,0	31,0	31,8
Desporto	21,2	4,5	27,0	24,1	22,1
Ordem Interna	23,1	18,2	17,5	24,1	21,0
Economia, Finanças e Negócios	3,8	4,5	12,7	–	5,6
Sistema Judicial	5,8	4,5	4,8	3,4	4,6
Cultura	–	13,6	1,6	3,4	3,1
Política Internacional	5,8	4,5	–	1,7	2,6
Saúde e Acção Social	3,8	–	1,6	3,4	2,6
Comunicação	1,9	–	–	3,4	1,5
Sociedade	1,9	–	–	3,4	1,5
Ambiente	1,9	–	1,6	–	1,0
Urbanismo	–	–	3,2	–	1,0
Política Europeia	–	–	–	1,7	0,5
Relações Laborais	–	–	1,6	–	0,5
Vida Social	–	–	1,6	–	0,5
Total	100 (52)	100 (22)	100 (63)	100 (58)	100 (195)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *directo* nos noticiários analisados nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 195. Valores em percentagem. A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui um dos indicadores de valorização e relevância temática conferida a um assunto ou protagonista.

Fig. 27 – Áreas a que pertencem as fontes principais das peças, por serviço de programas

Fonte dominante	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	26,3	29,0	20,6	24,5	24,7
Desporto	8,3	1,5	7,2	9,6	6,9
Economia, Finanças e Negócios	6,9	5,8	6,2	7,2	6,6
Ordem Interna	6,3	3,9	7,6	7,0	6,4
Sociedade	6,6	2,6	6,5	6,9	5,8
Comunidade Internacional	6,1	9,7	4,1	4,4	5,8
Sistema Judicial	5,0	4,4	4,5	4,9	4,7
Relações Laborais	3,5	2,8	3,2	5,0	3,6
Saúde e Acção Social	4,8	3,1	3,0	3,6	3,6
Comunicação	2,7	2,6	3,8	4,0	3,3
Ciência e Tecnologia	2,6	2,7	4,6	2,9	3,3
Cultura	2,7	4,3	2,6	2,5	2,9
Comunidade Europeia	2,0	2,5	1,7	1,4	1,9
Defesa	1,4	0,6	0,5	1,0	0,9
Crença e Religião	1,2	1,0	0,5	0,6	0,8
Educação	1,0	0,6	0,6	1,0	0,8
Urbanismo	0,6	0,6	0,8	1,0	0,8
Ambiente	0,2	0,3	0,5	0,8	0,4
Grupos Minoritários	0,1	–	0,2	0,3	0,2
População	0,2	–	0,1	–	0,1
Informação não Atribuída	11,8	22,0	21,1	11,6	16,6
Total	100 (1238)	100 (1025)	100 (1457)	100 (1252)	100 (4972)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* às quais o indicador não se aplica = 4972. Valores em percentagem. A categoria sociedade inclui cidadãos e grupos de cidadãos. Não representa apenas cidadãos comuns anónimos, mas também entidades colectivas ou individuais representativas de grupos de cidadãos e da sociedade civil. Considera-se *Informação não atribuída* aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

Fig. 28 – Subcategorias de fontes principais da área política nacional, por serviço de programas

Fontes políticas nacionais	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Governo	24,0	22,9	28,0	22,5	24,3
PPD/PSD	8,3	11,4	8,3	9,4	9,4
PS	8,9	11,1	9,3	7,8	9,3
CDS/PP	9,8	9,4	7,3	10,1	9,2
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição	8,3	7,1	9,7	9,1	8,5
PCP	7,7	8,4	4,0	8,5	7,2
BE	7,7	7,7	4,3	5,5	6,3
Presidência da República	6,2	5,4	5,3	5,2	5,5
Vários Partidos Políticos da Oposição	5,5	4,0	4,0	4,6	4,6
Autarquias	3,4	2,4	5,0	4,6	3,8
Organismos de Regulação/Fiscalização	2,5	1,7	2,3	2,9	2,4
Restantes Organismos Públicos	2,5	2,4	2,3	2,3	2,4
Outros Partidos Políticos	1,5	2,0	3,7	1,3	2,1
Ex-Presidentes ou Primeiros-ministros	0,3	0,7	1,3	1,0	0,8
Governos Regionais	0,6	0,3	1,0	1,0	0,7
Assembleia da República	0,6	0,7	0,7	0,3	0,6
Governos Cívicos	0,6	–	0,3	1,0	0,5
PPD/PSD Regional	0,0	–	1,0	0,7	0,4
Políticos Independentes	0,3	0,3	0,7	0,3	0,4
PEV	0,6	0,7	–	–	0,3
Governo Regional e/ou Partido do Governo Regional + Partido(s) Regionais da Oposição	–	–	0,3	0,3	0,2
Representações Diplomáticas	0,3	0,3	–	–	0,2
Tribunal Constitucional	–	0,3	–	–	0,1
Assembleias Regionais	–	–	–	0,3	0,1
Vários Partidos Políticos Regionais da Oposição	–	–	0,3	–	0,1
Associações de Municípios	–	–	–	0,3	0,1
Outras Fontes da Política Nacional	0,3	0,7	0,7	1,0	0,7
Total	100 (325)	100 (297)	100 (300)	100 (307)	100 (1229)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* às quais o indicador não se aplica = 4972. Total de peças cuja fonte principal pertença à área política nacional = 1227. Valores em percentagem.

- ▶ De acordo com a figura 27, as fontes oriundas da área política nacional são a principal fonte de informação dos quatro noticiários, tendência ligeiramente mais acentuada na RTP2 e RTP1 (correspondendo, respectivamente, a 29% e 26,3% das fontes identificadas) e ligeiramente menos acentuada na SIC (correspondendo a 20,6% das fontes do Jornal da Noite).
- ▶ As fontes oriundas do desporto, designadamente do futebol, são também relevantes no Jornal Nacional da TVI (9,6%), no Telejornal da RTP1 (8,3%) e no Jornal da Noite da SIC (7,2%).
- ▶ As fontes oriundas da área economia, finanças e negócios têm este ano um peso relevante na RTP1 e TVI. Já as oriundas da área ordem interna, são mais salientes na SIC e TVI, embora relevantes também na RTP1.
- ▶ As fontes da comunidade internacional assumem especial relevo na RTP2, bem como as da cultura.
- ▶ A categoria sociedade, onde se incluem, fundamentalmente, os cidadãos comuns, mas também outros representantes da sociedade civil, está ainda entre as cinco categorias de fontes mais consultadas no conjunto dos noticiários. Os serviços de programas TVI (6,9%), RTP1 (6,6%) e SIC (6,5%) tendem a consultar mais fontes de sociedade do que a RTP2 (2,6%).
- ▶ A informação não atribuída, no sentido de não ser referida explicitamente qualquer fonte de informação, é também saliente no conjunto dos quatro serviços de programas. Esta tendência é menos comum na TVI e na RTP1 (correspondendo a 11,6% e 11,8% das peças, respectivamente) e mais acentuada na RTP2 e na SIC (correspondendo a 22% e a 21,1% das peças, respectivamente). É ainda importante salientar que, face aos dados de 2008, diminuiu ligeiramente a percentagem de notícias sem atribuição de fontes.
- ▶ A categoria de fontes da área política nacional é a mais representada nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (29% na RTP2, 26,3% na RTP1, 24,5% na TVI e 20,6% na SIC).
- ▶ A subcategoria de fontes Governo é a mais frequente enquanto fonte principal incluída na categoria política nacional nos quatro blocos informativos. Verifica-se que, em particular a SIC, confere maior relevo a fontes do Governo do que a TVI ou a RTP.
- ▶ O PSD é a segunda subcategoria de fontes da área política nacional mais presente nos dias da amostra. Porém, verifica-se que a RTP2 contribui mais para esta posição, pois na TVI é a terceira subcategoria mais frequentada e na RTP1 e SIC é a quarta subcategoria mais frequentada.
- ▶ A segunda subcategoria de fontes mais frequentada na RTP1 e na TVI é o CDS/PP, e na SIC é o PS (excluindo subcategorias agregadoras como Governo e/ou partido do governo + partido(s) da oposição).

Em síntese, e para a amostra analisada, quanto a fontes da área política nacional:

O Governo é mais consultado como fonte na SIC.

O PSD é mais consultado como fonte na RTP2.

O PS é mais consultado como fonte na RTP2.

O CDS é mais consultado como fonte na TVI.

O PCP é mais consultado como fonte na TVI.

O BE é mais consultado como fonte na RTP1 e RTP2.

O PEV é consultado como fonte na RTP1 e RTP2 e está ausente dos restantes noticiários.

Considerando as subcategorias de fontes principais dentro da grande categoria política nacional, patentes na figura 28, observa-se:

- ▶ A categoria de fontes da área desporto é a segunda mais representada no conjunto dos noticiários nos dias da amostra (9,6% na TVI, 8,3% na RTP1 e 7,2% na SIC). No Jornal 2 representa apenas 1,5%.
- ▶ A subcategoria de associações e clubes desportivos (essencialmente de futebol) é a mais frequente enquanto fonte principal incluída na categoria desporto nos quatro blocos informativos. Verifica-se que, em particular a TVI, confere maior relevo a fontes desta subcategoria do que a RTP1 ou a SIC.

Nota explicativa: Na análise de fontes apresentada, são analisadas todas as fontes políticas presentes nas 5037 peças emitidas nos quatro blocos informativos no período da amostra. Exceptuam-se as peças de comentário/opinião cuja fonte não necessita de atribuição.

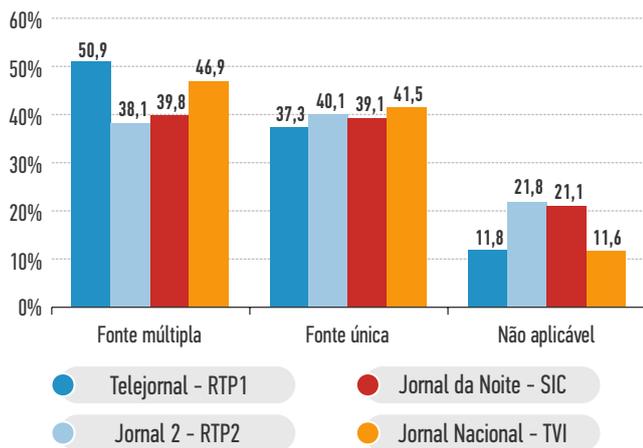
Considerando as subcategorias de fontes principais dentro da grande categoria política nacional, patentes na figura 28, observa-se:

Fig. 29 – Fontes principais da área desporto, por serviço de programas

Fontes do desporto	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Associações e Clubes Desportivos	78,6	80,0	79,0	82,5	80,2
Organizações/Federações Desportivas	10,7	6,7	7,6	7,5	8,5
Associações/Grupos de Adeptos	6,8	6,7	5,7	7,5	6,7
Outras Fontes do Desporto	3,9	6,7	7,6	2,5	4,7
Total	100 (103)	100 (15)	100 (105)	100 (120)	100 (343)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças dos noticiários excepto peças de comentário/opinião às quais o indicador não se aplica = 4972. Total de peças cuja fonte principal pertença à área desporto = 343. Valores em percentagem.

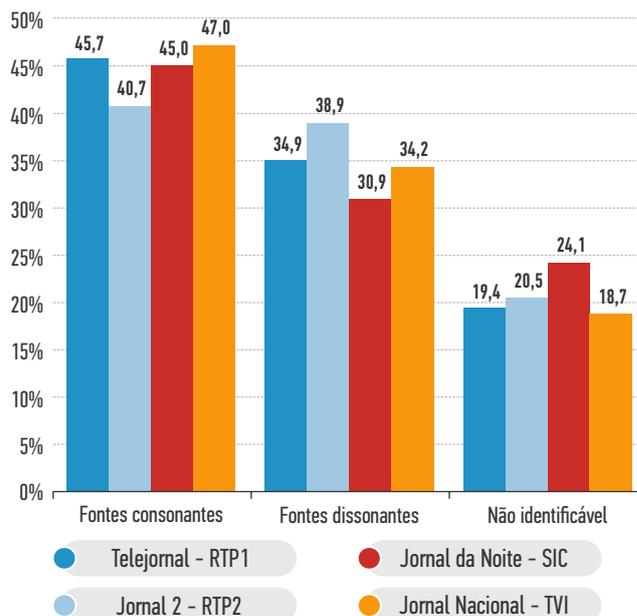
Fig. 30 – Número de fontes, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Todas as peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* às quais o indicador não se aplica = 4972. Valores em percentagem.

- ▶ Como se pode observar pela figura 30, genericamente, os noticiários dos serviços de programas generalistas tendem a consultar mais de uma *fonte* de informação no tratamento editorial das notícias – este é um dado que se altera face aos anos anteriores e que convém salientar. Porém, no caso da RTP2, existem mais peças com *fonte única* do que com *fonte múltipla*.
- ▶ Os blocos informativos da RTP1 apresentam mais frequentemente do que os restantes *várias fontes* de informação (50,9%).
- ▶ Este indicador *não é aplicável* às peças em que a *informação não é atribuída*, ou seja, não existe qualquer *fonte* de informação identificada (16,6%).
- ▶ Quando se identificam *fontes múltiplas*, ou seja, peças com mais do que uma *fonte* de informação, observa-se que, na sua maior parte, estas são *consonantes*, quer dizer que se posicionam em acordo face a um determinado assunto, matéria ou posição.
- ▶ Segundo dados da figura 31, o Jornal Nacional da TVI apresenta a maior percentagem de *fontes consonantes* (47%), enquanto a RTP2 apresenta a menor percentagem de *fontes consonantes*.
- ▶ Quando se identificam *fontes múltiplas dissonantes*, ou seja, fontes que se posicionam em desacordo face a um determinado assunto, matéria ou posição, verifica-se que a RTP2 apresenta a maior percentagem de peças nesta condição, seguida pela

Fig. 31 – Concordância das fontes, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* às quais o indicador não se aplica = 4972. Total de peças com *fontes múltiplas* em que se aplica o indicador = 2188. Valores em percentagem. Esta variável identifica as diferentes posições – *consonantes* ou *dissonantes* – manifestadas pelas diversas *fontes* que intervêm numa determinada peça. As *fontes* são consideradas *consonantes* quando entre elas existe "coro" – concordância unânime e não conflituante. As *fontes* são consideradas *dissonantes* quando entre elas não existe "coro" – apresenta desacordo, conflito – relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição. Quando estas não apresentam uma *concordância* ou *discordância* clara a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como *não identificável*.

- RTP1 e pela TVI. A SIC apresenta a menor percentagem de peças com *fontes dissonantes*.
- ▶ Em 20,7% do total de peças com *fontes múltiplas*, não é possível identificar qual o grau de *concordância* ou *discordância* entre as *fontes*, situação mais frequente na SIC (24,1%) e menos frequente na TVI (18,7%).
- ▶ Apenas 0,7% do total da amostra analisada (34 peças) faz referência à existência de *fontes confidenciais*.
- ▶ Dessas, e de acordo com a figura 32, o Jornal Nacional da TVI destaca-se como aquele que mais evoca *fontes confidenciais* (47,1%), e o Jornal 2 da RTP2 o que menos as evoca (8,8%).
- ▶ 20,2% do total da amostra analisada (1017 peças) identificam pelo menos uma *fonte documental*.

Fig. 32 – Presença de fontes confidenciais e documentais, por serviço de programas

Fonte confidencial e documental	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Fonte confidencial	17,6	8,8	26,5	47,1	100 (34)
Fonte documental	26,1	20,6	26,3	27,0	100 (1.017)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças dos noticiários excepto peças de *comentário/opinião* às quais o indicador não se aplica = 4972. Valores em percentagem.

- ▶ Dessas, a percentagem de cada um dos serviços de programas é muito aproximada, com um peso ligeiramente superior na TVI.
- ▶ As fontes documentais identificadas são, a título de exemplo, imagens cedidas por serviços de programas televisivos internacionais ou nacionais, artigos da imprensa estrangeira ou portuguesa, comunicados e documentos oficiais, estudos e relatórios com dados estatísticos ou indicadores económicos, entre outros.

3. Principais actores

O indicador principais actores visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificado de forma manifesta como *protagonista* da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no irromper e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça. Neste sentido, admite-se a existência de outros actores que se cruzem com aquele que se identifica como dominante. Na análise que se segue, considera-se apenas as áreas de identificação dos *protagonistas* para a construção da notícia.

- ▶ Dos dados apurados constantes da figura 33, verifica-se que 17,8% das peças da SIC, 14,2% da RTP2, 9,3% da TVI e 8% da RTP1 não identificam *protagonistas*.
- ▶ Considerando as peças em que se identificam *protagonistas* das notícias (87,5% de 5037 peças), verifica-se uma tendên-

cia para conferir maior protagonismo aos actores políticos nacionais em todos os serviços de programas analisados (28% na RTP2, 26% na TVI, 24,5% na RTP1 e 20,3% na SIC).

- ▶ A segunda categoria de *protagonistas* presentes nos blocos informativos da RTP1, da SIC e da TVI pertence ao *desporto*, designadamente ao *futebol*. Como subcategoria autónoma, *atletas e técnicos desportivos* surgem como os actores mais presentes dentro da categoria *desporto*. Essencialmente, os actores que se destacam nesta categoria são jogadores (designadamente Cristiano Ronaldo), treinadores, seleccionadores e árbitros de futebol.
- ▶ A terceira categoria de *protagonistas* presentes nos blocos informativos da RTP1, da SIC e da TVI pertence à área *ordem interna*, designadamente vítimas de *acidentes, catástrofes naturais* ou *crimes*. A segunda subcategoria mais frequente diz respeito a *suspeitos de crimes e actos ilícitos*.
- ▶ Os actores da área *comunidade internacional* estão particularmente bem representados no operador público nos dias da amostra (10,9% na RTP2, 6,9% na RTP1), sendo no Jornal 2 a segunda categoria de actores mais representada. Como subcategoria autónoma, *representantes de Estado e de Governo estrangeiros* surgem como os actores mais presentes dentro da categoria *comunidade internacional*. O actor que mais se destaca nesta categoria é o presidente dos EUA, Barack Obama.
- ▶ Os actores da área *sociedade* estão mais representados nos

Fig. 33 – Áreas a que pertencem os principais actores, por serviço de programas

Principal Actor	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	24,5	28,0	20,3	26,0	24,4
Desporto	12,3	2,8	11,1	13,9	10,4
Ordem Interna	8,3	6,3	9,3	8,0	8,1
Comunidade Internacional	6,9	10,9	5,1	4,7	6,6
Sociedade	6,3	3,2	7,2	7,5	6,2
Sistema Judicial	6,0	5,6	6,6	5,9	6,1
Economia, Finanças e Negócios	6,7	4,4	6,0	5,6	5,7
Cultura	3,7	9,7	3,5	2,8	4,7
Saúde e Acção Social	5,2	3,8	2,9	3,4	3,8
Relações Laborais	3,5	3,7	3,0	4,7	3,7
Comunidade Europeia	1,9	2,0	1,6	1,2	1,6
Ciência e Tecnologia	1,0	1,3	1,0	1,2	1,1
Crença e Religião	1,4	1,1	0,7	1,1	1,0
Educação	0,9	0,7	1,0	1,0	0,9
Defesa	1,3	0,7	0,4	0,8	0,8
Urbanismo	0,6	0,5	0,9	1,0	0,8
Comunicação	0,6	0,5	0,7	0,8	0,7
Ambiente	0,2	0,4	0,5	0,7	0,5
Grupos Minoritários	0,3	–	0,3	0,3	0,3
População	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2
Actores não identificáveis	8,0	14,2	17,8	9,3	12,5
Total	100 (1.240)	100 (1.042)	100 (1.468)	100 (1.287)	100 (5.037)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com actores não identificáveis nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 629. Total em percentagem e números absolutos. A categoria *protagonistas* refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e cuja centralidade enquanto *protagonista* na peça noticiosa é visível. Os *protagonistas* são tratados a dois níveis: um nível macro (grandes grupos) e um nível micro (especificação dos *protagonistas*).

operadores privados nos dias da amostra (7,5% na TVI, 7,2% na SIC). Como subcategorias autónomas, *cidadãos comuns adultos* e *familiares* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *sociedade*.

- ▶ Os *actores* da área *sistema judicial* estão bem representados nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (6,6% na SIC, 6% na RTP1, 5,9% na TVI e 5,6 na RTP2). Como subcategoria autónoma, *envolvidos em processos judiciais* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *sistema judicial*. Entre os *actores* que mais se destacam nesta categoria surgem, a título de exemplo, Charles Smith, Manuel Godinho e Armando Vara. O procurador-geral da República é também um dos *actores* na área judicial.
- ▶ Os *actores* da área *relações laborais* estão pouco representados nos quatro serviços de programas nos dias da amostra (4,7% na TVI, 3,7% na RTP2, 3,5% na RTP1 e 3% na SIC). Como subcategoria autónoma, *trabalhadores/desempregados* é a mais representada, em particular centrada nos despedidos ou nos trabalhadores em vias de despedimento na sequência do encerramento de empresas dada a crise económica. Os *representantes sindicais* surgem como a segunda subcategoria de *actores* mais presente dentro da categoria *relações laborais*. Entre os *actores* com mais visibilidade nesta categoria surgem, a título de exemplo, Carvalho da Silva da CGTP, Proença de Carvalho da UGT, Mário Nogueira da FENPROF, Ana Avoila da Frente Comum de Sindicatos da Administração Pública, Bettencourt Picanço do Sindicato dos Quadros Técnicos do Estado, entre outros.
- ▶ Os *actores* da área *crença e religião* estão fracamente representados nos quatro noticiários nos dias da amostra (1,4% na RTP1, 1,1% na RTP2 e TVI e 0,7% na SIC). Como subcategoria autónoma, *líderes religiosos* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *crença e religião*. Entre os *actores* que mais se destacam nesta categoria surge o Papa Bento XVI.
- ▶ Os *actores* da área *população* são meramente residuais nos quatro noticiários nos dias da amostra (0,3% na RTP1, 0,2% na TVI e RTP2 e 0,1% na SIC). Como subcategoria autónoma, *representantes/membros de comunidades ou associações de imigrantes e descendentes* surgem como os *actores* mais presentes dentro da categoria *população*.
- ▶ Os *actores* da área *grupos minoritários* são meramente residuais em três serviços de programas (0,3 % na TVI, SIC e RTP1), e inexistentes no Jornal 2 da RTP2 nos dias da amostra. As subcategorias autónomas mais referidas são: *cidadãos portadores de deficiência* (a título de exemplo, “crianças surdas”, “paraplégicos” e com paralisia cerebral). Entre os *actores* que se destacam como segunda subcategoria mais frequentada, *representantes ou membros de comunidades ou associações de minorias sexuais*, encontram-se, a título exemplificativo, um casal de namoradas, um representante da Ilga Portugal e outro da Opus gay.

Nota explicativa: na análise de actores apresentada, são analisados todos os *actores* políticos presentes nas 5037 peças emitidas nos quatro blocos informativos no período da amostra.

Considerando apenas os *protagonistas políticos nacionais* apresentados na figura 34:

As categorias de *protagonistas* políticos mais consultadas nos quatro serviços de programas são *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos*, *ministros*, *cabeças de lista* e *primeiro-ministro*, assim distribuídos:

- ▶ *Secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* na categoria de *protagonistas*:
32,2% na RTP2.
30,9% na RTP1.
25,4% na TVI.
21,8% na SIC.
Entre estes destacam-se: Paulo Portas do CDS, seguido por Manuela Ferreira Leite do PSD, Jerónimo de Sousa do PCP e Francisco Louçã do BE. Só depois surge José Sócrates, apresentado na qualidade de líder do PS.
- ▶ *Ministros* na categoria de *protagonistas*:
19,5% na SIC.
16,1% na TVI.
15,4% na RTP2.
14,1% na RTP1.
- ▶ *Primeiro-ministro* na categoria de *protagonista*:
11,7% na SIC.
11,5% na RTP1.
11% na RTP2.
10,7% na TVI.

Considerando a agregação das categorias de ***protagonistas que representam o Governo*** nacional (*primeiro-ministro*, *ministros* e *secretários de Estado*), obtém-se os seguintes dados:

- 32,9% na SIC.
- 29,8% na TVI.
- 27,8% na RTP2.
- 27,2% na RTP1.

Considerando a agregação das categorias de ***protagonistas que representam os partidos políticos*** (*secretários-gerais* e *presidentes dos partidos*, *cabeças de lista*, *deputados* e *líderes parlamentares*, *militantes* e *membros político-partidários*, *notáveis* e *históricos dos partidos*, *membros das listas/mandatários das candidaturas*, *dirigentes partidários locais*, *distritais* e *regionais* e *porta-vozes de partidos políticos*) obtém-se os seguintes dados:

- 56,4% na RTP2.
- 54,2% na RTP1.
- 47,5% na TVI.
- 46,2% na SIC.

Fig. 34 – Actores da área política nacional, por serviço de programas

Actores Política Nacional	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	30,9	32,2	21,8	25,4	27,5
Ministros	14,1	15,4	19,5	16,1	16,3
Cabeça de Lista	12,5	10,6	15,1	11,0	12,3
Primeiro-ministro	11,5	11,0	11,7	10,7	11,2
Deputados e Líderes Parlamentares	7,6	7,5	5,0	8,4	7,2
Presidente da República	7,2	8,6	6,4	6,3	7,1
Notáveis e Históricos do Partido	1,6	4,5	2,0	0,9	2,2
Secretários de Estado	1,6	1,4	1,7	3,0	2,0
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição	2,6	1,7	1,7	1,2	1,8
Presidentes de Autarquias	2,0	0,7	2,3	2,1	1,8
Ex-Membros do Governo Nacional	1,0	0,7	2,0	3,0	1,7
Representantes dos Restantes Organismos Públicos	1,6	1,7	1,0	1,8	1,5
Militantes e Membros Político-Partidários	1,6	1,0	1,0	0,9	1,1
Representantes do Organismos de Regulação/Fiscalização	0,7	–	1,0	0,9	0,7
Ex-Primeiros-ministros	0,3	0,7	0,7	0,3	0,5
Presidente do Governo Regional da RAM	0,3	0,3	0,3	0,9	0,5
Outros Representantes de Autarquias	–	0,3	1,0	0,6	0,5
Ex-Presidente da República	0,3	0,3	0,3	0,6	0,4
Presidente da Assembleia da República	0,3	–	0,7	0,6	0,4
Políticos Independentes	0,7	0,0	0,7	0,3	0,4
Membros das Listas/Mandatários das Candidaturas	–	0,3	1,0	0,3	0,4
Presidentes/Representantes de Associações de Municípios	0,3	–	–	1,2	0,4
Governadores Cívicos	0,3	–	0,3	0,6	0,3
Porta-vozes de Partidos Políticos	0,0	0,3	0,0	0,3	0,2
Vários Partidos Políticos da Oposição	–	0,0	0,3	0,3	0,2
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos Regionais	–	–	0,3	0,3	0,2
Dirigentes Partidários Locais, Distritais e Regionais	–	–	0,3	0,3	0,2
Militantes e Membros Político-partidários Regionais	–	–	0,3	0,3	0,2
Porta-vozes do Governo Nacional	0,0	–	–	0,3	0,1
Presidente do Governo Regional da RAA	–	–	0,3	–	0,1
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição da RAM	–	–	–	0,3	0,1
Outros Actores da Política Nacional	0,7	0,7	1,0	0,9	0,8
Total	100 (304)	100 (292)	100 (298)	100 (335)	100 (1.229)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *protagonistas* da área política nacional nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 1232. Valores em percentagem.

Considerando apenas a *pertença político-partidária* dos principais actores nos dias da amostra analisada constante da figura 35:

- ▶ Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os membros do *Governo* nos quatro blocos informativos, com representatividade aproximada no Jornal da Noite da SIC e no Jornal Nacional da TVI (37,5% e 35,3%), seguidos pelo Jornal 2 da RTP2 e pelo Telejornal da RTP1 (31,3% e 31%).
- ▶ Os *protagonistas* do *PSD* representam a segunda categoria mais frequentada nos quatro blocos informativos, com maior incidência no Jornal 2 da RTP2 (15,4%), seguido de perto pelo Jornal Nacional da TVI (14,7%) e pelo Jornal da Noite da SIC (14,6%), e só depois pelo Telejornal da RTP1 (13,1%).
- ▶ Os *protagonistas* do *PS* representam a terceira categoria mais frequentada em três dos quatro blocos informativos, porque no Jornal 2 obtém o mesmo peso que a categoria anterior (15,4%): 14,2% no Jornal da Noite da SIC, 12,7% no Telejornal da RTP1 e 10,5% no Jornal Nacional da TVI.
- ▶ Os *protagonistas* do *CDS/PP* representam a terceira categoria mais frequentada no Jornal Nacional da TVI (10,5%) e no Jor-

nal 2 da RTP2 (9,7%), e a quarta categoria mais frequentada no Jornal da Noite da SIC (8%) e no Telejornal da RTP1 (10,8%).

- ▶ Os *protagonistas* do *PCP/CDU* representam a quarta categoria mais frequentada no Jornal Nacional da TVI (8,7%) e no Jornal 2 da RTP2 (8,5%), e a quinta categoria mais frequentada no Jornal da Noite da SIC (4,6%) e no Telejornal da RTP1 (9%).
- ▶ Os *protagonistas* do *BE* são menos representados no Jornal da Noite da SIC (4,2%) e no Jornal Nacional da TVI (5,9%). Na RTP1 e RTP2, o *BE* é a quinta e quarta categoria mais frequentada (9% e 8,5, respectivamente), em igualdade com a *CDU*.
- ▶ Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os do *PEV* são os menos presentes na amostra. O Telejornal da RTP1 tem duas peças e o Jornal 2 da RTP2 tem uma única peça com um *protagonista* pertencente ao *PEV*. O Jornal da Noite da SIC e o Jornal Nacional da TVI, nos dias da amostra, não têm *protagonistas* do *PEV*.
- ▶ O Telejornal da RTP1 tem duas peças com *protagonistas* pertencentes a partidos extraparlamentares nos dias da amostra, o *MMS* e o *POUS*. O Jornal 2 da RTP2 tem cinco peças com

Fig. 35 – *Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais, por serviço de programas*

Pertença político-partidária dos actores políticos nacionais	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Governo	31,0	31,3	37,5	35,3	33,8
PPD/PSD	13,1	15,4	14,6	14,7	14,4
PS	12,7	15,4	14,2	10,5	13,1
CDS-PP	10,8	9,7	8,0	10,5	9,8
PCP/CDU	9,0	8,5	4,6	8,7	7,7
BE	9,0	8,5	4,2	5,9	6,9
Governo Regional da Madeira	0,4	0,4	0,4	1,4	0,7
POUS	0,4	0,8	0,4	0,3	0,5
MMS	0,4	0,4	0,8	0,3	0,5
MEP	–	0,4	1,1	–	0,4
PEV	0,7	0,4	–	–	0,3
PPM	–	0,4	0,4	–	0,2
PCTP/MRPP	–	–	0,4	0,3	0,2
PNR	–	–	0,4	0,3	0,2
Governo Regional dos Açores	–	–	0,4	–	0,1
PND	–	–	0,4	–	0,1
Vários Partidos Políticos	12,7	8,5	12,3	11,5	11,3
Total	100 (268)	100 (259)	100 (261)	100 (286)	100 (1.074)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *pertença político-partidária* identificada dos *protagonistas políticos nacionais* = 1074, RTP1 = 268, RTP2 = 259, SIC = 261, TVI = 286. Valores em percentagem. A *pertença político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-Presidente da República; primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de Estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; candidatos, militantes e membros político-partidários.*

protagonistas pertencentes a partidos extraparlamentares nos dias da amostra, o *MMS*, o *POUS*, o *PPM* e o *MEP*. O *Jornal da Noite da SIC* tem dez peças com *protagonistas* pertencentes a partidos extraparlamentares nos dias da amostra, o *PND*, o *PPM*, o *PCTP/MRPP*, o *PNR*, o *MEP*, o *MMS* e o *POUS*. O *Jornal Nacional da TVI* tem quatro peças com *protagonistas* do *PCTP/MRPP*, *PNR*, *POUS* e *MMS*.

Considerando os **valores agregados da *pertença político-partidária dos principais actores*** nos dias da amostra analisada:

(Nota: estes dados não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório do pluralismo político-partidário no serviço público, uma vez que estes abrangem apenas os actores principais de cada peça, e não todos os actores político-partidários presentes em cada peça).

Os valores relativos ao *Governo+PS* agregados:

- 51,7% na SIC.
- 43,7% na RTP1.
- 45,8% na TVI.
- 46,7% na RTP2.

Os valores relativos à *oposição parlamentar* em conjunto:

- 42,6% na RTP1.
- 42,5% na RTP2.
- 39,8% na TVI.
- 31,4% na SIC.

Os valores relativos à *oposição extra-parlamentar* em conjunto:

- 3,9% na SIC.
- 2% na RTP2.
- 1,2% na TVI.
- 0,8% na RTP1.

A figura 36 descreve a variável *qualidade* em que intervêm os principais actores identificados nas peças.

Esta variável agrega as categorias ***protagonista (quem fala e de quem se fala)*** e ***destinatário/alvo*** (alvo da crítica de terceiros).

Na categoria ***protagonista*** inclui-se o interveniente, pessoa que, na peça, não é alvo de crítica ou contestação de terceiros.

Na categoria ***destinatário/alvo***, inclui-se o interveniente, pessoa que, na peça, é alvo de crítica ou contestação de terceiros.

Considerando a *qualidade em que intervém* o principal actor, segundo a sua *pertença político-partidária* nos dias da amostra analisada:

Observa-se que, independentemente da sua *pertença político-partidária*, os principais actores das peças intervêm sobretudo na qualidade de *protagonistas* directos ou indirectos, isto é, intervindo mediante emissão do discurso do próprio ou através da descrição das suas acções ou declarações.

Fig. 36 – Qualidade em que intervêm os principais actores segundo a sua *pertença político-partidária*, por serviço de programas

Pertença político-partidária principal actor	%							
	Telejornal - RTP 1		Jornal 2 - RTP 2		Jornal da Noite - SIC		Jornal Nacional - TVI	
	Protagonista	Destinatário ou Alvo	Protagonista	Destinatário ou Alvo	Protagonista	Destinatário ou Alvo	Protagonista	Destinatário ou Alvo
Governo	67,5	32,5	75,3	24,7	66,3	33,7	58,4	41,6
Governo Regional dos Açores	-	-	-	-	100	-	-	-
Governo Regional da Madeira	100	-	100	-	-	100	100	-
PS	91,9	8,1	95,5	4,5	81,6	18,4	85,7	14,3
PPD/PSD	80,6	19,4	87,8	12,2	84,6	15,4	79,1	20,9
PCP/CDU	100	-	95,7	4,3	100	-	96,2	3,8
CDS-PP	86,2	13,8	88	12	95,2	4,8	96,7	3,3
BE	91,7	8,3	90,9	9,1	100	-	94,1	5,9
PEV	100	-	100	-	-	-	-	-
PND	-	-	-	-	100	-	-	-
PPM	-	-	100	-	100	-	-	-
PCTP/MRPP	-	-	-	-	100	-	100	-
PNR	-	-	-	-	100	-	100	-
POUS	100	-	100	-	100	-	100	-
MMS	100	-	100	-	100	-	100	-
MEP	-	-	100	-	100	-	-	-
Vários Partidos Políticos	79,4	20,6	68,2%	31,8	81,3	18,8	72,7	27,3
Total	81,7 (223)	18,3 (50)	84,9 (225)	15,1 (40)	79,5 (210)	20,5 (54)	76,8 (225)	23,2 (68)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças com *pertença político-partidária* identificada = 1095, RTP1 = 273, RTP2 = 265, SIC = 264, TVI = 293. Valores em percentagem. A *pertença político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *Ex-Presidente da República; Primeiro-ministro; ex-primeiros-ministros, ministros; secretários de Estado; representantes de organizações da UE; líderes partidários; deputados; candidatos; militantes e membros político-partidários.*

Nas peças, em que estes actores são também *alvo/destinatários* do discurso crítico de terceiros, os membros do *Governo* surgem mais frequentemente como *alvo/destinatários* de crítica na TVI (41,6% das peças), seguindo-se na SIC (em 33,7% das peças), na RTP1 (em 32,5% das peças) e na RTP2 (em 24,7% das peças).

O PSD é *destinatário/alvo* de crítica em 20,9% das peças em que surge na TVI, 19,4% na RTP1, 15,4% na SIC e 12,2% na RTP2.

O PS é *destinatário/alvo* de crítica em 18,4% das peças em que surge na SIC, 14,3% na TVI, 8,1% na RTP1 e 4,5% na RTP2.

O CDS é *destinatário/alvo* de crítica em 13,8% das peças em que surge na RTP1, 12% na RTP2, 4,8% na SIC e 3,3% na TVI.

O PCP é apenas *destinatário/alvo* de crítica na RTP2 e na TVI, em 4,3% e 3,8% das peças em que está presente, respectivamente.

O BE não é *destinatário/alvo* de crítica na SIC e é *destinatário/*

alvo de crítica em 9,1% das peças em que surge na RTP2, 8,3% na RTP1 e 5,9% na TVI.

Quando, na mesma peça, intervêm representantes dos *vários partidos políticos* (deputados, militantes, etc.) a propósito de uma mesma questão, estes também surgem maioritariamente na qualidade de *protagonistas*. São *alvo/destinatários* do discurso crítico de terceiros em 20,6% das peças em que surgem na RTP1, em 31,8% da RTP2, em 18,8% da SIC e em 27,3% na TVI.

(Nota: a tabela anterior descreve a variável qualidade em que intervêm o primeiro-ministro José Sócrates enquanto principal actor da peça. Agrega todas as peças em que o cidadão José Sócrates é identificado pelos operadores como primeiro-ministro, secretário-geral do PS, ou cabeça de lista pelo PS às Legislativas).

Verifica-se, através dos dados apresentados na figura 37, que o primeiro-ministro aparece na maior parte das peças na qualidade de *quem fala* (48,9%), ou seja, presta declarações em dis-

Fig. 37 – Qualidade em que intervém o primeiro-ministro enquanto principal actor, por serviço de programas

Qualidade em que surge o primeiro-ministro	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Quem fala na peça	57,4	53,2	40,4	44,7	48,9
De quem se fala na peça	12,8	23,4	23,4	10,6	17,6
Simultaneamente protagonista e alvo	23,4	19,1	25,5	23,4	22,9
Destinatário ou alvo da peça	6,4	4,3	10,6	21,3	10,6
Total	100,0 (47)	100,0 (47)	100,0 (47)	100,0 (47)	100,0 (188)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças em que o primeiro-ministro José Sócrates é identificado como *protagonista* com maior visibilidade na peça = 188, 47 em cada bloco informativo. Valores em percentagem.

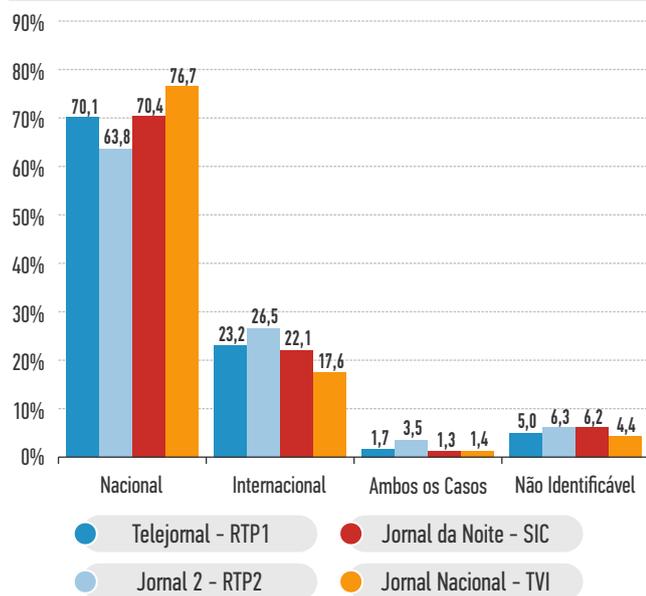
curso directo nos quatro serviços de programas, mas mais frequentemente na RTP1 e RTP2.

Surge também na dupla *qualidade* de *protagonista* e *alvo* em 22,9% das peças, o que significa que o contraditório político é feito dentro da mesma notícia, em particular na SIC.

Surge na qualidade de *destinatário* ou *alvo* de crítica de terceiros, em 10,6% das peças do conjunto dos noticiários. O Jornal Nacional da TVI apresenta quase o dobro de peças em que este actor é apenas visado como *alvo* do que o Jornal da Noite da SIC (em 21,3% das peças da TVI em que é notícia). Na RTP1 e na RTP2, este actor é apenas *alvo* em 6,4% e 4,3% das peças, respectivamente.

Quando agregadas as duas categorias em que este actor é visado (*simultaneamente protagonista e alvo + destinatário ou alvo da peça*), observa-se que o Jornal Nacional da TVI apresenta a maior percentagem de peças nesta situação, 44,7%, seguido pelo Jornal da Noite da SIC com 36,1%, pela RTP2 com 23,4% e pela RTP1 com 29,8%.

Fig. 38 – Nacionalidade dos principais actores, por serviço de programas

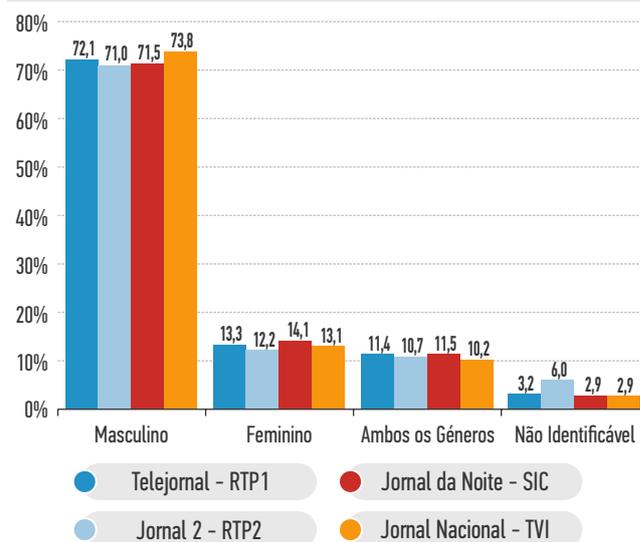


Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de casos com *protagonistas* identificáveis = 4408. Valores em percentagem.

- ▶ Segundo a figura 38, a grande maioria dos actores das peças televisivas são *nacionais* (70,6%) e apenas 22,1% são *internacionais* (geralmente, associados às áreas *comunidade internacional, ordem interna* ou *desporto*), 1,9% das peças têm *protagonistas nacionais e internacionais* e em 5,4% das peças não é possível identificar a proveniência dos actores.

- ▶ A RTP2 tem a maior percentagem de *actores internacionais* e a TVI tem a menor.
- ▶ A TVI tem a maior percentagem de *actores nacionais* e a RTP2 a menor.
- ▶ Genericamente, os serviços de programas do operador público apresentam um perfil mais internacional, em particular a RTP2.

Fig. 39 – Género dos principais actores, por serviço de programas

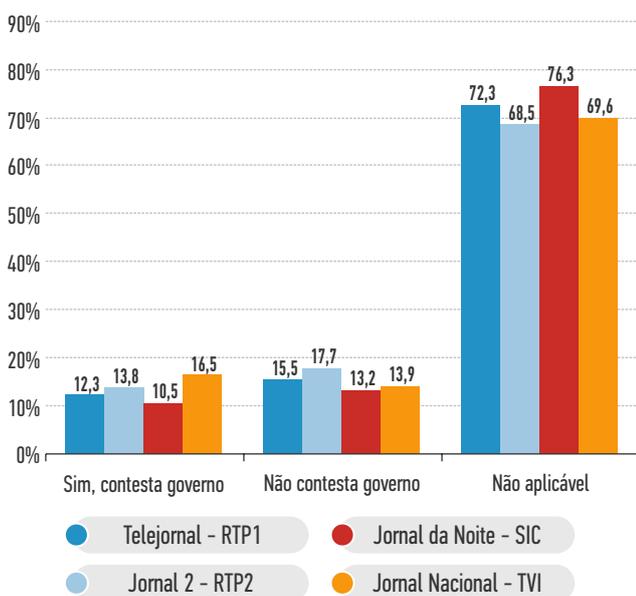


Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de casos com *protagonistas* identificáveis = 4408. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega *actores masculinos e femininos* que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de *protagonistas* previamente definidas).

- ▶ De acordo com a figura 39, a grande maioria dos *protagonistas* dos noticiários é do *género masculino*, tendência ligeiramente mais acentuada no Jornal Nacional da TVI.
- ▶ As peças em que surgem *protagonistas de ambos os géneros, masculino e feminino*, apresentam valores aproximados aos das peças onde os *protagonistas* são unicamente do *género feminino*.
- ▶ Apesar da diferença ser diminuta, o Jornal da Noite da SIC apresentou mais peças com *mulheres* no papel de *protagonistas*.
- ▶ Distribuindo equitativamente os valores percentuais da categoria *ambos os géneros* pelas outras duas categorias, a diferença entre o *género masculino* e o *género feminino* é de 60,5 pontos percentuais na TVI, 58,8 pontos percentuais na RTP1 e na RTP2 e 57,3 pontos percentuais na SIC.

Esta variável identifica todos os casos em que o assunto ou ideia abordada ou desenvolvida na peça inclui questões críticas à actividade ou política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer no discurso do operador.

Fig. 40 – Peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

Na figura 40 é analisada a variável crítica ou contestação à acção governativa. O total abrangido nesta análise refere-se à contabilização de todas as peças da amostra.

Na grande maioria das peças da amostra não é feita qualquer referência ao Governo ou à acção governativa, nem positiva nem negativa, pelo que esta variável *não se aplica*.

Em 16,5% do total de peças da TVI, em 13,8% das da RTP2, em 12,3% das da RTP1, e em 10,5% das da SIC, *existe crítica ao Governo nacional* ou seus representantes.

Em 17,7% do total de peças da RTP2, em 15,5% do total de peças da RTP1, em 13,9% das da TVI e em 13,2% das da SIC, *não existe crítica ao Governo nacional* ou seus representantes.

- ▶ Considerando apenas as peças que incluem alguma crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, apresentadas na figura 41, verifica-se que estas não se circunscrevem apenas às peças sobre política nacional, que naturalmente estão em maioria, mas também a diversos outros temas, em particular os relacionados com relações laborais, sistema judicial, economia, finanças e negócios e ordem interna. A mesma tendência se observa no que respeita aos protagonistas das peças com crítica ao Governo, onde predominam os actores da área política nacional, em particular os secretários-gerais dos partidos da oposição e, por outro lado, os ministros e primeiro-ministro, denotando o contraditório político.
- ▶ No que se refere à presença de comentadores nos blocos informativos, constante na figura 42, a sua intervenção nas peças analisadas não foi particularmente relevante (65 em 5037 peças), embora a TVI tenha o maior número de peças comentadas (36), incrementado pela presença de três comentadores residentes. O tema mais comentado na TVI, RTP2 e SIC é política nacional.
- ▶ A TVI é o serviço de programas que mais diversifica os temas do comentário/opinião, seguida da RTP2.

4. Modalidades de tratamento da informação

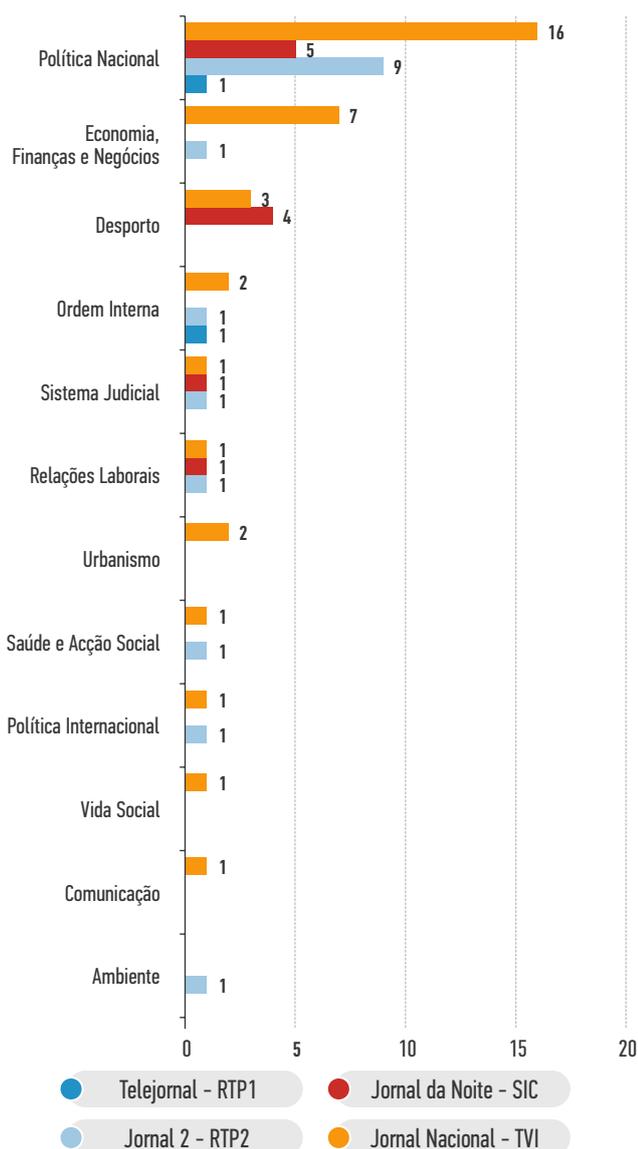
- ▶ Na maioria das peças não se identificam interesses atendíveis, pelo que este indicador *não é aplicável* (72,5% do conjunto dos noticiários).

Fig. 41 – Temas das peças com crítica ou contestação ao Governo ou à acção governativa, por serviço de programas

Temas das peças que incluem crítica à acção governativa	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Política Nacional	82,2	80,6	67,5	71,2	74,9
Relações Laborais	4,6	4,9	7,8	8,5	6,6
Sistema Judicial	3,9	3,5	9,1	6,6	5,9
Economia, Finanças e Negócios	3,3	3,5	5,8	3,8	4,1
Ordem Interna	2,6	3,5	3,9	1,4	2,7
Educação	2,0	2,1	3,2	1,9	2,3
Saúde e Acção Social	0,7	0,7	–	2,8	1,2
Urbanismo	–	–	0,6	1,4	0,6
Vida Social	0,7	0,7	0,6	0,5	0,6
Política Europeia	–	–	0,6	0,5	0,3
Sociedade	–	0,7	0,6	–	0,3
Defesa	–	–	–	0,5	0,2
Comunicação	–	–	–	0,5	0,2
Desporto	–	–	–	0,5	0,2
Total	100 (152)	100 (144)	100 (154)	100 (212)	100 (662)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Total de peças que incluem crítica à acção governativa = 662. Valores em percentagem.

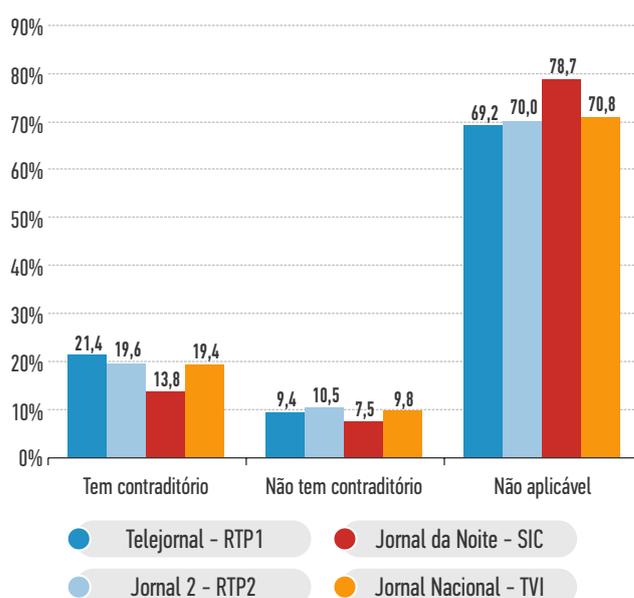
Fig. 42 – Temas objecto de comentário/opinião, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Números de peças com comentário/opinião nos blocos informativos = 65. Valores em números absolutos.

► Como se pode verificar pela figura 43, considerando, pois, apenas as peças em que se identificam interesses atendíveis, observa-se que estas, tendencialmente, respeitam o princípio do *contraditório*.

Fig. 43 – Princípio do contraditório, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos cinco blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A *peça tem contraditório* quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. *Não tem contraditório* quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria *não aplicável* aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol). Valores em percentagem.

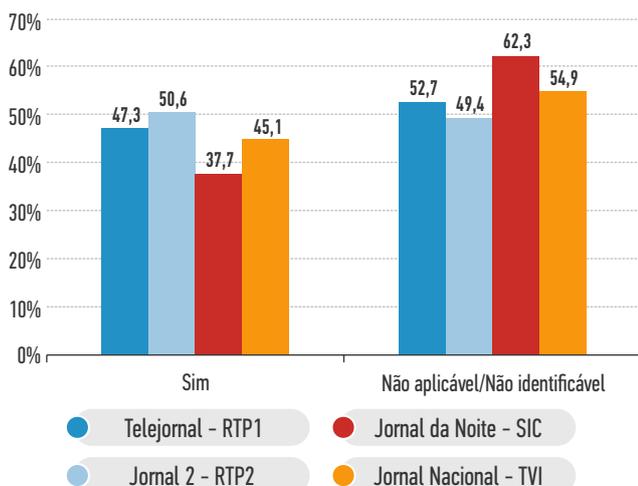
- O Telejornal da RTP1, nos dias da amostra analisada, emitiu a maior percentagem de peças em que esse princípio é respeitado, ou seja, *com contraditório*.
- O Jornal da Noite da SIC, nos dias da amostra analisada, emitiu a menor percentagem de peças em que esse princípio é respeitado.
- De todos os operadores, o Jornal 2 da RTP2, nos dias da amostra analisada, foi aquele que emitiu a maior percentagem de peças em que esse princípio não é respeitado, ou seja, peças *sem contraditório*.
- As *técnicas de ocultação* da identidade dos *protagonistas* não são frequentemente utilizadas nas peças da amostra por qualquer dos serviços de programas abrangidos na análise. Segundo os dados apresentados na figura 44, quando utilizadas estão

Fig. 44 – Técnicas de ocultação da identidade dos protagonistas, por serviço de programas

Técnicas de ocultação	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Distorção da imagem	4	3	8	9	24
Planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados	6	2	6	5	19
Planos em penumbra/silhueta	1	–	2	1	4
Ocultação de câmaras e/ou de dispositivos de gravação de som	–	–	–	1	1
Várias formas de ocultação	1	–	5	6	12
Outras técnicas de ocultação	2	–	–	–	2
Total	14	5	21	22	62

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de casos com técnicas de ocultação nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 62. Valores em números absolutos. Esta variável procura identificar as técnicas utilizadas para protecção da identidade das fontes e/ou dos actores nessas peças, designadamente a *distorção de imagem*; o recurso a *planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados*; de *planos de penumbra/silhueta*; de *nomes fictícios*; e, ainda, identificar a *ocultação de um mecanismo de gravação de som e/ou de câmaras no local do acontecimento*.

Fig. 45 – Cobertura de *acontecimentos planeados* por terceiros, por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Na tipologia dos acontecimentos considerada na análise define-se como *acontecimento planeado* aquele que é organizado por terceiros, seja o protagonista ou outros intervenientes não presentes na peça e acontecimento *não planeado*, aquele cuja iniciativa pertence aos meios de comunicação ou que resulta de situações não controladas pelos actores. Valores em percentagem.

essencialmente ligadas a assuntos como *crimes* (assaltos), *casos de justiça* (“caso Esmeralda”) ou *actividades policiais*.

- ▶ As técnicas mais utilizadas são *distorção de imagem* (24 peças), *planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados* (19 peças) e recurso a *várias formas de ocultação* na mesma peça (12).

Este indicador identifica a percentagem de peças baseadas em *acontecimentos planeados* que recebem cobertura jornalística por parte dos operadores.

Os dados apurados na figura 45 permitem constatar que cerca de 44,6% do total de peças analisadas incide sobre *acontecimentos planeados* pelas instituições que os protagonizam, apresentando a RTP2 a maior percentagem de peças nessas condições e a SIC a menor.

Esta variável identifica os acontecimentos e as problemáticas com cobertura jornalística continuada em 2009. Destacam-se não apenas pelo maior número de peças, mas também pela sua singularidade e continuidade na agenda. O que está em causa é aquilo que na linguagem jornalística se chama “news hook” ou “news peg”. O operador utiliza-os como forma de chamar a atenção para determinados assuntos, para que o telespectador seja capaz de os reconhecer, criando um background de conhecimento, uma espécie de compromisso em que o último é capaz de reconhecer os factos relatados, sem que o primeiro seja obrigado a relatar o acontecimento que esteve na sua origem. São acontecimentos que geralmente dão origem àquilo que em linguagem jornalística se denomina de “dossiers”, “casos”.

Inserem-se aqui não apenas as notícias que relatam os acontecimentos ocorridos, mas também as referentes a posteriores desenvolvimentos, como reacções e declarações públicas dos diversos intervenientes. Pelo facto de se tratar de situações específicas e circunscritas temporalmente, o método amostral é menos eficaz, descrevendo, pois, tendências reportáveis apenas aos dias incluídos na amostra.

Fig. 46 – “Acontecimentos” da agenda informativa televisiva em 2009, por serviço de programas

"Acontecimentos" da agenda 2009	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Gripe A	22,0	18,4	17,4	17,0	18,7
Freeport	13,9	15,3	14,6	16,6	15,0
BPN	9,0	12,1	8,0	14,9	10,8
Face Oculta	9,4	12,6	8,0	8,9	9,5
Transferência Cristiano Ronaldo	5,7	2,1	11,8	6,0	6,9
Conflito no Médio-Oriente	4,9	7,4	4,5	5,1	5,3
Cegueira no Hospital de Santa Maria	4,5	5,8	3,1	3,4	4,1
BPP	3,3	3,2	4,2	4,3	3,8
Avião Air France	3,7	1,1	4,5	3,0	3,2
Morte Michael Jackson	3,7	2,1	3,1	2,6	2,9
Derrocadas Praias de Albufeira	2,0	2,1	2,4	3,0	2,4
Casamento Homossexual	2,0	2,6	2,1	2,1	2,2
Testamento Vital	2,9	2,1	2,4	0,9	2,1
Empresa Qimonda	2,4	1,6	1,7	2,1	2,0
Alexandra "Menina Russa"	2,0	–	3,1	1,7	1,9
Escutas Telefónicas Belém	1,2	3,2	1,4	1,7	1,8
Maddie McCann	1,6	0,5	2,4	1,7	1,7
Casa Pia	1,2	1,6	1,7	1,7	1,6
Cimeira Ambiental Dinamarca	0,8	2,1	1,7	1,7	1,6
Cimeira G-20	2,4	2,6	0,7	0,4	1,5
BCP	1,2	1,6	0,7	1,3	1,1
Total	100(245)	100 (190)	100 (287)	100 (235)	100 (957)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de casos associados a “Dossiers” nos blocos informativos da RTP1, RTP2, SIC e TVI = 957.

Fig. 47 – Cobertura de Actos Eleitorais, por serviço de programas

Acto Eleitoral	%				
	Telejornal RTP 1	Jornal 2 RTP 2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	Total
Eleições Legislativas Nacionais	44,1	41,9	47,6	40,9	43,7
Eleições Europeias (Nacional)	22,4	22,8	17,7	22,6	21,3
Eleições Autárquicas	22,4	16,2	23,1	21,9	21,0
Conjunto de Eleições (Europeias/Autárquicas/Legislativas)	7,0	11,8	9,5	11,7	9,9
Eleições Internas dos Partidos	1,4	3,7	0,7	1,5	1,8
Eleições Legislativas Regionais (RAA)	2,1	1,5	0,7	0,7	1,2
Eleições Presidenciais (Candidatura Manuel Alegre)	0,7	1,5	0,7	0,7	0,9
Referendos (Municipal)	–	0,7	–	–	0,2
Total	100 (143)	100 (136)	100 (147)	100 (137)	100 (563)

Nota: total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Número de peças relacionadas com Actos Eleitorais nos blocos informativos = 563. Valores em percentagem.

Entre os acontecimentos planeados da área política mais frequentados estão, a título de exemplo, *visitas internas de partidos* (em campanha, arruadas, etc.), *conferências de imprensa*, *debates parlamentares*, *outras actividades parlamentares*, *comícios partidários*, entre outros.

A cobertura dos efeitos e desenvolvimentos da pandemia da Gripe A, destacou-se como o “dossier” mais relevante no ano de 2009 (fig. 46), quer pela sua permanência em agenda por um longo período temporal, quer pela abrangência em termos de *enfoque geográfico e temático*, passando pelo *enfoque político*, pelo *laboral*, *económico*, *judicial* e, naturalmente, pelo *tema saúde e acção social*; quer ainda por incorporar recursos discursivos mais frequentes no jornalismo, como a representação da actualidade através de entidades personalizadas (*actores e fontes*) e do seu potencial expressivo de um contexto social alargado.

Mereceram ainda destaque vários outros acontecimentos ou problemáticas, estando os “dossiers” Freeport, BPN e Face Oculta entre os mais frequentados nos dias analisados.

No que se refere à cobertura dos principais *actos eleitorais* (fig.47), destaca-se, pelo volume de peças, as *eleições legislativas nacionais*, em particular na SIC (47,6% do total de peças sobre *actos eleitorais*) e, com menor volume, na TVI (40,9%).

As *eleições para o Parlamento Europeu* são mais frequentes na RTP2 (22,8%) e menos na SIC (17,7%).

As *eleições autárquicas* são mais frequentes na SIC (23,1%) e menos na RTP2 (16,2%).

Possuem ainda um peso relevante as peças que conjugam elementos informativos sobre o *conjunto dos actos eleitorais* realizados em 2009, designadamente relacionados com a calendarização e efeitos de contaminação das diversas eleições.

No que se refere a *eleições internas dos partidos*, destaca-se a referente à liderança do PSD (mais acentuada na RTP2).

Em termos eleitorais, teve ainda lugar a eleições para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores, com maior relevo nos dois serviços de programas do operador público.

Embora não se tenham realizado *eleições presidenciais*, denota-se já a antecipação das mesmas com peças sobre eventuais cenários eleitorais e, fundamentalmente, sobre a possível e posteriormente confirmada candidatura de Manuel Alegre a Presidente da República.

SÍNTESE CONCLUSIVA

Em termos gerais:

1. O contexto *político nacional* foi marcado pelos actos eleitorais e por congressos partidários. Na agenda parlamentar estiveram ainda os designados “casos BPN, Freeport, Face Oculta e escutas telefónicas em Belém”. Ao nível dos *temas* ligados à *saúde*, destacou-se a mediatização da Gripe A e o caso dos doentes oftalmológicos do Hospital de Santa Maria. O ano foi ainda atravessado pelos efeitos da *crise financeira e económica*, designadamente ao nível laboral, em torno do aumento do desemprego e do encerramento de empresas. Do ponto de vista da *ordem interna*, destacaram-se as derrocadas nas praias de Albufeira, e do ponto de vista judicial, ainda o “caso Alexandra – menina russa”.
2. No contexto internacional, destacou-se o acompanhamento do primeiro ano da presidência de Barack Obama, a continuidade da cobertura dos conflitos no Médio Oriente e da actividade da *política europeia*. A pandemia da Gripe A marcou também a agenda internacional, a par, no plano cultural, da mediatização da vida e obra do cantor Michael Jackson na sequência do seu falecimento.
3. A análise comparativa dos quatro blocos informativos supracitados permite identificar um conjunto de tendências e persistências,

nomeadamente se comparados com os dados apurados em 2008. Esses elementos são resumidos a seguir, encontrando-se os dados e os detalhes a que reportam expostos nos capítulos dedicados a cada um dos operadores.

4. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos quatro serviços de programas, patente na selecção e hierarquização dos *temas*, *protagonistas* e *fontes político-partidárias* que são objecto de cobertura no seu principal bloco informativo, facto em parte justificado pela realização das eleições europeias, legislativas e autárquicas em 2009. A *política nacional* destaca-se especialmente na RTP2 e na TVI.

5. Por outro lado, observa-se uma maior atenção do Telejornal da RTP1 e do Jornal Nacional da TVI à cobertura da actividade *desportiva* e à presença dos seus *protagonistas* e *fontes* nas peças emitidas, enquanto o Jornal da Noite da SIC continua a destacar-se na mediatização de questões relacionadas com a segurança de pessoas e bens, isto é, a *ordem interna*.

6. Também a presença mais frequente da informação internacional no Jornal 2 e, em menor medida, no Telejornal da RTP1, comparativamente aos blocos informativos dos operadores privados, constitui marca distintiva da informação do operador público, mais consistente na RTP2.

7. O Jornal 2 da RTP2 destaca-se igualmente dos restantes serviços de programas pela relevância conferida a assuntos e *protagonistas* da área da *cultura*, essencialmente devido à rubrica “cartaz”.

8. Transversal aos quatro serviços de programas está também o relevo conferido em 2009 à informação *económica e financeira* devido às consequências da *crise financeira e económica* e às investigações em torno da situação de alguns bancos nacionais.

9. Por outro lado, a duração mais reduzida do Jornal 2 da RTP2 e do Telejornal da RTP1 relativamente aos blocos informativos dos operadores privados, aproxima o serviço de programas público dos modelos de televisão pública europeus, não obstante a RTP1 estar ainda longe da maioria deles nesse indicador.

10. Não é, contudo, nítida, a existência de uma “marca” diferenciadora do serviço público relativamente aos operadores privados. De facto, o mimetismo de agendas entre a RTP1, a SIC e a TVI verifica-se também nas ausências, patente, por exemplo, na escassez de cobertura jornalística de *temas* e *protagonistas* que traduzam a diversidade cultural do país, nomeadamente *grupos minoritários* associados, em especial, à imigração e às comunidades religiosas.

11. Também a frequente omissão das *fontes* de informação consultadas nos blocos informativos do operador público e dos privados, merece reparo pelo que significa de menor rigor conferido à informação. No entanto, há que salientar uma tendência generalizada para o acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas em 2009, face a 2007 e 2008. A esta tendência junta-se o acréscimo de peças que identificam *fontes* de informação *múltiplas* e, pelo contrário, a diminuição da percentagem de peças com *fontes únicas*.

12. A omnipresença do *futebol* (o assunto mais frequente na informação de três dos quatro serviços de programas), com prejuízo da cobertura de *outras modalidades desportivas*, deve ser assinalada.

13. Relativamente ao operador SIC, denota-se a importância conferida a *temas* da categoria *ordem interna*, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente a *crimes e violência* e *acidentes e catástrofes*.

14. É, por outro lado, de salientar a maior atenção conferida este ano por ambos os operadores privados à cobertura da *política nacional*, em especial à actividade partidária, na sequência dos três actos eleitorais, e à actividade governativa.

15. Ao nível da diversidade geográfica nacional, embora prevaileçam, nos quatro serviços de programas, as peças com *enfoque nacional* não especificado, a região da *Grande Lisboa* é predominante nos quatro serviços de programas, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre *temas* ou *protagonistas* de regiões como o *Alentejo*, o *Algarve* e as *Regiões Autónomas*.

16. No plano do contexto geográfico internacional, o Jornal 2 da RTP2 destaca-se claramente, o que, decorrente dos assuntos tratados, denota um perfil mais internacional deste serviço de programas. Nos vários serviços de programas destaca-se os países da *União Europeia*, bem como os *Estados Unidos da América* e o *Brasil*. O *continente africano* continua a ser pouco valorizado, nomeadamente os PALOP.

Em particular:

17. O bloco informativo com menor *duração média* e com a menor *duração média* das notícias é o Jornal 2 da RTP2.

18. O bloco informativo com maior *duração média* é o Jornal da Noite da SIC e o bloco informativo com a maior *duração média* das notícias é o Jornal Nacional da TVI.

19. A *duração média* dos quatro blocos informativos é de 53 minutos e 52 segundos.

20. A duração média das notícias é de 1 minuto e 52 segundos.
21. *Economia, finanças e negócios, sistema judicial e saúde* são temas de relevo transversal nos quatro serviços de programas, justificado, respectivamente, pela *crise financeira*, pelos processos judiciais mediáticos, como por exemplo “Face Oculta”, e ainda pela pandemia da Gripe A.
22. A *ordem interna* e o *desporto* justificam também o número de *aberturas*, de *promoções (teaser)* e de *directos* em todos os serviços de programas, excepto na RTP2, que privilegia a *política internacional* e a *cultura*.
23. Os quatro serviços de programas privilegiam os *subtemas* *acidentes e catástrofes* e *crimes e violência* na *temática ordem interna*. A SIC confere maior relevo a estes assuntos do que os restantes operadores.
24. Em todos os serviços de programas, *actividades/propostas genéricas dos partidos políticos* é o *subtema* mais frequente na *temática política nacional*. A RTP1 e a RTP2 conferem maior relevo a este assunto do que a SIC ou a TVI.
25. *Futebol* (categoria do *desporto*) é o *subtema* mais frequente na amostra total e, individualmente, na TVI, SIC e RTP1, a grande distância de outros *subtemas* do *desporto*, sendo o primeiro também dentro desta categoria. A TVI confere maior relevo ao *futebol* do que a SIC ou a RTP1. No Jornal 2 da RTP2 esta categoria está pouco representada.
26. O *tema relações laborais* é pouco saliente nos quatro serviços de programas, sendo ligeiramente mais frequente enquanto *tema* dominante na TVI e na RTP2 do que na RTP1 ou na SIC. O *subtema emprego/desemprego*, o mais representado nesta categoria, é mais saliente na TVI e menos na RTP1.
27. Ao nível da diversidade geográfica, embora grande parte das notícias sobre o país não se refiram a uma região em particular, a região da *Grande Lisboa* é a mais referida pelos quatro serviços de programas, com valores aproximados, embora ligeiramente mais elevados na RTP2 e na RTP1. As restantes regiões do *Algarve* e do *Alentejo* e as *Regiões Autónomas* estão fracamente representadas em todos os serviços de programas.
28. Quanto às peças com enfoque internacional, salienta-se uma maior presença e diversidade desta área na informação do operador público e em particular na RTP2. A presença dos países africanos de expressão portuguesa, sendo residual na informação dos quatro serviços de programas, possui mais relevo na RTP2 e RTP1 do que nos restantes.
29. A mediatização de questões do âmbito da União Europeia levou a uma concentração dos operadores em peças sobre países europeus, destacando-se a TVI e a RTP1. O *continente americano* destacou-se pela cobertura da actividade do presidente Obama, em particular na RTP1.
30. As *fontes* oriundas da área política, designadamente o *Governo nacional*, são a principal *fonte* de informação dos quatro blocos informativos, tendência mais acentuada na SIC.
31. Na maioria das peças que requerem uso do *princípio do contraditório*, isto é, em que se identificam interesses atendíveis, verifica-se que os serviços de programas respeitam, tendencialmente, o *princípio do contraditório*. A RTP1, nos dias da amostra, emitiu a maior percentagem de peças *com contraditório* e a SIC a menor.
32. Nas peças em que se identificam *protagonistas* das notícias, a grande maioria dos casos nos quatro serviços de programas, verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos *actores* da área *política nacional*, ligeiramente mais acentuada na RTP2, seguida da TVI.
33. Os *protagonistas do desporto*, a maioria do *futebol*, ocupam o segundo lugar entre os *protagonistas* do *Telejornal* da RTP1, do *Jornal da Noite* da SIC e do *Jornal Nacional* da TVI. No *Jornal 2* da RTP2 esta posição é ocupada pelos *protagonistas da comunidade internacional*.
34. Entre os *protagonistas* da categoria *política nacional*, os *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* estão entre os mais presentes nos serviços de programas, com valores aproximados e na seguinte sequência: RTP2, RTP1, TVI e SIC.
35. Os *ministros* e o *primeiro-ministro* estão também entre os *protagonistas* da categoria *política nacional* mais salientes, em particular na SIC.
36. Em 2009, devido à realização de três actos eleitorais, os *protagonistas políticos* da categoria *cabeça de lista* estão particularmente bem representados.
37. Considerando apenas os *protagonistas* que surgem nas peças associados a uma determinada *pertença político-partidária*²,

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

predominam os membros do *Governo* nos quatro blocos informativos, com maior representatividade nos operadores privados do que nos serviços de programas do operador público.

38. Os *protagonistas* do *PSD* representam a segunda categoria mais frequente nos quatro blocos informativos, com maior incidência no Jornal 2 e menor no Telejornal, ambos do operador público.

39. Os *protagonistas* do *PS* estão mais representados no Jornal 2 da RTP2 e no Jornal da Noite da SIC.

40. Os *protagonistas* do *CDS/PP* estão mais representados no Jornal Nacional da TVI e no Telejornal da RTP1.

41. Os *protagonistas* do *PCP/CDU* estão mais representados no Telejornal da RTP1 e no Jornal Nacional da TVI.

42. Os *protagonistas* do *BE* estão mais representados no Telejornal da RTP1 e no Jornal 2 da RTP2.

43. Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os do *PEV* são os menos representados, com presença residual nos serviços de programas do operador público e inexistente nos privados, na amostra analisada.

44. Nos dias da amostra, a presença de *protagonistas* pertencentes a partidos extraparlamentares tiveram presença residual nos quatro serviços de programas, embora estejam mais presentes na SIC, que também diversifica mais a representação partidária.

Anexo I

Técnica de Amostragem

RTP1, RTP2, SIC e TVI – 2009

Definição da Amostra dos Blocos Informativos das 20h00 da RTP1, SIC e TVI e das 22h00 da RTP2

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A amostragem proporciona resultados aproximados e tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização de programas informativos nos serviços de programas de Televisão.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- ▶ Erro de amostragem inferior a 5%.
- ▶ Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: são todos os blocos informativos de horário nobre na RTP1, RTP2, SIC e TVI no ano de 2009.

Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de blocos informativos.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população, devido a limitações de recursos humanos e tempo, sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a que representamos de seguida:

1) DEFINIÇÃO DO INTERVALO AMOSTRAL

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/7), logo o intervalo amostral será 7. O objectivo será analisar apenas um dia por semana. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 8.

2) CRIAÇÃO DE UMA LISTA SEQUENCIAL DOS ELEMENTOS DA POPULAÇÃO

É possível gerar N grupos com 7 elementos cada. Na realidade, cada grupo será uma semana.

Grupo 1 → {1,2,3,4,5,6,7}

Grupo 2 → {7,8,9,10,11,12,13,14}

Grupo 3 → {15,16,17,18,19,20,21}

...

Grupo N → {[$(N-1) \times 7$]+1, [$(N-1) \times 7$]+2, ..., [$(N-1) \times 7$]+6, $N \times 7$ }

3) SELECÇÃO ALEATÓRIA E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Seleccção aleatória de um número entre 1 e 7, que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial, como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleccção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número correspondente a sexta-feira (02/01/2009).

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral, e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números: {2, 10, 18, 26, 34, 42, 50, 58, 66, 74, 82, 90, 98, 106, 114, 122, 130, 138,}

O que corresponde a:

{sexta-feira (02-01-09); sábado (10-01-09);.....; segunda-feira (28-12-09)}

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

De seguida são referidas duas abordagens: a primeira considera os noticiários como unidades de amostra, no segundo caso a análise contempla as notícias.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada nos quadros (1 e 2) e nos gráficos (1 e 2) seguintes.

Quadro 1 – Erro máximo da amostra relativo a 2009 – Noticiários

Canais / Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da amostra	EMA %
RTP 1	365	46	1.460	184	6,7564
RTP 2	365	46	365	46	13,5267
SIC	365	46	365	46	13,5267
TVI	365	46	365	46	13,5267
TVI	365	46	365	46	13,5267

Fonte: Markttest / MediaMonitor / Telenews.

Quadro 2 – Erro máximo da amostra relativo a 2009 – Notícias

Canais / Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da amostra	EMA %
RTP 1 + RTP 2 + SIC + TVI	365	46	44.361	5.037	1,3001
RTP 1	365	46	10.868	1.240	2,6196
RTP 2	365	46	8.264	1.042	2,8383
SIC	365	46	13.495	1.468	2,4147
TVI	365	46	11.734	1.287	2,5777

Fonte: Markttest / MediaMonitor / Telenews.

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir

o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{1/2}$$

Gráfico 1 – Erro máximo de amostragem e a desagregação de dados – Noticiários

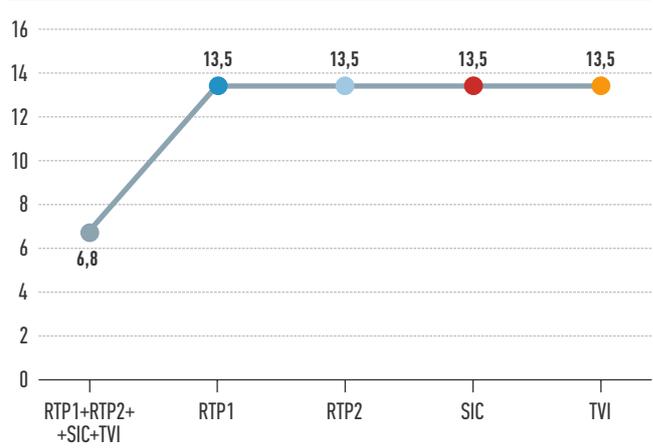
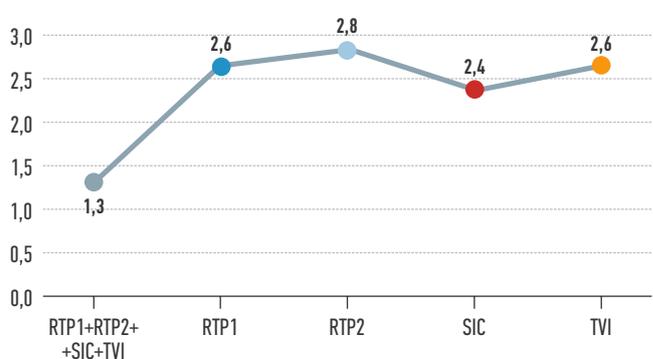


Gráfico 2 – Erro máximo de amostragem e a desagregação de dados – Notícias



DESCRIÇÃO DAS VARIÁVEIS ANALISADAS

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização dos blocos informativos de horário nobre emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização dos blocos informativos está organizada de modo a corresponder a seis grandes dimensões de análise:

- a) Caracterização
- b) Tratamento e modalidades de mediatização
- c) Análise temática
- d) Análise das fontes de informação
- e) Análise de actores
- f) Incumprimento da legislação aplicável

LISTAGEM DOS INDICADORES OU VARIÁVEIS

A) INDICADORES DE CARACTERIZAÇÃO GERAL

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que

permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como o bloco informativo em que se insere.

1. Código identificador

Definição conceptual: esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (peça noticiosa).

2. Nome do programa e do canal

Definição conceptual: esta variável identifica o nome do bloco informativo e do serviço de programas de televisão a que corresponde a unidade de análise (peça noticiosa) em causa.

3. Data (aaaammdd)

Definição conceptual: esta variável identifica a data completa correspondente à edição da publicação que se encontra sob análise.

4. Duração total do bloco informativo

Definição conceptual: esta variável identifica a duração total do bloco informativo onde se insere a unidade de análise em estudo.

5. Duração exacta da peça

Definição conceptual: esta variável identifica o tempo total de duração da unidade de análise em estudo.

6. Título da peça

Definição conceptual: esta variável identifica, de forma sucinta, o título da unidade de análise em causa.

B) INDICADORES DA TEMÁTICA

7. Temática dominante e secundária

Definição conceptual: esta variável visa identificar o assunto, acontecimento ou problemática preponderante que a peça aborda ou desenvolve.

8. Existência de autopromoção

Definição conceptual: esta variável identifica a existência de autopromoção numa peça noticiosa. Considera-se autopromoção quando existe publicidade relativamente a produtos, serviços ou programas do próprio operador de televisão.

9. Acontecimento planeado

Definição conceptual: esta variável visa identificar se a peça é construída no âmbito de um acontecimento previamente agendado por terceiros ou espontâneo.

C) INDICADORES DE TRATAMENTO E MODALIDADES DE MEDIATIZAÇÃO

10. Promoção

Definição conceptual: esta variável identifica a existência de promoção (*teaser*) da unidade de análise em estudo no alinhamento do bloco informativo correspondente.

11. Posição da peça no alinhamento

Definição conceptual: esta variável identifica a localização da unidade de análise no alinhamento do bloco informativo correspondente.

12. Registo jornalístico

Definição conceptual: identificação do modelo ou registo discursivo dominante da peça. Identifica se a peça tem como finalidade a informação (sendo o seu conteúdo da responsabilidade do operador) ou a opinião (estando o seu conteúdo dependente de actores manifestamente identificados como comentadores).

13. Elementos opinativos presentes no discurso do operador

Definição conceptual: esta variável identifica a existência de elementos opinativos no discurso do operador (representado pelo pivô, pelo repórter, pelos elementos gráficos/icónicos associados ao pivô (bolacha) e pelos destaques gráficos – legendas com destaques sobre a peça).

14. Formato em directo

Definição conceptual: esta variável identifica o formato temporal em que a unidade de análise é transmitida.

15. Contraditório

Definição conceptual: o preenchimento desta variável pressupõe a existência de uma crítica ou acusação. A lógica dos “interesses atendíveis” deve ser aplicada tendo em conta este critério e a necessidade de contraditório e não o do princípio do equilíbrio. Procura-se, assim, avaliar se o tema abordado na peça pressupõe que o operador reporte a posição de quem faz a acusação/crítica e de quem é acusado/criticado.

16. Enfoque da peça

Definição conceptual: esta variável procura avaliar a relação entre o conteúdo da peça e o tipo de tratamento do assunto a ela subjacente.

17. Enfoque geográfico

Definição conceptual: Identificação do alcance geográfico, isto é, o âmbito geográfico em que incide o enfoque da notícia. Considera-se que o assunto de determinada peça pode ser enquadrado como enfoque numa região do país (regional), no país como um todo (nacional), num plano internacional, ou na combinação desses planos.

18. Local da acção em Portugal

Definição conceptual: especificação da região de Portugal sobre a qual incide o enfoque da notícia.

19. Local da acção em país estrangeiro

Definição conceptual: especificação do país estrangeiro sobre o qual incide o enfoque da notícia.

D) INDICADORES DE ANÁLISE DE FONTES DE INFORMAÇÃO**20. Fonte principal**

Definição conceptual: esta variável visa reconhecer e classificar a pessoa, o grupo, a instituição e/ou o documento consultado(s) e estruturante na construção da peça. Fonte de informação a quem é atribuído o maior número de informações presentes no conteúdo da peça, consultada e normalmente referida na abertura.

21. Fonte documental

Definição conceptual: esta variável identifica se a fonte de informação referida é proveniente de um documento.

22. Número de fontes de informação dentro da peça

Definição conceptual: esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número de fontes de informação consultadas na peça.

23. Concordância das fontes de informação

Definição conceptual: esta variável identifica as diferentes posições – consonantes ou dissonantes – manifestadas pelas diversas fontes que intervêm numa determinada peça.

E) INDICADORES DE ANÁLISE DE ACTORES**24. Especialistas/comentadores (variável aberta)**

Definição conceptual: esta variável identifica o nome dos indivíduos de qualquer âmbito profissional que comentam factos ou acontecimentos em causa no bloco informativo em estudo.

25. Principal actor

Definição conceptual: esta variável visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificados de forma manifesta como protagonistas da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no surgimento e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça.

26. Nacionalidade do principal actor

Definição conceptual: esta variável identifica a nacionalidade do principal actor, ou seja, trata-se de perceber se é um actor nacional ou internacional.

27. Género do principal actor

Definição conceptual: esta variável identifica o género do principal actor (masculino ou feminino).

28. Pertença político-partidária do principal actor

Definição conceptual: esta variável identifica o partido político do principal actor apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

29. Qualidade em que aparece o principal actor

Definição conceptual: esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o principal actor aparece na peça.

F) OUTROS INDICADORES**30. Advertência prévia dos profissionais de televisão**

Definição conceptual: esta variável permite identificar toda e qualquer advertência prévia formal por parte do pivô ou outro profissional do canal em causa, incluindo sinalética, relativa à natureza do conteúdo das imagens ou discursos apresentados.

31. Técnicas de ocultação

Definição conceptual: esta variável identifica as técnicas utilizadas para disfarçar a imagem e/ou a voz dos protagonistas das peças noticiosas, ou para ocultar a presença de mecanismos de gravação no local do acontecimento.

32. Crítica ou contestação à acção governativa

Definição conceptual: esta variável identifica todos os casos em que o assunto ou ideia preponderante que a peça aborda ou desenvolve se centra em questões críticas à actividade ou política desenvolvida pelo Governo nacional e seus representantes, quer centrada no discurso de terceiros, quer pela construção do discurso jornalístico.

33. Cobertura de actos eleitorais

Definição conceptual: identifica todos os casos em que a peça aborda ou desenvolve questões associadas a actos eleitorais, designadamente no acompanhamento da pré-campanha e campanha eleitoral para eleições presidenciais, legislativas, autárquicas, europeias e referendos.

34. "Acontecimentos" da agenda informativa televisiva

Definição conceptual: esta variável identifica os acontecimentos e as problemáticas com cobertura jornalística continuada no ano em análise. Destacam-se não apenas pelo maior número de peças, mas também pela sua singularidade e continuidade na agenda. O que está em causa é aquilo que na linguagem jornalística se chama, "news hook" ou "news peg". São acontecimentos que geralmente dão origem àquilo que em linguagem jornalística se denomina de "dossiers", "casos".

Serviço Público de Televisão – Telejornal da RTP1 (informação complementar)

Sobre os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre explorados pelo operador de serviço público (RTP1 e RTP2) e pelos operadores privados licenciados (SIC e TVI) impende um conjunto de obrigações em matéria de programação televisiva, cujo acompanhamento deve ser assegurado pela ERC.

O presente capítulo analisa a conformidade da informação diária emitida pelo serviço de programas RTP1 no seu principal bloco informativo com essas obrigações.

A) DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NO TELEJORNAL DA RTP1

1.1. INDICADORES DE DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL

A análise da diversidade, do pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- ▶ Nos *temas* abordados.
- ▶ Nas *fontes* de informação.
- ▶ Nos *actores/protagonistas* presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1240 peças noticiosas emitidas pelo Telejornal entre Janeiro e Dezembro de 2009. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no capítulo anterior.

B) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NOS TEMAS ABORDADOS

A identificação dos *temas* mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, o(s) conceito(s) de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo do operador público.

Durante o período temporal que compõe a amostra analisada, o Telejornal emitiu um total de 1240 peças noticiosas em 46 noticiários.

Das 21 categorias *temáticas* previamente definidas, todas estão

representadas no Telejornal da RTP1 enquanto *tema* principal da peça.

São as seguintes as categorias *temáticas* mais representadas, como se pode verificar na figura 8, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI:

- ▶ *Política nacional* (25,3% do total das peças) é o *tema* dominante.
- ▶ Seguem-se *ordem interna* (12,7%) e desporto (12,5%).
- ▶ *Economia, finanças e negócios* (8,7%) e *política internacional*, a par de *saúde e acção social* (7,2% cada) são, respectivamente, o quarto e quinto temas mais frequentes do total.
- ▶ Os *temas* *crença e religião*, ciência e tecnologia, educação, comunicação, urbanismo, defesa, grupos minoritários e população são residuais (entre 0,2% e 0,9%).
- ▶ *Relações laborais* foi *tema* principal em 3,5% do total de peças do Telejornal, centrado nas questões do *emprego/desemprego* e *greves, protestos e manifestações laborais*.

Nota: os dados sobre *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, descreve o *enfoque geográfico* dos conteúdos emitidos no Telejornal, assim distribuídos:

- ▶ 48,1% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional*, não se referindo especificamente a qualquer região do país.
- ▶ O *enfoque internacional* aparece contemplado em 18,5% das peças, enquanto o *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro* surge em 11,5% dos registos. O *enfoque internacional com envolvimento do país* surge em 8% do total de peças.
- ▶ O *enfoque regional* corresponde a 14% das peças transmitidas e analisadas no Telejornal da RTP1.
- ▶ No que respeita ao *local onde decorre a acção*, a região mais presente é a da *Grande Lisboa* em 26,5% dos registos, apesar da maior parte das peças do Telejornal não especificarem o local onde decorre a acção narrada (44,1%).

A figura 21, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, descreve o *país estrangeiro onde decorre a acção* dos conteúdos emitidos no Telejornal. Diz respeito a 470 peças, que equivalem a 37,9% do universo total pesquisado. Sobre o *país estrangeiro onde decorre a acção* pode constatar-se que:

- ▶ Cerca de 47,2% ocorrem no *continente europeu*. Os países mais referenciados são *Espanha* e *Reino Unido*, seguidos de *Alemanha*, *França* e *Itália*.
- ▶ O *continente americano* é o segundo mais representado no cenário internacional, referenciado em 19,8% dos noticiários. Os *Estados Unidos* representam 62,4% destes conteúdos, sendo que o *Brasil* figura em segundo lugar (17,2%).
- ▶ Em termos de representatividade dentro do cenário internacional, o *continente asiático* aparece em terceiro lugar na amostra, com 9,6%. Israel e Irão (13,3% cada) e Afeganistão e Paquistão (11,1% cada) são os países mais referenciados, sendo que a maior parte destas peças se referem a *temáticas de política internacional*.
- ▶ Já os noticiários com *ênfoque* sobre o *continente africano* e a *Oceânia* apresentam valores residuais.
- ▶ Relativamente a *África*, destaca-se a presença de *Angola* e da *Guiné-Bissau* (18,8% cada), *África do Sul* e *Somália* (12,5% cada). A presença de alguns países africanos prende-se com visitas oficiais de dirigentes europeus e norte-americanos.
- ▶ A baixa representatividade estatística de certos países e con-

tinentes pode justificar-se pela saliência do *ênfoque em vários países* ou *internacional*, com um peso de 19,8% sobre o total de registos.

A figura 1 mostra o *local de acção* por temas abordados nas peças:

- ▶ As peças com *local de acção* em *Portugal* presentes na amostra (1011) incidem sobre *política nacional* (31,1%), *desporto* (14,1%) e *ordem interna* (10,6%).
- ▶ As peças com incidência na *Grande Lisboa*, a região mais representada nas peças (268), possuem como temas dominantes *política nacional* (36,6%), *ordem interna* (13,4%), *desporto* (13,1%) e *saúde e acção social* (7,8%).
- ▶ As peças com incidência no *Norte*, *Centro*, *Grande Porto* e *Alentejo*, possuem como tema dominante *política nacional* (em 34,1%, 31,1%, 25,4% e 40%, respectivamente). Num ano com três actos eleitorais, a *temática* surge geralmente associada a *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*. Os assuntos incluídos na *ordem interna* também foram predominantes no *Norte* (25%), no *Centro*, a par de *economia*, *finanças* e *ne-*

Fig. 1 – Incidência geográfica por temas

Temas	Local de acção em Portugal										Local de acção em país estrangeiro							
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma dos Açores	Várias Regiões de Portugal	Sem Região Especificada	Total de peças com incidência geográfica nacional	Continente Europeu	Continente Americano	Continente Asiático	Oceânia	Continente Africano	Vários Países/Enfoque Internacional Genérico	Total de peças com incidência geográfica internacional
	%																	
Política Nacional	34,1	25,4	31,1	36,6	40,0	4,3	30,8	25,0	25,4	29,8	31,1	12,2	2,2	-	-	-	2,2	6,6
Ordem Interna	25,0	12,7	13,1	13,4	13,3	39,1	15,4	50,0	20,3	3,4	10,6	18,0	16,1	13,3	100,0	12,5	7,5	15,1
Desporto	6,8	22,2	8,2	13,1	3,3	13,0	23,1	-	3,4	17,3	14,1	22,5	6,5	2,2	-	6,3	15,1	15,3
Economia, Finanças e Negócios	-	11,1	13,1	4,9	3,3	13,0	15,4	-	1,7	13,2	9,3	6,3	11,8	2,2	-	6,3	16,1	8,9
Saúde e Acção Social	4,5	4,8	1,6	7,8	6,7	17,4	-	-	-	9,4	7,4	5,0	12,9	-	-	-	11,8	7,2
Política Internacional	-	-	1,6	0,4	3,3	-	7,7	-	-	1,8	1,2	7,2	22,6	64,4	-	31,3	18,3	18,7
Sistema Judicial	18,2	3,2	8,2	5,6	-	4,3	-	-	5,1	9,2	7,4	4,1	1,1	2,2	-	-	5,4	3,4
Cultura	-	1,6	1,6	5,6	6,7	-	-	-	6,8	2,0	3,2	5,0	9,7	2,2	-	6,3	6,5	6,0
Relações Laborais	4,5	11,1	8,2	2,6	6,7	-	-	-	5,1	3,6	4,2	1,4	1,1	-	-	6,3	2,2	1,5
Vida Social	2,3	3,2	6,6	2,2	3,3	4,3	-	-	1,7	3,6	3,2	4,1	6,5	4,4	-	6,3	5,4	4,9
Sociedade	2,3	1,6	1,6	1,9	-	4,3	-	-	3,4	1,3	1,7	1,4	4,3	2,2	-	-	2,2	2,1
Ambiente	-	-	1,6	1,5	3,3	-	7,7	25,0	20,3	0,2	2,1	1,4	1,1	-	-	-	1,1	1,1
Política Europeia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,2	1,0	7,2	-	-	-	6,3	1,1	3,8
Crença e Religião	2,3	-	-	0,4	-	-	-	-	-	0,4	0,4	1,8	1,1	4,4	-	12,5	1,1	2,1
Ciência e Tecnologia	-	-	1,6	0,4	6,7	-	-	-	1,7	0,7	0,8	0,5	2,2	-	-	-	-	0,6
Educação	-	1,6	-	0,4	3,3	-	-	-	3,4	0,7	0,8	0,5	-	-	-	-	-	0,2
Comunicação	-	-	-	1,1	-	-	-	-	-	0,4	0,5	0,5	-	-	-	-	-	0,2
Urbanismo	-	-	-	0,7	-	-	-	-	-	0,2	0,3	0,9	1,1	-	-	-	1,1	0,9
Defesa	-	1,6	1,6	0,4	-	-	-	-	1,7	0,2	0,5	-	-	2,2	-	6,3	2,2	0,9
Grupos Minoritários	-	-	-	0,7	-	-	-	-	-	-	0,2	0,5	-	-	-	-	-	0,2
População	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	-	-	-	-	1,1	0,2
Total	100 (44)	100 (63)	100 (61)	100 (268)	100 (30)	100 (23)	100 (13)	100 (4)	100 (59)	100 (446)	100 (1011)	100 (222)	100 (93)	100 (45)	100 (1)	100 (16)	100 (93)	100 (470)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com incidência geográfica nacional = 1011. Total de peças com incidência geográfica internacional = 470. Valores em percentagem.

- gócios (13,1% cada), no Grande Porto (12,7%) e no Alentejo (13,3%). Sistema judicial foi a terceira categoria temática mais frequente no Norte (18,2%). As peças com incidência no Grande Porto têm o desporto como segundo tema mais saliente, presente em 22,2% dos conteúdos. As peças com incidência no Centro possuem ainda como temas dominantes desporto, sistema judicial e relações laborais (8,2% cada).
- ▶ As peças com incidência na Região Autónoma da Madeira possuem como tema mais frequente política nacional, 30,8%. Na Região Autónoma dos Açores, a política nacional corresponde a 25% de peças, sendo a categoria mais presente a ordem interna, com 50%. No entanto, dado o número residual de peças com local de acção nestas regiões do país, não é possível definir tendências a nível temático.
 - ▶ As peças com incidência geográfica em várias regiões de Portugal foram mais frequentes nas categorias temáticas política nacional (25,4%), ordem interna (20,3%) e ambiente (20,3%).
 - ▶ Como referido anteriormente, o continente europeu é aquele que aparece com maior frequência como local de acção nas peças do Telejornal com incidência internacional, sobretudo em peças sobre desporto (22,5%) e ordem interna (18%). Política nacional (12,2%), política internacional e política europeia (7,2% cada) são os temas seguintes mais presentes em peças com local de acção em países do continente europeu.
 - ▶ O continente americano é o segundo local de acção internacional mais frequente nas peças do Telejornal, sendo referido sobretudo em conteúdos de política internacional (22,6%) e ordem interna (16,1%).
 - ▶ Nas 45 das 1240 peças do Telejornal em que o local de acção referido é no continente asiático, o tema mais presente é política internacional (64,4%). Esse é também o tema mais frequente nas peças com local de acção no continente africano, embora o número de conteúdos com referência a esse local seja diminuto.
 - ▶ A Oceânia é local de acção de uma única peça da amostra do Telejornal. O tema dominante dessa peça é ordem interna.
 - ▶ As peças do Telejornal com localização fora de Portugal que não especificam o local de acção ou fazem referência a vários países são 93 em 1240 peças analisadas. Nestas peças não há um tema que se destaque em relação aos restantes. Os temas mais frequentes são, por ordem decrescente, política internacional, economia, finanças e negócios, desporto e saúde e acção social.

C) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NAS FONTES DE INFORMAÇÃO

- ▶ De acordo com a figura 27, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, 11,8% das peças trans-

mitidas no Telejornal possuem informação não atribuída.

- ▶ Das fontes identificadas, a maioria pertence à categoria política nacional (26,3%), seguidas das fontes provenientes do desporto, com 8,3%.
- ▶ Seguem-se as fontes da economia, finanças e negócios (6,9%) e da sociedade (6,6%).
- ▶ As fontes menos presentes são oriundas das áreas ambiente, população, grupos minoritários e urbanismo.

Nota: os dados sobre fontes políticas nacionais são apresentados adiante neste capítulo.

Fig. 2 – Número de fontes, por temas

Temas	%		
	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política Nacional	50,5	49,5	100
Ordem Interna	33,8	66,2	100
Desporto	55,7	44,3	100
Economia, Finanças e Negócios	48,5	51,5	100
Saúde e Acção Social	38,8	61,3	100
Sistema Judicial	45,8	54,2	100
Comunidade Internacional	35,3	64,7	100
Cultura	28,9	71,1	100
Relações Laborais	25,0	75,0	100
Vida Social	28,6	71,4	100
Sociedade	21,7	78,3	100
Ambiente	45,0	55,0	100
Comunidade Europeia	29,4	70,6	100
Ciência e Tecnologia	33,3	66,7	100
Crença e Religião	44,4	55,6	100
Educação	–	100,0	100
Defesa	40,0	60,0	100
Comunicação	40,0	60,0	100
Urbanismo	25,0	75,0	100
População	–	100,0	100
Grupos Minoritários	–	100,0	100
Total	42,3 (462)	57,7 (630)	100 (1092)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1092. Total de peças com fonte única = 462. Total de peças com fonte múltipla = 630. Valores em percentagem.

- ▶ De acordo com a figura 2, na maior parte das peças identifica-se a presença de fontes múltiplas (57,7%).
- ▶ As peças com fonte única representam 42,3% do total das peças com informação atribuída. Predominam nas áreas da política nacional e do desporto.
- ▶ As peças com fonte múltipla predominam nas áreas da ordem interna, economia, finanças e negócios, saúde e acção social, sistema judicial, política internacional, cultura, relações laborais, vida social, sociedade, ambiente, política europeia, ciência e tecnologia, crença e religião, educação, defesa, comunicação, urbanismo, população e grupos minoritários.

Em 11,8% das peças do Telejornal, a informação não é atribuída.

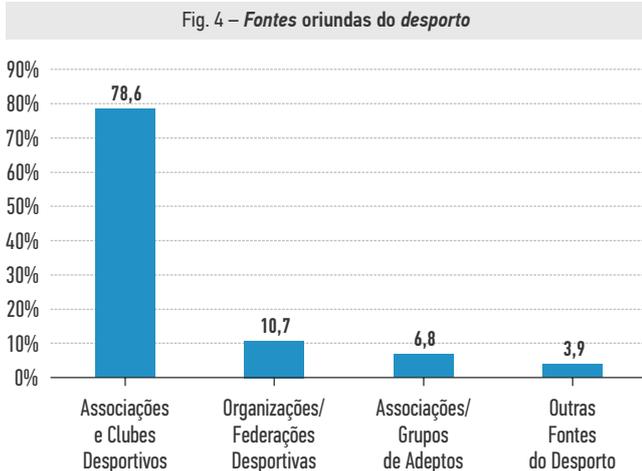
- ▶ Tendo em consideração a figura 3, as peças sobre desporto (27,4%), ordem interna (18,5%) e política internacional (14,4%) são as que menos identificam as fontes.

Fig. 3 – *Temas das peças com informação não atribuída*

Temas	Telejornal - RTP1 (%)
Desporto	27,4
Ordem Interna	18,5
Política Internacional	14,4
Política Nacional	8,2
Saúde e Acção Social	6,2
Sistema Judicial	5,5
Vida Social	5,5
Economia, Finanças e Negócios	3,4
Relações Laborais	2,7
Ambiente	2,1
Cultura	1,4
Crença e Religião	1,4
Sociedade	1,4
Política Europeia	0,7
Urbanismo	0,7
Grupos Minoritários	0,7
Total	100 (146)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com *informação não atribuída* = 146. Valores em percentagem. Considera-se *informação não atribuída* aquela em que as fontes não são claramente identificadas. Valores em percentagens.

Fig. 4 – *Fontes oriundas do desporto*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com fontes de informação do desporto = 103. Valores em percentagem.

As fontes da área do desporto são referenciadas e/ou consultadas em 103 peças do Telejornal, como se pode constatar pelos dados da figura 4, das quais:

- ▶ 78,6% são associações e clubes desportivos.
- ▶ 10,7% são organizações/federações desportivas.
- ▶ 6,8% são associações/grupos de adeptos.
- ▶ 3,9% são outras fontes do desporto.

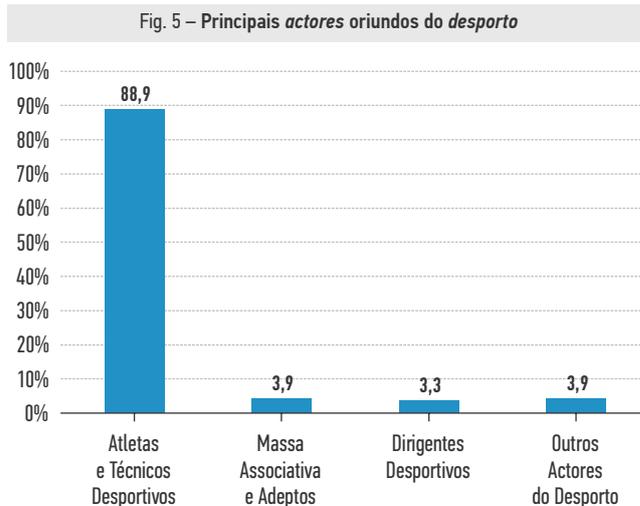
D) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL DE ACTORES/PROTAGONISTAS PRESENTES NAS PEÇAS

- ▶ De acordo com a figura 33 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, tal como se verifica relativamente às fontes, os protagonistas do Telejornal são, na maior parte, oriundos da área política nacional (24,5% do total de peças da amostra).

- ▶ A segunda categoria de protagonistas mais representada é oriunda do desporto, em 12,3% dos casos.
- ▶ A terceira categoria mais saliente de protagonistas provém da área ordem interna, em 8,3% dos casos.
- ▶ Os protagonistas da área relações laborais representam 3,5% do total de peças do Telejornal, essencialmente trabalhadores/desempregados e representantes sindicais.
- ▶ Os casos de actores não identificáveis representam 8% do total das peças analisadas.

Nota: os dados sobre actores políticos nacionais são apresentados adiante neste capítulo.

Fig. 5 – *Principais actores oriundos do desporto*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1141. Total de peças com protagonistas do desporto = 153. Valores em percentagem.

Os protagonistas oriundos do desporto são a segunda categoria de protagonistas identificáveis no Telejornal (presentes em 12,3% do total das peças). Estes protagonistas são, segundo os dados da figura 5, concretamente:

- ▶ Em 88,9% dos casos, atletas e técnicos desportivos.
- ▶ Em 3,9% dos casos, massa associativa e adeptos.
- ▶ Em 3,3% dos casos, dirigentes desportivos.
- ▶ A categoria outros actores do desporto representa 3,9% dos casos.

De acordo com a figura 38 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, a maior parte (70,1%) dos protagonistas dos noticiários do Telejornal é de nacionalidade portuguesa (800 peças de um total de 1141 em que há actores identificáveis).

- ▶ Os protagonistas identificados como internacionais são o segundo maior grupo dentro da amostra (23,2%) – protagonizam 265 peças, especialmente salientes nas categorias de actores da comunidade internacional, desporto e ordem interna.
- ▶ As peças com protagonistas nacionais e internacionais (ambos os casos numa mesma peça), representam 1,7% (19) das peças.

Fig. 6 – Género dos principais actores, por áreas

Áreas dos principais actores	%				Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Não identificável	
Política nacional	30,6	23,7	12,3	-	26,6
Desporto	17,4	3,9	2,3	2,8	13,4
Ordem Interna	7,5	7,9	12,3	36,1	9,0
Comunidade Internacional	8,4	7,2	1,5	8,3	7,4
Economia, Finanças e Negócios	6,9	4,6	11,5	11,1	7,3
Sociedade	2,6	16,4	22,3	8,3	6,8
Sistema Judicial	7,0	6,6	3,1	5,6	6,5
Saúde e Acção Social	3,5	11,2	13,1	5,6	5,7
Cultura	3,8	7,2	2,3	2,8	4,0
Relações Laborais	2,8	5,9	6,9	8,3	3,9
Comunidade Europeia	2,6	-	1,5	-	2,0
Crença e Religião	1,8	-	0,8	2,8	1,5
Defesa	1,8	0,7	-	-	1,4
Ciência e Tecnologia	1,3	0,7	-	-	1,1
Educação	0,2	2,6	3,1	2,8	1,0
Comunicação	0,6	-	2,3	-	0,7
Urbanismo	0,7	-	0,8	2,8	0,7
População	0,2	-	1,5	-	0,4
Grupos Minoritários	-	1,3	1,5	-	0,4
Ambiente	0,1	0,0	0,8	2,8	0,3
Total	100 (823)	100 (152)	100 (130)	100 (36)	100 (1141)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1141. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas). Valores em percentagem.

- ▶ Em 5% (57) das peças não é identificável a nacionalidade do protagonista da peça.

A distribuição dos protagonistas por género evidencia algumas diferenças significativas. Assim, e de acordo com a figura 6, no total de 1141 peças com protagonistas identificáveis:

- ▶ Em 823 peças (72,1%), o protagonista é do género masculino. Os homens pertencem, sobretudo, à categoria de actores política nacional (em 30,6% das peças válidas desta categoria de actores) e desporto (17,4%).
- ▶ Já as mulheres protagonizam apenas 152 peças, representando 13,3% dos protagonistas. O género feminino aparece, principalmente, enquadrado na categoria de actores da área política nacional (23,7% das peças desta categoria), seguindo-se a área da sociedade (16,4%).
- ▶ Os protagonistas de ambos os géneros contabilizam apenas 130 registos na amostra (11,4%) e aparecem maioritariamente enquanto pertencendo à categoria sociedade (22,3%).
- ▶ É interessante referir que os protagonistas cujo género não se identifica, geralmente são vítimas (categoria ordem interna).

E) RIGOR E ISENÇÃO NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

O rigor e a isenção na informação do Telejornal são analisados

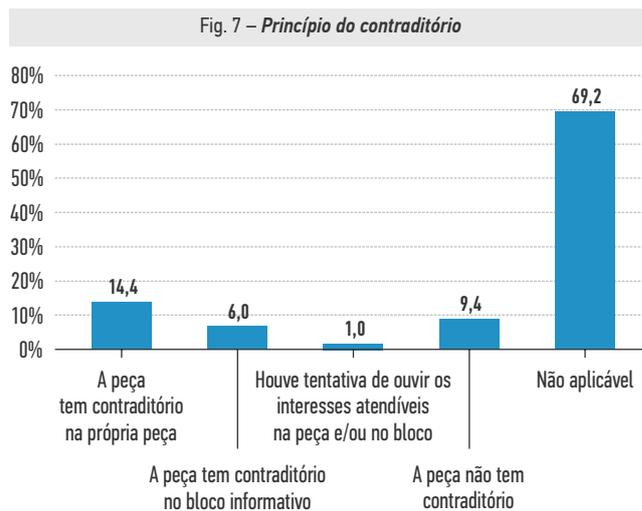
em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- ▶ O respeito pelo princípio do contraditório, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.
- ▶ A apresentação dos factos e a sua verificação.
- ▶ A separação entre factos e opiniões.
- ▶ A identificação das fontes, a sua correcta citação, o acordo ou desacordo entre elas e a correlativa assunção de que a não identificação das fontes constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção:

- ▶ Princípio do contraditório.
- ▶ Elementos discursivos opinativos.
- ▶ Identificação das fontes.
- ▶ Diversidade e concordância de fontes.

Fig. 7 – Princípio do contraditório



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com contraditório = 253. Total de peças em que houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis = 12. Total de peças sem contraditório = 117. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 858. Valores em percentagem.

A peça é codificada como tendo contraditório quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo. São consideradas para efeitos do respeito do contraditório as medidas explicitadas pelo operador em ouvir alguma das partes, mesmo que estas se tenham recusado, ou absterido, de manifestar a sua posição.

O indicador é não aplicável quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes interesses atendíveis (como, por exemplo, no caso de resultados desportivos).

- ▶ A figura 7 indica que o princípio do contraditório foi aplicado em 30,8% das peças analisadas no Telejornal.

Fig. 8 – Princípio do contraditório, por temas

Temas	%					
	A peça tem contraditório na própria peça	A peça tem contraditório no bloco informativo	Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política Nacional	26,4	16,9	1,3	17,8	37,6	100
Ordem Interna	8,2	3,8	1,9	4,4	81,6	100
Desporto	5,8	1,3	–	6,5	86,5	100
Economia, Finanças e Negócios	10,2	1,9	–	11,1	76,9	100
Saúde e Acção Social	12,4	5,6	–	6,7	75,3	100
Política Internacional	18,0	–	–	4,5	77,5	100
Sistema Judicial	17,5	3,8	2,5	13,8	62,5	100
Cultura	4,3	–	–	2,1	93,6	100
Relações Laborais	20,5	2,3	4,5	11,4	61,4	100
Vida Social	2,3	–	–	7,0	90,7	100
Sociedade	4,0	–	–	4,0	92,0	100
Ambiente	–	–	–	4,3	95,7	100
Política Europeia	27,8	–	–	–	72,2	100
Crença e Religião	9,1	–	–	–	90,9	100
Ciência e Tecnologia	–	11,1	–	–	88,9	100
Educação	25,0	–	12,5	–	62,5	100
Comunicação	–	20,0	–	–	80,0	100
Urbanismo	20,0	–	–	–	80,0	100
Defesa	–	–	–	–	100,0	100
Grupos Minoritários	–	–	–	–	100,0	100
População	–	–	–	–	100,0	100
Total	14,4 (179)	6,0 (74)	1,0 (12)	9,4 (117)	69,2 (858)	100 (1240)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com contraditório = 253. Total de peças em que houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis = 12. Total de peças sem contraditório = 117. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 858. Valores em percentagem.

- ▶ Deste total, em 14,4% existe contraditório na própria peça e em 6% tem-no noutras peças do bloco informativo.
- ▶ Em 1% dos conteúdos analisados, houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco.
- ▶ Em 9,4% das peças não existe contraditório.
- ▶ A maior parte das temáticas presentes no Telejornal cumprem o contraditório, seja dentro da própria peça ou no bloco informativo, destacando-se, porém, aquelas que fazem o contraditório na própria peça, como se pode constatar pela figura 8.
- ▶ Do conjunto de peças que cumprem o contraditório no bloco informativo, destacam-se as temáticas comunicação (20%), política nacional (16,9%), ciência e tecnologia (11,1%) e saúde e acção social (5,6%). É preciso notar, no entanto, que, exceptuando a temática política nacional, as restantes têm uma presença residual na amostra.
- ▶ Já as peças cuja temática principal se centra em vida social, ambiente e sociedade não cumprem o contraditório na maioria dos casos (7%, 4,3% e 4%, respectivamente). A título de exemplo, a peça integrada na categoria temática sociedade e sem contraditório refere-se à apresentação de imagens de um conflito entre a criança russa Alexandra e a sua mãe biológica, num contexto de disputa pela sua guarda por parte dos pais de acolhimento em Portugal. Também nestes casos a presença na amostra é reduzida, o que inibe a verificação de tendências.

Em 69,2% (858) das peças da amostra, o princípio do contraditório não é aplicável. Na totalidade das peças da amostra sobre defesa, grupos minoritários e população, temas com presença residual, o contraditório não é aplicável.

Fig. 9 – Principais temas com estilo discursivo opinativo

Temas	Telejornal - RTP1
Desporto	5
Política Nacional	4
Ordem Interna	3
Política Internacional	2
Política Europeia	2
Sistema Judicial	2
Vida Social	2
Economia, Finanças e Negócios	1
Relações Laborais	1
Ambiente	1
Cultura	1
Total	24

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com estilo discursivo opinativo = 24. Valores em números absolutos.

Como referido acima, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação de factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa dissociação é identificável através do reconhecimento na peça – mesmo que não o predomínio – de elementos opinativos presentes no discurso do operador, representado pelo pivô, pelo repórter, pelos elementos gráficos/icónicos associados ao pivô (bolacha) e por destaques ou legendas. A opinião é também considerada na forma de juízos subjectivos (sobre factos, realidades, de intenções e de valor) sus-

tentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor. Distingue-se da interpretação pelo seu carácter conclusivo.

- ▶ As peças do Telejornal incluídas na amostra com *elementos opinativos* no discurso do operador correspondem a 1,9% do total da amostra.
- ▶ De acordo com a figura 9, a maior parte destas peças são sobre *desporto*, concretamente *futebol* (em cinco peças), sobre *política nacional* (sobretudo *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*) e *ordem interna* (*crimes e violência e acidentes e catástrofes*).

F) CONTEXTUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo primeiro serviço de programas do operador público (Telejornal da RTP1).

1. INDICADORES DE VALORIZAÇÃO DE TEMAS E DE PROTAGONISTAS DA INFORMAÇÃO

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e a localização das peças no *alinhamento*, a *duração* do respectivo conteúdo, a existência ou a ausência de promoção do mesmo durante a transmissão do bloco informativo (*teaser*) e o investimento em meios técnicos, por exemplo, através da utilização de *directos*.

- ▶ Segundo a figura 10, a *política nacional* é o *tema* que, global-

Fig. 10 – *Temas de abertura do Telejornal*

Temas	%		
	Abertura da 1.ª parte	Abertura da 2.ª parte	Total
Política Nacional	29,2	17,5	23,9
Ordem Interna	20,8	25,0	22,7
Sistema Judicial	14,6	12,5	13,6
Saúde e Acção Social	8,3	12,5	10,2
Desporto	6,3	7,5	6,8
Política Internacional	2,1	7,5	4,5
Relações Laborais	8,3	–	4,5
Economia, Finanças e Negócios	4,2	2,5	3,4
Cultura	2,1	5,0	3,4
Vida Social	–	5,0	2,3
Sociedade	–	2,5	1,1
Ambiente	2,1	–	1,1
Crença e Religião	–	2,5	1,1
Defesa	2,1	–	1,1
Total	100 (48)	100 (40)	100 (88)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças de *abertura da primeira parte* = 48 (em dois dos dias que compõem a amostra o Telejornal foi transmitido em dois blocos distintos, logo registaram-se duas aberturas de primeira parte). Total de peças de *abertura da segunda parte* = 40 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem.

mente, abre mais vezes o Telejornal, cerca de 23,9%. Entre os assuntos tratados na *abertura da primeira parte* estão as *políticas fiscais/financeiras*. A título de exemplo, tratam de questões como o anúncio da decisão de venda do BPN pelo ministro das Finanças, a redução de benefícios fiscais e a aprovação da penalização do enriquecimento ilícito no Parlamento. Na *abertura da segunda parte*, os assuntos incluídos na *política nacional* relacionam-se, sobretudo, com *divergências ou críticas inter-partidárias*.

- ▶ Para além da *política nacional*, são temas da *abertura da primeira parte* do Telejornal *ordem interna* e *sistema judicial*, com 20,8% e 14,6%, respectivamente. Na *temática ordem interna*, os assuntos com *abertura de primeira parte* relacionam-se com *acidentes e catástrofes* (a “derrocada de rochas numa praia de Albufeira”, o “desaparecimento de uma criança na praia da Cruz Quebrada” e a “queda de uma avioneta em Évora”), *crimes e violência* (“confrontos entre polícias e habitantes do bairro da Belavista, em Setúbal”, e de “um bairro na Amadora”) e *actividades policiais* (“confrontos de adeptos de futebol” e a investigação dos “casos de cegueira no Hospital de Santa Maria”). No que respeita à *temática sistema judicial*, os casos de justiça tiveram *aberturas de primeira parte* nos assuntos relacionados com os “casos Face Oculta e Freeport”, a investigação de “escutas telefónicas” e o “julgamento dos envolvidos na compra de submarinos para a Armada”.
- ▶ Na *abertura da segunda parte*, a *política nacional* (17,5%) perde importância para a *ordem interna* (25%). *Saúde e acção social* e *sistema judicial* representam as terceiras categorias *temáticas* mais frequentes, cada uma com 12,5% de incidência na amostra.
- ▶ O *desporto*, que constitui a terceira categoria *temática* mais frequente na totalidade da amostra do Telejornal, apresenta-se na quinta posição no que respeita aos *temas de abertura* (6,8%).

Fig. 11 – *Principais actores das peças de abertura*

Áreas dos principais actores	Telejornal - RTP1 (%)
Política nacional	27,1
Ordem interna	16,7
Sistema Judicial	12,5
Relações Laborais	10,4
Saúde e Acção Social	8,3
Desporto	6,3
Comunidade Internacional	4,2
Economia, finanças e negócios	4,2
Educação	2,1
Ambiente	2,1
Actores não identificáveis	6,3
Total	100 (48)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças de *abertura da primeira parte* = 48. Valores em percentagem.

- ▶ Os dados apresentados na figura 11 demonstram que 27,1% das peças de *abertura da primeira parte* do Telejornal têm *protagonistas* enquadrados na *categoria política nacional* (essencialmente *ministros e primeiro-ministro*), que, para além de ser o *tema* mais frequente na amostra analisada, é também o mais valorizado na *abertura* dos blocos informativos.
- ▶ Segue-se a *categoria* de *actores da ordem interna*, especialmente *vítimas*, com 16,7% das peças de *abertura da primeira parte*.

Fig. 12 – Temas das peças com promoção

Temas	Telejornal - RTP1 (%)
Política Nacional	22,1
Ordem Interna	15,9
Desporto	15,3
Saúde e Acção Social	9,0
Economia, Finanças e Negócios	7,5
Sistema Judicial	6,2
Vida Social	6,2
Cultura	4,0
Relações Laborais	3,7
Política Internacional	3,4
Ambiente	1,9
Sociedade	1,9
Ciência e Tecnologia	0,9
Política Europeia	0,6
Defesa	0,3
Educação	0,3
Comunicação	0,3
Crença e Religião	0,3
Total	100 (321)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com *promoção* = 321. Valores em percentagem.

Inserida em momentos-chave dos noticiários (como, por exemplo, nas *aberturas* e no final da primeira e da segunda partes), a *promoção* (*teaser*) visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação.

Na amostra do Telejornal, as peças com *promoção* representam 25,9% do total de peças analisadas. Assim, e segundo os dados da figura 12:

- ▶ A *política nacional* é o *tema* com maior número de *promoções* no Telejornal, incidindo em 22,1% dos casos. Os assuntos sobre *política nacional* com *promoção* referem-se, sobretudo, aos assuntos relacionados com *actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da Assembleia da República e actividades do Presidente da República*.
- ▶ A *ordem interna* e o *desporto* foram objecto de *promoção* em 15,9% e 15,3% das peças, respectivamente. Nestas categorias *temáticas*, os assuntos com *promoção* remetem, predominantemente, para *acidentes e catástrofes, crimes e violência e actividades policiais*, e para *futebol*, respectivamente. Os assuntos incluídos na categoria *temática saúde e acção social* ficam

na quarta posição entre os *temas* mais promovidos, com 9%, maioritariamente peças sobre *epidemia/pandemia* (nomeadamente a “Gripe A”) e *práticas médicas*.

- ▶ Seguem-se as peças incluídas na *temática economia, finanças e negócios*, com 7,5% do total de peças com *promoção*, centradas sobretudo em *empresas e negócios, turismo e crise financeira*.
- ▶ Em sexto lugar encontram-se as peças sobre *sistema judicial* (6,2%), sobretudo peças acerca de *casos de justiça*. A par destas encontram-se as peças sobre *vida social*, com 6,2%, especialmente sobre *histórias de vida e efemérides*.
- ▶ Os *temas comunicação, crença e religião, defesa e educação* foram objecto de uma *promoção* cada.

Fig. 13 – Duração das peças por tema

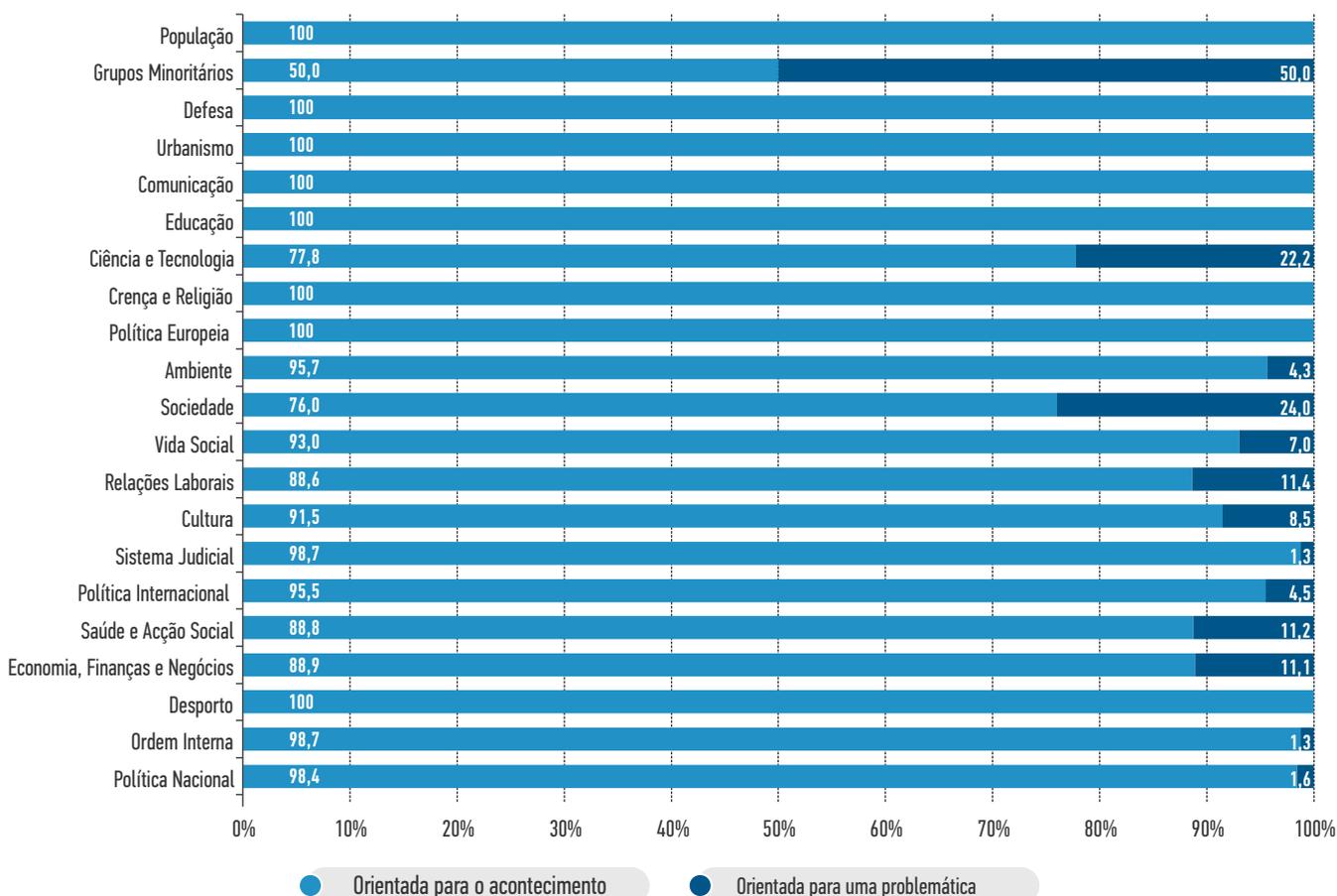
Temas	%			Total
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	
Política Nacional	25,3	25,5	17,4	25,3
Ordem Interna	12,2	12,6	26,1	12,7
Desporto	11,5	12,9	8,7	12,5
Economia, Finanças e Negócios	9,7	8,5	4,3	8,7
Saúde e Acção Social	6,3	7,2	17,4	7,2
Política Internacional	12,5	5,7	–	7,2
Sistema Judicial	7,3	5,9	17,4	6,5
Cultura	0,3	5,0	–	3,8
Relações Laborais	4,2	3,4	–	3,5
Vida Social	2,1	4,0	–	3,5
Sociedade	0,7	2,5	–	2,0
Ambiente	3,5	1,3	4,3	1,9
Política Europeia	1,4	1,5	–	1,5
Crença e Religião	1,7	0,5	4,3	0,9
Ciência e Tecnologia	0,3	0,9	–	0,7
Educação	–	0,9	–	0,6
Comunicação	–	0,5	–	0,4
Urbanismo	0,7	0,3	–	0,4
Defesa	–	0,5	–	0,4
Grupos Minoritários	0,3	0,1	–	0,2
População	–	0,2	–	0,2
Total	100 (288)	100 (929)	100 (23)	100 (1240)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com *menos de 1 minuto* = 288. Total de peças com *1 a 5 minutos* = 929. Total de peças com *mais de 5 minutos* = 23. Valores em percentagem.

A *duração* das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais uma tendência para a redução do tempo das peças e a sua consequente fragmentação, que leva a que certos assuntos sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- ▶ A *duração média* das peças emitidas pelo Telejornal da RTP1 é de 1 minuto e 53 segundos.
- ▶ Segundo se observa na figura 13, a maioria das peças analisadas, 74,9% do total, tem *duração entre 1 a 5 minutos*. Os prin-

Fig. 14 – Temas por enfoque/orientação



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1184.
Total de peças com orientação para a problemática = 56. Valores em percentagem.

cipais temas abordados neste intervalo são *política nacional* (em 25,5% dos casos), *desporto* (12,9%) e *ordem interna* (12,6%).

- ▶ O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com duração inferior a 1 minuto. Encontram-se nesta situação 288 peças, sendo que 25,3% possuem como *tema dominante política nacional*, 12,5% *política internacional*, 12,2%, *ordem interna* e 11,5%, *desporto*.
- ▶ Na amostra estudada, apenas 23 peças têm duração superior a 5 minutos. As peças de maior duração são integradas nas categorias temáticas *ordem interna* (26,1%), *política nacional*, *sistema judicial* e *saúde e acção social* (17,4% cada). As peças sobre *ordem interna* reflectem, sobretudo, a cobertura de *acidentes e catástrofes* como o “desaparecimento de uma criança na praia da Quebrada, em Matosinhos”, o “sismo em Itália” e a “queda do avião da Air France ao largo do nordeste brasileiro”, e também *crimes e violência* em peças sobre conflitos em bairros da Amadora e de Setúbal e sobre a “situação do Banco Português de Negócios (BPN)”.

Considera-se que a cobertura de um tema tem *enfoque* ou é *orien-*

tada para o acontecimento quando se centra numa ocorrência, como por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, *na problemática* sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).

As peças *orientadas para o acontecimento* são, em geral, reactivas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia, sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.

Já as peças *orientadas para uma problemática* são, geralmente, pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador e envolvem, em princípio, mais investigação jornalística.

- ▶ Segundo os dados constantes da figura 14, a maioria das peças do Telejornal tem *enfoque num acontecimento*, excepto aquelas centradas na *temática grupos minoritários*, em que há uma repartição igual de peças *orientadas para um acontecimento* e *para uma problemática* (note-se que se trata apenas de duas peças no total).

- Do conjunto *temático* das peças do Telejornal com *enfoque numa problemática*, destacam-se os seguintes: *sociedade* (24%), *ciência e tecnologia* (22,2%) e, com menor representação, *relações laborais* (11,4%), *saúde e acção social* (11,2%), *economia, finanças e negócios* (11,1%) e *cultura* (8,5%).

Fig. 15 – *Temas com directo*

Temas	Telejornal - RTP1 (%)
Política Nacional	30,8
Ordem Interna	23,1
Desporto	21,2
Política Internacional	5,8
Sistema Judicial	5,8
Economia, Finanças e Negócios	3,8
Saúde e Acção Social	3,8
Ambiente	1,9
Comunicação	1,9
Sociedade	1,9
Total	100 (52)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças com *directo* = 52. Valores em percentagem.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou *protagonista*. Na amostra analisada, apenas 4,2% das peças apresenta *directo*. Assim, e segundo a figura 15:

- A categoria *temática política nacional* é a que apresenta mais *directos* (30,8%), seguida pelas *temáticas ordem interna* (23,1%) e *desporto* (21,2%). Os assuntos contemplados nas peças sobre *política nacional* referem sobretudo *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*. As peças sobre a *temática ordem interna com directo* são, sobretudo, acerca de *acidentes e catástrofes* e aquelas sobre *desporto* são, na sua maioria, sobre competições futebolísticas.
- O quarto *tema* mais saliente com *directo* pertence às categorias *política internacional* e *sistema judicial*, cada uma com 5,8% de ocorrências, referindo-se, respectivamente, a *conflitos armados* e *casos de justiça*.

- A existência de *directo* em temas como *economia, finanças e negócios, saúde e acção social, ambiente, comunicação* e *sociedade* é residual.
- Das 21 categorias *temáticas* consideradas na análise da diversidade *temática* apenas dez estão presentes em peças com *directo*.

Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:

- Quatro das 52 peças com *directo* não possuem *protagonistas* identificáveis.
- A maior parte dos *protagonistas* – 30,8% – das peças com *directo* pertence à área da *política nacional*. Entre esses *protagonistas* encontram-se, sobretudo, *secretários-gerais e presidentes dos partidos*.
- Seguem-se os *actores da ordem interna* (21,2%), na grande maioria *vítimas*, e do *desporto* (11,5%), com especial incidência em *atletas e técnicos desportivos*.
- A terceira categoria de *protagonistas* identificáveis é *sistema judicial*, com 7,7% dos casos, referindo-se a *envolvidos em processos judiciais*.

Esta variável procura identificar as várias *técnicas* utilizadas para protecção da identidade dos *actores*, como, por exemplo, a *distorção de imagem* dos *actores* das peças noticiosas, a utilização de *planos de detalhe*, identificar a *ocultação* da presença de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone ocultos), etc.

- A figura 16 reflecte que o Telejornal usou *técnicas* de protecção da identidade dos *actores* em 14 peças no total da amostra. Os *subtemas* em que se recorreu a *técnicas de ocultação* são diversos, nomeadamente: *actividades policiais* e *casos de justiça*.
- Os *planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados* é a *técnica* mais utilizada, presente em seis peças.

Fig. 16 – *Técnicas de ocultação da identidade dos actores**

Subtemas	Telejornal - RTP1					Total
	Distorção da imagem	Planos em penumbra/silhueta	Planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados	Várias formas de ocultação	Outras técnicas de ocultação	
Actividades Policiais	1	–	1	1	–	3
Casos de Justiça	1	–	1	–	–	2
Políticas para a Família	1	–	–	–	–	1
Eleições Políticas Internacionais	1	–	–	–	–	1
Crimes e Violência	–	–	1	–	–	1
Manifestações/Reivindicações/Protestos não Laborais	–	–	–	–	1	1
Eutanásia	–	–	1	–	–	1
Práticas Médicas	–	–	–	–	1	1
Outros Saúde e Acção Social	–	–	1	–	–	1
Relações Familiares	–	1	–	–	–	1
Integração e Inclusão Social	–	–	1	–	–	1
Total	4	1	6	1	2	14

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças em que se utilizaram *técnicas de ocultação* da identidade dos *actores* = 14. Valores em números absolutos.

* Estatuto do Jornalista, artigo 14.º, alínea c) Abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência.

► As peças com *subtemas* da categoria *temática ordem interna* foram aquelas em que mais se recorreu a *técnicas de ocultação* da identidade dos *actores*.

G) INFORMAÇÃO POLÍTICA NACIONAL

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da informação *política nacional* realizada pelo Telejornal da RTP1 nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2009).

Das 1240 peças monitorizadas do Telejornal, 314 reportam acontecimentos ou problemáticas do *tema política nacional* – o mais representado no bloco informativo da RTP1, correspondendo a 25,3% do total das peças analisadas. É sobre estas 314 peças que recai a análise *temática* deste capítulo.

O conceito de *política nacional* é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão (constante do Relatório apresentado à Assembleia da República), no qual apenas são consideradas as peças que possuem como *protagonistas* personalidades do Governo e dos partidos políticos.

Do que agora se trata é, pois, do conceito de pluralismo político entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados *temas* de *política nacional*, quaisquer que sejam os *protagonistas* envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

- *Subtemas* de *política nacional* (ver figura 9 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI).
- *Fontes* de informação políticas.
- *Actores* políticos.

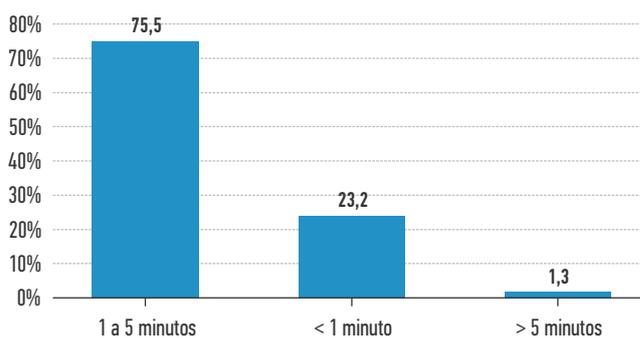
► Observando os dados da figura 17, constata-se que 42,4% das 314 peças sobre *política nacional* analisadas *não especificam* o *local de acção*.

► As peças de *política nacional* que dão destaque às regiões do país equivalem a 57,6%. A *Grande Lisboa* aparece como a região mais representada, em 31,2% das peças.

► Seguem-se o *Centro*, com 6,1%, o *Grande Porto* (5,1%), o *Norte* e *várias regiões de Portugal*, com 4,8% cada.

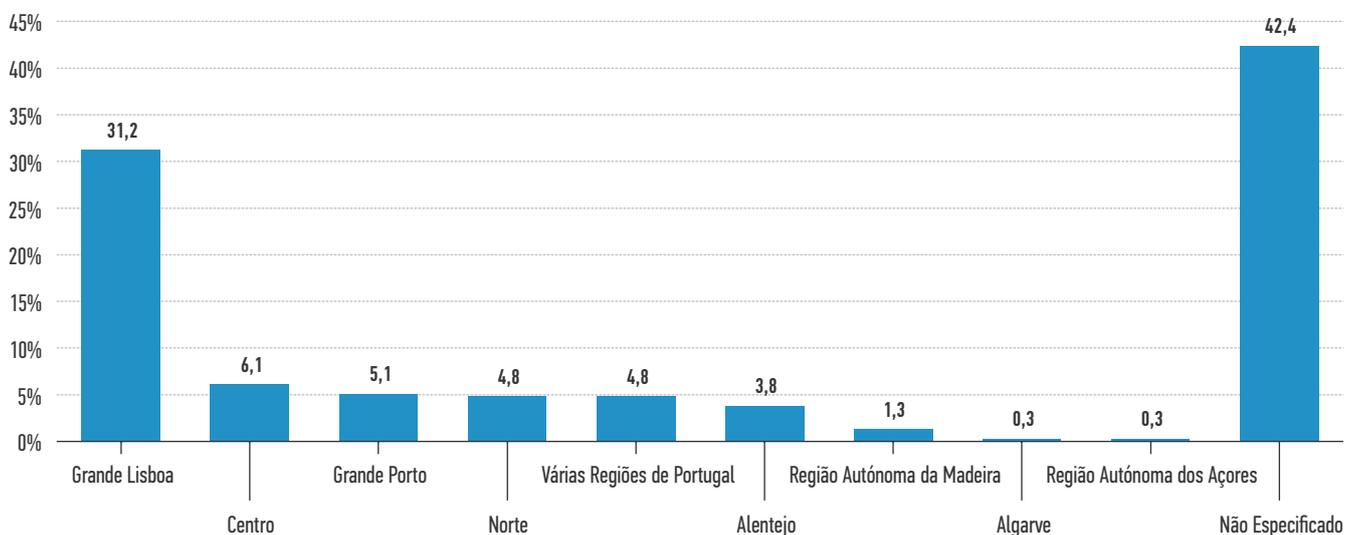
► O *Algarve* e as *Regiões Autónomas da Madeira e Açores* têm uma presença residual.

Fig. 18 – *Duração das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre *política nacional* = 314. Valores em percentagem.

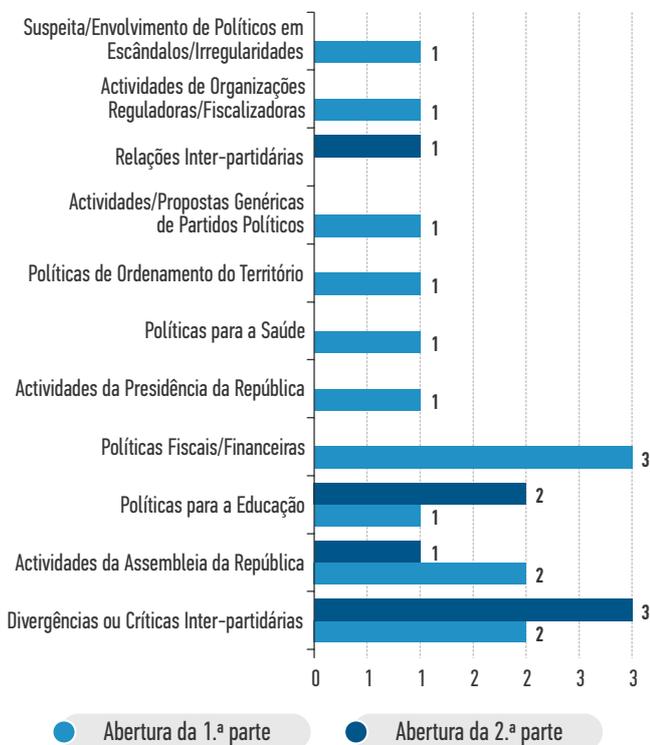
Fig. 17 – *Local de acção das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre *política nacional* = 314. Valores em percentagem.

- ▶ De acordo com a figura 18, 75,5% das peças sobre *política nacional* do primeiro serviço de programas público registam uma *duração* de *entre 1 a 5 minutos*. 23,2% do total são peças com *menos de 1 minuto* e 1,3% peças com *mais de 5 minutos*.
- ▶ As quatro peças de longa *duração* sobre *política nacional* reportam acontecimentos relacionados com a apresentação da moção do secretário-geral do PS ao Congresso Nacional do partido, com o programa do Governo para o mandato seguinte, com as suspeitas de envolvimento de familiares do primeiro-ministro no processo “Freeport” e com a “Comissão de Inquérito à situação do BPN na Assembleia da República”.

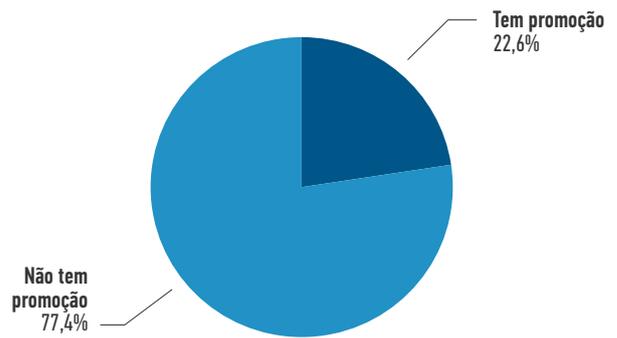
Fig. 19 – *Temas de abertura do Telejornal sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240.
 Total de peças sobre *política nacional* = 314. Total de peças sobre *política nacional* que foram *tema de abertura da primeira parte* = 14. Total de peças sobre *política nacional* que foram *tema de abertura da segunda parte* = 7.
 Valores em números absolutos.

- ▶ *Política nacional* é o *tema* que mais vezes abre o Telejornal nos dias da amostra (14 peças que correspondem a 29,2% do total de *aberturas da primeira parte*), como se pode verificar pela figura 19.
- ▶ *Políticas fiscais/financeiras*, *actividades da Assembleia da República* e *divergências ou críticas inter-partidárias* são os *subtemas* de *política nacional* com mais de uma peça de *abertura de primeira parte*, enquanto *políticas para a educação* e *divergências ou críticas inter-partidárias* mereceram mais de uma *abertura de segunda parte* no Telejornal.

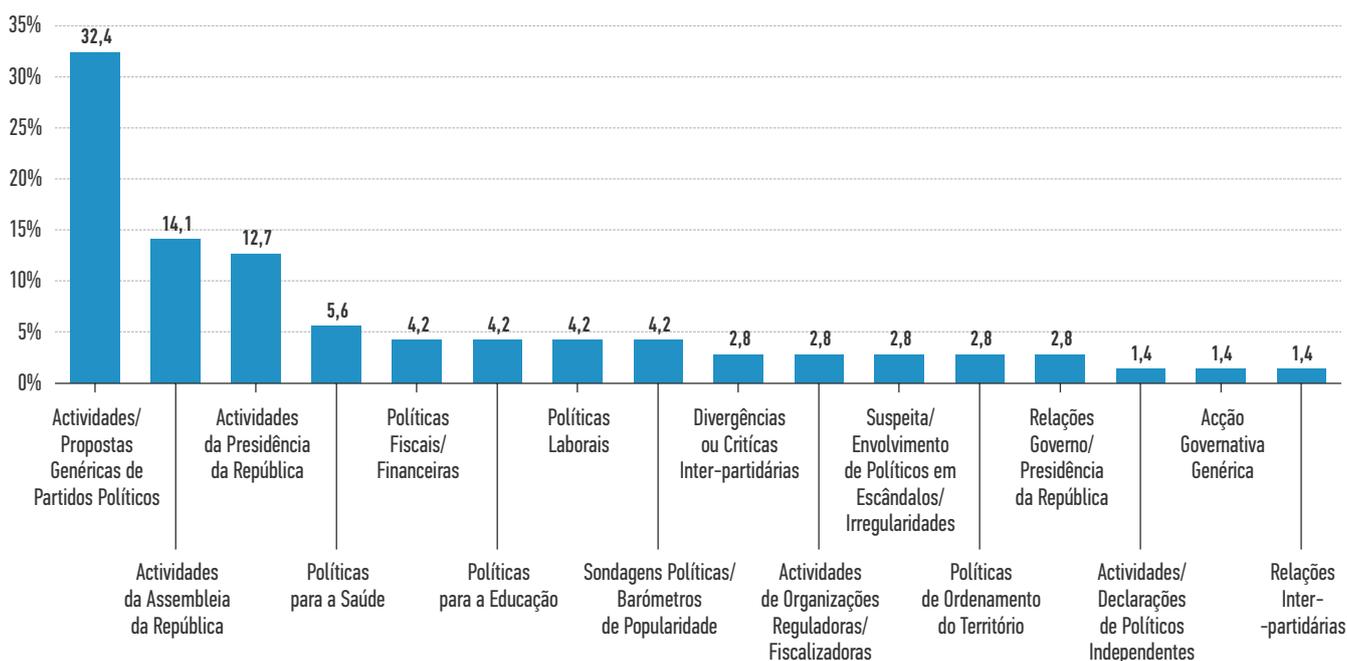
Fig. 20 – *Promoção das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240.
 Total de peças sobre *política nacional* = 314. Total de peças sobre *política nacional* com *promoção* = 71. Valores em percentagem.

- ▶ Segundo os dados constantes da figura 20, 22,6% das peças sobre *política nacional* do Telejornal são alvo de *promoção* no alinhamento.
- ▶ Como se observa na figura 21, *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, *actividades da Assembleia da República* e *actividades da presidência da república* são os *subtemas* de *política nacional* mais promovidos, com 32,4%, 14,1% e 12,7%, respectivamente.
- ▶ Refira-se que o conjunto de peças com *promoção* sobre políticas do Governo ou a *acção governativa* representa 22,5% das peças de *política nacional* com *promoção*.
- ▶ A maioria das peças sobre *política nacional* no Telejornal não tem *elementos opinativos presentes no discurso do operador*, segundo se pode observar na figura 22. São identificadas quatro peças de *política nacional* com *elementos opinativos* referidos pelo operador, em concreto sobre *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, *divergências ou críticas inter-partidárias*, *políticas para a educação* e *relações inter-partidárias*. Trata-se de peças sobre o apoio do primeiro-ministro à recandidatura de Durão Barroso à presidência da Comissão Europeia, as propostas de distribuição de preservativos nas escolas por parte do Governo/PS e do PCP, a campanha eleitoral de Vital Moreira (PS) para as Europeias de 2009 e as posições dos partidos políticos sobre o Código do Trabalho.
- ▶ Dezasseis peças, isto é, 5,1% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento, segundo se observa na figura 23.
- ▶ Destas 16 peças, 14 apresentam como *subtemas* *actividades/propostas genéricas de partidos políticos* (essencialmente campanha eleitoral). As duas restantes são sobre *actividades da Assembleia da República* e *acção governativa genérica*.

Fig. 21 – *Temas das peças sobre política nacional com promoção*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional com promoção = 71. Valores em percentagem.

Fig. 22 – *Temas das peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador*

Subtemas de Política Nacional	Telejornal - RTP1
Actividades/Propostas Genéricas de Partidos Políticos	1
Divergências ou Críticas Inter-partidárias	1
Políticas para a Educação	1
Relações Inter-partidárias	1
Total	4

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador = 4. Valores em números absolutos.

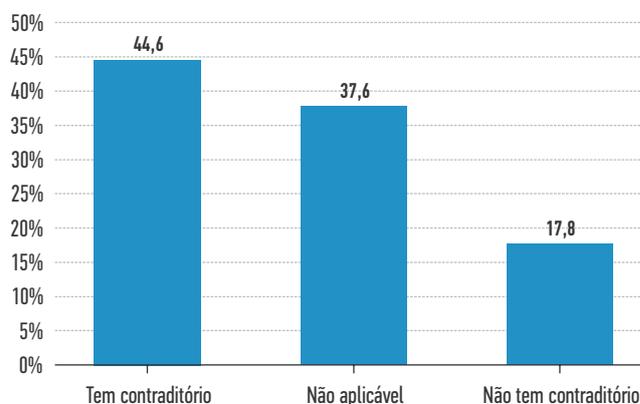
Fig. 23 – *Temas das peças sobre política nacional com directo*

Subtemas de categoria Política Nacional	Telejornal - RTP1
Actividades/Propostas Genéricas de Partidos Políticos	14
Actividades da Assembleia da República	1
Acção Governativa Genérica	1
Total	16

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional com directo = 16. Valores em números absolutos.

- ▶ De acordo com a figura 24, as peças com *contraditório* representam 44,6% do total.
- ▶ Em 17,8% das peças, *não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir*.
- ▶ Em 37,6% dos casos, não se justificou classificar a peça quanto ao *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.
- ▶ Em 56 peças sobre política nacional (17,8%), *não são ouvidos*

Fig. 24 – *Princípio do contraditório das peças sobre política nacional*

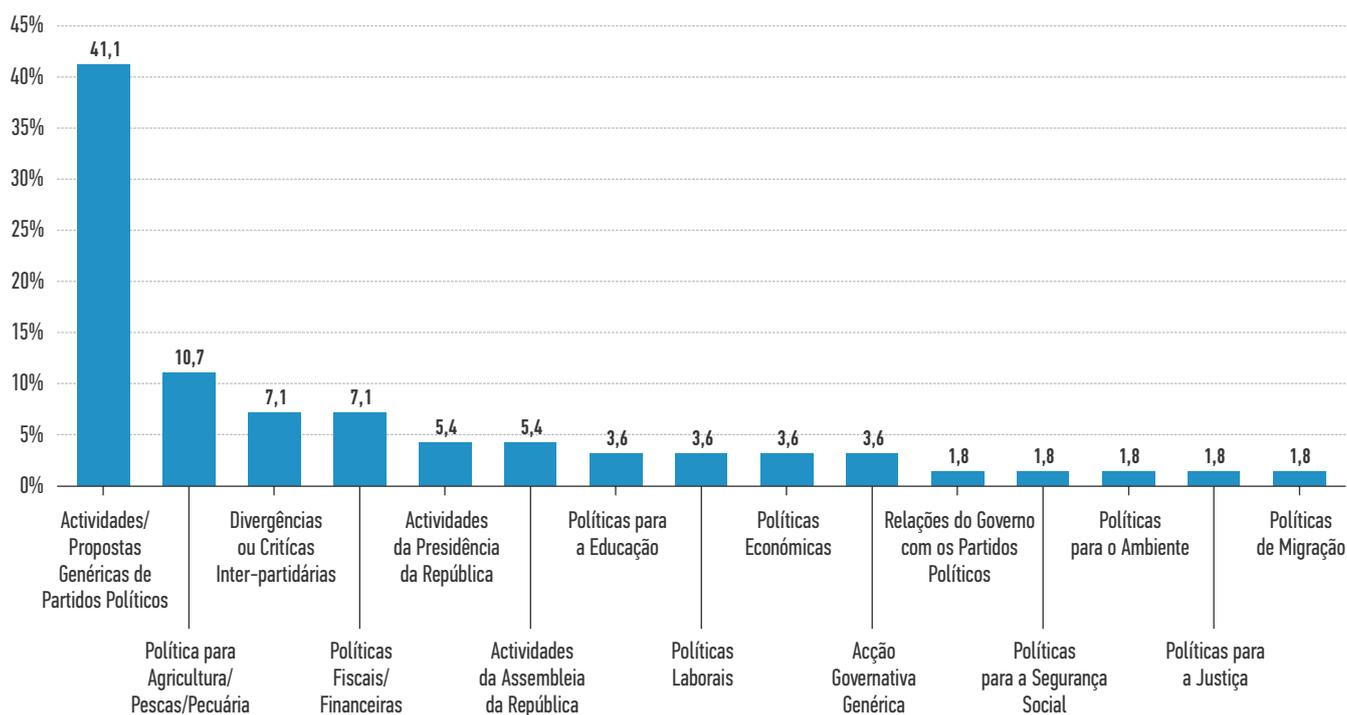


Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional com contraditório = 140. Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 56. Total de peças sobre política nacional em que não se aplica o princípio do contraditório = 118. Valores em percentagem. A peça tem *contraditório* quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem *contraditório* quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é *não aplicável* quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

os interesses atendíveis, nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.

- ▶ Destas, o subtema mais focado é *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, como se constata na figura 25. *Políticas para agricultura/pescas/pecuária* é o segundo subtema de política nacional mais frequente, embora a grande distância.

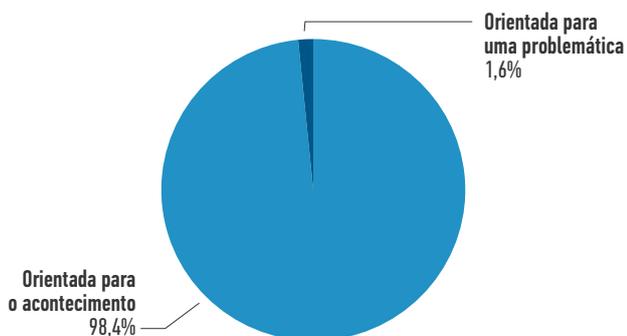
Fig. 25 – *Temas das peças sobre política nacional sem contraditório*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional que não têm contraditório = 56. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

► Quase todas as notícias sobre política nacional emitidas pelo Telejornal nos dias da amostra possuem enfoque ou são orientadas para o acontecimento, 98,4%. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos actores. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com enfoque em problemáticas, com um peso residual nas peças de política nacional analisadas, como se verifica na figura 26.

Fig. 26 – *Enfoque/orientação das peças sobre política nacional*

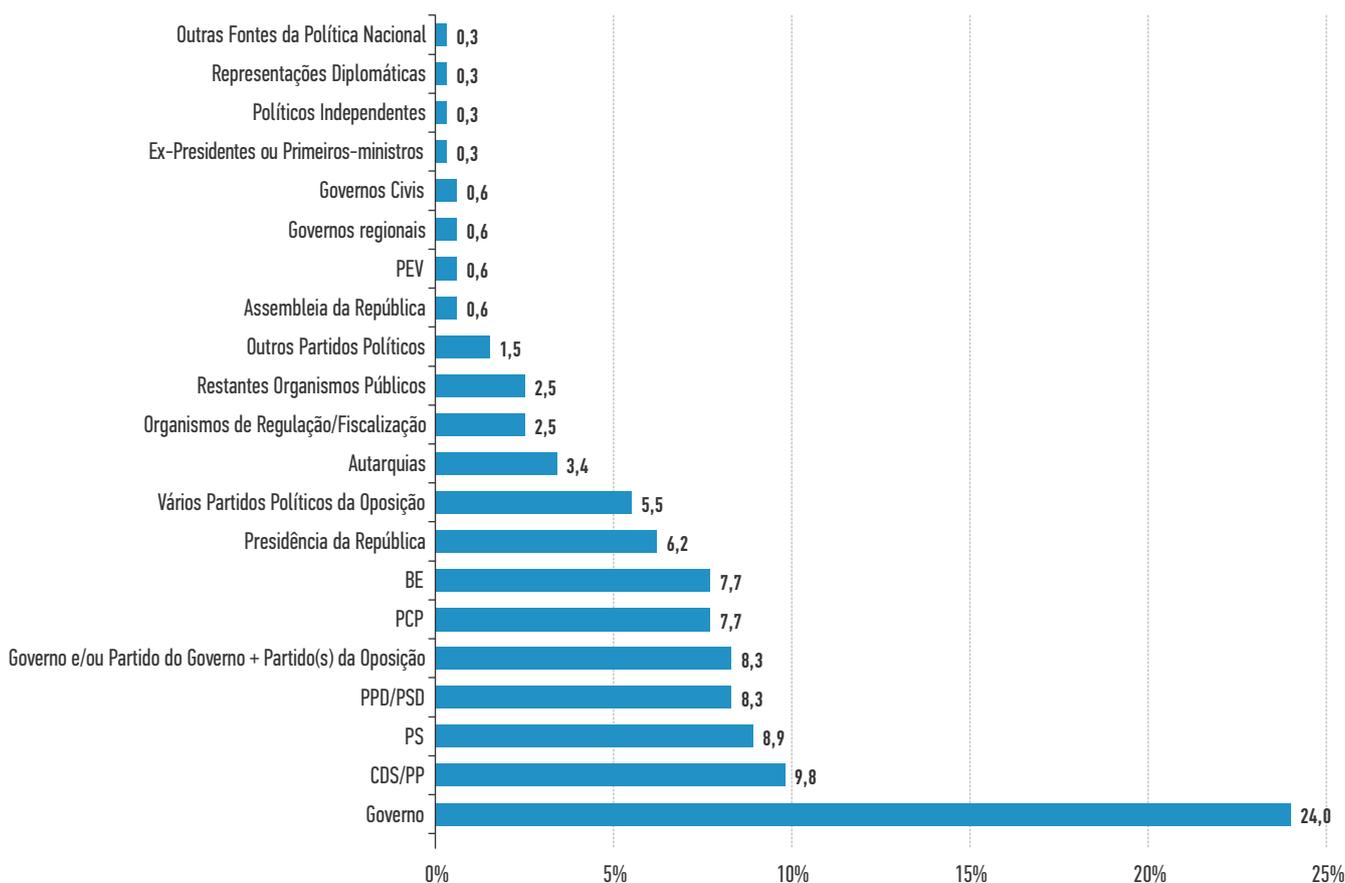


Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças sobre política nacional orientadas para o acontecimento = 309. Total de peças sobre política nacional orientadas para uma problemática = 5. Valores em percentagem.

1. FONTES DE INFORMAÇÃO POLÍTICAS NACIONAIS

- Atentando aos dados da figura 27, o Governo surge destacado como fonte de informação principal em 24% das peças com fontes da área política nacional.
- A segunda fonte principal mais representada é o CDS-PP, consultado em 9,8% das peças com fontes políticas nacionais.
- O PS é fonte principal em 8,9% das peças com fontes políticas nacionais.
- O PPD/PSD é o terceiro partido parlamentar mais representado como fonte principal (8,3%).
- O PCP constitui fonte principal em 7,7% das peças com fontes políticas nacionais, a par do BE.
- O PEV é o partido com assento parlamentar menos representado como fonte principal, em 0,6% das peças.
- Os partidos sem assento parlamentar são fonte principal em apenas 1,5% das peças.
- O Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição representam a quinta categoria de fontes políticas nacionais mais consultada (8,3%).
- Vários partidos políticos da oposição representam 5,5% das peças com fontes políticas nacionais (o que significa que nenhum dos partidos se destaca como fonte dominante).
- Em termos genéricos, a Presidência da República é a sexta categoria de fontes políticas mais consultada, com 6,2%.

Fig. 27 – Fontes de informação política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças com fontes políticas nacionais = 325. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças, existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

Nota explicativa: na análise de fontes apresentada neste capítulo, são analisadas não só as fontes políticas presentes nas 314 peças com tema dominante política nacional, mas todas as fontes políticas presentes nas 1240 peças emitidas no Telejornal no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso política nacional, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

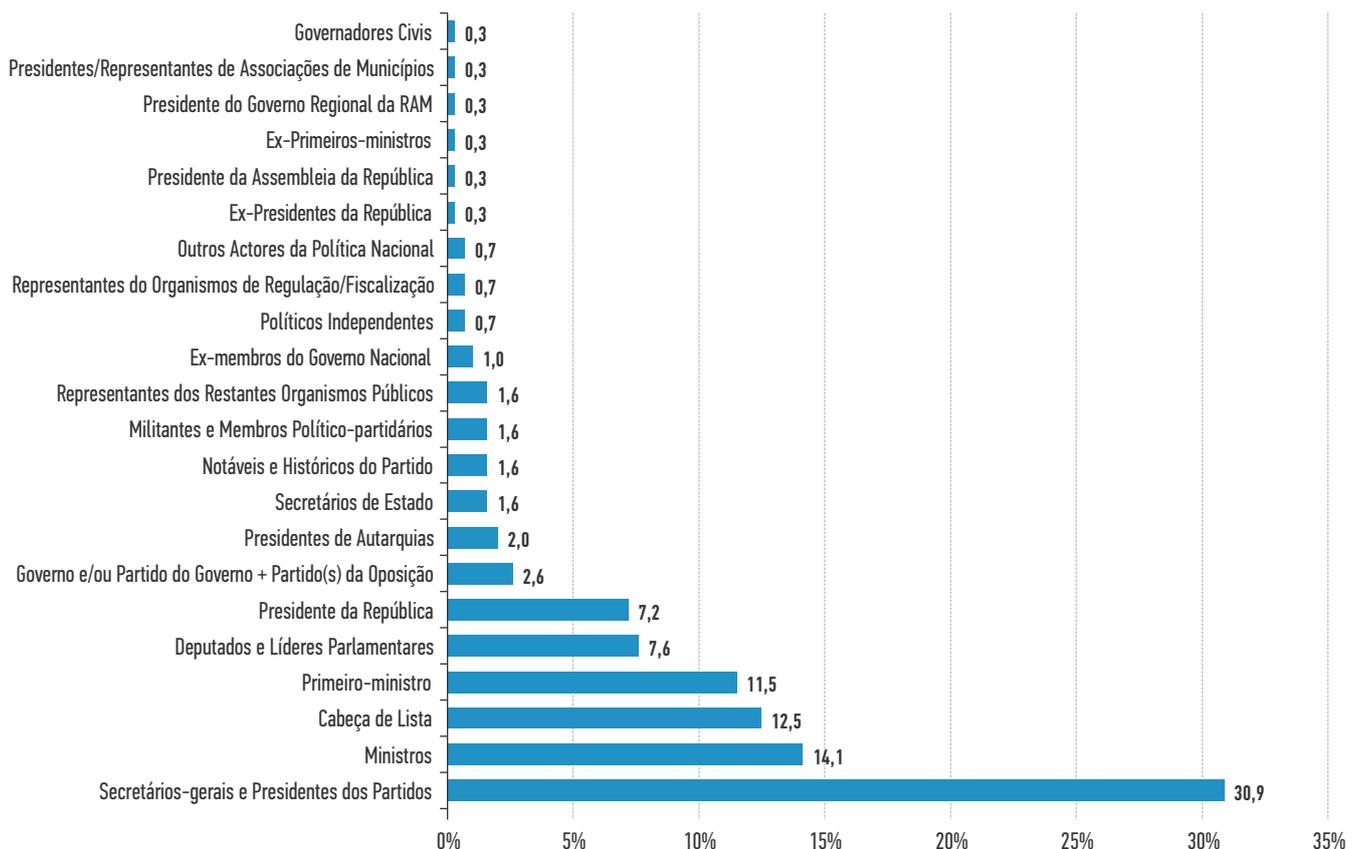
2. ACTORES POLÍTICOS NACIONAIS

- ▶ Os secretários-gerais e presidentes dos partidos são os principais actores, representando 30,9% das peças com actores políticos nacionais, segundo os dados apresentados na figura 28.
- ▶ As três categorias agregadas de actores pertencentes ao Governo – primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado – preenchem 27,2% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças.
- ▶ Secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista, militantes e membros político-partidários, deputados e líderes parlamentares, notáveis e históricos dos partidos, agregados, preenchem 54,2% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças.
- ▶ Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição representam 2,6% das peças com protagonistas políticos nacionais.

- ▶ O Presidente da República é actor em 7,2% das peças com actores políticos nacionais.

A pertença político-partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: ex-Presidente da República, primeiro-ministro, ex-primeiros-ministros, ministros, secretários de Estado, representantes de organizações da UE, secretários-gerais e presidentes dos partidos, deputados, presidentes de autarquias, candidatos, militantes e membros político-partidários.

Nota: os dados constantes deste capítulo não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público, uma vez que os critérios utilizados não são totalmente coincidentes; as peças incluídas abrangem outros actores para além de membros do

Fig. 28 – Categorias de *actores políticos nacionais*

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre *política nacional* = 314. Total de peças com *actores políticos nacionais* = 304. Valores em percentagem. A categoria *primeiro-ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como *primeiro-ministro* e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

Nota explicativa: na análise de *actores* apresentada neste capítulo, serão analisados não só os *actores* políticos presentes nas 314 peças com *tema* dominante *política nacional*, mas todos os *actores* políticos presentes nas 1240 peças emitidas no Telejornal no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único *tema*, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

Governo e dos partidos e nesta avaliação é apenas analisado o Telejornal da RTP1.

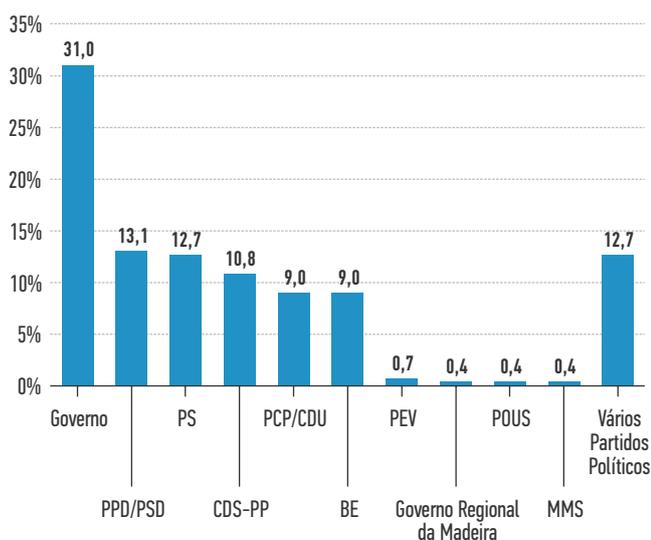
Considerando a *pertença político-partidária* dos *principais actores* constante dos dados da figura 29, observa-se:

- ▶ Nas 268 peças com *protagonistas políticos nacionais* cuja *pertença político-partidária* é identificada (88,2% do total de *actores políticos nacionais* identificados), predominam os *membros do Governo*, com 31%.
- ▶ Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria *político-partidária* mais frequentada, com 13,1% nas peças.
- ▶ Os *protagonistas* do PS representam a terceira categoria *político-partidária* mais frequentada no Telejornal da RTP1 (12,7%), a par de vários *partidos políticos* em conjunto.
- ▶ Os *protagonistas* do CDS-PP representam a quarta categoria *político-partidária* mais frequentada no Telejornal da RTP1 (10,8%).
- ▶ Os *protagonistas* do PCP e do BE representam a quinta cate-

goria *político-partidária* mais frequentada (9%).

- ▶ Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os *protagonistas* do PEV são a categoria *político-partidária* menos representada, 0,7%.
- ▶ Entre os *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar, apenas o POUS e o MMS marcam presença no Telejornal da RTP1 (0,4% cada).
- ▶ O *Governo Regional da Madeira* está presente em 0,4% das peças.
- ▶ Os *actores políticos nacionais* são, na grande maioria das peças – 82,9% (252 peças) –, do *género masculino*, de acordo com a figura 30.
- ▶ Apenas 11,8% dos *actores políticos nacionais* são do *género feminino*.
- ▶ No período da amostra, os únicos *protagonistas políticos femininos* considerados com maior visibilidade na peça são *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, nomeadamente a presidente do PSD, e *ministros*, principalmente a ministra da

Fig. 29 – Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças com actores políticos nacionais = 304. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 268. Valores em percentagem.

Fig. 30 – Género dos actores/protagonistas políticos nacionais

Actores	%			Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	30,2	41,7	18,8	30,9
Ministros	12,7	30,6	–	14,1
Cabeça de Lista	11,5	16,7	18,8	12,5
Primeiro-ministro	13,9	–	–	11,5
Deputados e Líderes Parlamentares	6,7	5,6	25,0	7,6
Presidente da República	8,7	–	–	7,2
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição	1,6	–	25,0	2,6
Presidentes de Autarquias	2,4	–	–	2,0
Secretários de Estado	2,0	–	–	1,6
Notáveis e Históricos do Partido	2,0	–	–	1,6
Militantes e Membros Político-partidários	0,8	5,6	6,3	1,6
Representantes dos Restantes Organismos Públicos	1,6	–	6,3	1,6
Ex-Membros do Governo Nacional	1,2	–	–	1,0
Políticos Independentes	0,8	–	–	0,7
Representantes dos Organismos de Regulação/Fiscalização	0,8	–	–	0,7
Ex-Presidente da República	0,4	–	–	0,3
Presidente da Assembleia da República	0,4	–	–	0,3
Ex-Primeiros-ministros	0,4	–	–	0,3
Presidente do Governo Regional da RAM	0,4	–	–	0,3
Presidentes/Representantes de Associações de Municípios	0,4	–	–	0,3
Governadores Cívicos	0,4	–	–	0,3
Outros Actores da Política Nacional	0,8	–	–	0,7
Total	100 (252)	100 (36)	100 (16)	100 (304)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Telejornal (RTP1) = 1240. Total de peças sobre política nacional = 314. Total de peças com actores políticos nacionais = 304. Total de peças em que foi identificado o género dos actores políticos nacionais = 304. Valores em percentagem. A categoria ambos os géneros agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

Educação e a ministra da Saúde, assim como a ministra do Trabalho e da Solidariedade Social, no final do ano. Surgem ainda cabeças de lista, como Carmelinda Pereira do POUS, Ilda Figueiredo do PCP ou Manuela Ferreira Leite do PSD, esta última na qualidade de candidata às eleições legislativas, militantes e membros político-partidários e deputadas e líderes parlamentares.

SÍNTESE CONCLUSIVA

RTP1 – TELEJORNAL

1. Em termos gerais, no Telejornal da RTP1 destacam-se como temas mais presentes a política nacional, a ordem interna e o desporto, o mesmo se reflectindo no que respeita aos protagonistas. Já no que concerne às fontes de informação, verifica-se uma ligeira alteração, estando mais presentes as categorias da política nacional, desporto e economia, finanças e negócios.

2. Temas das áreas população e grupos minoritários possuem presença residual no Telejornal, o mesmo acontecendo com temas como urbanismo, defesa ou comunicação.

3. Hierarquizando as categorias temáticas mais representadas no Telejornal, a ordem é a seguinte:

- ▶ Política nacional – o tema mais frequente, o que mais vezes abre o Telejornal e o que possui maior número de directos e promoções – destacam-se actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da presidência da República, divergências ou críticas inter-partidárias e actividades da Assembleia da República, traduzindo, essencialmente, as acções de campanha para os três actos eleitorais de 2009, o calendário eleitoral determinado pelo Presidente da República, bem como a sua mensagem de Ano Novo, e ainda debates parlamentares em torno do “caso BPN”.
- ▶ Ordem interna – acidentes e catástrofes, crimes e violência, também com peso significativo na abertura do Telejornal, no número de promoções e de directos.
- ▶ Desporto – com peso dominante do futebol – é o tema com maior número de directos e promoções a seguir à política nacional e ordem interna.
- ▶ Economia, finanças e negócios, mas também política internacional e saúde e acção social são ainda áreas de relevo.
- ▶ Muito perto encontram-se temas como sistema judicial (peças sobre processos judiciais em curso, designadamente os “casos Freeport e Face Oculta”).

4. Também representadas no Telejornal, encontram-se as seguintes categorias de fontes e actores:

- ▶ No âmbito da *política nacional* – membros de partidos políticos, como *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* e membros do *Governo*, especialmente *ministros* e *primeiro-ministro*.
- ▶ No âmbito do *desporto* – *atletas* e *técnicos desportivos*, sobretudo ligados ao *futebol*.
- ▶ No âmbito da *ordem interna* – *forças de segurança* e *bombeiros* e *protecção civil*, bem como *vítimas* e *suspeitos de crimes* e *actos ilícitos*.
- ▶ No âmbito da *economia*, *finanças* e *negócios* – *organizações económico-financeiras*, *grandes empresas* e *grupos económicos*, bem como *pequenos* e *médios empresários* e *consumidores em geral*.

Embora com menos relevo, encontram-se também na amostra as seguintes categorias de *fontes* e *actores*:

- ▶ No âmbito local e regional – representantes de *autarquias*.
- ▶ No âmbito sindical – representantes *sindicais* e *trabalhadores/desempregados*.

5. Os *temas*, *fontes* e *actores* da área *relações laborais*, com incidência em *assuntos laborais*, representam 3,5% do total dos *temas*, *actores* e *fontes* do Telejornal. São, essencialmente, *representantes sindicais* e *trabalhadores/desempregados*.

6. Em termos geográficos, o Telejornal cobre diferentes regiões do país e do mundo. Contudo, a nível *nacional*, embora a maior parte das peças *não especifique* nenhuma região, a da *Grande Lisboa* destaca-se das restantes regiões.

7. A nível internacional, continua a verificar-se presença reduzida dos países de Língua Oficial Portuguesa. O país da União Europeia mais referido, no período em análise, é *Espanha* e, no cenário extra-europeu, os *Estados Unidos da América*, devido, sobretudo, às actividades presidenciais de Barack Obama.

8. No que respeita a *fontes* de informação, existe diversidade de *fontes* e as peças com *fonte múltipla* representam 57,7% do total das peças com *fontes* atribuídas, as quais predominam nas áreas da *ordem interna*, *economia*, *finanças* e *negócios*, *saúde* e *acção social*, *sistema judicial*, *assuntos internacionais*, *cultura*, *relações laborais*, *vida social*, *sociedade*, *ambiente*, *assuntos comunitários*,

ciência e tecnologia, *crença e religião*, *educação*, *defesa*, *comunicação*, *urbanismo*, *população* e *grupos minoritários*. As peças com *informação não atribuída* são essencialmente sobre *desporto* (futebol), *ordem interna* e *política internacional*.

9. A maior parte dos *protagonistas* do Telejornal é de *nacionalidade* portuguesa e do *género masculino*, designadamente em peças sobre *política nacional*. O *género feminino* aparece sub-representado e com maior protagonismo em peças sobre *temas* de *política nacional*, *sociedade* e *saúde* e *acção social*.

Informação política nacional no Telejornal

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional*, apuram-se os seguintes dados:

10. Dos 25,3% de peças sobre *política nacional*, as *actividades/propostas genéricas de partidos políticos* estão entre os *subtemas* mais representados, bem como as *actividades da Presidência da República* e as *divergências ou críticas inter-partidárias*.

11. Seguem-se na hierarquia dos *subtemas* de *política nacional* no Telejornal, *actividades da Assembleia da República* (em particular, debates parlamentares em torno dos “casos PBN e Face Oculta”), *políticas fiscais/financeiras* (no âmbito das medidas de combate à crise) e *políticas para a educação* (avaliação dos professores e estatuto da carreira docente).

12. As *fontes políticas nacionais* representam 26,3% do total das *fontes* do Telejornal. Dessas, o *Governo* surge como *fonte* principal na maior parte das peças (24%), seguido pelo CDS/PP (9,8%), pelo PS (8,9%) e pelo PSD (8,3%). Os restantes partidos encontram-se distribuídos da seguinte forma: PCP e BE (7,7%) e PEV (0,6%).

13. Das peças com *protagonistas políticos nacionais* cuja *pertença político-partidária* é identificada (88,2% do total de peças com *actores políticos nacionais* identificados), 31% são membros do *Governo*; 13,1% são membros do PSD; 12,7% do PS; 10,8% do CDS/PP; 9% do PCP e do BE; 0,7% do PEV e 0,4% do POUS e MMS.

Serviço público de televisão – Jornal 2 da RTP2 (informação complementar)

Sobre os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre explorados pelo operador de serviço público (RTP1 e RTP2) e pelos operadores privados licenciados (SIC e TVI) impende um conjunto de obrigações em matéria de programação televisiva, cujo acompanhamento deve ser assegurado pela ERC.

O presente capítulo analisa a conformidade da informação diária emitida pelo serviço de programas RTP2 no bloco informativo das 22h00 com essas obrigações.

A) DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NO JORNAL 2 DA RTP2

1.1 INDICADORES DE DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL

A análise da diversidade, do pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- ▶ Nos *temas* abordados.
- ▶ Nas *fontes* de informação.
- ▶ Nos *actores/protagonistas* presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1042 peças noticiosas emitidas pelo Jornal 2 entre Janeiro e Dezembro de 2009. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no capítulo anterior.

B) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NOS TEMAS ABORDADOS

A identificação dos *temas* mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, os conceitos de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo do segundo serviço de programas do operador público.

Durante o período temporal que compõe a amostra analisada, o Jornal 2 emitiu um total de 1042 peças noticiosas em 46 noticiários.

Das 21 grandes categorias *temáticas* previamente definidas, 20 estão representadas no Jornal 2 da RTP2 enquanto *tema* principal da peça.

São as seguintes as categorias *temáticas* mais representadas, como se pode verificar na figura 8 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI:

- ▶ *Política nacional* (29,7% do total das peças) é o *tema* dominante.
- ▶ Seguem-se *política internacional* (12,1%), *ordem interna* (11,2%) e *cultura* (10,4%).
- ▶ *Economia, finanças e negócios* (8%) atinge valores relevantes.
- ▶ Os *temas* *crença e religião, educação, defesa, comunicação, urbanismo* e *população* são residuais, abaixo de 1%.
- ▶ *Relações laborais* foi *tema* principal de 4,4% das peças do Jornal 2, centrado nas questões do *emprego/desemprego* e *greves, protestos e manifestações laborais*. De notar que *actores* e *fontes dos sindicatos* aparecem ainda associados a outros *temas* como *política nacional, sistema judicial, ordem interna, economia, finanças e negócios, etc.*
- ▶ Na amostra da RTP2 nenhuma das peças analisadas teve como *tema* dominante *grupos minoritários*.

Nota: os dados sobre *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI descreve o *enfoque geográfico* dos conteúdos emitidos no Jornal 2, assim distribuídos:

- ▶ 47,8% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional*.
- ▶ O *enfoque internacional* aparece contemplado em 24,3% das peças, seguindo-se aquelas com *enfoque regional*, em 11,8% das peças.
- ▶ Com menos peso surgem as peças com *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro* (9,8%) e com *enfoque internacional com o envolvimento do país* (6,3%).

A nível *nacional*, e por referência ao *local onde decorre a acção* narrada na notícia, observa-se uma preponderância da categoria *não especificado* (48,4%), isto é, o *local onde decorre a acção* não é mencionado. Seguem-se as peças que descrevem acontecimentos na área da *Grande Lisboa*, com 24,3%, e em *várias regiões de Portugal*, com 7,2%. O *Centro* e o *Grande Porto* são

as regiões que se seguem, com 5,8% e 5,1%, respectivamente. Menos presentes estão as peças cuja acção se desenrola nas *Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores*.

A figura 21 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI descreve o *local de acção em país estrangeiro* dos conteúdos emitidos no Jornal 2. Diz respeito a 421 peças, que equivalem a 40,4% do universo total pesquisado. Sobre o *local de acção em país estrangeiro* das peças pode constatar-se que:

- ▶ Cerca de 39% incidem sobre o *continente europeu*. Dentro desta fatia, surgem mais frequentemente peças que contemplam *vários países do continente europeu*, maioritariamente referindo-se a questões da União Europeia, *Reino Unido, Alemanha e Espanha*.
- ▶ *Vários países* ou peças com *enfoque internacional* genérico, ou seja, quando não é referida qualquer região, representam a segunda categoria mais representada no cenário internacional, referenciada em 20,4% do total de peças com *enfoque internacional*.
- ▶ Seguem-se as peças com enfoque no *continente asiático*, representando 18,3%. Destacam-se países como *Afganistão, Paquistão, Irão e China*, sobre questões que vão desde elei-

ções nesses países, passando por segurança e conflitos armados, como as ofensivas contra os talibãs ou ataques suicidas.

- ▶ Em termos de representatividade dentro do cenário internacional, o *continente americano* aparece em terceiro lugar na amostra, com 16,9%. Os países mais referenciados são os *Estados Unidos da América*, em 59,2%, sendo que grande parte destes registos se refere à governação de Barack Obama, e o *Brasil*, com 12,7%.
- ▶ O *continente africano* surge em quinto lugar, com 5%, especialmente peças sobre *Angola e o Zimbábue*.
- ▶ Já os noticiários com *enfoque sobre a Oceânia* apresentam valores residuais (0,5%).
- ▶ A baixa representatividade estatística de certos países e continentes pode justificar-se pela saliência da categoria *vários países/enfoque internacional genérico* que, como já foi referido, apresenta um peso de 20,4% do total de registos.

A figura 1 mostra o *local de acção em Portugal e em outros países* por temas abordados nas peças.

Em relação às peças cujo *local de acção* é Portugal, verifica-se:

- ▶ As peças *sem região do país especificada*, as mais presentes

Fig. 1 – Incidência geográfica por temas

Temas	Local de acção em Portugal										Local de acção em país estrangeiro							
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma dos Açores	Várias Regiões de Portugal	Sem Região Especificada	Total de peças com incidência geográfica nacional	Continente Europeu	Continente Americano	Continente Asiático	Oceânia	Continente Africano	Vários Países/Enfoque Internacional Genérico	Total de peças com incidência geográfica internacional
	%																	
Política Nacional	64,3	32,5	39,1	39,1	45,0	23,1	44,4	50,0	17,5	41,4	39,2	18,3	–	–	–	4,8	2,3	7,8
Política Internacional	–	–	–	0,5	–	–	11,1	–	–	2,1	1,3	13,4	25,4	66,2	–	47,6	29,1	29,9
Ordem Interna	3,6	15,0	13,0	11,5	20,0	46,2	11,1	50,0	7,0	2,6	7,7	20,1	22,5	11,7	50,0	14,3	4,7	15,7
Cultura	–	5,0	–	21,4	5,0	–	–	–	57,9	5,2	12,3	6,7	16,9	2,6	–	4,8	5,8	7,4
Economia, Finanças e Negócios	3,6	10,0	13,0	2,1	5,0	15,4	11,1	–	5,3	12,6	8,9	5,5	8,5	2,6	–	–	16,3	7,4
Sistema Judicial	10,7	2,5	10,9	7,3	–	–	11,1	–	–	9,2	7,5	1,8	1,4	–	–	–	2,3	1,4
Saúde e Acção Social	3,6	10,0	–	6,3	5,0	15,4	11,1	–	–	6,8	6,0	2,4	8,5	–	50,0	9,5	7,0	4,5
Relações Laborais	10,7	12,5	6,5	4,2	5,0	–	–	–	1,8	5,0	5,1	4,9	2,8	1,3	–	4,8	–	2,9
Desporto	–	5,0	6,5	2,1	–	–	–	–	–	4,7	3,4	8,5	1,4	–	–	–	9,3	5,5
Vida Social	–	2,5	4,3	–	–	–	–	–	–	2,4	1,5	3,7	4,2	3,9	–	4,8	5,8	4,3
Política Europeia	–	–	–	0,5	–	–	–	–	–	2,9	1,5	10,4	–	1,3	–	–	2,3	4,8
Ciência e Tecnologia	–	–	–	1,0	–	–	–	–	1,8	1,3	1,0	1,8	7,0	1,3	–	–	4,7	3,1
Ambiente	3,6	–	2,2	1,0	10,0	–	–	–	5,3	0,5	1,4	0,6	–	3,9	–	–	3,5	1,7
Sociedade	–	–	–	1,0	–	–	–	–	3,5	1,0	1,0	–	1,4	1,3	–	–	1,2	0,7
Crença e Religião	–	–	2,2	–	–	–	–	–	–	0,5	0,4	1,2	–	2,6	–	9,5	1,2	1,7
Educação	–	2,5	–	–	5,0	–	–	–	–	0,8	0,6	–	–	–	–	–	–	–
Defesa	–	2,5	2,2	1,0	–	–	–	–	–	–	0,5	–	–	1,3	–	–	2,3	0,7
Comunicação	–	–	–	0,5	–	–	–	–	–	0,8	0,5	0,6	–	–	–	–	1,2	0,5
População	–	–	–	0,5	–	–	–	–	–	–	0,1	–	–	–	–	–	1,2	0,2
Urbanismo	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,3	0,1	–	–	–	–	–	–	–
Total	100 (28)	100 (40)	100 (46)	100 (192)	100 (20)	100 (13)	100 (9)	100 (2)	100 (57)	100 (382)	100 (789)	100 (164)	100 (71)	100 (77)	100 (2)	100 (21)	100 (86)	100 (421)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com incidência geográfica nacional = 789. Total de peças com incidência geográfica internacional = 421. Valores em percentagem.

na amostra (382), incidem, sobretudo, sobre *política nacional* (41,4%), *economia, finanças e negócios* (12,6%) e *sistema judicial* (9,2%).

- ▶ As peças com incidência na *Grande Lisboa* possuem como temas dominantes *política nacional* (39,1%), *cultura* (21,4%) e *ordem interna* (11,5%).
- ▶ As peças com incidência no *Grande Porto, Centro e Alentejo* possuem como tema dominante *política nacional* (em 32,5%, 39,1% e 45%, respectivamente), seguindo-se as peças sobre *ordem interna* (com 15%, 13% e 20%, respectivamente).
- ▶ As peças com incidência no *Norte* possuem como tema mais saliente *política nacional*, presente em 64,3% dos conteúdos, seguindo-se as peças sobre *sistema judicial* (10,7%) e *relações laborais* (10,7%).
- ▶ As peças com incidência no *Algarve* possuem como tema dominante *ordem interna* (46,2%), seguido de *política nacional* (23,1%).
- ▶ A *Região Autónoma da Madeira* surge, sobretudo, associada a questões de *política nacional* (44,4%) e a *Região Autónoma dos Açores* tem uma presença polarizada entre questões de *política nacional* (50%) e de *ordem interna* (50%).
- ▶ Já a categoria *várias regiões de Portugal* aparece maioritariamente associada à *temática cultura* (57,9%), devido, em grande parte, à rubrica *Cartaz*, onde se elencam as sugestões de espectáculos nacionais a decorrer.

C) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NAS FONTES DE INFORMAÇÃO

De acordo com a figura 27 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, 22% das peças transmitidas no Jornal 2 possuem *informação não atribuída*.

- ▶ Das fontes identificadas, a maioria pertence à categoria *política nacional* (29%), seguidas das fontes provenientes da *comunidade internacional*, com 9,7%.
- ▶ Seguem-se as fontes da *economia, finanças e negócios* (5,8%) e do *sistema judicial* (4,4%), próximas das fontes da *cultura* (4,3%).
- ▶ As fontes menos presentes são oriundas das áreas *defesa, educação, urbanismo e ambiente*.
- ▶ Nos dias da amostra, o Jornal 2 não transmitiu nenhuma peça em que a fonte dominante fosse das áreas *grupos minoritários e população*.

Nota: os dados sobre fontes políticas nacionais são apresentados adiante neste capítulo.

- ▶ Na maior parte das peças, de acordo com os dados da figura 2, identifica-se a presença de apenas uma fonte de informação (51,2%).

Fig. 2 – Número de fontes, por temas

Temas	%		
	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política Nacional	58,1	41,9	100
Política Internacional	47,1	52,9	100
Ordem Interna	41,5	58,5	100
Economia, Finanças e Negócios	56,9	43,1	100
Cultura	45,5	54,5	100
Sistema Judicial	53,2	46,8	100
Saúde e Acção Social	50,0	50,0	100
Relações Laborais	43,3	56,7	100
Política Europeia	42,1	57,9	100
Desporto	55,6	44,4	100
Vida Social	47,1	52,9	100
Ciência e Tecnologia	46,7	53,3	100
Sociedade	55,6	44,4	100
Ambiente	42,9	57,1	100
Crença e Religião	60,0	40,0	100
Educação	–	100	100
Defesa	–	100	100
Comunicação	50,0	50,0	100
Urbanismo	–	100	100
População	–	100	100
Total	51,2 (411)	48,8 (391)	100 (802)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 802. Total de peças com fonte única = 411. Total de peças com fonte múltipla = 391. Valores em percentagem.

- ▶ As peças com fonte múltipla representam 48,8% do total das peças com fontes atribuídas. Predominam nos temas *política internacional, ordem interna, cultura, relações laborais, política europeia, vida social, ciência e tecnologia e ambiente*.
- ▶ As peças com fonte única predominam nos temas *política nacional, economia, finanças e negócios, sistema judicial, desporto, sociedade e crença e religião*.
- ▶ Temas como *educação, defesa, urbanismo e população* apenas recorrem a fontes múltiplas. No entanto, urge sublinhar que estas temáticas têm presença reduzida na amostra da RTP2.

Fig. 3 – Temas das peças com informação não atribuída

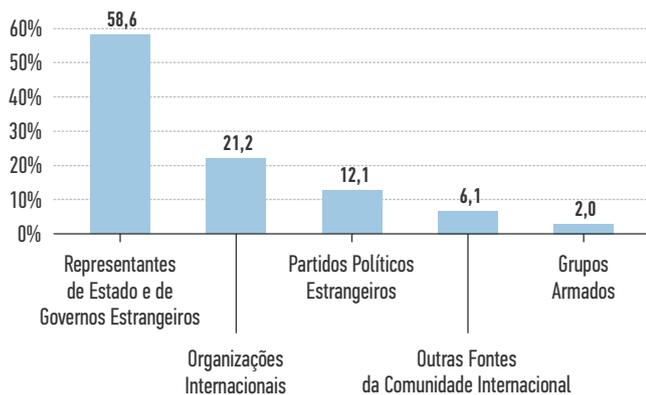
Temas	Jornal 2 - RTP2 (%)
Cultura	24,8
Política Internacional	16,8
Ordem Interna	14,6
Economia, Finanças e Negócios	7,5
Relações Laborais	6,6
Sistema Judicial	5,3
Desporto	5,3
Política Nacional	4,9
Ambiente	3,5
Saúde e Acção Social	3,1
Vida Social	2,2
Crença e Religião	1,3
Defesa	0,9
Comunicação	0,9
Ciência e Tecnologia	0,9
Política Europeia	0,4
Educação	0,4
Sociedade	0,4
Total	100 (226)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com informação não atribuída = 226. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas. Valores em percentagem.

Em 22% das peças do Jornal 2, a *informação não é atribuída*. Assim, e de acordo com a figura 3:

- ▶ Cultura (24,8%), *política internacional* (16,8%), *ordem interna* (14,6%) e *economia, finanças e negócios* (7,5%) são os temas mais frequentes nas peças em que a *informação não é atribuída*.
- ▶ O peso da *informação não atribuída* nas peças sobre *cultura* justifica-se pela ausência de atribuição de *fonte* nas peças da rubrica Cartaz.

Fig. 4 – Fontes oriundas da comunidade internacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042.
Total de peças com fontes de informação da comunidade internacional = 99.
Valores em percentagem.

As fontes da área da *comunidade internacional* são referenciadas e/ou consultadas em 99 peças do Jornal 2, representadas na figura 4, das quais:

- ▶ 58,6% são *representantes de Estado e de governos estrangeiros*.
- ▶ 21,2% são *organizações internacionais*.
- ▶ 12,1% são *partidos políticos estrangeiros*.
- ▶ 6,1% são *outras fontes da comunidade internacional*.
- ▶ 2% são *grupos armados*.

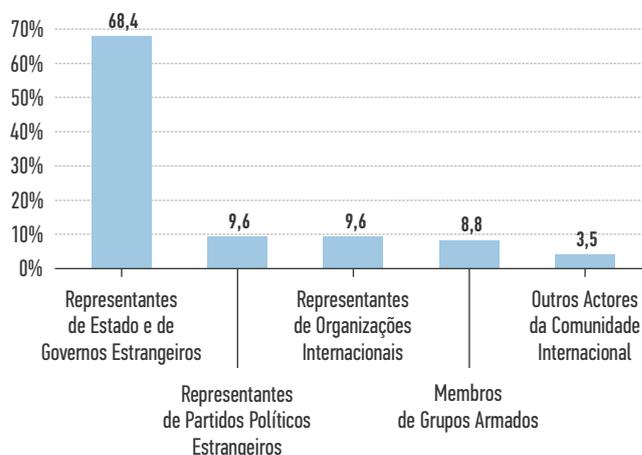
D) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL DE ACTORES/PROTAGONISTAS PRESENTES NAS PEÇAS

- ▶ Tal como referido no capítulo comparativo dos principais blocos informativos dos serviços de programas generalistas nacionais (figura 33 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI) os *protagonistas* do Jornal 2 são, na maior parte, oriundos da área *política nacional* (28%).
- ▶ A segunda categoria de *protagonistas* mais representada é oriunda da *comunidade internacional*, em 10,9% dos casos, com destaque para os *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*. Adiante neste capítulo especificam-se quais os *actores* dessa área que surgem como *protagonistas* nas peças do Jornal 2 da RTP2.

- ▶ Recorde-se que a terceira categoria mais saliente de *protagonistas* provém da área da *cultura*, em 9,7% dos casos, onde se destacam *artistas e outros criadores*.
- ▶ Os *protagonistas* da área *relações laborais* representam 3,7% do total de peças do Jornal 2, essencialmente *trabalhadores/desempregados*.
- ▶ Os casos de *actores não identificáveis* representam 14,2% do total das peças analisadas. As peças em que não há *actores* são, sobretudo, sobre os temas *economia, finanças e negócios* (24,3%), *ordem interna* (13,5%), *política nacional* (12,8%) e *política internacional* (12,2%).

Nota: os dados sobre *actores políticos nacionais* são apresentados adiante neste capítulo.

Fig. 5 – Principais actores oriundos da comunidade internacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042.
Total de peças com *protagonistas* identificáveis = 894. Total de peças com *protagonistas* da comunidade internacional = 114. Valores em percentagem.

Os *protagonistas* oriundos da *comunidade internacional* são a segunda categoria de *protagonistas* identificáveis no Jornal 2 (presentes em 10,9% do total das peças). Estes *protagonistas*, apresentados na figura 5, são concretamente:

- ▶ Em 68,4% dos casos, *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*.
- ▶ Em 9,6% dos casos, *representantes de partidos políticos estrangeiros*, bem como *representantes de organizações internacionais*.
- ▶ Em 8,8% dos casos, *membros de grupos armados*.
- ▶ Com menos representatividade, em 3,5% dos casos, *outros actores da comunidade internacional*.

De acordo com a figura 38 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, a maior parte (63,8%) dos *protagonistas* dos noticiários do Jornal 2 é de *nacionalidade portuguesa* (570 peças de um total de 894).

- ▶ Os *protagonistas* identificados como *internacionais* são o se-

gundo maior grupo dentro da amostra (26,5%) – protagonizam 237 peças, especialmente salientes nas categorias de *actores da comunidade internacional, cultura e ordem interna*.

- ▶ As peças com *protagonistas* de várias nacionalidades, nacionais e internacionais representam 3,5% (31) das peças.
- ▶ Em 6,3% (56) das peças não é identificável a nacionalidade do protagonista da peça.

Fig. 6 – Género dos principais actores, por áreas

Área dos principais actores	%				Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Não identificável	
Política Nacional	38,7	33	10,4	–	32,7
Comunidade Internacional	14	14,7	3,1	11,1	12,8
Cultura	8,0	11,0	36,5	5,6	11,3
Ordem Interna	5,5	1,8	15,6	25,9	7,4
Sistema Judicial	7,4	7,3	1	3,7	6,5
Economia, Finanças e Negócios	5,4	1,8	4,2	11,1	5,1
Saúde e Acção Social	4,1	3,7	7,3	5,6	4,5
Relações Laborais	3,1	4,6	4,2	18,5	4,4
Sociedade	1,3	11,9	10,4	3,7	3,7
Desporto	4,1	1,8	1,0	–	3,2
Comunidade Europeia	3,0	0,9	1,0	–	2,3
Ciência e Tecnologia	1,4	3,7	–	1,9	1,6
Crença e Religião	1,6	–	–	1,9	1,2
Defesa	1,1	–	–	–	0,8
Educação	0,2	0,9	–	9,3	0,8
Comunicação	–	2,8	2,1	–	0,6
Urbanismo	0,6	–	1,0	–	0,6
Ambiente	0,3	–	1,0	1,9	0,4
População	0,2	–	1,0	–	0,2
Total	100 (635)	100 (109)	100 (96)	100 (54)	100 (894)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com protagonistas identificáveis = 894. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega *actores masculinos e femininos* que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

A distribuição dos protagonistas por género evidencia algumas diferenças. Assim, no total de 894 peças com protagonistas identificáveis e de acordo com a figura 6:

- ▶ Em 635 peças (71%) o protagonista é do género masculino. Os homens pertencem, sobretudo, à categoria política nacional (em 38,7% das peças válidas desta categoria de actores) e comunidade internacional (14%).
- ▶ Já as mulheres protagonizam apenas 109 peças, representando 12,2% dos protagonistas. À semelhança do género masculino, o género feminino aparece, principalmente, enquadrado na categoria de actores da área política nacional (33% das peças desta categoria), seguindo-se a área da comunidade internacional (14,7%). Também têm uma presença significativa nas categorias das áreas da sociedade (11,9%) e cultura (11%).
- ▶ Os protagonistas de ambos os géneros contabilizam apenas 96 registos na amostra (10,7%) e aparecem maioritariamente enquanto pertencendo à categoria cultura (36,5%). Estes actores surgem também associados às áreas da ordem interna (15,6%), sociedade (10,4%) e política nacional (10,4%).

E) RIGOR E ISENÇÃO NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

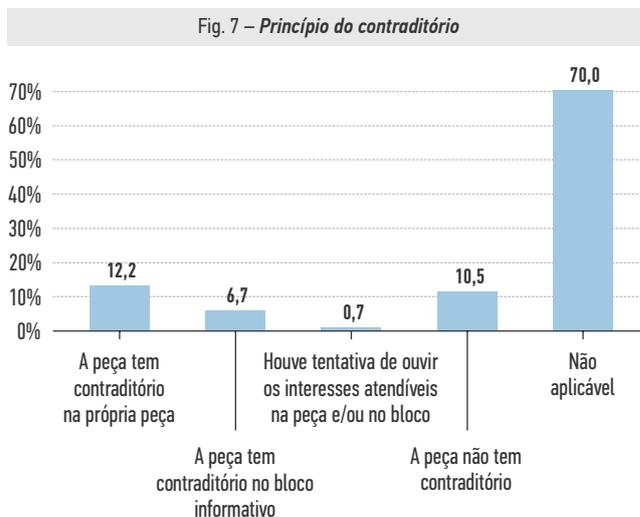
O rigor e a isenção na informação do Jornal 2 são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- ▶ O respeito pelo princípio do contraditório, isto é, a audição das partes conflituais e de interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.
- ▶ A apresentação dos factos e a sua verificação.
- ▶ A separação entre factos e opiniões.
- ▶ A identificação das fontes, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das fontes constitui uma excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção:

- ▶ Princípio do contraditório.
- ▶ Presença de elementos discursivos opinativos.
- ▶ Identificação das fontes.
- ▶ Diversidade de fontes.

Fig. 7 – Princípio do contraditório



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com contraditório = 197. Total de peças em que houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis = 7. Total de peças sem contraditório = 109. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 729. Valores em percentagem.

A variável princípio do contraditório verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça é codificada como tendo contraditório quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo. A peça é codificada como não tendo contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir.

Fig. 8 – Princípio do contraditório, por temas

Temas	%					
	A peça tem contraditório na própria peça	A peça tem contraditório no bloco informativo	Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política Nacional	19,1	18,1	1,0	18,8	43,0	100
Política Internacional	11,9	–	–	8,7	79,4	100
Ordem Interna	8,5	3,4	0,9	6,0	81,2	100
Cultura	0,9	–	–	1,9	97,2	100
Economia, Finanças e Negócios	7,2	1,2	–	14,5	77,1	100
Sistema Judicial	13,3	1,7	1,7	15,0	68,3	100
Saúde e Acção Social	14,8	3,7	1,9	5,6	74,1	100
Relações Laborais	19,6	6,5	–	8,7	65,2	100
Desporto	3,3	6,7	–	–	90,0	100
Vida Social	4,5	–	–	13,6	81,8	100
Política Europeia	20,0	–	–	–	80,0	100
Ciência e Tecnologia	5,9	–	–	–	94,1	100
Ambiente	–	–	–	–	100,0	100
Sociedade	10,0	–	–	–	90,0	100
Crença e Religião	–	–	–	–	100,0	100
Educação	40,0	–	20,0	–	40,0	100
Defesa	–	–	–	–	100,0	100
Comunicação	–	25,0	–	–	75,0	100
População	–	–	–	–	100,0	100
Urbanismo	100,0	–	–	–	–	100
Total	12,2 (127)	6,7 (70)	0,7 (7)	10,5 (109)	70,0 (729)	100 (1042)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com contraditório = 197. Total de peças em que houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis = 7. Total de peças sem contraditório = 109. Total de peças em que não se aplica o princípio do contraditório = 729. Valores em percentagem.

O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes interesses atendíveis (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- ▶ O indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 30% das peças analisadas no Jornal 2.
- ▶ Destas, e segundo os dados constantes da figura 7, em 12,2% a peça *tem contraditório na própria peça*.
- ▶ Em 10,5% das peças *não existe contraditório*.
- ▶ Em 6,7% a peça *tem contraditório no bloco informativo*.
- ▶ Em 0,7% é mencionada a *tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco*.
- ▶ Na maior parte das *temáticas* a percentagem de peças que *têm contraditório* é superior às que não têm, sendo esta tendência mais acentuada nas peças de *política nacional, saúde e acção social e relações laborais*, de acordo com os dados apresentados na figura 8.
- ▶ As peças *sem contraditório* prevalecem nas categorias *sistema judicial, vida social, economia, finanças e negócios e cultura*. Neste último caso a tendência é menos relevante dado o reduzido número de peças
- ▶ Em 70% (729) das peças da amostra, o *princípio do contraditório não é aplicável*.
- ▶ As peças sobre *ambiente, crença e religião, defesa e população* não requerem *contraditório* na amostra analisada. A título de exemplo, as peças sobre *ambiente* centram-se nas consequências das alterações climáticas no mundo e no accionamento de alertas de mau tempo em Portugal, e as peças sobre

Fig. 9 – Principais temas com elementos opinativos no discurso do operador

Temas	Jornal 2 - RTP2
Cultura	3
Política Internacional	2
Ordem Interna	2
Política Nacional	1
Política Europeia	1
Economia, Finanças e Negócios	1
Saúde e Acção Social	1
Sociedade	1
Vida Social	1
Total	13

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com *estilo discursivo opinativo* = 13. Valores em números absolutos.

crença e religião relacionam-se sobretudo com visitas do Papa Bento XVI.

Como referido acima, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação de factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa dissociação é identificável através do reconhecimento na peça – mesmo que não o predomínio – de *elementos opinativos presentes no discurso do operador*, representado pelo pivô, pelo repórter, pelos elementos gráficos/icónicos associados ao pivô (bolacha) e por destaques ou legendas. A opinião é também considerada na forma de juízos subjectivos (sobre factos, realidades, de intenções e de valor) sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor. Distingue-se da interpretação pelo seu carácter conclusivo.

- ▶ A maioria das peças do Jornal 2 incluídas na amostra não possui *elementos opinativos* no discurso do operador.

- ▶ Apenas 1,2% das peças do Jornal 2 (13 de um total de 1042) apresentam *elementos opinativos* no discurso dos seus profissionais, de acordo com os dados da figura 9.
- ▶ A maior parte dessas peças são sobre *cultura*.
- ▶ Seguem-se as peças sobre *política internacional* e *ordem interna* (dois casos cada).

F) CONTEXTUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo operador público RTP2.

1. INDICADORES DE VALORIZAÇÃO DE TEMAS E DE PROTAGONISTAS DA INFORMAÇÃO

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e a localização no *alinhamento* das peças em que surgem, a *duração* da respectiva peça, a existência ou ausência de *promoção* da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e o investimento em meios técnicos, por exemplo, a utilização de *directos*.

Fig. 10 – Temas de abertura do Jornal 2

Temas	Abertura da 1.ª parte (%)
Política Nacional	32,6
Ordem Interna	21,7
Saúde e Acção Social	10,9
Sistema Judicial	10,9
Relações Laborais	6,5
Desporto	4,3
Economia, Finanças e Negócios	4,3
Assuntos Internacionais	4,3
Ciência e Tecnologia	2,2
Cultura	2,2
Total	100 (46)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças de abertura da primeira parte = 46. Valores em percentagem. No Jornal 2 (RTP2) não há aberturas de segunda parte.

Fig. 11 – Principais actores das peças de abertura

Áreas dos principais actores	Jornal 2 - RTP2 (%)
Política Nacional	28,3
Saúde e Acção Social	15,2
Sistema Judicial	10,9
Relações Laborais	8,7
Comunidade Internacional	8,7
Ordem Interna	6,5
Desporto	4,3
Economia, Finanças e Negócios	4,3
Sociedade	4,3
Ambiente	4,3
População	2,2
Actores não Identificáveis	2,2
Total	100 (46)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças de abertura da primeira parte = 46. Valores em percentagem. No Jornal 2 (RTP2) não há aberturas de segunda parte.

- ▶ Atendendo aos dados apresentados na figura 10, a *política nacional* é o tema que abre mais vezes o Jornal 2, cerca de 32,6%. Entre os assuntos tratados na *abertura* estão, por exemplo, algumas políticas governativas.
- ▶ Para além da *política nacional*, são temas da abertura da primeira parte do Jornal 2 *ordem interna* (21,7%), *saúde e acção social* e *sistema judicial* (10,9% cada).
- ▶ Segundo os dados presentes na figura 11, 28,3% dos protagonistas das peças de abertura da primeira parte do Jornal 2 são provenientes da área *política nacional* (essencialmente *ministros* e *primeiro-ministro*).
- ▶ Segue-se a categoria de actores da *saúde e acção social*, especialmente *beneficiários*, *utilizadores* e *associações de utentes*, com 15,2% das peças de abertura da primeira parte.

Fig. 12 – Temas das peças com promoção

Temas	Jornal 2 - RTP2 (%)
Política Nacional	40,2
Ordem Interna	11,2
Política Internacional	8,5
Sistema Judicial	6,7
Saúde e Acção Social	6,3
Relações Laborais	5,4
Desporto	4,9
Cultura	3,6
Economia, Finanças e Negócios	2,7
Vida Social	2,7
Política Europeia	2,2
Ambiente	1,3
Ciência e Tecnologia	1,3
Crença e Religião	0,9
Sociedade	0,9
Defesa	0,4
Educação	0,4
Comunicação	0,4
Total	100 (224)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com promoção = 224. Valores em percentagem.

Inserida em momentos chave dos noticiários (como, por exemplo, nas *aberturas* e no final da *primeira* e *segunda parte*), a *promoção* (*teaser*) visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação.

Na amostra do Jornal 2, as peças com *promoção* representam 21,5% do total de peças analisadas. Assim, e de acordo com a figura 12:

- ▶ A *política nacional* é o tema com maior número de *promoções* no Jornal 2, incidindo em 40,2% dos casos. Os assuntos sobre *política nacional* com *promoção* referem-se, por exemplo, ao anúncio, pelo Presidente da República, da data das eleições legislativas e autárquicas, assim como às acções de campanha dos partidos políticos.
- ▶ A *ordem interna* foi objecto de *promoção* em 11,2% das peças.

Fig. 13 – Duração das peças por tema

Temas	%			Total
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	
Política Nacional	18,2	38,9	33,3	29,7
Política Internacional	16,7	8,7	6,7	12,1
Ordem Interna	13,4	9,8	6,7	11,2
Cultura	11,9	8,3	20,0	10,4
Economia, Finanças e Negócios	10,5	6,1	4,4	8,0
Sistema Judicial	7,0	5,0	2,2	5,8
Saúde e Acção Social	4,8	5,5	4,4	5,2
Relações Laborais	5,5	3,5	4,4	4,4
Desporto	1,8	3,9	2,2	2,9
Vida Social	1,8	2,4	2,2	2,1
Política Europeia	2,0	2,0	–	1,9
Ciência e Tecnologia	1,3	1,5	6,7	1,6
Ambiente	2,2	0,9	2,2	1,5
Sociedade	0,2	1,3	4,4	1,0
Crença e Religião	1,1	0,6	–	0,8
Educação	0,2	0,7	–	0,5
Defesa	0,7	0,4	–	0,5
Comunicação	0,4	0,4	–	0,4
População	–	0,2	–	0,1
Urbanismo	0,2	–	–	0,1
Total	100 (455)	100 (542)	100 (45)	100 (1042)

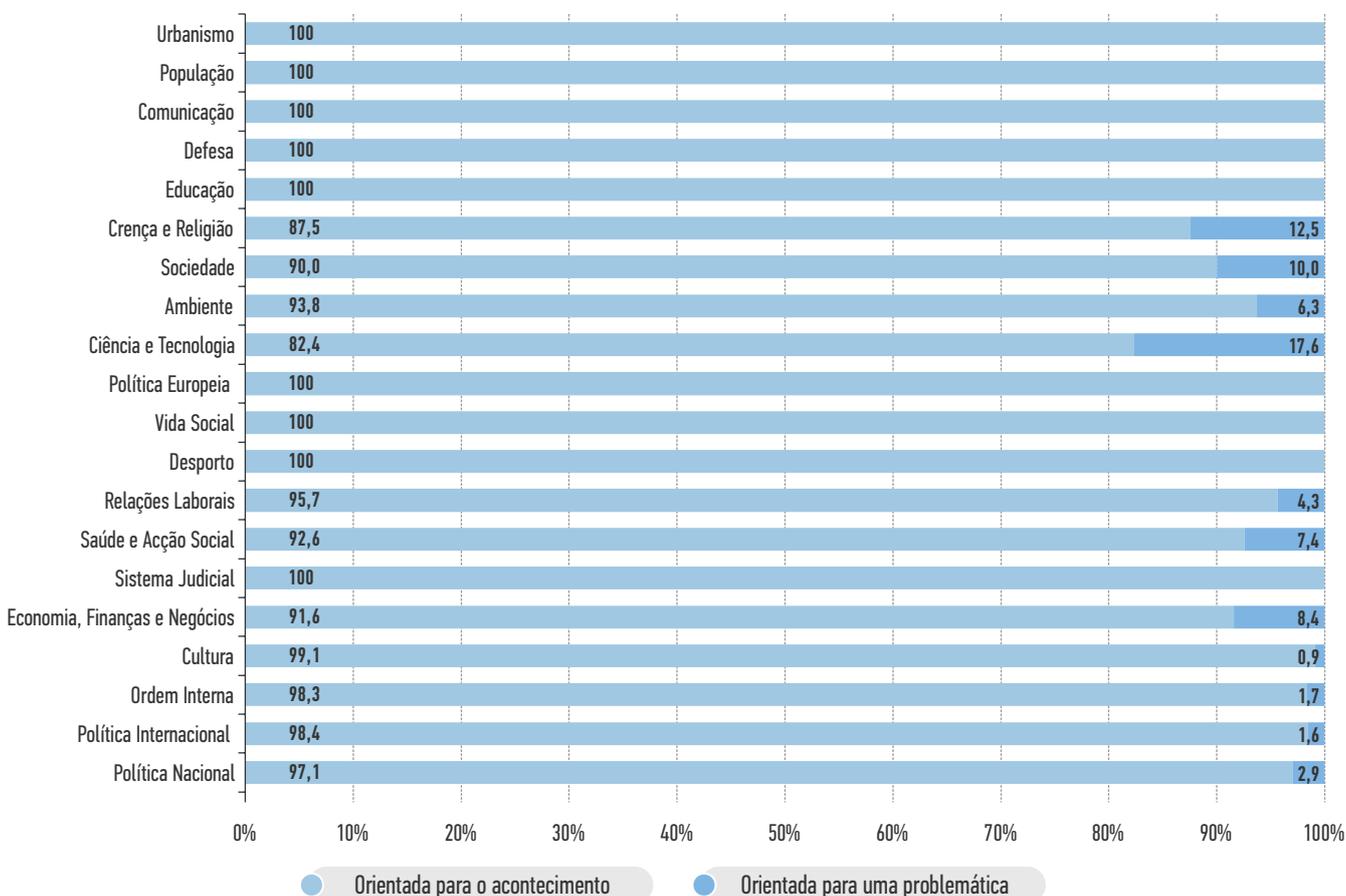
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com menos de 1 minuto = 455. Total de peças com 1 a 5 minutos = 542. Total de peças com mais de 5 minutos = 45. Valores em percentagem.

Nesta categoria temática, os assuntos com *promoção* remetem, por exemplo, para os conflitos no Bairro da Bela Vista em Setúbal.

- ▶ Os assuntos da *política internacional* ficam na terceira posição entre os temas mais promovidos, com 8,5%, maioritariamente relacionados com *conflitos armados* e *acções governativas/Estado*.
- ▶ Seguem-se *sistema judicial*, com 6,7% do total de *promoções*, centrado em casos como “Freeport”, “Face Oculta”, “BPN” e “BPP”, e *saúde e acção social*, com 6,3%, especialmente sobre a “Gripe A” e o “caso de cegueira nos doentes do Hospital de Santa Maria”.
- ▶ De referir que das 20 categorias temáticas presentes na amostra do Jornal 2, 18 têm *promoções*.

A *duração* das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais uma tendência para a redução da duração das peças e a sua conseqüente fragmentação que leva a que certos assuntos sejam retomados no decurso do bloco informativo.

Fig. 14 – Temas por enfoque/orientação



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1009. Total de peças com orientação para a problemática = 33. Valores em percentagem.

- ▶ A duração média das peças emitidas pelo Jornal 2 da RTP2 é de 1 minuto e 41 segundos.
- ▶ A maioria das peças analisadas, 52% do total, tem duração entre 1 e 5 minutos, como se verifica na figura 13. Os principais temas abordados neste intervalo são política nacional (em 38,9% dos casos), ordem interna (9,8%), política internacional (8,7%) e cultura (8,3%).
- ▶ O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com duração inferior a 1 minuto. Encontram-se nesta situação 455 peças, sendo que 18,2% possuem como tema política nacional, 16,7% política internacional e 13,4% ordem interna.
- ▶ Na amostra estudada, apenas 45 peças têm tempo de duração superior a 5 minutos. Os principais temas de maior duração são política nacional (em 15 casos) e cultura (em nove). Na sua maioria são peças de comentário ou entrevista, o que justifica a sua duração. As peças sobre política nacional reflectem, entre outros assuntos da actualidade, as várias eleições a decorrer no país. As peças sobre cultura reflectem o lançamento de trabalhos de artistas ou espectáculos variados.

Considera-se que a cobertura de um tema tem enfoque ou é orientada para o acontecimento quando se centra numa ocorrência, como, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, na problemática da sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente específico).

As peças orientadas para o acontecimento são, em geral, reactivas, no sentido em que o operador cobre um acontecimento actual, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia, sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.

Já as peças orientadas para uma problemática são, geralmente, pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador, e envolvem, em princípio, maior investigação jornalística.

- ▶ A maior parte das peças do Jornal 2 tem enfoque num acontecimento, como se constata pela figura 14.
- ▶ Do conjunto temático das peças do Jornal 2 com enfoque

Fig. 15 – Temas com directo

Temas	Jornal 2 - RTP2 (%)
Política Nacional	50,2
Ordem Interna	18,2
Cultura	13,6
Política Internacional	4,5
Sistema Judicial	4,5
Economia, Finanças e Negócios	4,5
Desporto	4,5
Total	100 (22)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com directo = 22. Valores em percentagem.

numa problemática destacam-se os seguintes: ciência e tecnologia, crença e religião, sociedade, economia, finanças e negócios e saúde e acção social.

A existência de um directo numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou protagonista.

Na amostra analisada, apenas 2,1% das peças apresenta directo. Destas, e de acordo com os dados da figura 15:

- ▶ A categoria temática política nacional é a que apresenta mais directos (50% de casos), seguida pelos temas ordem interna e cultura, com 18,2% e 13,6%, respectivamente. Os assuntos contemplados nas peças sobre política nacional referem, por exemplo, as acções de campanha dos partidos políticos para as eleições europeias, legislativas e autárquicas.

Relativamente aos protagonistas das peças em que existe um directo, verifica-se:

- ▶ Todas as peças do Jornal 2 com directo possuem protagonistas identificáveis.
- ▶ A maior parte dos protagonistas – 45,5% – das peças com directo pertence à área da política nacional. Entre esses protagonistas, encontram-se secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista ou deputados e líderes parlamentares.
- ▶ Seguem-se os actores da ordem interna (13,6%), essencialmente representantes de forças de segurança, bombeiros e protecção civil e vítimas de acidentes ou crimes.
- ▶ A terceira posição é ocupada pelos protagonistas da comunidade internacional, da cultura e do sistema judicial, com 9,1% cada. No primeiro caso constam os representantes de Estado e de Governo estrangeiros, no segundo, artistas e outros criadores e, no terceiro, envolvidos em processos judiciais.

Fig. 16 – Técnicas de ocultação da identidade dos actores* por subtemas

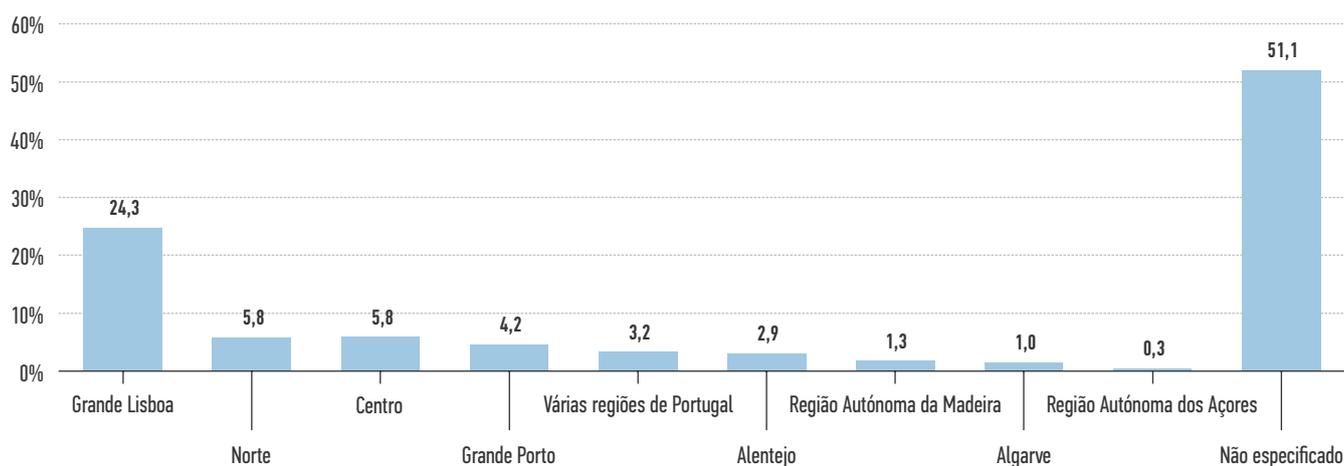
Subtemas	Jornal 2 – RTP2		Total
	Distorção da imagem	Planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados	
Crimes e Violência	1	1	2
Políticas para a Família	1	–	1
Eutanásia	–	1	1
Actividades Policiais	1	–	1
Total	3	2	5

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças com técnicas de ocultação da identidade dos actores = 5. Valores em números absolutos.

* Estatuto do Jornalista, artigo 14.º, alínea c) Abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência.

Esta variável (fig. 16) procura identificar as várias técnicas utilizadas para protecção da identidade dos actores, como por exemplo a distorção de imagem dos protagonistas das peças noticiosas, a utilização de planos de detalhe, a ocultação de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone), etc.

Fig. 17 – Local de acção das peças sobre política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Valores em percentagem.

- ▶ O Jornal 2 usou técnicas de protecção da identidade dos actores em cinco peças no total da amostra. Os subtemas em que se recorreu a técnicas de ocultação são, de acordo com a figura 16: crimes e violência, políticas para a família e actividades policiais.
- ▶ A distorção de imagem é a técnica mais utilizada, presente em três peças.
- ▶ É interessante referir que das técnicas de ocultação consideradas na análise apenas dois tipos foram utilizados.

G) INFORMAÇÃO POLÍTICA NACIONAL

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da informação política nacional realizada pelo Jornal 2 da RTP2 nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2009).

Das 1042 peças monitorizadas do Jornal 2, 309 reportam acontecimentos ou problemáticas do tema política nacional – o mais representado no bloco informativo da RTP2 -, correspondendo a 29,7% do total das peças analisadas. É sobre essas 309 peças que recai a análise deste capítulo.

O conceito de política nacional é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão (constante do Relatório autónomo apresentado à Assembleia da República), no qual apenas são consideradas as peças que possuem como protagonistas personalidades do Governo e dos partidos políticos.

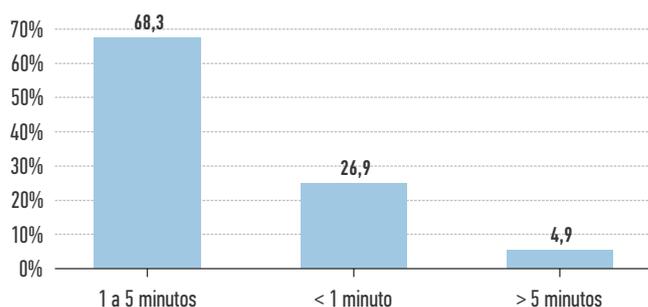
Do que agora se trata é, pois, do conceito de pluralismo político entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em

que são abordados temas de política nacional, quaisquer que sejam os protagonistas envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

- ▶ Subtemas de política nacional (ver figura 9 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI).
- ▶ Fontes de informação políticas.
- ▶ Actores políticos.
- ▶ De acordo com os dados constantes da figura 17, 51,1% das 309 peças sobre política nacional analisadas não especificam o local da acção.
- ▶ As peças que dão destaque às regiões do país equivalem a 48,9% das peças sobre política nacional. A Grande Lisboa aparece como a região mais representada, em 24,3% das peças.
- ▶ Seguem-se as regiões Norte e Centro, com 5,8% cada, e o Grande Porto, com 4,2%.

Fig. 18 – Duração das peças sobre política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Valores em percentagem.

- ▶ Segundo se pode verificar pela figura 18, 68,3% das peças sobre *política nacional* do serviço de programas público registam uma *duração* de 1 a 5 minutos. 26,9% do total são peças com menos de 1 minuto e 4,9% peças com mais de 5 minutos.
- ▶ As peças de longa *duração* sobre *política nacional* são sobretudo *comentários* e *entrevistas*.
- ▶ *Política nacional* é o tema que mais vezes abre o Jornal 2 nos dias da amostra (32,6% do total de *aberturas*).
- ▶ *Políticas fiscais/financeiras, actividades da presidência da República e actividades da Assembleia da República* são os *subtemas* que estiveram mais presentes nas peças de *abertura da primeira parte* do Jornal 2 sobre *política nacional*, de acordo com os dados apresentados na figura 19.

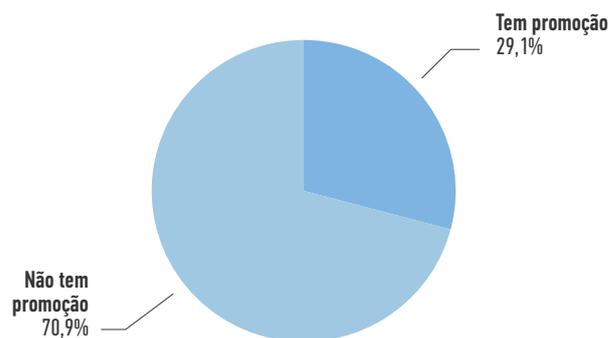
Fig. 19 – *Temas de abertura do Jornal 2 sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042.
Total de peças sobre *política nacional* = 309. Total de peças sobre *política nacional* que foram tema de *abertura da primeira parte* = 15. Valores em números absolutos.
* No Jornal 2 (RTP2) não há aberturas de 2.ª parte.

- ▶ Marcam ainda presença os *subtemas actividades/propostas genéricas de partidos políticos, divergências ou críticas inter-partidárias, políticas para a educação, políticas para a saúde, suspeita/envolvimentos de políticos em escândalos/irregularidades, actividades de organizações reguladoras/fiscalizadoras, políticas laborais e relações Governo/presidência da República*, com uma peça cada.
- ▶ Refira-se que nos dias da amostra o Jornal 2 não apresentou *abertura de segunda parte*.
- ▶ Atendendo à figura 20, verifica-se que 29,1% das peças sobre *política nacional* são alvo de *promoção* no alinhamento.

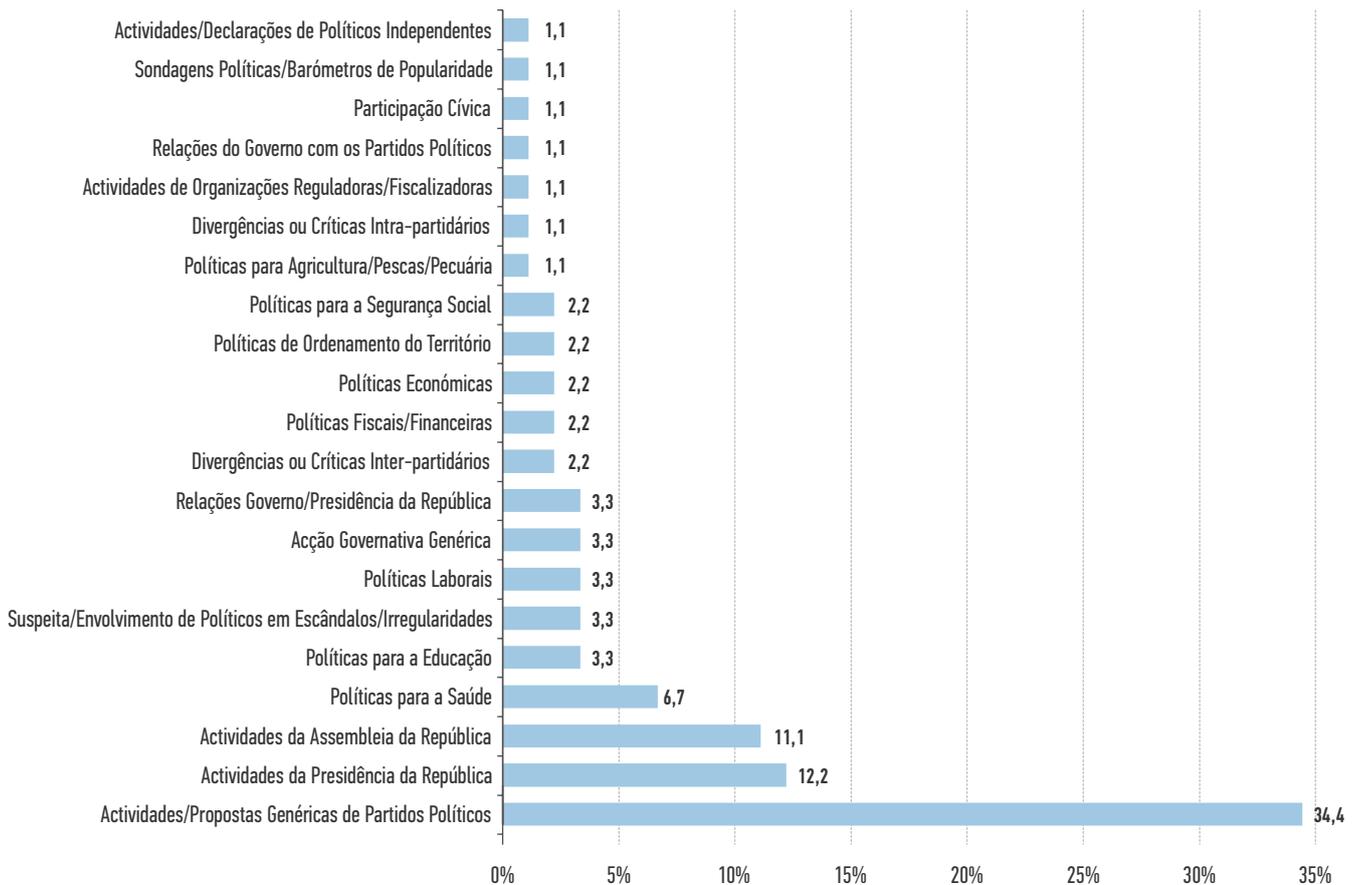
Fig. 20 – *Promoção das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042.
Total de peças sobre *política nacional* = 309. Total de peças sobre *política nacional* com *promoção* = 90. Valores em percentagem.

- ▶ De acordo com os dados apresentados na figura 21, *actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da presidência da República, actividades da Assembleia da República e políticas para a saúde* são os *subtemas* políticos mais promovidos, com 34,4%, 12,2%, 11,1% e 6,7%, respectivamente.
- ▶ Quando agregadas, as peças sobre *políticas governativas e acção governativa genérica* surgem como segundo *subtema* mais frequente nas peças de *política nacional* com *promoção* no Jornal 2, em 26,7% dos conteúdos.
- ▶ A maioria das peças sobre *política nacional* no Jornal 2 não apresenta *elementos opinativos* no discurso dos seus profissionais.
- ▶ Foi identificada uma única peça de *política nacional* com *elementos opinativos*, representada na figura 22. Trata-se de uma peça sobre *políticas para a educação*.
- ▶ Onze peças, isto é, 3,6% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento, de acordo com os dados apresentados na figura 23.
- ▶ Destas onze peças, oito apresentam como *subtema actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, duas *actividades da Assembleia da República* e uma *divergências ou críticas inter-partidárias*.
- ▶ As peças sobre *política nacional* com *contraditório* representam 38,2% do total, como se observa pela figura 24.
- ▶ Em 18,8% das peças, *não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir*.
- ▶ Em 43% dos casos, não se justificou classificar a peça quanto ao *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.
- ▶ Em 58 peças sobre *política nacional* (18,8%), *não são ouvidos os interesses atendíveis, nem é referida qualquer tentativa para os ouvir*.
- ▶ Destas, os *subtemas* mais focados são *actividades/propostas genéricas de partidos políticos, políticas para agricultura/pescas/pecuária e divergências ou críticas inter-partidárias*, conforme se apresenta na figura 25.

Fig. 21 – *Temas das peças política nacional com promoção*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional com promoção = 90. Valores em percentagem.

Fig. 22 – *Temas das peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador*

Subtemas da categoria política nacional	Jornal 2 - RTP2
Políticas para a Educação	1
Total	1

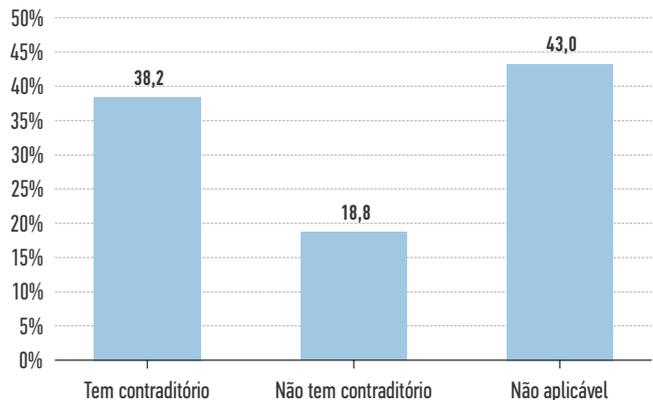
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador = 1. Valores em números absolutos.

Fig. 23 – *Temas das peças sobre política nacional com directo*

Subtemas de categoria política nacional	Jornal 2 - RTP2
Actividades/Propostas genéricas de partidos políticos	8
Actividades da Assembleia da República	2
Divergências ou críticas inter-partidárias	1
Total	11

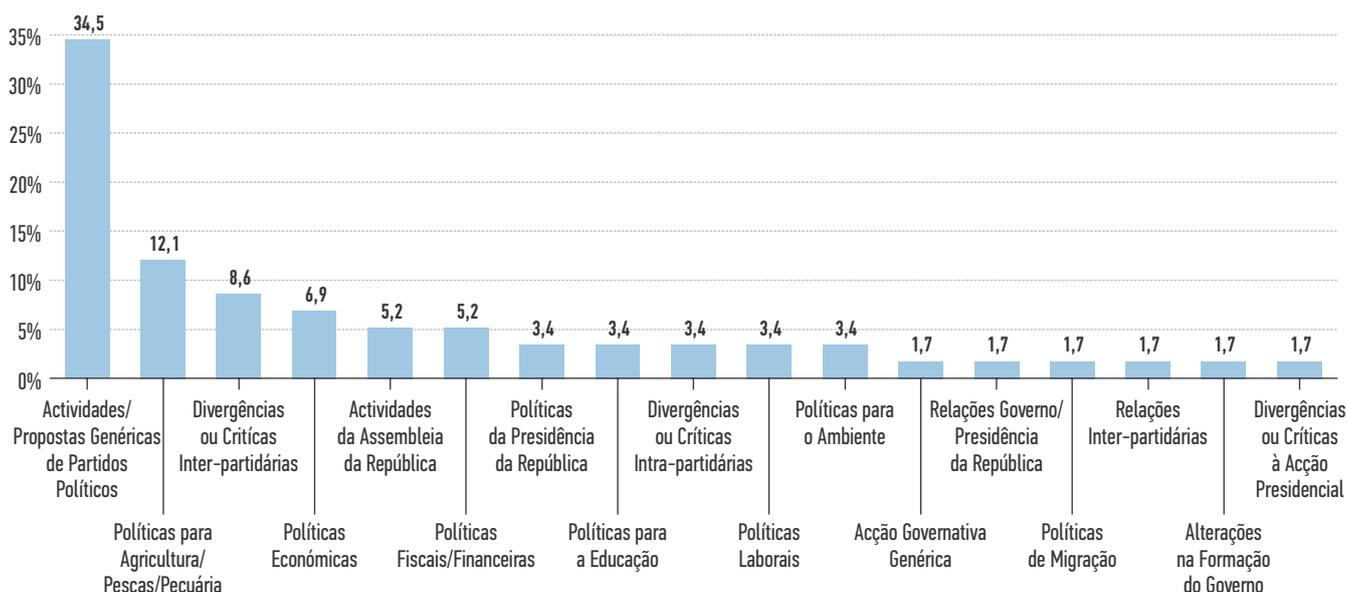
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional com directo = 11. Valores em números absolutos.

Fig. 24 – *Princípio do contraditório das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional com contraditório = 118. Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 58. Total de peças sobre política nacional em que não se aplica o princípio do contraditório = 133. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

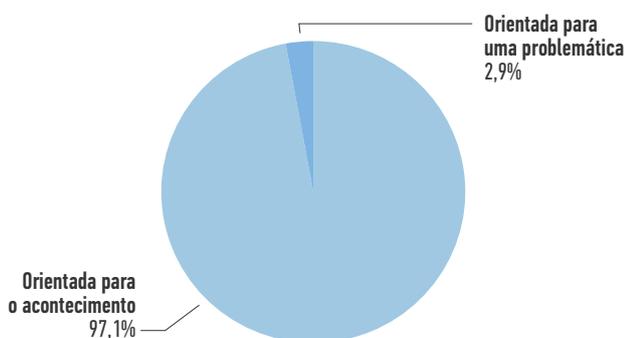
Fig. 25 – *Temas das peças sobre política nacional sem contraditório*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 58. Valores em percentagem. A peça *tem contraditório* quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. *Não tem contraditório* quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é *não aplicável* quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

► Quase todas as notícias sobre política nacional emitidas pelo Jornal 2 nos dias da amostra possuem *enfoque* ou são *orientadas para o acontecimento* (97,1%), o que significa que se centram em ocorrências, de acordo com o exposto na figura 26. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos actores. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com *enfoque em problemáticas*, residuais nas peças de política nacional analisadas.

Fig. 26 – *Enfoque/orientação das peças sobre política nacional*



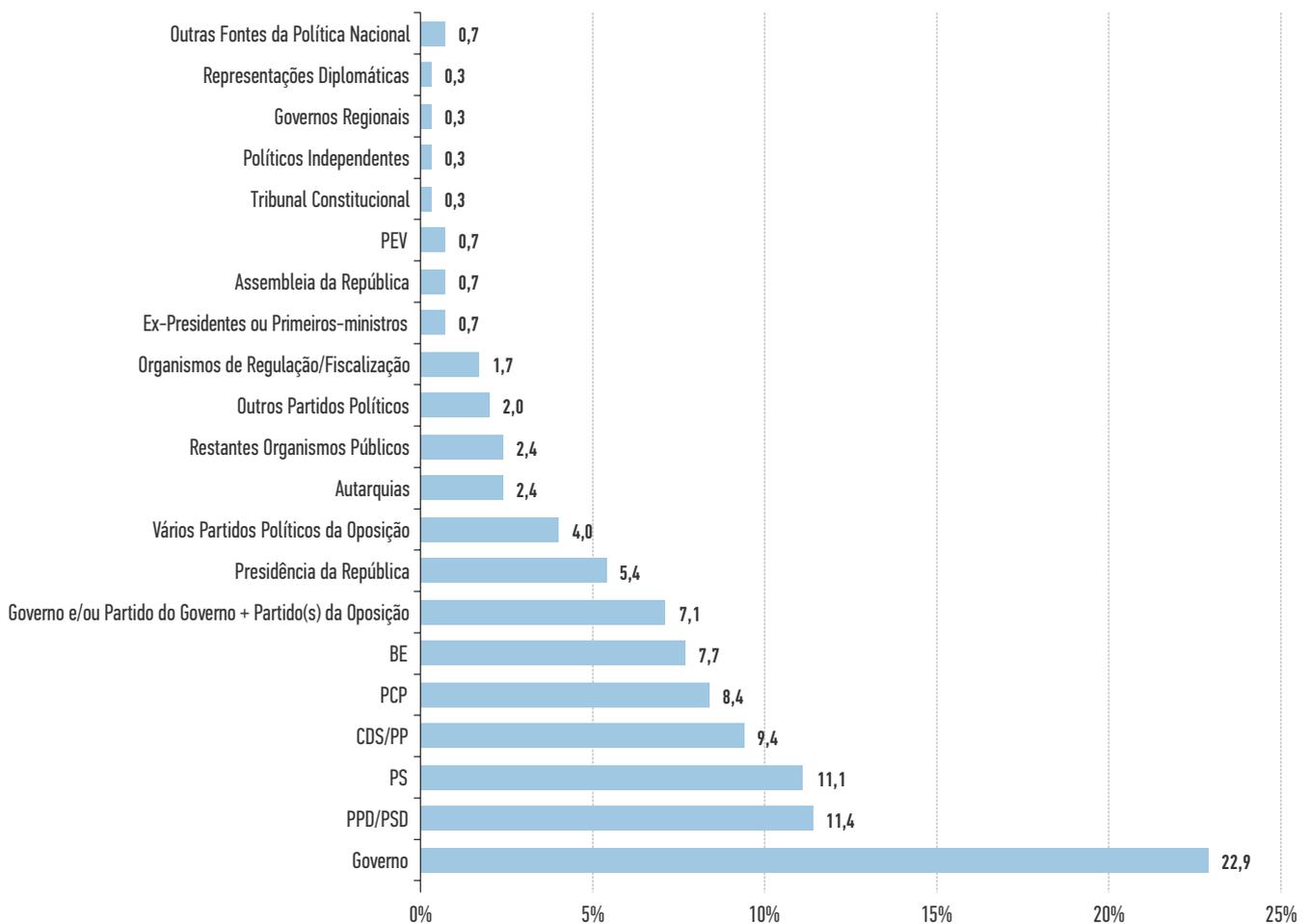
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças sobre política nacional orientadas para o acontecimento = 300. Total de peças sobre política nacional orientadas para uma problemática = 9. Valores em percentagem.

► As peças de política nacional do Jornal 2 que são orientadas para uma problemática são sobre os subtemas actividades/propostas genéricas de partidos políticos, políticas para a saúde, actividades da presidência da República, políticas fiscais/financeiras, episódios da vida dos políticos e relações Governo/presidência da República.

1. FONTES DE INFORMAÇÃO POLÍTICAS NACIONAIS

- Segundo os dados presentes na figura 27, o Governo surge como fonte de informação dominante em 22,9% das peças com fontes políticas nacionais.
- A segunda fonte principal mais representada é o PPD/PSD, consultado em 11,4% das peças com fontes políticas nacionais.
- O PS é fonte principal em 11,1% das peças com fontes políticas nacionais.
- O CDS/PP é o terceiro partido parlamentar mais representado como fonte principal (9,4%).
- O PCP constitui fonte principal em 8,4% das peças com fontes políticas nacionais, seguido do BE com 7,7%.
- O PEV é o partido menos representado como fonte dominante, com 0,7%.
- Os partidos extra-parlamentares estão presentes como fonte dominante em 2% das peças do Jornal 2.
- O Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição representam a sétima categoria de fontes políticas nacionais mais consultada (7,1%).

Fig. 27 – Fontes de informação política nacionais



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças com fontes políticas nacionais = 297. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças, existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

Nota explicativa: na análise de fontes apresentada neste capítulo serão analisadas não só as fontes políticas presentes nas 309 peças com tema dominante política nacional, mas todas as fontes políticas presentes nas 1042 peças emitidas no Jornal 2 no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso política nacional, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- ▶ Segue-se a *Presidência da República*, com 5,4% do total de fontes políticas nacionais.
- ▶ Vários partidos políticos da oposição representam 4% das peças com fontes políticas nacionais (o que significa que nenhum dos partidos se destaca como fonte dominante).

2. ACTORES POLÍTICOS NACIONAIS

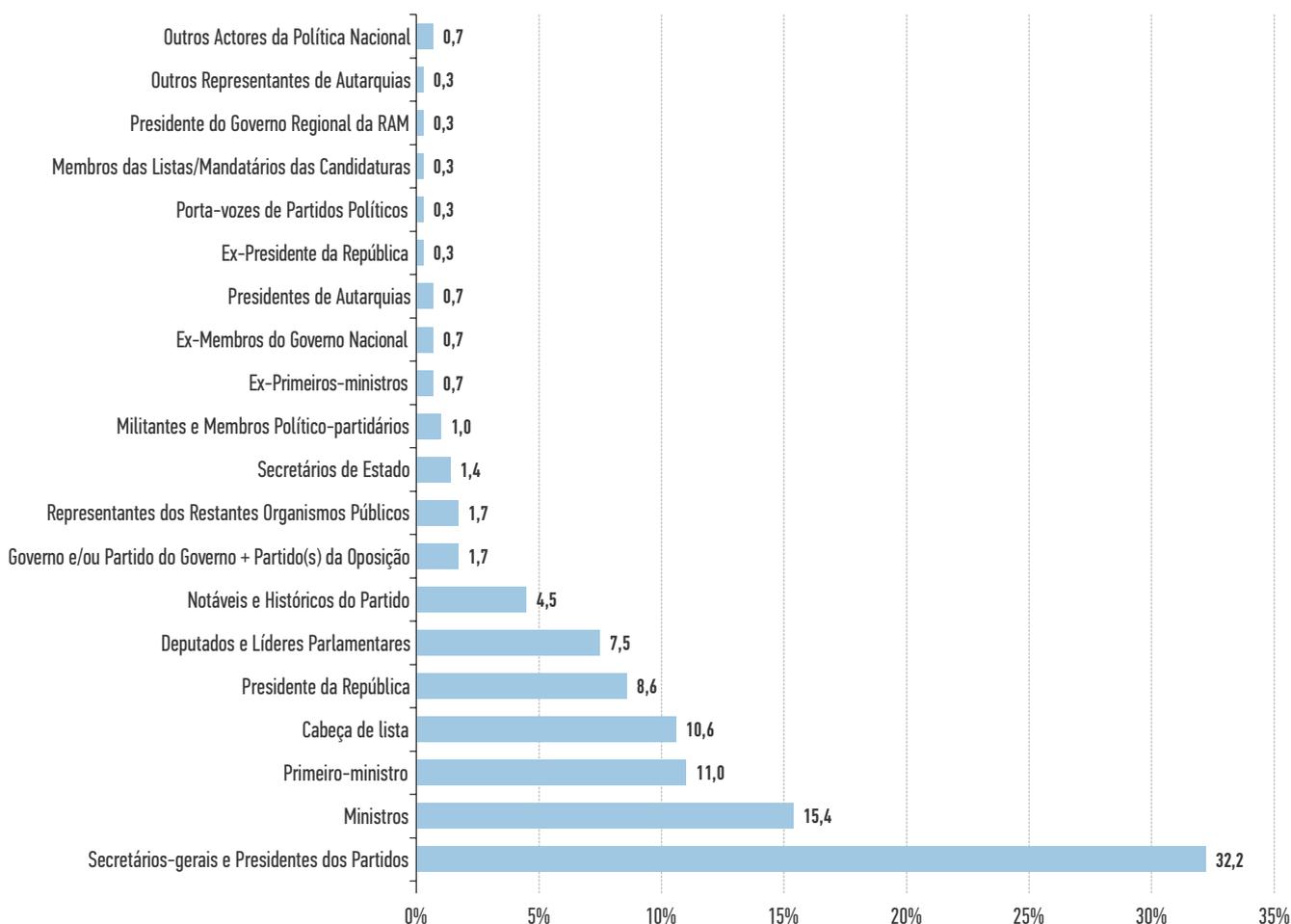
- ▶ As três categorias agregadas de actores pertencentes ao Governo – *primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado* – preenchem 27,8% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças, como se verifica pela figura 28.
- ▶ *Secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista, militantes e membros político-partidários, deputados e líderes*

parlamentares, notáveis e históricos dos partidos, agregados, preenchem 55,8% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças.

- ▶ O *Presidente da República* é o principal actor em 8,6% das peças com actores políticos nacionais.

A *pertença político-partidária do principal actor* apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-Presidente da República, primeiro-ministro, ex-primeiros-ministros, ministros, secretários de Estado, representantes de organizações da UE, líderes partidários, deputados, presidentes de autarquias, candidatos, militantes e membros político-partidários*.

Fig. 28 – Categorias de *actores políticos nacionais*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre *política nacional* = 309. Total de peças com *actores políticos nacionais* = 292. Valores em percentagem. A categoria *primeiro-ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como *primeiro-ministro* e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

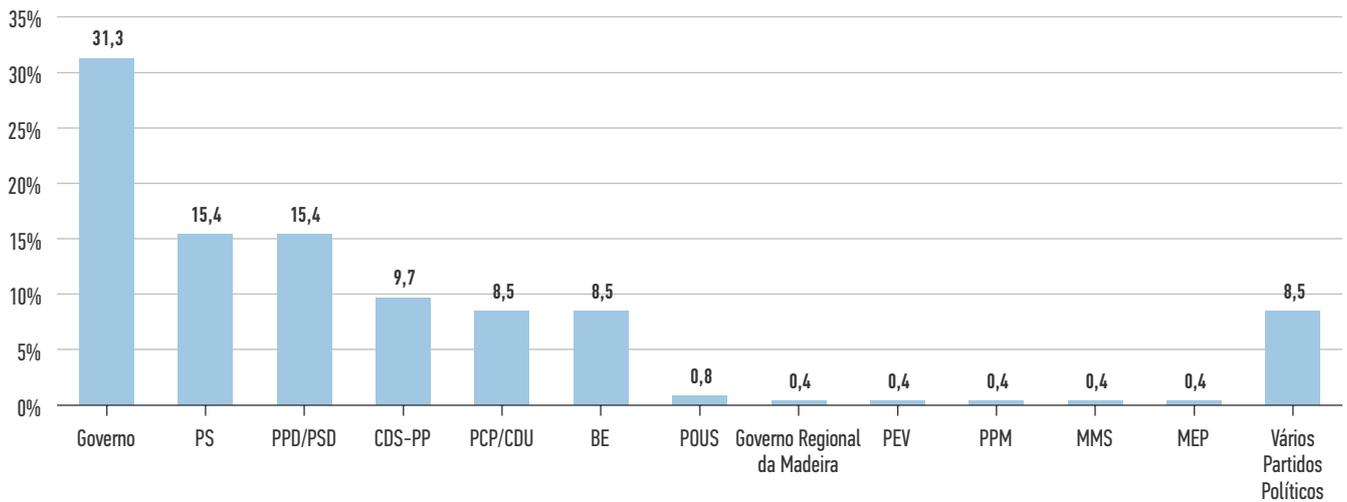
Nota explicativa: na análise de *actores* apresentada neste capítulo serão analisados não só os *actores* políticos presentes nas 309 peças com *tema* dominante *política nacional*, mas todos os *actores* políticos presentes nas 1042 peças emitidas no Jornal 2 no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único *tema*, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

Nota: os dados constantes deste capítulo não são susceptíveis de comparação com os dados do *Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público*, uma vez que os critérios utilizados não são totalmente coincidentes; as peças incluídas abrangem outros *actores* para além de membros do Governo e dos partidos, e nesta avaliação é apenas analisado o Jornal 2 da RTP2.

Considerando a *pertença político-partidária* dos principais *actores* apresentada na figura 29, verifica-se:

▶ Nas 259 peças com protagonistas cuja *pertença político-partidária* é identificada (88,7% do total de peças com *actores políticos nacionais* identificados), predominam os membros do *Governo*, com 31,3% no Jornal 2 da RTP2.

- ▶ Os *protagonistas* do *PS* e do *PSD* representam a segunda categoria *político-partidária* mais frequentada, com 15,4% cada.
- ▶ Os *protagonistas* do *CDS-PP* representam a terceira categoria *político-partidária* mais frequentada (9,7%).
- ▶ Os *protagonistas* do *PCP* e do *BE* representam a quarta categoria *político-partidária* mais frequentada no Jornal 2 da RTP2 (8,5% cada).
- ▶ Entre os *protagonistas* com representação parlamentar, os *protagonistas* do *PEV* são a categoria *político-partidária* menos representada, 0,4%.
- ▶ Entre os *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar, estão representados o *POUS*, *PPM*, *MMS* e *MEP*, o primeiro em 0,8% das peças e os restantes em 0,4% cada.

Fig. 29 – *Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais*

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças com actores políticos nacionais = 292. Total de peças com pertença político-partidária dos actores políticos nacionais identificada = 259. Valores em percentagem.

Fig. 30 – *Género dos actores/protagonistas políticos nacionais*

Actores	%			Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	30,9	47,2	10,0	32,2
Ministros	14,6	25,0	–	15,4
Primeiro-ministro	13,0	–	–	11,0
Cabeça de Lista	9,3	16,7	20,0	10,6
Presidente da República	10,2	–	–	8,6
Deputados e Líderes Parlamentares	6,5	5,6	40,0	7,5
Notáveis e Históricos do Partido	4,9	2,8	–	4,5
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição	1,2	–	20,0	1,7
Representantes dos Restantes Organismos Públicos	1,6	–	10,0	1,7
Secretários de Estado	1,6	–	–	1,4
Militantes e Membros Político-partidários	1,2	–	–	1,0
Presidentes de Autarquias	0,8	–	–	0,7
Ex-Membros do Governo Nacional	0,8	–	–	0,7
Ex-Primeiros-ministros	0,8	–	–	0,7
Ex-Presidente da República	0,4	–	–	0,3
Presidente do Governo Regional da RAM	0,4	–	–	0,3
Outros Representantes Autarquias	0,4	–	–	0,3
Porta-vozes de Partidos Políticos	0,4	–	–	0,3
Membros das Listas/Mandatários Candidaturas	–	2,8	–	0,3
Outros Actores da Política Nacional	0,8	–	–	0,7
Total	100 (246)	100 (36)	100 (10)	100 (292)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal 2 (RTP2) = 1042. Total de peças sobre política nacional = 309. Total de peças com actores políticos nacionais = 292. Total de peças em que foi identificado o género dos actores políticos nacionais = 292. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

- ▶ O Governo Regional da Madeira está presente em 0,4% das peças.
- ▶ Não há registo de qualquer protagonista do Governo Regional dos Açores na amostra analisada.
- ▶ Os actores políticos nacionais são na grande maioria das peças – 84,2% (246 peças) – do género masculino, como se pode observar pelos dados presentes na figura 30.
- ▶ Apenas 12,3% dos actores políticos nacionais são do género feminino.
- ▶ No período da amostra, os únicos protagonistas políticos femininos considerados com maior visibilidade na peça são secretários-gerais e presidentes dos partidos, nomeadamente, a presidente do PSD, e ministros, a ministra da Educação e a ministra da Saúde. Surgem ainda, a par destas, as cabeças de lista, caso das eleições legislativas e autárquicas, notáveis e históricos do partido, membros das listas/mandatárias das candidaturas e deputadas e líderes parlamentares, por exemplo, Maria de Belém a propósito do adiamento do testamento vital.

SÍNTESE CONCLUSIVA

RTP2 – JORNAL 2

1. Em termos gerais, no Jornal 2 da RTP2, destacam-se como temas mais presentes a política nacional, a política internacional, a ordem interna e a cultura. No que respeita aos actores e fontes de informação, verifica-se uma ligeira alteração, estando mais presentes as categorias da política nacional, comunidade internacional, economia, finanças e negócios e cultura.

2. *Temas da área urbanismo e população* possuem presença residual no Jornal 2, o mesmo acontecendo com os *actores da área população e fontes do ambiente*.

3. Hierarquizando as categorias *temáticas* mais representadas no Jornal 2, a ordem é a seguinte:

- ▶ *Política nacional* – o tema mais frequente, o que mais vezes abre o Jornal 2, que mais *promoções* apresenta e o que possui maior número de *directos* – tem como *subtemas* mais frequentes *actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da presidência da República e divergências ou críticas inter-partidárias*, traduzindo, essencialmente, as acções de campanha dos partidos políticos para as eleições europeias, legislativas e autárquicas e o respectivo anúncio de marcação de datas pelo Presidente da República.
- ▶ *Política internacional* – com peso dominante de *acções governativas/Estado* – é o segundo tema mais presente.
- ▶ *Ordem interna – acidentes e catástrofes, actividades policiais e crimes e violência* – é o tema com mais *directos, promoções* e presença nas *aberturas* a seguir à *política nacional*.
- ▶ Muito perto encontram-se *temas de cultura* (peças sobre trabalho de artistas e divulgação de espectáculos), onde se concentra o maior número de peças com *elementos opinativos* no discurso do operador.

4. Também representadas no Jornal 2, encontram-se as seguintes categorias de *fontes* e *actores*:

- ▶ No âmbito da *política nacional* – membros do *Governo*, especialmente *ministros e primeiro-ministro*, membros de partidos políticos, como *secretários-gerais e presidentes dos partidos e cabeças de lista*, e o *Presidente da República*.
- ▶ No âmbito da *comunidade internacional* – *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*.
- ▶ No âmbito da *economia, finanças e negócios* – essencialmente *grandes empresas e grupos económicos, organizações económico-financeiras e consumidores*.
- ▶ No âmbito da *cultura* – sobretudo *artistas e outros criadores*.

Embora com menos relevo, encontram-se também na amostra as seguintes categorias de *fontes* e *actores*:

- ▶ No âmbito local e regional – *representantes de autarquias, de partidos políticos e de Governos regionais*.
- ▶ No âmbito sindical – *representantes de centrais sindicais, federações e associações sindicais e trabalhadores/desempregados*.

5. Os *temas, fontes* e *actores* da área *relações laborais*, com incidência em *assuntos laborais*, representam entre 2,8 a 4,4% do

total dos *temas, actores* e *fontes* do Jornal 2. São, essencialmente, *centrais, confederações e associações de sindicatos e trabalhadores/desempregados*.

6. Em termos geográficos, o Jornal 2 cobre diferentes regiões do país e do mundo. Contudo, a nível nacional, embora cerca de metade das peças *não especifique o local da acção*, destaca-se, a grande distância das restantes, a região da *Grande Lisboa*.

7. A nível internacional, continua a verificar-se presença reduzida dos países de Língua Oficial Portuguesa. O país da União Europeia mais referido, no período em análise, é *Reino Unido*, em peças essencialmente sobre questões de *cultura e ordem interna* e, no cenário extra-europeu, os *Estados Unidos da América*, devido, sobretudo, à prestação de Barack Obama enquanto presidente do país.

8. No que respeita a *fontes* de informação, embora exista alguma diversidade de *fontes*, as peças com *fonte única* representam 51,2% do total das peças com *fontes* atribuídas, as quais predominam nos temas *política nacional, economia, finanças e negócios, sistema judicial, desporto, sociedade e crença e religião*. As peças com *informação não atribuída* são essencialmente sobre temas ligados à *cultura, política internacional e ordem interna*.

9. A maior parte dos *protagonistas* do Jornal 2 é de *nacionalidade portuguesa* e do *género masculino*, designadamente em peças sobre *política nacional*. O *género feminino* aparece sub-representado e com maior protagonismo em peças sobre *temas de política nacional, política internacional, sociedade e cultura*.

Informação política nacional no Jornal 2

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional* apuram-se os seguintes dados:

10. Dos 29,7% de peças sobre *política nacional*, as *actividades/propostas genéricas de partidos políticos* estão entre os *subtemas* mais representados, bem como as *actividades da presidência da República e divergências ou críticas inter-partidárias*.

11. Seguem-se na hierarquia dos *subtemas de política nacional* no Jornal 2, *actividades da Assembleia da República* (essencialmente sobre a comissão de inquérito ao “caso BPN”), *políticas fiscais/financeiras* (entre outras questões, também presente os gastos do Estado com o BPN) e *políticas para a educação* (estatuto da carreira docente e avaliação dos professores).

12. As *fontes de política nacional* representam 29% do total das *fontes* do Jornal 2. Dessas, o *Governo* surge como *fonte principal*

na maior parte das peças (22,9%), seguido pelo PSD (11,4%), pelo PS (11,1%), CDS-PP (9,4%), e PCP (8,4%). Os restantes partidos enquanto fontes de informação encontram-se distribuídos da seguinte forma: BE (7,7%), vários partidos políticos da oposição (4%), outros partidos políticos (2%) e PEV (0,7%).

13. Das peças com protagonistas políticos nacionais cuja per-

tença político-partidária é identificada (88,7% do total de peças com actores políticos nacionais identificados) 31,3% são membros do Governo; 15,4% são membros do PS; 15,4% do PSD; 9,7% do CDS-PP; 8,5% do PCP; 8,5% do BE; 0,8% do POUS; 0,4% do Governo Regional da Madeira; 0,4% do PEV; 0,4% do PPM; 0,4% do MMS; 0,4% do MEP e 8,5% reúnem vários partidos políticos.

Operador SIC – Jornal da Noite (informação complementar)

O presente capítulo analisa a conformidade da informação emitida pela SIC no seu principal bloco informativo com os fins e obrigações que lhe são cometidas pelas leis e normas em vigor aplicáveis à actividade de televisão.

A) DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NO JORNAL DA NOITE DA SIC

A análise da diversidade, de pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- ▶ Nos *temas* abordados.
- ▶ Nas *fontes de informação*.
- ▶ Nos *actores/protagonistas* presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1468 peças noticiosas emitidas pelo Jornal da Noite entre Janeiro e Dezembro de 2009. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

B) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NOS TEMAS ABORDADOS

A identificação dos *temas* mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, o conceito de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo da SIC.

Durante o período temporal que compõe a amostra analisada, o Jornal da Noite emitiu um total de 1468 peças noticiosas em 46 noticiários.

Conforme referido anteriormente, na análise da figura 8 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, verifica-se que, das 21 grandes categorias *temáticas* previamente definidas todas estão representadas no Jornal da Noite da SIC, embora com frequências distintas, como se poderá concluir da análise que se segue.

De acordo com o explicitado, e previamente a uma análise mais pormenorizada das *categorias temáticas* mais representadas na amostra, recorde-se que, em termos gerais, a distribuição de *temas* no Jornal da Noite da SIC, em 2009, foi a seguinte:

Política nacional é o tema dominante em 20,3% das peças, aparecendo como o mais frequente, o que se deve sobretudo ao acompanhamento que o operador faz das agendas políticas (sobretudo dos partidos) em ano eleitoral.

Segue-se *ordem interna* presente como categoria *temática* dominante em 15,3% das peças.

Desporto (11,2%), *sistema judicial* (8,4%) e *economia, finanças e negócios* (8,1%) são os *temas* seguintes com maior representação nas peças da amostra, os dois últimos com uma representação muito próxima. *Crença e religião*, *defesa*, *grupos minoritários* e *população* são residuais, todos presentes em menos de 1% das peças do Jornal da Noite.

- ▶ *Relações laborais* foi o tema principal de 3,2% das peças do Jornal da Noite, as quais desenvolveram sobretudo assuntos ligados ao desemprego, associados à *crise económica e financeira*.

Nota: os dados sobre as peças com tema *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI descreve o *enfoque geográfico* dos conteúdos emitidos no Jornal da Noite, assim distribuídos:

- ▶ A maioria das peças analisadas (45,8%) apresentam *enfoque nacional*, isto é, o seu assunto aborda acontecimentos e problemáticas que têm um alcance nacional.
- ▶ Por sua vez, 18,7% das peças têm *enfoque internacional*, isto é, abordam assuntos com impacto internacional, referentes a um ou vários países estrangeiros. Este é o segundo *enfoque geográfico* mais frequente na cobertura das peças do Jornal da Noite, imediatamente seguido pelo *enfoque regional*, presente em 17% das peças.

As peças que apresentam como *enfoque* dominante Portugal, mas com *envolvimento de país estrangeiro* representam 10,4% e estão mais presentes na amostra do Jornal da Noite do que as peças com *enfoque internacional e envolvimento de Portugal* (8,2%).

As figuras 20 e 21, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, descrevem quais as regiões do país e os países estrangeiros referidos como *local de acção*. Em relação aos *locais de acção* nacionais referidos nas peças do Jornal da Noite verifica-se que:

- ▶ A maioria das peças - 44,5% dos conteúdos com *incidência geográfica nacional* – não especifica nenhuma região do país, isto é, não refere o local dos acontecimentos.
- ▶ No que diz respeito às regiões do país referidas como *local de acção* na peça, destaca-se a *Grande Lisboa*, presente em 22,9% das peças do Jornal da Noite.
- ▶ A segunda região do país mais frequente é o *Norte* (7,3% das peças), seguida do *Centro* (6,7%) e do *Grande Porto* (5%).
- ▶ As restantes regiões do país, no seu conjunto, estão presentes em 6,2% das peças analisadas no Jornal da Noite, sendo a *Re-*

gião Autónoma dos Açores a menos referida (apenas em 0,3% das peças).

- ▶ *Várias regiões do país* são referidas como *local de acção* em 7,4% das peças.

No que diz respeito a outros países referidos como *local de acção* verifica-se que:

- ▶ O país estrangeiro que mais vezes é referido como *local de acção* é os EUA. No entanto, em termos de continentes, o mais presente nas peças analisadas é o *Europeu*, presente em 44,6% das peças do Jornal da Noite que têm como *local de acção* países estrangeiros. Destacam-se sobretudo peças que têm como *local de acção* vários países europeus: a *Espanha*, o *Reino Unido*, a *Itália* e a *Alemanha*.
- ▶ O *continente americano* aparece como o segundo mais representado, facto que é justificado pela presença destacada dos EUA nas peças do Jornal da Noite, como já referido. O segundo país do *continente americano* mais frequente nas peças deste bloco informativo é o *Brasil*, mas com uma presença diminuta.

Fig. 1 – Incidência geográfica por temas

Temas	Local de acção em Portugal										Local de acção em país estrangeiro							
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma dos Açores	Várias Regiões de Portugal	Sem Região Especificada	Total de peças com incidência geográfica nacional	Continente Europeu	Continente Americano	Continente Asiático	Oceânia	Continente Africano	Vários Países/Enfoque Internacional Genérico	Total de peças com incidência geográfica internacional
	%																	
Política Nacional	24,1	18,3	20,0	31,5	30,0	9,1	29,4	25,0	12,5	26,0	25,0	9,8	1,0	1,4	-	-	6,4	6,0
Ordem Interna	28,7	23,3	26,3	14,3	15,0	51,5	29,4	50,0	12,5	4,0	13,2	13,9	23,0	15,5	100,0	15,8	10,0	15,5
Desporto	4,6	15,0	6,3	13,6	-	6,1	11,8	-	5,7	16,8	12,8	25,0	1,0	-	-	21,1	15,5	15,2
Sistema Judicial	11,5	8,3	15,0	8,8	10,0	6,1	-	25,0	2,3	10,2	9,4	7,0	6,0	1,4	-	5,3	3,6	5,3
Economia, Finanças e Negócios	4,6	10,0	3,8	4,8	10,0	9,1	5,9	-	3,4	13,7	9,1	7,0	9,0	2,8	-	5,3	16,4	8,6
Saúde e Acção Social	3,4	5,0	5,0	5,5	5,0	3,0	5,9	-	5,7	7,2	6,0	4,1	6,0	4,2	-	5,3	8,2	5,3
Política Internacional	-	-	-	0,7	-	-	-	-	-	0,8	0,5	4,9	17,0	52,1	-	21,1	13,6	15,5
Vida Social	6,9	5,0	3,8	4,0	15,0	6,1	11,8	-	5,7	1,9	3,8	4,5	10,0	9,9	-	-	2,7	5,7
Ambiente	9,2	-	6,3	1,1	5,0	6,1	5,9	-	42,0	0,8	5,1	0,4	-	1,4	-	5,3	0,9	0,7
Cultura	-	3,3	-	7,3	5,0	-	-	-	-	2,8	3,2	2,9	12,0	2,8	-	-	5,5	4,9
Relações Laborais	3,4	6,7	6,3	2,6	5,0	-	-	-	1,1	4,5	3,8	3,3	1,0	-	-	5,3	2,7	2,4
Política Europeia	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	3,0	1,4	9,0	-	1,4	-	-	3,6	4,9
Ciência e Tecnologia	-	1,7	-	0,7	-	-	-	-	-	2,1	1,2	1,2	8,0	-	-	-	4,5	2,9
Comunicação	-	-	2,5	-	-	-	-	-	-	2,1	1,1	2,9	-	1,4	-	-	0,9	1,6
Sociedade	1,1	-	3,8	0,7	-	3,0	-	-	-	0,9	1,0	1,2	1,0	1,4	-	-	1,8	1,3
Urbanismo	-	-	-	1,5	-	-	-	-	5,7	1,1	1,3	1,2	1,0	-	-	5,3	-	0,9
Educação	1,1	1,7	-	1,1	-	-	-	-	1,1	1,5	1,2	0,4	-	-	-	-	-	0,2
Crença e Religião	-	-	-	1,1	-	-	-	-	-	0,2	0,3	1,2	1,0	1,4	-	5,3	1,8	1,5
Defesa	1,1	1,7	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,3	-	2,0	1,4	-	5,3	0,9	0,9
Grupos Minoritários	-	-	-	0,7	-	-	-	-	1,1	0,2	0,3	-	-	1,4	-	-	0,9	0,4
População	-	-	1,3	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	1,0	-	-	-	-	0,2
Total	100 (87)	100 (60)	100 (80)	100 (273)	100 (20)	100 (33)	100 (17)	100 (4)	100 (88)	100 (531)	100 (1193)	100 (244)	100 (100)	100 (71)	100 (3)	100 (19)	100 (110)	100 (547)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *incidência geográfica nacional* = 1193. Total de peças com *incidência geográfica internacional* = 547. Valores em percentagem.

- ▶ Os *continentes asiático e africano* estão menos presentes como *local de acção* das peças do Jornal da Noite que referem países estrangeiros, em 13% e 3,5% respectivamente. A *Oceânia* está praticamente ausente das peças da amostra, sendo referida como *local de acção* em apenas três conteúdos.
- ▶ Em 20,1% das peças do Jornal da Noite com *locais de acção estrangeiros* são referidos *vários países* ou *não é especificado* nenhum país em particular.
- ▶ A figura 1 mostra a *incidência geográfica* por temas abordados nas peças no que diz respeito ao *local de acção* referido. A tabela destaca por um lado os temas das peças com *local de acção* em Portugal e, por outro, os temas presentes nos conteúdos com *local de acção* em países estrangeiros.
- ▶ A maior parte das peças que têm como *incidência geográfica* Portugal *não especifica* qualquer região como local de acção (em 1193 peças do Jornal da Noite com *ênfoque nacional*, 531 não referem o local). A ausência de especificação do local acontece sobretudo em peças sobre *política nacional* (26%) e *desporto* (16,8%).
- ▶ A segunda categoria mais frequente é a região da *Grande Lisboa* (273 peças de 1193), sendo esse *local de acção* mais referido em conteúdos sobre *política nacional* (31,5%), *ordem interna* (14,3%) e *desporto* (13,6%). A maior presença de conteúdos de *política nacional* em peças com *local de acção* na *Grande Lisboa* está relacionada sobretudo com o acompanhamento das actividades da Assembleia da República (sobretudo comissões de inquérito).
- ▶ As regiões *Norte* e *Centro* surgem como as regiões do país que, depois da *Grande Lisboa*, são mais referidas como *local de acção* nas peças do Jornal da Noite, o que acontece sobretudo em conteúdos de *ordem interna*, *política nacional* e *sistema judicial*. Já o *Grande Porto*, quarta região do país mais referida no bloco informativo em análise, aparece sobretudo em peças de *ordem interna*, *política nacional* e *desporto*.
- ▶ As restantes regiões do país são referidas como *local de acção*, sobretudo, em peças com assuntos de *política nacional* ou *ordem interna*.

Em relação às peças com *local de acção internacional*, verifica-se que são, como anteriormente referido, os *continentes europeu e americano* os mais referidos nos conteúdos do Jornal da Noite, em 244 e 100 peças, respectivamente.

- ▶ Na amostra analisada, o *continente europeu* aparece sobretudo em conteúdos sobre *desporto* (na maior parte dos casos devido à cobertura da transferência do jogador português Cristiano Ronaldo do Manchester United para o Real Madrid).
- ▶ As peças que referem o *continente americano* como *local de acção* remetem sobretudo para assuntos sobre *ordem interna* (23%) e *política internacional* (17%).

- ▶ A maior parte das peças que têm como *local de acção* os *continentes africano e asiático* cobrem sobretudo assuntos de *política internacional* e *ordem interna*.
- ▶ Nas peças sobre assuntos de âmbito internacional que *não especificam* o *local de acção* ou que localizam a acção em *vários países estrangeiros* (110) abordam com maior frequência acontecimentos das áreas *temáticas economia, finanças e negócios* e *desporto*.

C) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NAS FONTES DE INFORMAÇÃO

De acordo com o referido na figura 27 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, 21,1% das peças analisadas possui *informação não atribuída*, isto é, não é identificada a proveniência da informação. São em geral peças relacionadas com *ordem interna* e *desporto*.

- ▶ Nas restantes 78,9% peças em que existem *fontes* atribuídas, estas são na maior parte oriundas da área da *política nacional* (20,6% dos casos), da *ordem interna* (7,6%) e do *desporto* (7,2%), em especial *associações e clubes desportivos* ligados ao futebol.
- ▶ As *fontes* da área da *sociedade* (6,5%) e da *economia, finanças e negócios* (6,2%) são a quarta e quinta mais frequentes. No caso da *sociedade*, destacam-se enquanto *fontes cidadãos comuns adultos* e *família*. As *grandes empresas e grupos económicos*, as *pequenas e médias empresas e empresários em nome individual*, bem como *organizações económico-financeiras* e *consumidores* justificam que *economia, finanças e negócios* seja a quinta categoria de *fontes* mais frequente.
- ▶ As *fontes* menos consultadas são as das áreas *grupos minoritários* e *população*. Cada uma dessas áreas aparece como fonte em 0,2% e 0,1% do total de peças, ou seja, a sua presença é residual.
- ▶ As *fontes* da área *relações laborais* representam 3,2% do total de *fontes* do Jornal da Noite, sendo essencialmente *representações sindicais* e *trabalhadores*.

Nota: os dados sobre *fontes* da área *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

- ▶ Segundo os dados apresentados na figura 2, na maior parte das peças em que a informação é atribuída, identifica-se mais do que uma *fonte* de informação (50,4%). São, pois, peças de *fonte múltipla*.

Fig. 2 – Número de fontes, por temas

Temas	%		
	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política Nacional	52,8	47,2	100
Ordem Interna	50,9	49,1	100
Desporto	59,7	40,3	100
Economia, Finanças e Negócios	50,5	49,5	100
Sistema Judicial	45,5	54,5	100
Saúde e Acção Social	46,6	53,4	100
Política Internacional	56,6	43,4	100
Ambiente	67,9	32,1	100
Cultura	40,0	60,0	100
Vida Social	40,9	59,1	100
Relações Laborais	33,3	66,7	100
Política Europeia	50,0	50,0	100
Ciência e Tecnologia	53,3	46,7	100
Urbanismo	35,7	64,3	100
Sociedade	7,1	92,9	100
Educação	16,7	83,3	100
Comunicação	33,3	66,7	100
Crença e Religião	12,5	87,5	100
Defesa	60,0	40,0	100
Grupos Minoritários	25,0	75,0	100
População	-	100,0	100
Total	49,6 (570)	50,4 (580)	100 (1150)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1150. Total de peças com fonte única = 570. Total de peças com fonte múltipla = 580. Valores em percentagem.

▶ As peças com fonte única representam 49,6% do total das peças em que foram atribuídas fontes. Predominam nas áreas de política nacional, ordem interna, desporto, economia, finanças e negócios, política internacional, ambiente, ciência e tecnologia e defesa.

▶ Nas peças sobre população só aparecem fontes múltiplas, no

Fig. 3 – Temas das peças com informação não atribuída

Temas	Jornal da Noite - SIC (%)
Ordem Interna	21,5
Desporto	13,4
Sistema Judicial	11,1
Política Internacional	10,4
Política Nacional	7,8
Economia, Finanças e Negócios	7,2
Vida Social	6,8
Saúde e Acção Social	4,6
Ambiente	3,3
Relações Laborais	2,3
Cultura	2,3
Comunicação	2,3
Ciência e Tecnologia	2,3
Política Europeia	1,0
Defesa	0,7
Educação	0,7
Urbanismo	0,7
Crença e Religião	0,7
Sociedade	0,7
População	0,3
Grupos Minoritários	0,3
Total	100 (307)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com informação não atribuída = 307. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

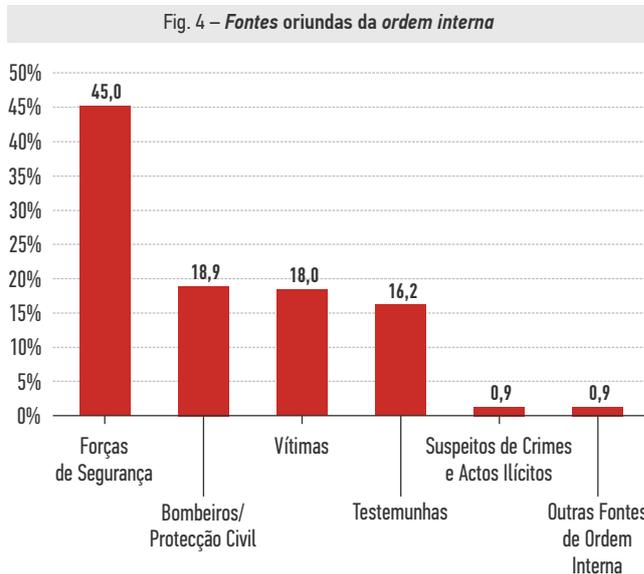
entanto deve notar-se que a presença deste tema na amostra é residual, trata-se de apenas uma peça. As peças com fonte múltipla predominam nas áreas do sistema judicial, saúde e acção social, cultura, vida social, relações laborais, urbanismo, sociedade, educação, comunicação, crença e religião e grupos minoritários.

▶ Deve notar-se que no caso de algumas categorias não se pode afirmar que há um claro predomínio de um determinado número de fontes. Isso é o que acontece nas peças com fontes das áreas ordem interna, economia, finanças e negócios e política europeia.

Em 21,1% das peças do Jornal da Noite a informação não é atribuída. Assim, e de acordo com a figura 3:

- ▶ Do conjunto de peças sem informação atribuída destacam-se os temas ligados à ordem interna (21,5%), ao desporto (13,4%), ao sistema judicial (11,1%) e à política internacional (10,4%). Deve recordar-se que os temas ordem interna e desporto encontram-se entre os três mais frequentes no Jornal da Noite, o que pode justificar o seu peso nas peças com informação não atribuída.
- ▶ Apesar da presença destes temas em peças com informação não atribuída, verifica-se que em todos eles a percentagem de informação atribuída é claramente superior.

Fig. 4 – Fontes oriundas da ordem interna



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com fontes de informação da ordem interna = 111. Valores em percentagem.

Tal como referido anteriormente neste capítulo, as fontes da área ordem interna são as segundas mais referenciadas e/ou consultadas nas peças da amostra do Jornal da Noite. Tal como a figura 4 acima representada ilustra:

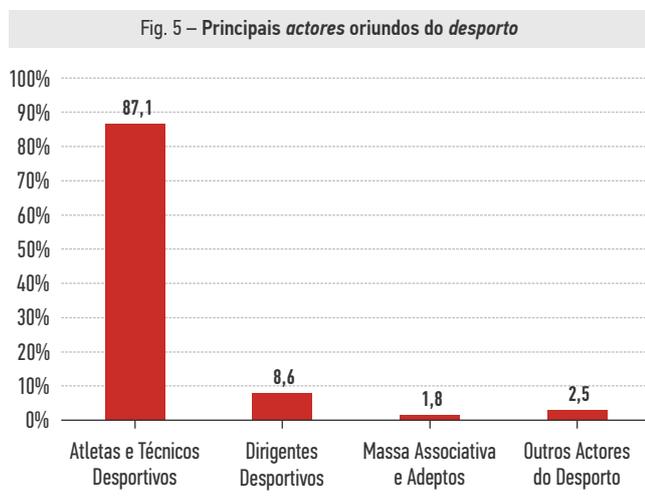
▶ 45% das fontes de ordem interna são forças de segurança. Surgem como fontes dominantes sobretudo em peças com as-

suntos ligados a *ordem interna*. Bombeiros e *protecção civil* representam 18,9% das fontes dessa área, imediatamente seguidas pelas *vítimas* – de crimes, catástrofes ou acidentes – e *testemunhas* (18% e 16,2%, respectivamente).

- ▶ Com uma presença residual, encontram-se *suspeitos de crimes e actos ilícitos* e *outras fontes da ordem interna*.

D) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL DE ACTORES/PROTAGONISTAS PRESENTES NAS PEÇAS

- ▶ Tal como referido no capítulo comparativo dos principais blocos informativos dos serviços de programas generalistas nacionais (figura 33 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI) os *protagonistas* do Jornal da Noite são, na maior parte, oriundos da área da *política nacional* (20,3% dos casos). A segunda categoria de *protagonistas* mais representada é oriunda do *desporto*, em 11,1% dos casos, com destaque para os *atletas e técnicos desportivos*.
- ▶ Recorde-se que a terceira categoria mais saliente de *protagonistas* provém da área da *ordem interna*, em 9,3% dos casos identificáveis, onde se destacam *vítimas* seguidas de *suspeitos de crimes e actos ilícitos*.
- ▶ Os *protagonistas* da *área relações laborais* representam 3% do total de *actores* do Jornal da Noite, essencialmente *trabalhadores/desempregados* e *representantes sindicais*.
- ▶ Os casos de *actores não identificáveis* representam 17,8% do total de peças analisadas. As peças em que não há *actores* são sobretudo sobre os temas *ordem interna* (18,3%), *economia, finanças e negócios* (17,2%) e *ambiente* (16%).



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças com *protagonistas* identificáveis = 1206.
 Total de peças com *protagonistas* do desporto = 163. Valores em percentagem.

Nota: os dados sobre actores da área *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

Conforme referido anteriormente, *desporto* é a segunda categoria de *protagonistas* identificáveis mais frequentes no Jornal da Noite (presentes em 11,1% do total das peças da amostra). Segundo se verifica pela figura 5, estes *protagonistas* são, concretamente:

- ▶ Em 87,1% dos casos são *atletas e técnicos desportivos*.
- ▶ Com um peso acentuadamente inferior surgem *dirigentes desportivos* (8,6%) e *massa associativa e adeptos* (1,8%).
- ▶ Com um carácter pontual, marcam presença em 2,5% das peças, *outros actores do desporto*.

De acordo com a figura 38 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, a maior parte (70,4%) dos *protagonistas* do Jornal da Noite é de *nacionalidade* portuguesa (849 peças de um total de 1206). Esses *protagonistas* surgem, sobretudo, nas categorias *política nacional* e *desporto*. Especificamente, *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos, ministros* e *atletas e técnicos desportivos de clubes de futebol*.

- ▶ Os *protagonistas* identificados como *internacionais* são o segundo maior grupo dentro da amostra (22,1%): protagonizam 266 peças, especialmente salientes nas categorias *comunidade internacional* e *ordem interna*. Neste caso, os *protagonistas* são na sua maioria *representantes de estado e governo estrangeiros*,

Fig. 6 – Género dos principais actores, por áreas

Área dos principais actores	%				Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Não identificável	
Política Nacional	28,4	21,8	11,5	–	24,7
Desporto	18,6	1,2	0,7	–	13,5
Ordem Interna	9,3	14,7	14,4	31,4	11,3
Sociedade	3,7	15,9	31,7	5,7	8,7
Sistema Judicial	8,1	8,8	5,0	14,3	8,0
Economia, Finanças e Negócios	6,5	7,6	11,5	8,6	7,3
Comunidade Internacional	7,3	2,9	2,2	11,4	6,2
Cultura	4,1	8,2	2,2	–	4,3
Relações Laborais	2,6	4,1	8,6	8,6	3,6
Saúde e Acção Social	2,3	7,6	3,6	11,4	3,5
Comunidade Europeia	2,6	0,6	–	–	1,9
Ciência e Tecnologia	1,4	1,2	–	2,9	1,2
Educação	0,2	2,4	5,8	–	1,2
Urbanismo	1,0	–	1,4	5,7	1,1
Comunicação	0,9	1,8	–	–	0,9
Crença e Religião	1,2	–	–	–	0,8
Ambiente	0,8	–	–	–	0,6
Defesa	0,7	–	–	–	0,5
Grupos Minoritários	0,2	1,2	0,7	–	0,4
População	0,1	–	0,7	–	0,2
Total	100 (862)	100 (170)	100 (139)	100 (35)	100 (1206)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *protagonistas* identificáveis = 1206. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega *actores masculinos* e *femininos* que surjam em peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

bem como *vítimas*. As peças com vários *protagonistas, nacionais e internacionais*, representam 1,3% (16) das peças.

- ▶ Em 6,2% (75) das peças *não é identificável a nacionalidade do protagonista*.

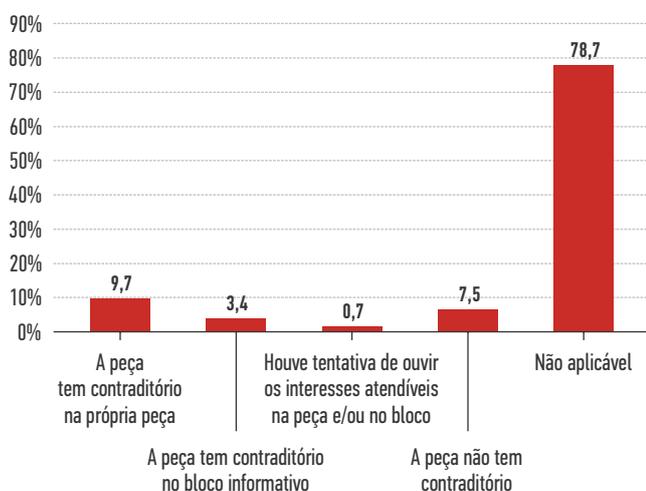
A distribuição dos *protagonistas* por *género* evidencia algumas diferenças significativas. Assim, no total de 1206 peças (82,2%) com *protagonistas* identificáveis:

- ▶ Como exposto na figura 6, em 862 peças (71,5%) o *protagonista* é do *género masculino*. Os homens que aparecem como *actores* principais das peças pertencem, maioritariamente, à área da *política nacional* (em 28,4%). Seguem-se os *actores* da área *desporto* (18,6%), isto é, *atletas e técnicos desportivos*.
- ▶ Já as mulheres protagonizam 170 peças, representando 14,1% dos *protagonistas* identificados nas peças da amostra. O *género feminino* pertence, principalmente, à área *política nacional* (21,8% das peças desta categoria), onde estão enquadradas *secretárias-gerais e presidentes de partidos, cabeças de lista, ministras, deputadas e líderes parlamentares e militantes e membros político-partidários, membros das listas/mandatárias das candidaturas e outros representantes de autarquias*.
- ▶ Os *protagonistas de ambos os géneros* contabilizam 139 registos na amostra (11,5%) e representam, maioritariamente, a categoria *sociedade* (31,7% dos casos).

E) RIGOR E ISENÇÃO NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

O rigor e a isenção na informação do Jornal da Noite são anali-

Fig. 7 – *Princípio do contraditório*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças com *contraditório* = 193. Total de peças em que *houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis* = 10. Total de peças sem *contraditório* = 110.
 Total de peças em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 1155.
 Valores em percentagem.

sados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- ▶ O respeito pelo *princípio do contraditório*, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.
- ▶ A apresentação dos factos e a sua verificação.
- ▶ A separação entre factos e opiniões.
- ▶ A identificação das *fontes*, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção:

- ▶ *Princípio do contraditório*.
- ▶ *Elementos discursivos opinativos*.
- ▶ Identificação das *fontes*.
- ▶ Diversidade de *fontes*.
- ▶ De acordo com o representado na figura 7, verifica-se que em 78,7% das peças do Jornal da Noite *não se aplica o princípio do contraditório*.
- ▶ Nas restantes 21,3% das peças foi aplicado o *princípio do contraditório*, sendo que a percentagem das que *têm contraditório* (13,1%), quer na própria peça, quer no bloco informativo em que aparece inserida, é superior à percentagem das que *não têm* (7,5%).
- ▶ Numa minoria de 0,7% das peças analisadas, embora o operador não apresente o *contraditório*, revela uma tentativa de o realizar utilizando expressões como “O Jornal da Noite procurou ouvir...”.

A variável *princípio do contraditório* verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado.

A peça é codificada como *tendo contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo. São consideradas para efeitos do respeito do *contraditório* as medidas explicitadas pelo operador em ouvir alguma das partes, mesmo que estas se tenham recusado, ou absterido, de manifestar a sua posição.

A peça é codificada como *tem contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo.

Fig. 8 – *Princípio do contraditório, por temas*

Temas	%					
	A peça tem contraditório na própria peça	A peça tem contraditório no bloco informativo	Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política Nacional	21,5	9,7	0,7	15,4	52,7	100 (298)
Ordem Interna	5,8	2,2	0,9	4,0	87,1	100 (225)
Desporto	3,0	1,8	–	2,4	92,7	100 (164)
Sistema Judicial	14,6	2,4	2,4	11,4	69,1	100 (123)
Economia, Finanças e Negócios	6,7	1,7	–	6,7	84,9	100 (119)
Saúde e Acção Social	3,4	3,4	–	3,4	89,7	100 (87)
Política Internacional	4,7	–	–	12,9	82,4	100 (85)
Vida Social	1,5	–	–	3,1	95,4	100 (65)
Ambiente	3,2	–	1,6	–	95,2	100 (63)
Cultura	1,9	–	–	1,9	96,2	100 (52)
Relações Laborais	14,9	2,1	2,1	10,6	70,2	100 (47)
Política Europeia	10,3	–	–	13,8	75,9	100 (29)
Ciência e Tecnologia	4,5	–	–	–	95,5	100 (22)
Comunicação	5,3	–	–	–	94,7	100 (19)
Sociedade	25,0	12,5	–	6,3	56,3	100 (16)
Urbanismo	18,8	–	–	12,5	68,8	100 (16)
Educação	28,6	14,3	7,1	–	50,0	100 (14)
Crença e Religião	10,0	–	–	–	90,0	100 (10)
Defesa	–	–	–	–	100,0	100 (7)
Grupos Minoritários	–	–	–	–	100,0	100 (5)
População	–	–	–	–	100,0	100 (2)
Total	9,7 (143)	3,4 (50)	0,7 (10)	7,5 (110)	78,7 (1155)	100 (1468)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *contraditório* = 193. Total de peças em que *houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis* = 10. Total de peças sem *contraditório* = 110. Total de peças em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 1155. Valores em percentagem.

A peça é codificada como *não tem contraditório* quando não são ouvidos possíveis lados nem existe referência à tentativa de os ouvir.

O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe ouvir as partes em conflito (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- ▶ Como referido anteriormente, o indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 21,3% das 1468 peças analisadas no Jornal da Noite em 2009. Verifica-se que as peças sobre

política nacional são aquelas nas quais o operador revelou mais necessidade de *ouvir e/ou tentar ouvir o contraditório*, atentando aos dados apresentados na figura 8. Imediatamente a seguir a esse *tema* aparecem as peças sobre *sistema judicial e relações laborais*, ambas as áreas *temáticas* com percentagem semelhante de peças *com contraditório*.

- ▶ Em cerca de metade das peças da amostra do Jornal da Noite sobre assuntos de *educação* e *sociedade* também se verificou a necessidade de ouvir o *contraditório*. No entanto, deve ter-se em conta que nestes casos está em causa um número de peças diminuto.
- ▶ Dos conteúdos da amostra do Jornal da Noite em que foi aplicado o *princípio do contraditório* verifica-se que os únicos em que a *inexistência de contraditório* é superior à realização do mesmo são os de *política europeia* e *política internacional*.

Como referido acima, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação de factos e a separação entre factos e opinião. A existência ou não dessa dissociação é identificável através do reconhecimento na peça – mesmo que não o predomínio – de *elementos opinativos presentes no discurso do operador*, representado pelo pivô, pelo repórter, pelos elementos gráficos/icónicos associados ao pivô (bolacha) e por destaques ou legendas. A opinião é também considerada na forma de juízos subjectivos (sobre factos, realidades, de intenções e de valor)

Fig. 9 – *Principais temas com elementos opinativos presentes no discurso do operador*

Temas	Jornal da Noite - SIC
Política Nacional	45,9
Ordem Interna	9,8
Sistema Judicial	8,2
Desporto	8,2
Economia, Finanças e Negócios	6,6
Ciência e Tecnologia	4,9
Política Europeia	3,3
Relações Laborais	3,3
Política Internacional	1,6
Educação	1,6
Saúde e Acção Social	1,6
Cultura	1,6
Sociedade	1,6
Vida Social	1,6
Total	100 (61)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *elementos opinativos presentes no discurso do operador* = 61. Valores em percentagem.

sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor. Distingue-se da interpretação pelo seu carácter conclusivo.

- ▶ Segundo os dados da figura 9, apenas 4,2% das peças do Jornal da Noite (61 de um total de 1468) apresentaram *elementos opinativos* no seu discurso, quer verbal, quer imagético.
- ▶ Destaca-se o recurso a esses *elementos opinativos* sobretudo em peças sobre *política nacional*, nomeadamente peças sobre actividades partidárias (acções de campanha e congresso do Partido Socialista).

F) CONTEXTUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida pelo operador SIC.

1. INDICADORES DE VALORIZAÇÃO DE TEMAS E DE PROTAGONISTAS DA INFORMAÇÃO

Entre os indicadores de valorização de um *tema* ou de um *protagonista*, contam-se a hierarquização e localização no *alinhamento* das peças em que surgem, a *duração* da respectiva peça, a existência ou ausência de *promoção* da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e a afectação de meios técnicos, por exemplo para a produção de *directos*.

Fig. 10 – *Temas de abertura do Jornal da Noite*

Temas	%		
	Abertura da 1.ª parte	Abertura da 2.ª parte	Total
Política Nacional	23,9	21,4	22,7
Ordem Interna	21,7	9,5	15,9
Desporto	13,0	35,7	23,9
Sistema Judicial	15,2	4,8	10,2
Economia, Finanças e Negócios	2,2	4,8	3,4
Saúde e Acção Social	8,7	7,1	8,0
Política Internacional	2,2	2,4	2,3
Vida Social	–	4,8	2,3
Ambiente	2,2	2,4	2,3
Relações Laborais	4,3	2,4	3,4
Sociedade	2,2	–	1,1
Educação	2,2	–	1,1
Defesa	2,2	2,4	2,3
População	–	2,4	1,1
Total	100 (46)	100 (42)	100 (88)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças de abertura da primeira parte = 46. Total de peças de abertura da segunda parte = 42 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem.

- ▶ Como se pode observar pela figura 10, *política nacional* é o tema que abre mais vezes a *primeira parte* do Jornal da Noite – 23,9%, imediatamente seguido pelo tema *ordem interna* (21,7%).

▶ Para além desses temas, surgem frequentemente como abertura da primeira parte do Jornal da Noite peças sobre sistema judicial e desporto.

▶ No que diz respeito aos temas das peças que abrem com maior frequência a segunda parte do Jornal da Noite, verifica-se que se destacam sobretudo desporto e política nacional, presentes, respectivamente, em 35,7% e 21,4% das 42 peças que abrem a segunda parte. No caso das peças sobre desporto que abrem as primeira e segunda partes do Jornal da Noite deve referir-se que apenas uma não é sobre futebol.

▶ Deve assinalar-se que os temas mais frequentes nas aberturas – política nacional, desporto e ordem interna – são também os mais frequentes na amostra.

Fig. 11 – Principais actores das peças de abertura

Áreas dos principais actores	Jornal da Noite – SIC (%)
Política Nacional	19,6
Ordem Interna	15,2
Desporto	13,0
Sistema Judicial	8,7
Sociedade	8,7
Saúde e Acção Social	6,5
Comunidade Internacional	4,3
Relações Laborais	4,3
Comunidade Europeia	2,2
Economia, Finanças e Negócios	2,2
Educação	2,2
Ciência e Tecnologia	2,2
Actores não identificáveis	10,9
Total	100 (46)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças de abertura da primeira parte = 46. Valores em percentagem.

▶ Os actores de política nacional são os mais presentes nas peças de abertura do Jornal da Noite (19,6%), de acordo com a figura 11. Seguem-se os actores da categoria ordem interna, que são protagonistas em 15,2% das peças de abertura.

▶ No caso da política nacional destacam-se na abertura do Jornal da Noite o Presidente da República e secretários-gerais e presidentes dos partidos. Da área ordem interna surgem como actores mais frequentes representantes de forças de segurança, seguidos de vítimas.

▶ Verifica-se que embora a maior parte das peças de abertura tenha protagonistas, em 10,9% dos conteúdos não foi identificado algum.

Inserida em momentos chave dos noticiários (como, por exemplo, nas aberturas e nos finais das partes), a promoção (*teaser*) visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos

Fig. 12 – Temas das peças com *promoção*

Temas	Jornal da Noite - SIC (%)
Política Nacional	19,9
Desporto	16,8
Ordem Interna	15,6
Sistema Judicial	7,7
Economia, Finanças e Negócios	6,5
Saúde e Acção Social	6,0
Vida Social	5,4
Cultura	4,5
Relações Laborais	4,0
Política Internacional	3,1
Ambiente	2,6
Sociedade	1,7
Ciência e Tecnologia	1,4
Comunicação	1,1
Política Europeia	0,9
Grupos Minoritários	0,9
Educação	0,6
Urbanismo	0,6
Defesa	0,3
População	0,3
Crença e Religião	0,3
Total	100 (352)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *promoção* = 352. Valores em percentagem.

alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação. Na amostra do Jornal da Noite, as peças com *promoção* representam 24% do total de peças analisadas.

- ▶ Como se observa pela figura 12, a *política nacional* é o tema com maior número de *promoções* no Jornal da Noite, incidindo em 19,9% das peças com *promoções*. A *promoção* das

peças com esta categoria *temática* acontece frequentemente na cobertura de acontecimentos de entidades políticas como os partidos políticos, a Assembleia da República e a presidência da República. *Desporto* e *ordem interna* foram os dois temas seguintes com maior número de *promoções*, com 16,8% e 15,6% respectivamente.

- ▶ Deve notar-se que alguns temas apesar de serem pouco frequentes na amostra foram temas dominantes de peças com *promoção*. Aliás, deve referir-se que na amostra do Jornal da Noite as *promoções* cobrem as 21 áreas *temáticas* consideradas na análise. Isso acontece nomeadamente com os temas *defesa*, *crença e religião* e *população*. Recorde-se que cada um destes temas está presente em menos de dez peças da amostra do Jornal da Noite.

A *duração* das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais, uma tendência para a redução da extensão das peças e a sua consequente fragmentação que leva a que certos temas sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- ▶ A *duração média* das peças emitidas pelo Jornal da Noite da SIC é de 1 minuto e 48 segundos.

- ▶ Segundo os dados apresentados na figura 13, a maioria das peças analisadas, 61% do total, tem *duração* entre 1 a 5 minutos. O tema que se destaca nas peças com *duração* neste intervalo é *política nacional* (24%). Seguem-se os temas *ordem interna* (em 13,8% dos casos) e *desporto* (11,4%), com peso semelhante. As peças de *política nacional* remetem, na maior parte dos casos, para os subtemas *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, *políticas fiscais e financeiras* e *actividades da presidência da República*; e as de *ordem interna* são sobretudo sobre os subtemas *acidentes e catástrofes*, *crimes e violência* e *actividades policiais*.

- ▶ O quarto e quinto temas dominantes nas peças que têm essa *duração*, *sistema judicial* e *economia, finanças e negócios*, também apresentam pesos semelhantes entre si.

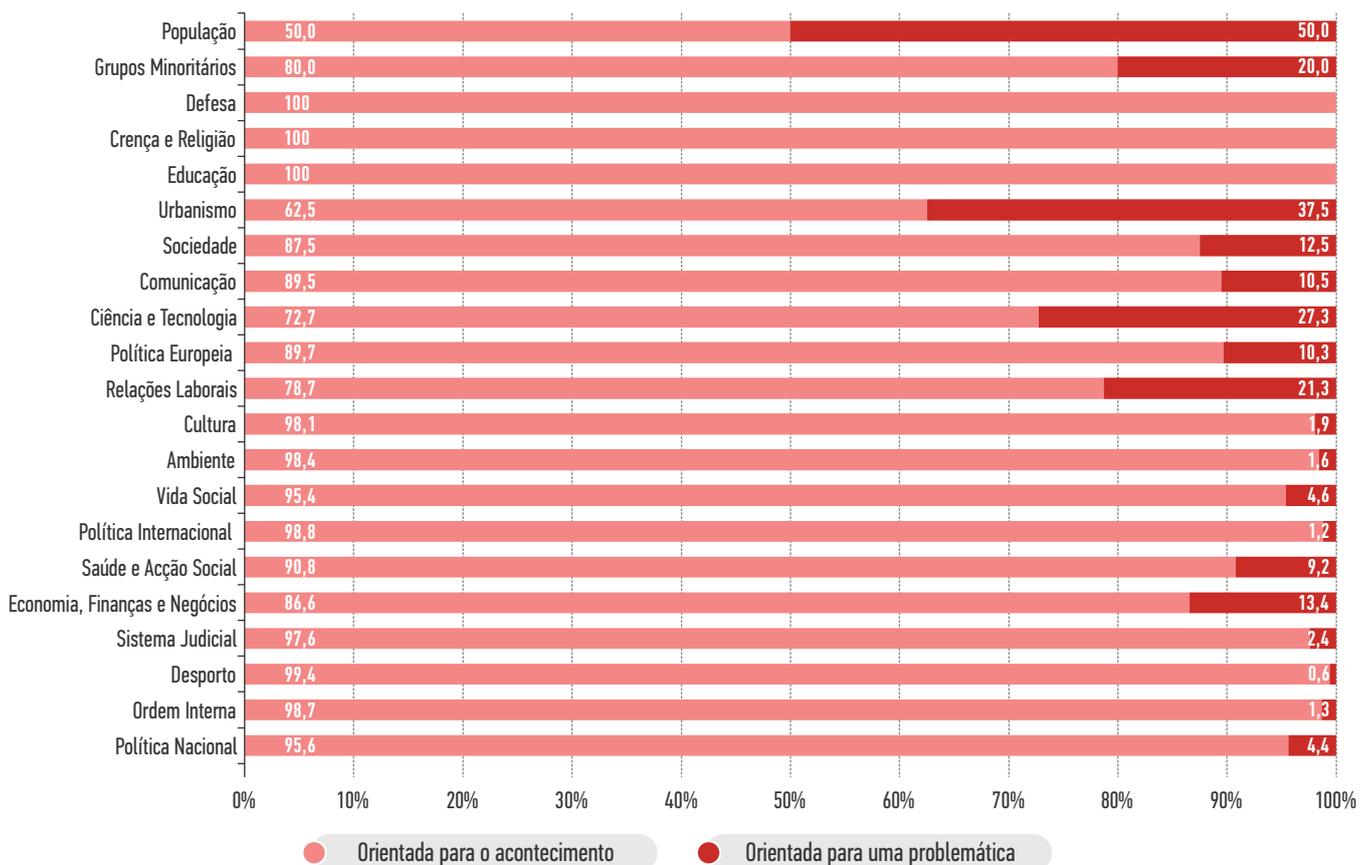
- ▶ O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com *duração inferior a 1 minuto* (35,4%). Têm essa *duração* 519 peças, sendo que a maior parte dessas é sobre *ordem interna* (18,1%), sobretudo sobre *acidentes e catástrofes*, nomeadamente um sismo em Itália, um acidente com um avião da companhia aérea Air France e a derrocada de uma arribas na Praia de Santa Eulália, em Albufeira.

Fig. 13 – *Duração das peças por tema*

Temas	%			Total
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	
Política Nacional	14,8	24,0	11,3	20,3
Ordem Interna	18,1	13,8	13,2	15,3
Desporto	10,0	11,4	18,9	11,2
Sistema Judicial	8,1	8,6	7,5	8,4
Economia, Finanças e Negócios	9,4	7,5	5,7	8,1
Saúde e Acção Social	5,4	6,4	3,8	5,9
Política Internacional	8,5	4,5	1,9	5,8
Vida Social	4,8	4,0	7,5	4,4
Ambiente	6,9	2,9	1,9	4,3
Cultura	2,1	4,2	5,7	3,5
Relações Laborais	3,1	3,1	5,7	3,2
Política Europeia	2,5	1,8	–	2,0
Ciência e Tecnologia	1,0	1,5	7,5	1,5
Comunicação	2,1	0,8	1,9	1,3
Sociedade	0,6	1,2	3,8	1,1
Urbanismo	0,6	1,3	1,9	1,1
Educação	0,6	1,1	1,9	1,0
Crença e Religião	0,8	0,7	–	0,7
Defesa	0,4	0,6	–	0,5
Grupos Minoritários	0,2	0,4	–	0,3
População	–	0,2	–	0,1
Total	100 (519)	100 (896)	100 (53)	100 (1468)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *menos de 1 minuto* = 519. Total de peças com *1 a 5 minutos* = 896. Total de peças com *mais de 5 minutos* = 53. Valores em percentagem.

Fig. 14 – Temas por enfoque/orientação



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1387. Total de peças com orientação para a problemática = 81. Valores em percentagem.

- ▶ O segundo tema mais frequente nas peças com duração inferior a 1 minuto é política nacional (14,8%), seguido de desporto (10%) e economia, finanças e negócios (9,4%).
- ▶ Na amostra estudada, 53 peças (3,6% das 1468) têm duração superior a 5 minutos. Em 2009, na amostra do Jornal da Noite, os conteúdos de longa duração referem sobretudo assuntos de desporto, nomeadamente de futebol (contratação do jogador Cristiano Ronaldo pelo Real Madrid, por exemplo). De notar que, apesar da presença diminuta de peças sobre outras modalidades desportivas na amostra (nove em 1468), dois desses conteúdos têm longa duração. As restantes peças de duração superior a 5 minutos presentes na amostra do Jornal da Noite abordam assuntos relacionados com diversas áreas temáticas, nomeadamente ordem interna e política nacional.
- ▶ Deve referir-se que, das 53 peças do Jornal da Noite com longa duração, em relação ao registo jornalístico, seis são entrevistas e quatro são comentários/opinião.

Considera-se que a cobertura de um tema tem enfoque ou é orientada para o acontecimento quando se centra numa ocor-

rência concreta, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, na problemática sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).

As peças orientadas para o acontecimento são, em geral, reativas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados. Já as peças orientadas para uma problemática são, geralmente, pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador e envolvem, em princípio, investigação jornalística.

- ▶ De acordo com o exposto na figura 14, das 1468 peças do Jornal da Noite, 81, ou seja, 5,5%, têm enfoque numa problemática. Das 21 categorias temáticas consideradas na análise, a maior parte apresenta uma percentagem de peças que é orientada para uma problemática, ainda que essa percentagem seja diminuta. As excepções são os temas crença e religião, defesa e educação, que são na sua totalidade orientados para o acontecimento.

► Note-se que, apesar da pequena percentagem de peças *orientada para a problemática*, há temas onde essa orientação apresenta algum destaque. Isso acontece em peças com assuntos sobre *economia, finanças e negócios e relações laborais*. Em outros temas como *população, urbanismo e ciência e tecnologia* isso também se verifica, no entanto não é possível apurar essa tendência, tendo em conta o número residual de peças sobre estes temas.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou *protagonista*. Na amostra analisada, apenas 4,3% das peças apresenta *directo*.

Fig. 15 – *Temas com directo*

Temas	Jornal da Noite - SIC (%)
Política Nacional	27,0
Desporto	27,0
Ordem Interna	17,5
Economia, Finanças e Negócios	12,7
Sistema Judicial	4,8
Urbanismo	3,2
Relações Laborais	1,6
Saúde e Acção Social	1,6
Ambiente	1,6
Cultura	1,6
Vida Social	1,6
Total	100 (63)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *directo* = 63. Valores em percentagem.

- As categorias *temáticas desporto e política nacional* são, de acordo com a figura 15, as que apresentam mais *directos* (27% cada), sobretudo peças sobre actividades de organismos ligados ao futebol e *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, respectivamente. No período da amostra, são emitidas várias peças em *directo* sobre a transferência do jogador de futebol Cristiano Ronaldo do Manchester United para o Real Madrid e, na área *política nacional*, são realizados *directos* na cobertura de actividades partidárias em momentos eleitorais.
- Seguem-se os temas *ordem interna e economia, finanças e negócios*, com 17,5% e 12,7% dos *directos* do Jornal da Noite

em 2009. Os *directos* das peças sobre *ordem interna* são sobre *acidentes e catástrofes* (nomeadamente a queda de uma arribas na praia de Santa Eulália em Albufeira) e *actividades policiais*. Já no caso das peças com tema *economia, finanças e negócios*, as ligações em *directo* no Jornal da Noite são sobretudo a propósito de assuntos relacionados com a *crise financeira*.

- Deve referir-se que das 21 categorias *temáticas* consideradas na análise da diversidade *temática*, apenas 11 estão presentes nas peças com *directos*. No entanto, um tema residual no Jornal da Noite como *urbanismo* justificou emissão em *directo*. Isso aconteceu, nomeadamente, em duas peças sobre trânsito nas estradas portuguesas.

Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:

- 4,8% das peças com *directo* não possuem *protagonistas* identificáveis. São peças sobre assuntos ligados à *crise financeira* (duas peças) ou ao *futebol* (uma peça) em que se destacam entidades colectivas, como as famílias portuguesas, sem o destaque particular de algum *protagonista*.
- A maior parte dos *protagonistas* (30,2%) das peças com *directo* pertence à área *política nacional*. Entre esses *protagonistas*, e directamente relacionado com o que se disse a propósito dos assuntos com maior número de *directos*, destacam-se sobretudo *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, como o discurso de José Sócrates no XVI Congresso do PS e a *rentrée* política do PSD pela voz de Manuela Ferreira Leite na festa do Pontal, ou como os dos representantes do PCP e do CDS/PP no âmbito da antevisão de entrevistas em *directo* durante a campanha para as legislativas.
- A segunda categoria de *protagonistas* identificáveis em peças com *directo* pertence à categoria *desporto* (23,8% sobre o total). Esses *protagonistas* da área do *desporto* são na sua maioria provenientes da modalidade *futebol*. No período em análise, como referido, realizaram-se *directos* a propósito da apresentação de Cristiano Ronaldo no Santiago Barnabéu pelo Real Madrid.

Fig. 16 – *Técnicas de ocultação da identidade dos actores**

Subtemas	Jornal da Noite – SIC				Total
	Distorção da imagem	Planos em penumbra/silhueta	Planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados	Várias formas de ocultação	
Casos de Justiça	5	–	1	1	7
Crimes e Violência	1	1	2	1	5
Actividades Policiais	–	1	2	1	4
Actividades de Organizações Reguladoras/Fiscalizadoras	–	–	1	–	1
Epidemia/Pandemia	1	–	–	–	1
Toxicodependência	–	–	–	1	1
Práticas Médicas	1	–	–	–	1
Pobreza e Exclusão Social	–	–	–	1	1
Total	8	2	6	5	21

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças com *técnicas de ocultação* da identidade dos actores = 21. Valores em números absolutos.

* Estatuto do Jornalista, artigo 14.º, alínea c) Abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência

► A terceira categoria de *protagonistas* mais frequente nas peças em *directo* é *ordem interna* (12,7%). Neste caso, os *actores* abarcam as categorias de *suspeitos de actos ilícitos* (exemplo do interrogatório a Charles Smith no âmbito do “caso Freeport”), *representantes de forças de segurança*, *vítimas* (a propósito das crianças desaparecidas ao largo da praia de Lavra ou do acidente que implicou a queda de uma bancada de um espectáculo de Natal, em Santa Maria da Feira) e *representantes dos bombeiros e protecção civil*.

Esta variável procura identificar as várias técnicas utilizadas para protecção da identidade dos actores, como por exemplo, a *distorção de imagem* dos *protagonistas* das peças noticiosas, a utilização de *planos de detalhe*, a *ocultação da presença de um mecanismo de gravação* no local do acontecimento (câmara/microfone), etc.

- O Jornal da Noite usou *técnicas de protecção* da identidade dos actores em 21 peças no total da amostra, ou seja, em 1,4%. Tal como é possível verificar a partir dos números da figura 16, o *subtema* em que se recorreu a *técnicas de ocultação* com maior frequência é *casos de justiça*. No período da amostra o *caso de justiça* que justificou o recurso mais frequente a estas *técnicas de protecção* foi o “caso Esmeralda”. Em peças sobre o caso de disputa parental da criança, foi utilizada, sobretudo, a *distorção* do rosto da menor.
- No que diz respeito ao segundo *subtema* em que este recurso foi mais frequente, *crimes e violência*, surgem, sobretudo, peças em que são mostradas situações de assaltos (em que é ocultada a identidade quer de assaltantes, quer de vítimas).

- Os restantes *subtemas* que, de forma pontual, justificaram o recurso pelo operador a *técnicas de ocultação* surgem em peças cujos *protagonistas* (nomeadamente crianças acidentadas ou em situação de mendicidade) se encontram vulneráveis.
- A *distorção de imagem* é a *técnica* mais utilizada.

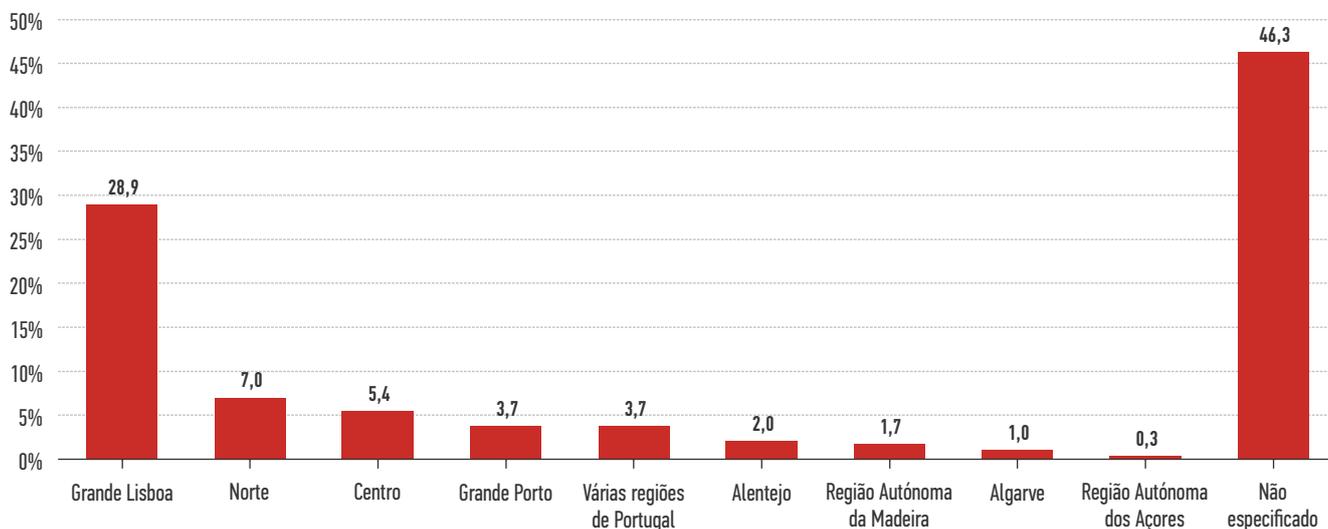
G) INFORMAÇÃO POLÍTICA NACIONAL

O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da informação *política nacional* realizada pelo Jornal da Noite da SIC nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2009).

Das 1468 peças monitorizadas do Jornal da Noite, 298 reportam acontecimentos ou problemáticas do *tema política nacional* – o *tema* mais representado no bloco informativo da SIC, com 20,3% do total das peças analisadas. É sobre estas 298 peças que recai a análise deste capítulo.

O conceito de *política nacional* é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão e apresentada em relatório autónomo, em que apenas são consideradas as peças que possuem como *protagonistas* personalidades do Governo e dos partidos políticos. Do que aqui se trata é, pois, do conceito de política entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados *temas* de *política nacional*, quaisquer que sejam os *protagonistas* envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

Fig. 17 – Local de acção das peças sobre política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre *política nacional* = 298. Valores em percentagem.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

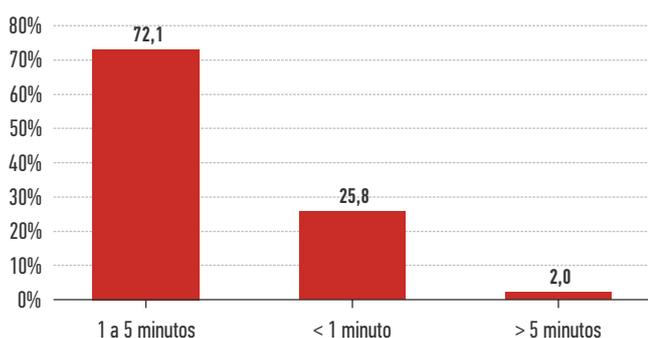
- ▶ *Subtemas de política nacional* (ver figura 9 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI).
- ▶ *Fontes de informação políticas*.
- ▶ *Actores políticos*.

▶ No que diz respeito ao *local de acção* referido nas peças de *política nacional*, verifica-se, através dos dados da figura 17, que em 46,3% das 298 peças sobre o *tema política nacional* o operador *não especifica* o local do país onde se localiza o acontecimento.

▶ No entanto, o número de peças da amostra do Jornal da Noite sobre *política nacional* que identificam o *local da acção* é superior (53,7%) àquelas que não identificam. Dos *locais de acção* especificados nas peças do Jornal da Noite verifica-se que a região da *Grande Lisboa* aparece como a mais representada, em 28,9% dos conteúdos. A representação dessa região relaciona-se com peças sobre *actividades/propostas genéricas dos partidos políticos*, sobretudo durante as acções de campanha nas eleições legislativas e autárquicas, mas também com a cobertura das *actividades da Assembleia da República* (nomeadamente a cobertura das comissões de inquérito ao “caso BPN”).

▶ Com um peso inferior na amostra encontram-se as restantes regiões do País, sendo que o *Norte* e o *Centro* são as regiões que aparecem como a segunda e terceira mais representadas, sendo *local de acção* em 7% e 5,4% das peças, respectivamente. A região *Norte* surge em peças sobre *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, nomeadamente aquelas que cobrem acções de campanha em vários momentos eleitorais. A região *Centro* é referida como *local de acção* com maior frequência também em peças sobre *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, nomeadamente na cobertura de actividades do CDS/PP naquela região do país.

Fig. 18 – *Duração das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças sobre *política nacional* = 298. Valores em percentagem.

A presença na amostra do Jornal da Noite, em 2009, de peças de *política nacional* que referem as restantes regiões do país como *local de acção* é diminuta e está sobretudo relacionada com a cobertura de actividades partidárias, nomeadamente acções de campanha durante as eleições legislativas e autárquicas.

▶ A maioria das peças sobre *política nacional* do serviço de programas privado regista, em 2009, uma *duração* de *1 a 5 minutos* (72,1%), segundo dados da figura 18. Seguem-se as peças que duram *menos de 1 minuto*, representando 25,8% desses conteúdos. Quer no caso das peças com *duração 1 a 5 minutos*, quer nas peças com *menos de 1 minuto*, o *subtema de política nacional* mais frequente é *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*.

▶ As peças de *política nacional* com *mais de 5 minutos* representam 2%, ou seja, em 298 peças sobre assuntos políticos do país apenas seis apresentam uma *duração superior a 5 minutos*, sendo que apenas um desses conteúdos é um *comentário/opinião*. As cinco restantes são peças com *registo jornalístico informativo*.

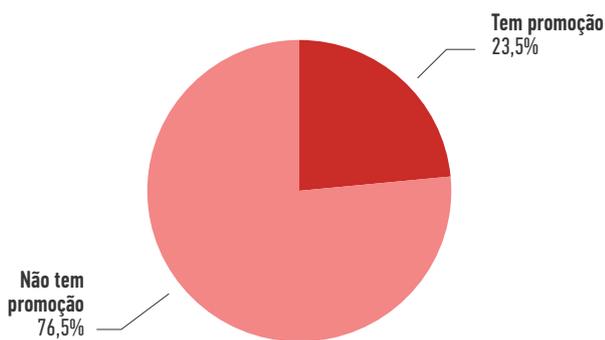
Fig. 19 – *Temas de abertura do Jornal da Noite sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças sobre *política nacional* = 298. Total de peças sobre *política nacional* que foram *tema de abertura da primeira parte* = 11. Total de peças sobre *política nacional* que foram *tema de abertura da segunda parte* = 9. Valores em números absolutos.

▶ Como referido anteriormente, *política nacional* é o *tema* mais frequente nas peças de *abertura da primeira parte* do Jornal da Noite nos dias da amostra (onze peças que correspondem a 23,9% do total de *aberturas da primeira parte*). Nas *aberturas*

Fig. 20 – *Promoção das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças sobre política nacional com promoção = 70. Valores em percentagem.

da segunda parte, política nacional surge como o segundo tema mais frequente, depois do tema desporto.

- ▶ Segundo os dados apresentados na figura 19, embora o número de peças seja diminuto, verifica-se que dessas onze peças, três são sobre *actividades da Presidência da República*: uma relativa à audiência do secretário-geral do PS sobre o processo de indigitação do novo Governo, outra sobre as audiências do PS e do PSD também no âmbito do processo de indigitação e outra sobre o anúncio do calendário eleitoral para o ano de 2009.

- ▶ 23,5% das peças sobre *política nacional* são alvo de *promoção* no alinhamento, ou seja, a maior parte das peças não tem nenhuma chamada de atenção para o seu conteúdo ao longo da emissão do bloco informativo em que se encontram inseridas, como se constata pelos dados presentes na figura 20.

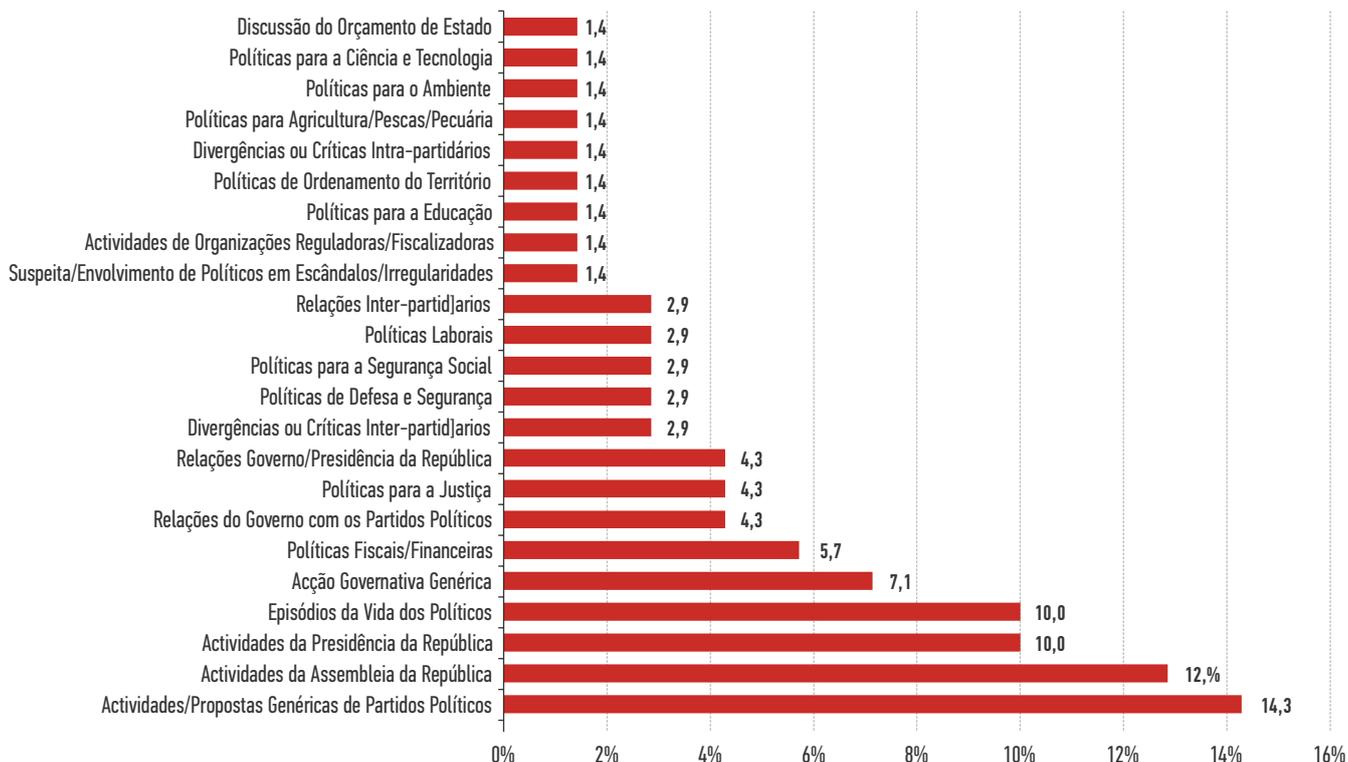
- ▶ São quatro os *subtemas de política nacional* mais frequentes nas peças do Jornal da Noite que *têm promoção*, atendendo aos dados da figura 21. As peças sobre as *actividades/propostas genéricas dos partidos políticos* (14,3%), *actividades da Assembleia da República* (12,9%), *actividades da Presidência da República* e *episódios da vida dos políticos* (cada com 10%), no seu conjunto, representam quase metade (47,2%) dos temas dominantes das peças promovidas no Jornal da Noite.

- ▶ Foram identificadas 28 peças de *política nacional* com *elementos opinativos* ao nível do *estilo discursivo*. Essas peças têm como assunto mais comum *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, de acordo com o exposto na figura 22.

- ▶ Dezassete peças, isto é, 5,7% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento.

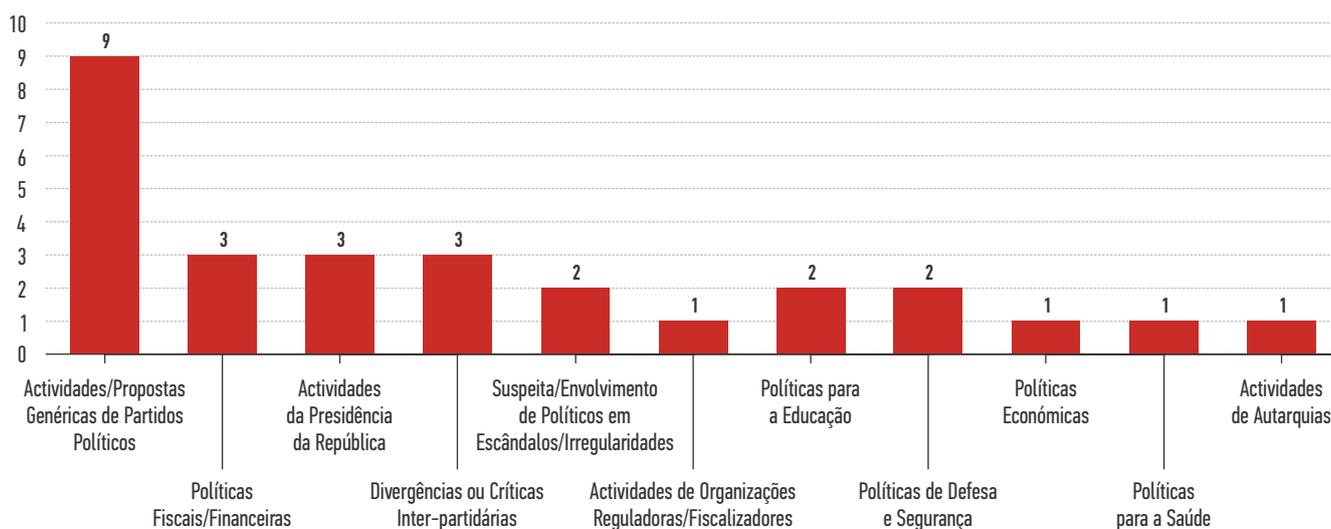
- ▶ Como é possível verificar através da figura 23, as peças de *polí-*

Fig. 21 – *Temas das peças sobre política nacional com promoção*



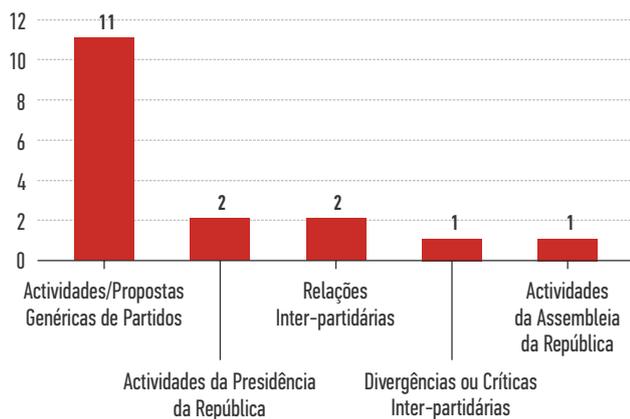
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças sobre política nacional com promoção = 70. Valores em percentagem.

Fig. 22 – *Temas das peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298.
 Total de peças sobre política nacional com elementos opinativos presentes no discurso do operador = 28. Valores em números absolutos.

Fig. 23 – *Temas das peças sobre política nacional com directo*

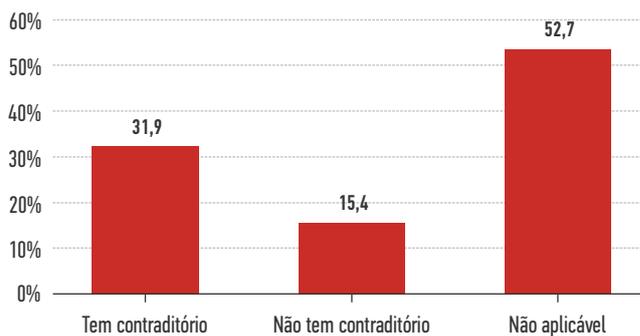


Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças sobre política nacional com directo = 17. Valores em números absolutos.

tica nacional com directo, na sua maioria, têm como subtema dominante actividades/propostas genéricas de partidos políticos (11 das 17 peças de política nacional). No caso, os directos são realizados maioritariamente a propósito da cobertura de acções de campanha dos partidos políticos durante vários momentos eleitorais realizados ao longo do ano, com destaque para as autárquicas (das 11 peças em causa, seis têm directos para a cobertura das actividades partidárias durante o período de campanha das eleições autárquicas).

- ▶ Verifica-se, através da figura 24, que em pouco mais de metade das peças sobre o tema política nacional (52,7%) não se justificou classificar a peça quanto ao contraditório, já que o assunto reportado não o exigiu.

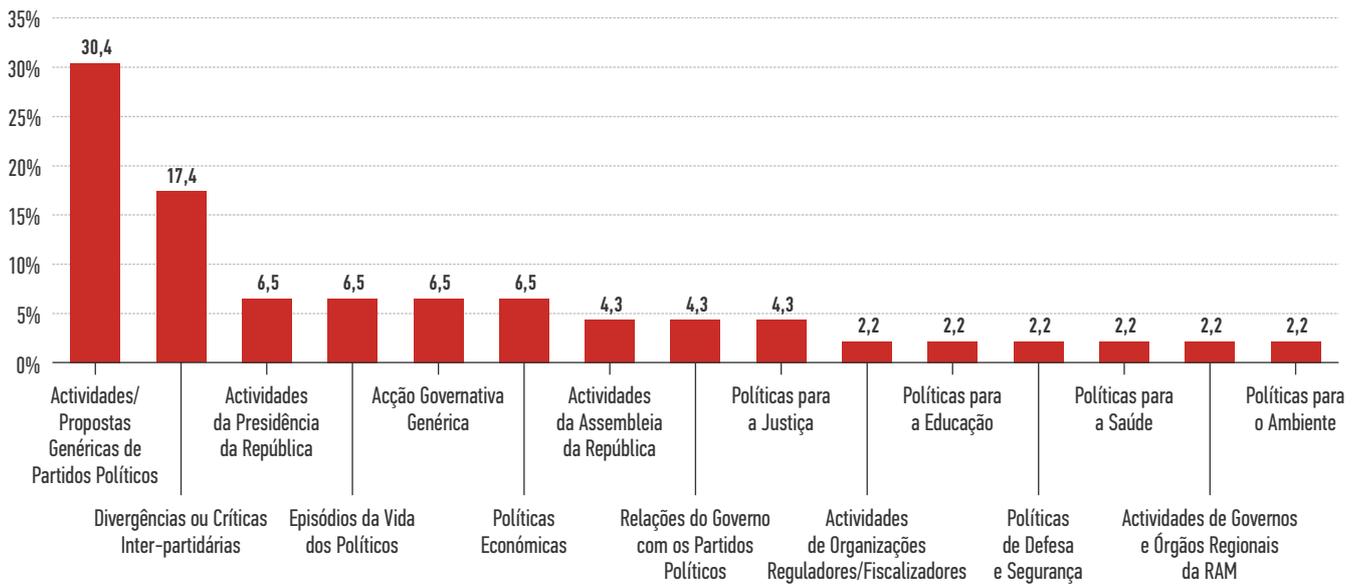
Fig. 24 – *Princípio do contraditório das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468.
 Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças sobre política nacional com contraditório = 95. Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 46. Total de peças sobre política nacional em que não se aplica o princípio do contraditório = 157. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo.
 Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

- ▶ Como referido anteriormente neste capítulo, o princípio do contraditório não se aplica à maioria das peças da amostra do Jornal da Noite. Ainda que essa tendência se verifique também em relação às peças sobre política nacional, deve referir-se que em relação a este tema há um maior equilíbrio entre a percentagem de peças a que o contraditório é aplicável e aquelas a que não o é.
- ▶ As peças de política nacional em que o princípio do contraditório foi cumprido representam 31,9% do total.

Fig. 25 – *Temas das peças sobre política nacional sem contraditório*



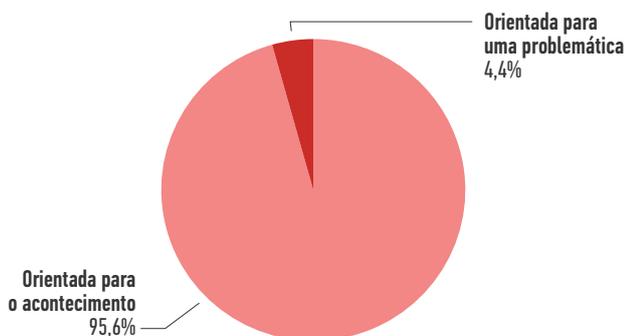
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Totais de peças sobre política nacional sem contraditório = 46. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo. Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas

- ▶ No entanto, em 15,4% dessas peças não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- ▶ Como se disse anteriormente, em 15,4% das peças de política nacional do Jornal da Noite, no período da amostra, não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir.
- ▶ Destas 46 peças, e de acordo com a figura 25, verifica-se que aquelas que têm como subtemas actividades/propostas genéricas de partidos políticos (30,4%) e, com uma representação

menor, divergências ou críticas inter-partidárias (17,4%) são as que mais frequentemente não têm contraditório.

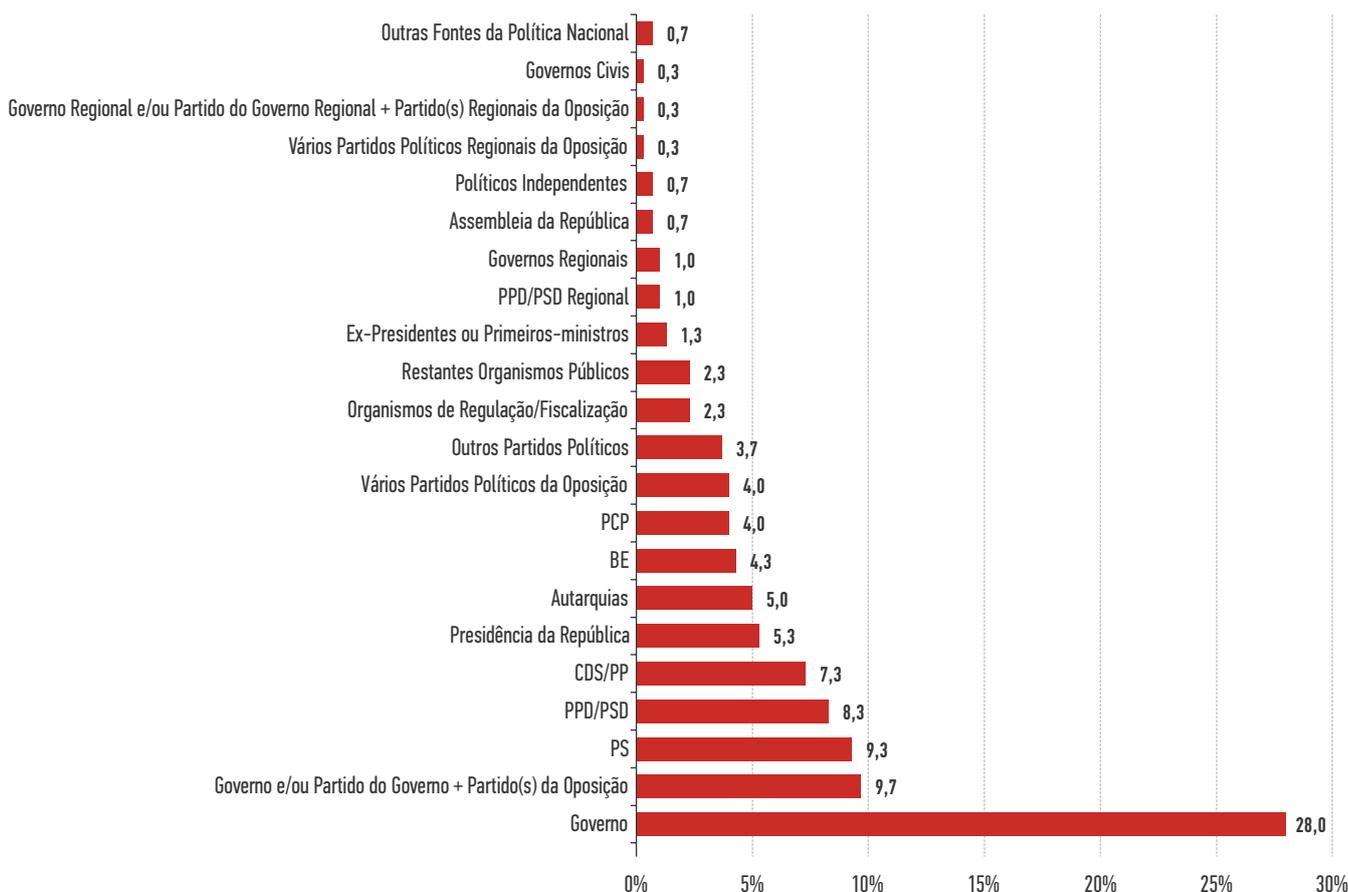
- ▶ No caso das peças sobre actividades/propostas genéricas de partidos políticos que não têm contraditório, os assuntos mais frequentes são diferentes propostas em termos de programas políticos acompanhadas de críticas de um determinado partido a outro ou ao Governo. Esse tipo de peças surge, sobretudo, durante as campanhas dos diferentes partidos nos períodos eleitorais. Nas peças sobre divergências ou críticas inter-partidárias, o não cumprimento de contraditório está presente em peças cujo tratamento se centra nas acusações entre os partidos.
- ▶ Como é possível verificar as peças sobre os dois subtemas referidos representam quase metade (47,8%) das peças de política nacional em que o contraditório não é cumprido, nem é mencionada a tentativa de o realizar.
- ▶ Segundo se observa na figura 26, 95,6% das notícias sobre política nacional emitidas pelo Jornal da Noite nos dias da amostra possuem enfoque ou são orientadas para acontecimentos, o que significa que se centram em ocorrências. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos actores. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com enfoque em problemáticas.
- ▶ Apenas 4,4% das peças sobre política nacional, foram qualificadas como orientadas para uma problemática, menos de-

Fig. 26 – *Enfoque/orientação das peças sobre política nacional*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças sobre política nacional orientadas para o acontecimento = 285. Total de peças sobre política nacional orientadas para uma problemática = 13. Valores em percentagem.

Fig. 27 – Fontes de informação políticas nacionais



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298.
 Total de peças com fontes políticas nacionais = 300. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças, existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

Nota explicativa: na análise de fontes apresentada neste capítulo serão contempladas não só as fontes políticas presentes nas 298 peças com tema dominante política nacional, mas todas as fontes políticas consultadas nas 1468 peças emitidas no Jornal da Noite no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso política nacional, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

pendentes da ordem do dia. Essas 13 peças não destacam claramente um subtema em relação aos restantes, mas as políticas do Governo são o mais frequente nas peças com esse enfoque (políticas fiscais e financeiras, de defesa e segurança, para a justiça, para a saúde e para a segurança social).

- ▶ Relativamente às restantes peças orientadas para uma problemática presentes no Jornal da Noite, verifica-se que não têm um assunto em comum entre si.

H) FONTES DE INFORMAÇÃO POLÍTICAS NACIONAIS

- ▶ Tal como referido na figura 27 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, as fontes políticas

nacionais representam 20,6%, sendo a categoria de fontes mais consultada no Jornal da Noite.

- ▶ De acordo com os dados representados na figura 27, o Governo surge como fonte de informação principal em 28% das peças com fontes políticas nacionais, destacando-se claramente das restantes.
- ▶ Além do Governo, as três fontes políticas nacionais dominantes com maior frequência, que apresentam pesos semelhantes são Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição (9,7%), o PS (9,3%) e o PPD/PSD (8,3%).

- ▶ Dos partidos que são consultados como fonte, o PS é aquele que é consultado com maior frequência. No que diz respeito

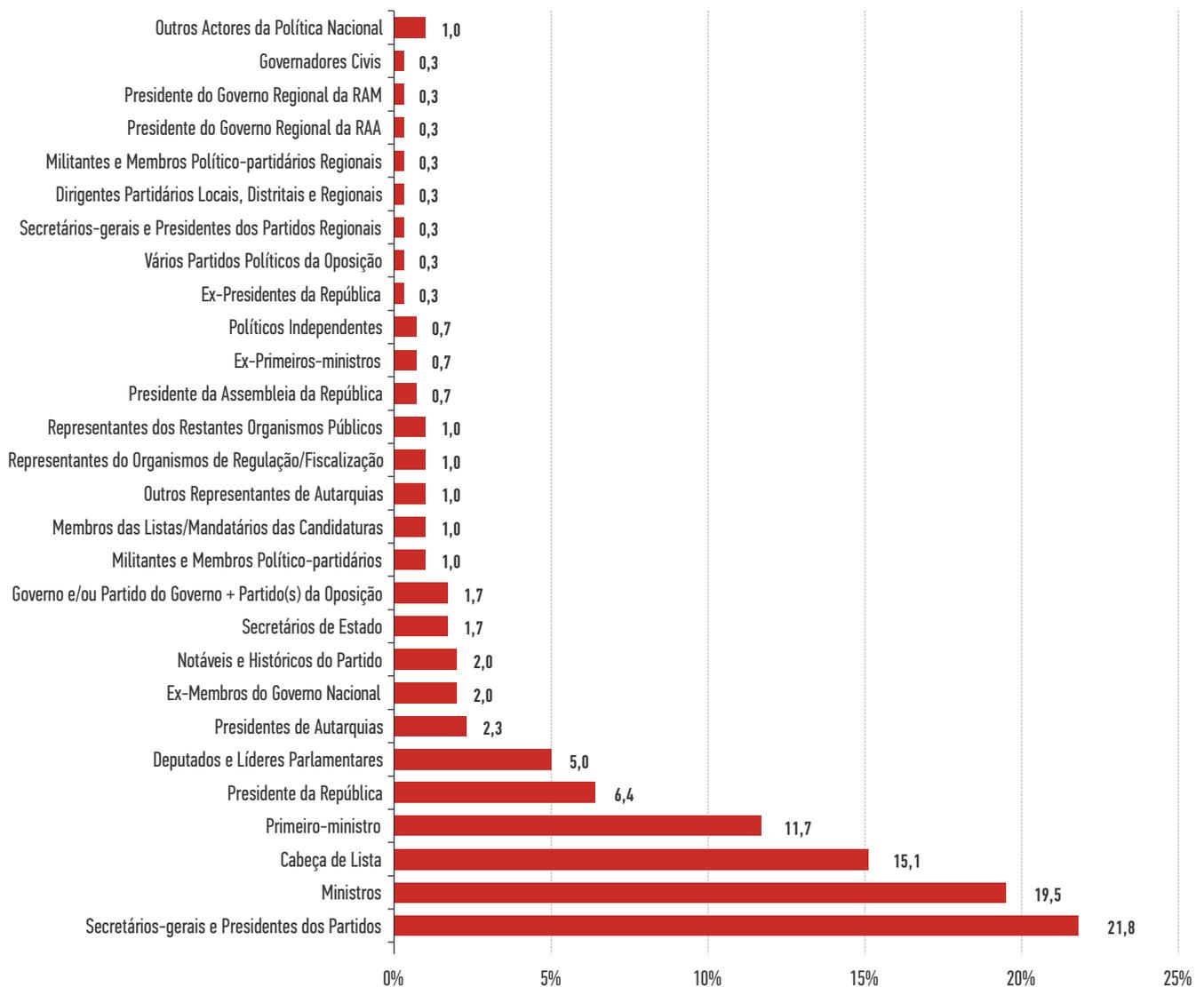
aos restantes partidos verifica-se que o *PPD/PSD* é o segundo partido mais consultado (8,3%), seguido do *CDS/PP* (7,3%), do *BE* (4,3%) e do *PCP* (4%).

- ▶ A *Presidência da República* é consultada em 5,3% das peças com fontes políticas nacionais, ocupando a sexta posição das fontes mais consultadas.

I) ACTORES POLÍTICOS NACIONAIS

- ▶ Como havia sido referido anteriormente, na figura 33, do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, os actores políticos nacionais são a categoria de actores mais presente no *Jornal da Noite* (20,3%).
- ▶ Como se pode constatar pela figura 28, as três categorias agregadas de actores pertencentes ao *Governo – primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado* – preenchem 32,9% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças, sendo a categoria *ministros* dominante.

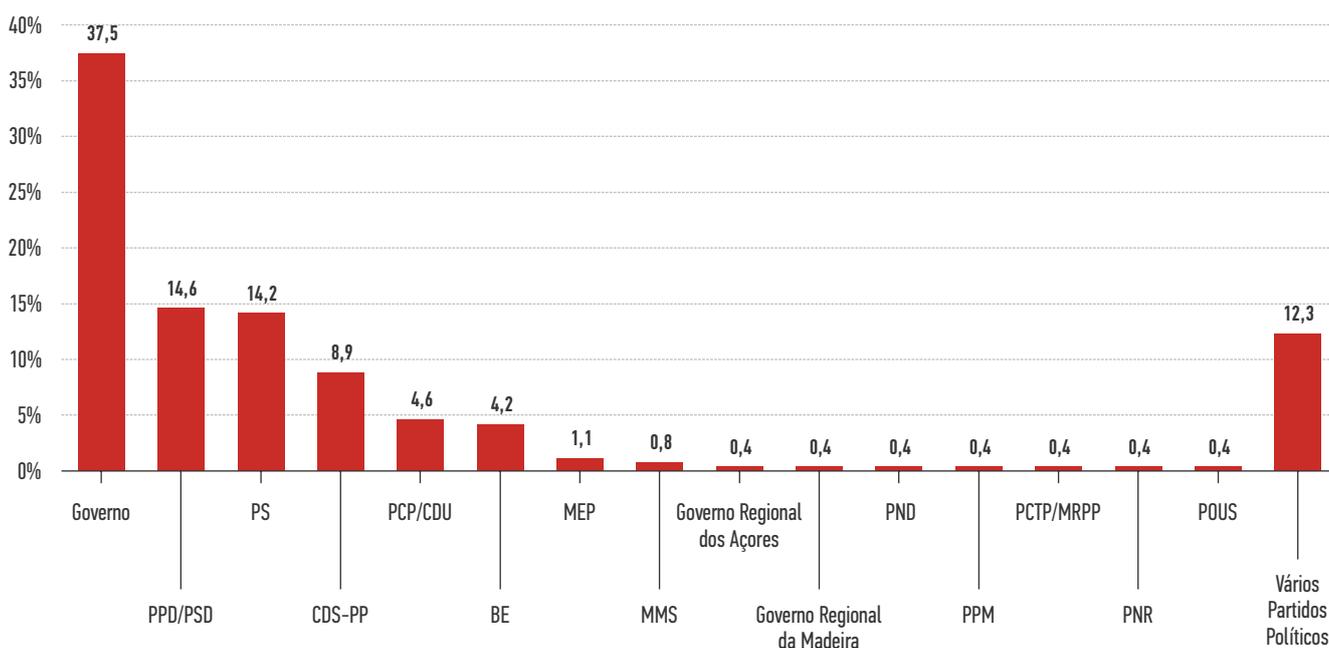
Fig. 28 – Categorias de actores políticos nacionais



Nota: total de peças emitidas e analisadas no *Jornal da Noite* (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças com actores políticos nacionais no *Jornal da Noite* = 298. Valores em percentagem. A categoria *primeiro-ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como *primeiro-ministro* e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

Nota explicativa: na análise de actores apresentada neste capítulo serão contemplados não só os actores políticos presentes nas 298 peças com tema dominante política nacional, mas todos os actores políticos consultados nas 1468 peças emitidas no *Jornal da Noite* no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de actores não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso política nacional, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

Fig. 29 – *Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças com actores políticos nacionais = 298. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 261. Valores em percentagem.

- ▶ *Secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista, militantes e membros político-partidários, membros das listas/mandatários das candidaturas, dirigentes partidários locais, distritais e regionais, deputados e líderes parlamentares, políticos independentes, notáveis e históricos dos partidos, agregados, preenchem 46,9% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças.*
- ▶ *Presidentes de autarquias e outros representantes das autarquias são actores em 3,3% das peças com políticos nacionais. Presidentes dos Governos Regionais da Madeira e dos Açores representam 0,6% dos actores políticos nacionais.*
- ▶ *O Presidente da República é o principal actor de 6,4% das peças com actores políticos nacionais.*

A *pertença político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-Presidente da República; primeiro-ministro, ex-primeiros-ministros, ministros, secretários de Estado, representantes de organizações da UE, líderes partidários; deputados, presidentes de autarquias, candidatos; militantes e membros político-partidários.*

- ▶ De acordo com os resultados da figura 29 acima apresentada,

verifica-se que a maior parte dos *actores políticos nacionais* que aparecem como *protagonistas* nas peças do Jornal da Noite têm a sua *pertença político-partidária* identificada (87,6%).

- ▶ Verifica-se que a maior parte dos *actores políticos nacionais* (37,5%) que protagonizam as peças do Jornal da Noite são identificados como pertencendo ao *Governo*.
- ▶ Os *protagonistas* políticos que aparecem nas peças com *pertença político-partidária* do PSD são os segundos mais frequentes, sendo identificados em 14,6% desses conteúdos.
- ▶ Na terceira posição, aparecem os *actores políticos nacionais* conotados com o PS, representando 14,2%.
- ▶ Os restantes *protagonistas* políticos identificados nas peças, pertencem: CDS-PP (8%), PCP/CDU (4,6%), BE (4,2%), MEP (1,1%), MMS (0,8%), PND (0,4%), PPM (0,4%), PCTP/MRPP (0,4%), PNR (0,4%) e POUS (0,4%). Os *Governos Regionais da Madeira* e dos Açores surgem cada com 0,4%.
- ▶ Além disso, nas peças em que o protagonismo é dividido por vários actores políticos a *pertença político-partidária* é de vários partidos políticos (12,3%). Não há nenhum *protagonista* das peças do Jornal da Noite que tenha como *pertença político-partidária* o PEV.

Fig. 30 – Género dos actores/protagonistas políticos nacionais

Actores	%			Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	19,6	35,1	25,0	21,8
Ministros	17,1	37,8	12,5	19,5
Cabeça de Lista	15,5	10,8	18,8	15,1
Primeiro-ministro	14,3	–	–	11,7
Presidente da República	7,8	–	–	6,4
Deputados e Líderes Parlamentares	4,1	5,4	18,8	5,0
Presidentes de Autarquias	2,9	–	–	2,3
Ex-Membros do Governo nacional	2,4	–	–	2,0
Notáveis e Históricos do Partido	2,4	–	–	2,0
Secretários de Estado	2,0	–	–	1,7
Governo e/ou Partido do Governo + Partido(s) da Oposição	1,6	–	6,3	1,7
Militantes e Membros Político-partidários	0,4	5,4	–	1,0
Membros das Listas/Mandatários das Candidaturas	–	2,7	12,5	1,0
Outros Representantes de Autarquias	0,8	2,7	–	1,0
Representantes do Organismo de Regulação/Fiscalização	1,2	–	–	1,0
Representantes dos Restantes Organismos Públicos	1,2	–	–	1,0
Presidente da Assembleia da República	0,8	–	–	0,7
Ex-Primeiros-ministros	0,8	–	–	0,7
Políticos Independentes	0,8	–	–	0,7
Ex-Presidente da República	0,4	–	–	0,3
Vários Partidos Políticos da Oposição	0,0	–	6,3	0,3
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos Regionais	0,4	–	–	0,3
Dirigentes Partidários Locais, Distritais e Regionais	0,4	–	–	0,3
Militantes e Membros Político-partidários Regionais	0,4	–	–	0,3
Presidente do Governo Regional da RAA	0,4	–	–	0,3
Presidente do Governo Regional da RAM	0,4	–	–	0,3
Governadores Cívicos	0,4	–	–	0,3
Outros Actores da Política Nacional	1,2	–	–	1,0
Total	100 (245)	100 (37)	100 (16)	100 (298)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1468. Total de peças sobre política nacional = 298. Total de peças com actores políticos nacionais = 298. Total de peças em que foi identificado o género dos actores políticos nacionais = 298. Valores em percentagem. A categoria ambos os géneros agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

- ▶ Os actores políticos nacionais são, na grande maioria das peças – 82,2% (245 peças), do género masculino, segundo os dados apresentados na figura 30.
- ▶ Apenas 12,4% dos actores políticos nacionais são do género feminino, sendo que as categorias mais representadas são ministros (37,8%) e secretários gerais e presidentes dos partidos (35,1%).
- ▶ Quer no caso em que aparece como secretária geral, quer nas peças em que aparece como cabeça de lista, a líder do PSD é a figura política nacional feminina que protagoniza maior

número de peças no Jornal da Noite, a par das ministras da Saúde e da Educação. Recorde-se que quer uma, quer a outra, estão ligadas a assuntos do tema política nacional muito frequentes nas peças da amostra, nomeadamente a relação dos sindicatos com o Governo a respeito dos modelos de avaliação do corpo docente, no domínio da educação, e da Gripe A, no domínio da saúde.

SÍNTESE CONCLUSIVA

SIC – JORNAL DA NOITE

1. Em termos gerais, na amostra do Jornal da Noite em 2009 destacam-se como categorias temáticas mais frequentes política nacional, ordem interna e desporto. No caso das fontes e actores mais frequentes no Jornal da Noite, são igualmente os provenientes da área política nacional, seguidos dos pertencentes às áreas desporto e ordem interna.
2. As peças com os temas crença e religião, defesa, grupos minoritários e população são aquelas que possuem presença mais residual, sendo cada um desses temas dominante em menos de 1% das 1468 peças da amostra do Jornal da Noite. As fontes das áreas urbanismo, educação, crença e religião, ambiente, defesa, grupos minoritários e população são as que são consultadas com menos frequência como fonte dominante na amostra do Jornal da Noite. Cada uma dessas fontes está presente em menos de 1%. Os actores dessas mesmas áreas, bem como os provenientes da área da comunicação, são os que protagonizam menor número de peças em 2009.
3. Hierarquizando as categorias temáticas dominantes nas peças do Jornal da Noite, verifica-se que a ordem é a seguinte:
 - ▶ Política nacional – tema mais frequente, o que mais vezes abre o Jornal da Noite, o mais frequente em peças com promoção e, como se disse, aquele que, a par do desporto, o que apresenta mais peças emitidas em directo. Destacam-se como subtemas actividades/propostas genéricas dos partidos políticos, relacionadas sobretudo com acções de campanha nos vários momentos eleitorais de 2009, e políticas fiscais/financeiras.
 - ▶ Ordem interna – nesta categoria temática destaca-se o subtema acidentes e catástrofes, seguido de crimes e violência e actividades policiais. Verifica-se que o tema ordem interna também surge como o segundo mais frequente na abertura da primeira parte do Jornal da Noite e o terceiro nas peças com promoção. As peças com directo, surgem como o segundo mais frequente.
 - ▶ Desporto – com peso dominante do subtema futebol – apesar de ser o quarto tema mais presente nas aberturas da pri-

meira parte do Jornal da Noite, surge como o mais frequente nas *aberturas de segunda parte*; a par de *política nacional*, que é o *tema* dominante no maior número de peças com *directo* da amostra e o segundo mais frequente nas peças com *promoção*. A elevada presença deste *tema* nas peças do Jornal da Noite justifica-se não só pelo acompanhamento de algumas competições de futebol, mas também pela cobertura dada à transferência do jogador de futebol Cristiano Ronaldo do Manchester United para o Real Madrid.

- ▶ *Sistema judicial e economia, finanças e negócios* são os quarto e quinto *temas* mais frequentes nas peças do Jornal da Noite, o que se deve sobretudo à cobertura, no caso do primeiro, de alguns acontecimentos como o “caso Face Oculta” e o “caso Freeport”.

4. No que diz respeito às categorias de *fontes* e *actores*, pode verificar-se o seguinte em relação à amostra do Jornal da Noite:

- ▶ Da área da *política nacional* – a *fonte* mais consultada nas peças é o *Governo*, aparecendo claramente destacado face às restantes forças políticas consultadas como *fontes* nas peças do Jornal da Noite. Em segundo lugar, mas a grande distância, aparece novamente o *Governo e/ou partido do Governo + partidos da oposição*, imediatamente seguido do *Partido Socialista*. Já no que diz respeito aos *actores* políticos que protagonizam maior número de peças, verifica-se que os mais frequentes são os *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, o que está relacionado com a forte cobertura dada às acções partidárias nos vários momentos eleitorais de 2009. Essa cobertura justifica igualmente a presença dos *cabeças de lista* dos vários partidos candidatos a eleições como a terceira categoria de *actores* mais frequente na amostra. Em segundo lugar aparecem os *ministros*, nomeadamente o ministro das Finanças, em peças sobre *políticas fiscais* do Governo. O primeiro-ministro aparece em quarto lugar e o *Presidente da República* ocupa o quinto lugar na lista de *protagonistas* políticos. Apesar da presença residual de alguns *protagonistas* políticos, verifica-se que há diversidade.
- ▶ Da área do *desporto* – também ao nível de *fontes* e *actores*, observa-se o facto de esta se encontrar entre as três áreas mais frequentes nas peças do Jornal da Noite. No caso das *fontes* é a terceira categoria mais frequente e no caso dos *actores* aparece em segundo lugar. No que diz respeito às *fontes*, as *associações e clubes desportivos* são as mais consultadas na área desportiva, sendo os *actores* dessa área identificados nas peças como *atletas e técnicos desportivos*. Refira-se que tanto os *actores*, como as *fontes* da área desportiva presentes nas peças, aparecem sobretudo ligados ao *futebol* (jogadores, treinadores), que é, como já havia sido referido, o *subtema* de *desporto* dominante. Refira-se que na amostra de 2009, um dos *actores* da área *desporto* que aparece com maior prota-

gonismo nas peças do Jornal da Noite é o jogador de futebol Cristiano Ronaldo, o que está relacionado com a sua transferência do Manchester United para o Real Madrid.

- ▶ Da área *ordem interna* – as *fontes* desta área são as segundas mais frequentes no Jornal da Noite e os *actores* são os terceiros que protagonizam maior número de peças. As categorias de *fontes* desta área mais frequentes no Jornal da Noite são as *forças de segurança*, quer nacionais, quer internacionais. No caso dos *actores* desta área verifica-se que aqueles que protagonizam maior número de peças são *vítimas* (de *crime e violência*, de *acidentes e catástrofes* naturais). No caso das *fontes* de informação consultadas no Jornal da Noite, verifica-se que a quarta área de *fontes* mais consultada é *sociedade*, seguida de *economia, finanças e negócios*. Em relação aos *actores*, a *sociedade* também é a quarta área de proveniência dos *protagonistas* do Jornal da Noite, seguida dos *actores* das áreas *sistema judicial e economia, finanças e negócios*, estes últimos muito próximos entre si em termos de protagonismo.

5. Em termos de representação *temática* nas peças do Jornal da Noite, verifica-se que os assuntos sobre *relações laborais* são o enfoque *temático* dominante em apenas 3,2% das peças analisadas. O mesmo se passa com as *fontes* e *actores* da área *relações laborais*, cuja representação também é residual, entre 3,2% e 3%, respectivamente.

6. Em termos geográficos, verifica-se que diferentes regiões do país e do mundo aparecem representadas nas peças da amostra. No que diz respeito às peças com *local de acção nacional*, observa-se que, embora a maior parte das peças não se centre especificamente numa determinada região do País, a Grande Lisboa destaca-se a grande distância das restantes.

7. A nível internacional, as peças com *enfoque* no *continente europeu* são as mais frequentes, sendo que os países da União Europeia mais representados são, por ordem, *Espanha, Reino Unido, Itália e Alemanha*. No caso de *Espanha e Reino Unido*, a sua representação nas peças do Jornal da Noite está relacionada com a transferência do jogador de futebol Cristiano Ronaldo do Manchester United para o Real Madrid, bem como, no caso da *Espanha*, com os ataques da ETA. No que diz respeito à *Itália*, a frequência do *enfoque* justifica-se sobretudo através das peças com tema *acidentes e catástrofes* (um sismo no início do ano e a actuação do primeiro-ministro italiano Silvio Berlusconi em várias situações).

8. No contexto extra-europeu, os países do *continente americano*, sobretudo os *Estados Unidos da América*, surgem como os segundos mais frequentes nas peças com *incidência geográfica internacional*. A cobertura noticiosa das peças referentes a

esses países relaciona-se sobretudo com *política internacional* (a cobertura do primeiro ano de governação do Presidente dos EUA, Barack Obama), com *acidentes e catástrofes* (passagem de furacões) e com *indicadores económicos* (oscilações nos mercados internacionais), ligados à *crise financeira*.

9. No que respeita a *fontes* de informação, verifica-se diversidade. Com efeito, das 20 áreas de *fontes* consideradas na análise, todas estão representadas no Jornal da Noite. Quanto ao número de *fontes* identificadas, observa-se que as peças do Jornal da Noite com *fonte única* e *fonte múltipla* apresentam valores semelhantes, com um ligeiro predomínio de *fonte múltipla* em relação a *fonte única*.

10. Em relação às peças com *informação não atribuída*, ou seja, aquelas em que não é possível identificar a proveniência de informação, conclui-se que são em menor número que aquelas em que as *fontes* aparecem identificadas. Assinale-se que, na amostra do Jornal da Noite, essas peças são mais frequentes quando o tema dominante é *ordem interna* e *desporto* (sobretudo *futebol*). Nas peças em que as *fontes* são atribuídas, como anteriormente referido, a maior parte das peças é sobre *política nacional*.

11. A maior parte dos *protagonistas* das peças do Jornal da Noite é de *nacionalidade portuguesa* e do *género masculino*. Esses *protagonistas* aparecem designadamente em peças sobre *política nacional* e *desporto* (em particular jogadores e treinadores de futebol). O *género feminino*, isoladamente, aparece representado em 14,1% das peças com *actores* identificáveis e são oriundos, na sua maioria, das áreas *política nacional* (sobretudo *secretárias-gerais* e *presidentes dos partidos* e *ministras*), *sociedade* (na sua maioria *cidadãos comuns*) e *ordem interna* (na maior parte dos casos, *vítimas*).

Informação política nacional no Jornal da Noite

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional*, apresentam-se os seguintes dados:

12. Nas 298 (20,3% do total da amostra) peças sobre *política nacional*, verifica-se que as *actividades/propostas genéricas de partidos políticos* representam o *subtema* mais expressivo, seguindo-se as *políticas fiscais* e *financeiras* e as *actividades da Presidência da República*. Como referido anteriormente, a maior representação destes *subtemas* nas peças de *política nacional* do Jornal da

Noite está relacionada com a cobertura dada pelo operador às acções de campanha das várias eleições que marcam o ano de 2009, a par de eventos neste domínio, como o XIV Congresso do PS, ou a celebração dos 88 anos do PCP. O *subtema políticas fiscais* apresenta uma grande diversidade de assuntos: redução de benefícios fiscais, incentivos à instalação de painéis solares, taxa social dos contratos a termo, linha de crédito às PME.

13. Seguem-se na hierarquia dos *subtemas* de *política nacional* focados nas peças do Jornal da Noite, *actividades da Assembleia da República* e *divergências ou críticas inter-partidárias*, estas particularmente em contexto de campanha eleitoral. Quanto às primeiras, destaca-se o acompanhamento das sessões da comissão parlamentar de inquérito ao “caso BPN”, a par de temas que pontualmente marcaram a actualidade política portuguesa como o levantamento do sigilo bancário ou o testamento vital acerca da eutanásia.

14. As *fontes* da área *política nacional* representam 20,6% do total das *fontes* identificadas nas peças do Jornal da Noite. Dessas, o *Governo* surge como *fonte* principal na maior parte das peças (28%), seguido, embora como uma grande diferença, pelas *fontes Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição* (9,7%), *PS* (9,3%) e *PPD/PSD* (8,3%). Os restantes partidos, enquanto *fontes*, são consultados nas peças do Jornal da Noite com a seguinte frequência: *CDS/PP* (7,3%), *BE* (4,3%) e *PCP* (4%). A *Presidência da República* é a sexta *fonte política nacional* mais consultada (5,3%). Assinale-se ainda que o *PEV* não está presente como *fonte* dominante em nenhuma peça do Jornal da Noite. As peças com presença dos *vários partidos políticos* (oposição) como *fontes* parlamentares representam 4%.

15. Na maioria das peças do Jornal da Noite com *protagonistas* políticos, verifica-se que a *pertença político-partidária* desses políticos é identificada (87,6%). Os *protagonistas* com *pertença* do *Governo* são os mais representados nas peças (37,5%), seguidos de representantes do *PSD* (14,6%). Os restantes *protagonistas* políticos são identificados nas peças como pertencendo aos seguintes partidos: *PS* (14,2%), *CDS/PP* (8,9%), *PCP/CDU* (4,6%), *BE* (4,2%), *MEP* (1,1%), *MMS* (0,8%), *PND* (0,4%), *PPM* (0,4%), *PCTP/MRPP* (0,4%), *PNR* (0,4%) e *POUS* (0,4%). Os *protagonistas* dos *Governos Regionais da Madeira* e dos *Açores* surgem cada um com 0,4%. Além disso, as peças em que o protagonismo é dividido por *vários partidos políticos* têm o peso de 12,3%. Na amostra analisada, não há nenhum *protagonista* das peças do Jornal da Noite que tenha como *pertença político-partidária* o *PEV*.

Operador TVI – Jornal Nacional (informação complementar)

O presente capítulo analisa a conformidade da informação emitida pela TVI no seu principal bloco informativo com os fins e obrigações que lhe são cometidos pelas leis e normas em vigor aplicáveis à actividade de televisão.

A) DIVERSIDADE, PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NO JORNAL NACIONAL DA TVI

A análise da diversidade, de pluralismo político, social e cultural estrutura-se em três vertentes principais:

- ▶ Nos *temas* abordados.
- ▶ Nas *fontes* de informação.
- ▶ Nos *actores/protagonistas* presentes nas peças emitidas.

Os dados apresentados abrangem 1287 peças noticiosas emitidas pelo Jornal Nacional entre Janeiro e Dezembro de 2009. A metodologia de análise e a construção da amostra encontram-se expostas no ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

B) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NOS TEMAS ABORDADOS

A identificação dos *temas* mais presentes nas peças emitidas permite verificar se, nessa vertente, os conceitos de diversidade e de pluralismo na sua versão mais lata estão presentes na informação do principal bloco informativo da TVI.

Durante o período que compõe a amostra analisada, o Jornal Nacional emitiu um total de 1287 peças noticiosas em 46 blocos informativos.

Conforme referido anteriormente, na análise da figura 8 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, todas as 21 grandes categorias *temáticas* previamente definidas estão representadas no Jornal Nacional da TVI enquanto *tema* principal da peça.

De acordo com o explicitado, e previamente a uma análise mais pormenorizada das categorias *temáticas* mais representadas na amostra, recorde-se que, em termos gerais, a distribuição de *temas* no Jornal Nacional da TVI em 2009 é a seguinte:

- ▶ A categoria dominante é *política nacional* com 26,5% do total das peças analisadas.
- ▶ Seguem-se os *temas desporto* (14,6%) e *ordem interna* (13,9%).
- ▶ As categorias *economia, finanças e negócios* (6,4%), *sistema judicial* (5,9%) e *política internacional* (5,3%) estão também entre as mais representadas no Jornal Nacional.
- ▶ Com uma presença menos expressiva estão os *temas relações laborais* (4,9%), *saúde e acção social* (4,8%), *cultura* (4,3%), *ambiente* (2,7%) e *vida social* (2,6%).
- ▶ São residuais (com presenças iguais ou inferiores a 1%) as categorias *ciência e tecnologia, educação, crença e religião, defesa, população e grupos minoritários*.

Nota: os dados sobre *política nacional* são apresentados adiante neste capítulo.

A figura 19 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, descreve o *enfoque geográfico* dos conteúdos emitidos no Jornal Nacional, assim distribuídos:

- ▶ 49,6% das peças analisadas apresentam *enfoque nacional*, seguindo-se o *regional* (17,4%).
- ▶ 14,1% das peças têm *enfoque internacional*.
- ▶ O *enfoque nacional com envolvimento de país estrangeiro* aparece contemplado em 12,4% das peças, enquanto o *enfoque internacional com o envolvimento do país* apresenta-se em 6,4% dos registos. Estes dados revelam que em peças de abrangência simultaneamente nacional e internacional o elemento nacional é destacado em relação ao internacional.

As figuras 20 e 21 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI permitem, quando aplicável, detalhar os *locais de acção*, quer nacionais, quer internacionais, das peças do Jornal Nacional:

- ▶ Nas peças com localização em Portugal, 57,6% identificam um *local de acção*, contra 42,4% que *não especificam*.
- ▶ O *local de acção* que se destaca no Jornal Nacional é a região da *Grande Lisboa* (23,1%).
- ▶ Seguem-se as regiões *Norte* e *Centro*, cada com 7,3%, e o *Grande Porto* (7,1%).
- ▶ Considerando as peças com localização em outros países, o *local de acção* é *genérico* em 21,4% dos casos.
- ▶ Os países mais representados situam-se no *continente europeu* (45,4%) denotando também o peso de questões relacionadas com a UE, em campos variados como políticas europeias com relevo nacional (por exemplo, a “crise do leite”) ou

a recandidatura de Durão Barroso à presidência da Comissão Europeia. Os países mais representados são *Espanha* e *Reino Unido*, seguindo-se *Alemanha* e *Itália*. A *Rússia* esteve também presente devido ao “caso Alexandra” (4,7%). Entre o conjunto de países europeus referidos, predomina a existência de peças que combinam a referência a eventos/acções passados simultaneamente em *vários países europeus* (25,9%).

- ▶ Seguem-se o *continente americano* (15,1%), particularmente *Estados Unidos da América* e *Brasil*, e o *asiático* (12%), destacando-se o *Paquistão*, e com igual expressividade *Iraque*, *Israel* e *Timor-Leste*.
- ▶ O *continente africano* e a *Oceânia* assumem uma presença residual no Jornal Nacional, respectivamente com 5,4% (*África do Sul* é o país mencionado em mais peças) e 0,7% (um total de três peças em que se refere a *Austrália*).

A figura 1 mostra o *local de acção* por temas abordados nas peças.

- ▶ A maior parte (1105) das peças tem *local de acção* em Portugal, incidindo sobre os temas *política nacional* (30,9%), *desporto* (15,8%) e *ordem interna* (12,3%).

- ▶ *Política nacional* (56,3%) é aquele que assume maior relevo. Este é também dominante nas peças com incidência nas regiões do *Alentejo* (56,3%), *Norte* (29,6%), *Centro* (28,4%), *Grande Lisboa* (27,5%) e *Região Autónoma da Madeira* (38,1%).
- ▶ O *desporto* é destacado nas áreas do *Grande Porto* (25,3%, atrás da *ordem interna* que atinge os 26,6%) e da *Grande Lisboa* (20,8%).
- ▶ Nas peças com incidência na região do *Algarve* têm maior peso os assuntos de *ordem interna* (42,5%), *temática* que surge associada sobretudo a *acidentes e catástrofes*.
- ▶ No domínio *internacional*, o tema de excelência do Jornal Nacional é o *desporto* (20,2%), especialmente nos *continentes europeu* e *africano*, nomeadamente em peças que envolvem a presença do jogador Cristiano Ronaldo, do técnico desportivo José Mourinho e os sorteios do Mundial 2010.
- ▶ Nas peças com *local de acção* nos *continentes americano* e *asiático*, o tema dominante é *ordem interna*.

Fig. 1 – Incidência geográfica por temas

Temas	Local de acção em Portugal										Local de acção em país estrangeiro							
	Norte	Grande Porto	Centro	Grande Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma dos Açores	Várias Regiões de Portugal	Sem Região Especificada	Total de peças com incidência geográfica nacional	Continente Europeu	Continente Americano	Continente Asiático	Oceânia	Continente Africano	Vários Países/Enfoque Internacional Genérico	Total de peças com incidência geográfica internacional
	%																	
Política Nacional	29,6	17,7	28,4	27,5	56,3	12,5	38,1	18,2	21,2	37,3	30,9	16,6	3,1	-	-	-	7,7	9,6
Desporto	7,4	25,3	7,4	20,8	6,3	12,5	9,5	-	13,5	16,0	15,8	29,5	12,5	2,0	-	26,1	15,4	20,2
Ordem Interna	18,5	26,6	16,0	16,1	12,5	42,5	9,5	18,2	7,7	4,1	12,3	13,5	21,9	23,5	-	8,7	11,0	15,1
Economia, Finanças e Negócios	3,7	5,1	4,9	3,1	6,3	2,5	14,3	-	1,9	11,5	7,1	5,7	4,7	-	-	-	9,9	5,4
Sistema Judicial	9,9	2,5	11,1	6,3	-	2,5	4,8	-	5,8	6,8	6,5	7,8	0,0	2,0	-	-	5,5	4,9
Política Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9	0,2	0,2	4,7	17,2	54,9	-	21,7	16,5	16,0
Relações Laborais	6,2	5,1	16,0	4,3	6,3	-	-	-	5,8	4,9	5,4	3,1	1,6	2,0	-	8,7	2,2	2,8
Saúde e Acção Social	7,4	2,5	2,5	7,5	-	5,0	4,8	9,1	9,6	3,8	5,1	2,6	4,7	-	-	-	8,8	3,8
Cultura	4,9	7,6	1,2	4,3	-	2,5	4,8	18,2	3,8	2,8	3,7	4,7	12,5	-	33,3	13,0	5,5	6,1
Ambiente	4,9	-	1,2	1,2	6,3	5,0	4,8	9,1	21,2	0,4	2,4	2,1	4,7	2,0	66,7	-	3,3	3,1
Vida Social	2,5	3,8	3,7	2,0	-	5,0	-	18,2	-	2,6	2,6	1,6	1,6	7,8	-	8,7	4,4	3,3
Política Europeia	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	2,3	1,2	6,2	1,6	-	-	-	3,3	3,8
Sociedade	1,2	1,3	-	2,0	-	5,0	4,8	9,1	-	1,1	1,4	-	-	-	-	-	-	0,0
Urbanismo	1,2	1,3	-	2,0	-	-	4,8	-	5,8	1,1	1,4	-	1,6	-	-	-	-	0,2
Comunicação	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	2,3	1,1	0,5	3,1	-	-	-	1,1	0,9
Educação	-	-	3,7	1,2	-	-	-	-	-	1,1	1,0	0,5	1,6	-	-	-	-	0,5
Crença e Religião	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9	-	0,1	0,5	1,6	5,9	-	8,7	1,1	1,9
Ciência e Tecnologia	1,2	-	1,2	-	-	2,5	-	-	-	0,4	0,5	0,5	4,7	-	-	-	1,1	1,2
Defesa	1,2	1,3	-	-	6,3	2,5	-	-	-	0,6	0,6	-	-	-	-	4,3	1,1	0,5
Grupos Minoritários	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	0,2	0,3	-	1,6	-	-	1,1	0,5
População	-	-	2,5	-	-	-	-	-	-	0,4	0,4	-	-	-	-	-	1,1	0,2
Total	100 (81)	100 (79)	100 (81)	100 (255)	100 (16)	100 (40)	100 (21)	100 (11)	100 (52)	100 (469)	100 (1105)	100 (193)	100 (64)	100 (51)	100 (3)	100 (23)	100 (91)	100 (425)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com incidência geográfica nacional = 1105. Total de peças com incidência geográfica internacional = 425. Valores em percentagem.

C) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL NAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Segundo a figura 27 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, 11,6% das peças transmitidas no Jornal Nacional possuem *informação não atribuída*.

Das fontes identificadas, a maioria pertence à categoria *política nacional* (24,5%). Seguem-se as fontes de *desporto*, com 9,6%, e as fontes provenientes da área *economia, finanças e negócios* (7,2%), imediatamente seguidas das fontes das áreas *ordem interna* (7%) e *sociedade* (6,9%).

Fig. 2 – Número de fontes, por temas

Temas	%		
	Fonte única	Fonte múltipla	Total
Política Nacional	48,8	51,3	100
Ordem Interna	42,7	57,3	100
Desporto	71,2	28,8	100
Economia, Finanças e Negócios	47,9	52,1	100
Sistema Judicial	47,8	52,2	100
Relações Laborais	33,9	66,1	100
Saúde e Acção Social	35,6	64,4	100
Política Internacional	51,9	48,1	100
Cultura	34,0	66,0	100
Vida Social	37,9	62,1	100
Ambiente	46,4	53,6	100
Sociedade	31,3	68,8	100
Política Europeia	21,4	78,6	100
Urbanismo	33,3	66,7	100
Educação	18,2	81,8	100
Comunicação	55,6	44,4	100
Defesa	28,6	71,4	100
Ciência e Tecnologia	42,9	57,1	100
Crença e Religião	33,3	66,7	100
População	50,0	50,0	100
Grupos Minoritários	25,0	75,0	100
Total	47,0 (520)	53,0 (587)	100 (1107)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças em que são atribuídas fontes de informação = 1107. Total de peças com fonte única = 520. Total de peças com fonte múltipla = 587. Valores em percentagem.

Fig. 3 – Temas das peças com informação não atribuída

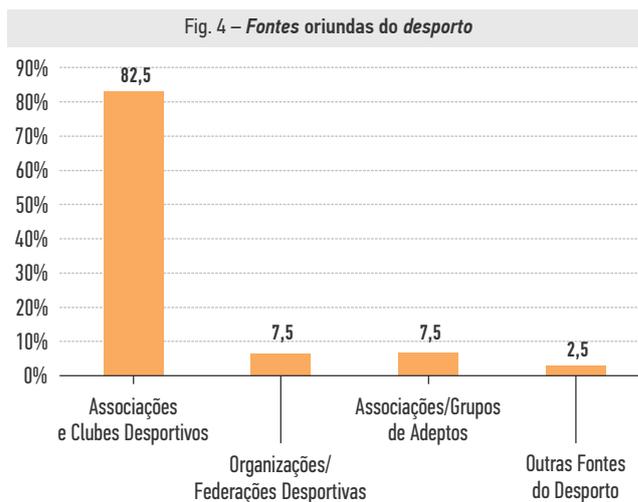
Temas	Jornal Nacional - TVI (%)
Desporto	31,7
Ordem Interna	23,4
Política Internacional	10,3
Sistema Judicial	5,5
Ambiente	4,8
Política Nacional	3,4
Economia, Finanças e Negócios	3,4
Cultura	3,4
Vida Social	2,8
Política Europeia	2,1
Relações Laborais	2,1
Comunicação	2,1
Crença e Religião	2,1
Saúde e Acção Social	1,4
Urbanismo	1,4
Total	100 (145)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com informação não atribuída = 145. Valores em percentagem. Considera-se informação não atribuída aquela em que as fontes não são claramente identificadas.

- ▶ Na maior parte das peças analisadas, identifica-se mais do que uma fonte de informação (53%), ou seja, tem fonte múltipla, de acordo com os dados da figura 2.
- ▶ As peças com fonte única representam 47% do total das peças em que foram atribuídas fontes. Esta tendência predomina nas áreas do desporto, comunicação e política internacional.
- ▶ As peças com fonte múltipla predominam nas áreas da política nacional, ordem interna, economia, finanças e negócios, sistema judicial, relações laborais, saúde e acção social, cultura, vida social, ambiente, sociedade, política europeia, urbanismo, educação, defesa, ciência e tecnologia, crença e religião e grupos minoritários.

Em 11,6% das peças do Jornal Nacional, a informação não é atribuída. Destas, e de acordo com a figura 3:

- ▶ Dentro do conjunto de peças que não identifica as fontes de informação destacam-se os temas desporto (31,7%) e ordem interna (23,4%).



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com fontes de informação do desporto = 120. Valores em percentagem.

Fontes da área desporto são referenciadas e/ou consultadas em 120 peças do Jornal Nacional. Destas, conforme se apresenta na figura 4:

- ▶ 82,5% são associações e clubes desportivos.
- ▶ 7,5% são organizações/federações desportivas.
- ▶ 7,5% são associações/grupos de adeptos.
- ▶ 2,5% são outras fontes do desporto.

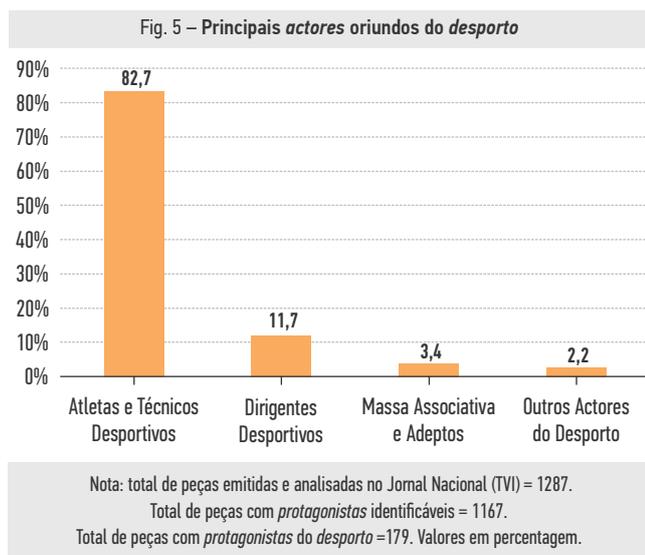
D) DIVERSIDADE E PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL E CULTURAL DE ACTORES/PROTAGONISTAS PRESENTES NAS PEÇAS

- ▶ De acordo com a figura 33 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, e tal como se verifica

relativamente às fontes, os protagonistas do Jornal Nacional são na maior parte oriundos da área política nacional (26% do total de peças da amostra).

- ▶ O desporto é a segunda categoria de protagonistas mais representada com 13,9% das peças do Jornal Nacional.
- ▶ A terceira categoria mais saliente de protagonistas pertence à área ordem interna, em 8% dos casos, imediatamente seguida da área sociedade (7,5%).
- ▶ Os protagonistas da área relações laborais representam 4,7% do total de peças do Jornal Nacional, essencialmente representantes sindicais e trabalhadores/desempregados.
- ▶ Os casos de actores não identificáveis representam 9,3% do total das peças analisadas.

Nota: os dados sobre actores políticos nacionais são apresentados adiante neste capítulo.



Nas peças sobre desporto foram identificados 179 protagonistas. Destes, e segundo os dados apresentados na figura 5:

- ▶ 82,7% são atletas e técnicos desportivos.
- ▶ 11,7% são dirigentes desportivos.
- ▶ 3,4% pertencem à massa associativa e adeptos.
- ▶ 2,2% são outros actores do desporto

De acordo com a figura 38 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI, a maior parte (76,7%) dos protagonistas dos noticiários do Jornal Nacional é de nacionalidade portuguesa (895 peças de um total de 1167).

- ▶ Os protagonistas identificados como internacionais são o se-

gundo maior grupo dentro da amostra (17,6%) – protagonizam 205 peças, especialmente salientes nas categorias comunidade internacional, desporto e ordem interna.

- ▶ As peças com vários protagonistas, nacionais e internacionais, representam 1,4% (16) das peças.
- ▶ Em 4,4% (51) das peças não é identificável a nacionalidade do protagonista da peça, sobretudo quando se trata de atletas e técnicos desportivos.

Fig. 6 – Género dos principais actores, por áreas

Área dos principais actores	%				Total
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Não identificável	
Política Nacional	32,6	26,1	11,8	–	28,7
Desporto	20,2	1,3	1,7	2,9	15,3
Ordem Interna	6,9	9,8	16,8	26,5	8,8
Sociedade	3,0	17,6	33,6	8,8	8,2
Sistema Judicial	6,6	7,2	3,4	11,8	6,5
Economia, Finanças e Negócios	5,7	3,9	7,6	23,5	6,2
Comunidade Internacional	6,2	2,6	1,7	2,9	5,1
Relações Laborais	4,8	5,2	7,6	5,9	5,1
Saúde e Acção Social	2,4	9,8	4,2	8,8	3,8
Cultura	3,0	5,9	0,8	–	3,1
Comunidade Europeia	1,6	1,3	–	–	1,4
Ciência e Tecnologia	1,2	2,6	–	2,9	1,3
Crença e Religião	1,5	–	0,8	–	1,2
Educação	0,5	2,6	4,2	–	1,1
Urbanismo	1,0	–	2,5	2,9	1,1
Comunicação	0,6	1,3	2,5	–	0,9
Defesa	1,2	0,0	–	–	0,9
Ambiente	0,8	1,3	–	–	0,8
Grupos Minoritários	0,2	0,7	–	2,9	0,3
População	–	0,7	0,8	–	0,2
Total	100 (861)	100 (153)	100 (119)	100 (34)	100 (1167)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com protagonistas identificáveis = 1167. Valores em percentagem. A categoria ambos os géneros agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças em estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

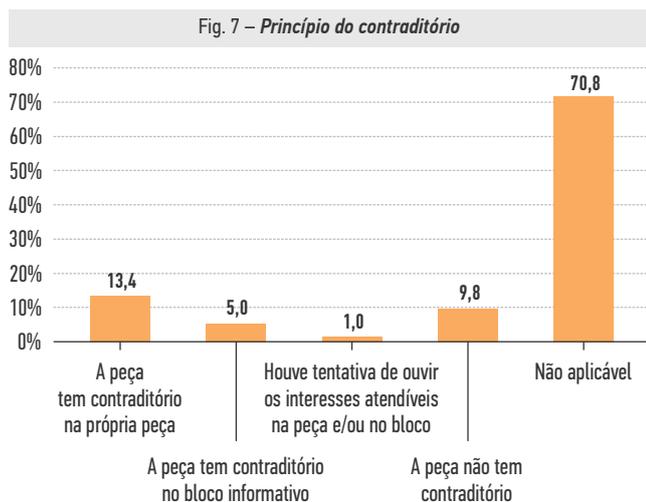
A distribuição dos protagonistas por género evidencia algumas diferenças significativas. Assim, como se verifica pela figura 6, no total de 1167 peças em que o protagonista é identificável:

- ▶ Em 861 peças (73,8%), o protagonista é do género masculino, estando associado, sobretudo, à área da política nacional (em 32,6%) e desporto (20,2%).
- ▶ Já as mulheres protagonizam 153 peças, representando 13,1% dos protagonistas. Pertencem, principalmente, às áreas política nacional (26,1%) e sociedade (17,6%).
- ▶ Os protagonistas de ambos os géneros contabilizam 119 registos na amostra (10,2%) e representam, maioritariamente, a categoria sociedade (33,6% dos casos, no qual se enquadram, por exemplo, peças que têm como protagonistas ambos os pais, ou a propósito da vaga de frio que afecta os idosos). Embora em menor número estão também associados às áreas ordem interna (16,8%) e política nacional (11,8%).

E) RIGOR E ISENÇÃO NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

O rigor e a isenção na informação do Jornal Nacional são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais:

- ▶ O respeito pelo *princípio do contraditório*, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.
- ▶ A apresentação dos factos e a sua verificação.
- ▶ A separação entre factos e opiniões.



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287.
Total de peças com *contraditório* = 237. Total de peças em que *houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis* = 13. Total de peças sem *contraditório* = 126.
Total de peças em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 911.
Valores em percentagem.

- ▶ A identificação das *fontes*, a sua correcta citação e a correlativa assunção de que a não identificação das *fontes* constitui a excepção e não a regra.

Os dados a seguir apresentados correspondem a categorias concebidas para a operacionalização dos conceitos de rigor e de isenção:

- ▶ *Princípio do contraditório.*
- ▶ *Elementos discursivos opinativos.*
- ▶ *Identificação das fontes.*
- ▶ *Diversidade de fontes.*

A variável *princípio do contraditório* verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes partes em oposição.

A peça é codificada como *tendo contraditório* quando são ouvidos interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes conteúdos do mesmo bloco informativo. São consideradas para efeitos do respeito do contraditório as medidas explicitadas pelo operador em ouvir alguma das partes, mesmo que estas se tenham recusado, ou absterido, de manifestar a sua posição. O indicador é *não aplicável* quando a informação não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (como, por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

O indicador *princípio do contraditório* foi aplicado em 29,2% das peças analisadas no Jornal Nacional, como se observa na figura 7.

- ▶ Em 13,4% existe *contraditório na própria peça*.
- ▶ Em 5% existe *contraditório no bloco informativo*.

Fig. 8 – Princípio do contraditório, por temas

Temas	%					
	A peça tem contraditório na própria peça	A peça tem contraditório no bloco informativo	Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco	A peça não tem contraditório	Não aplicável	Total
Política Nacional	20,2	11,7	0,9	24,3	42,8	100 (341)
Desporto	2,7	2,1	–	2,7	92,6	100 (188)
Ordem Interna	9,5	2,8	1,1	2,8	83,8	100 (179)
Economia, Finanças e Negócios	13,4	2,4	–	6,1	78,0	100 (82)
Sistema Judicial	18,4	3,9	5,3	14,5	57,9	100 (76)
Política Internacional	11,8	–	–	4,4	83,8	100 (68)
Relações Laborais	28,6	1,6	3,2	9,5	57,1	100 (63)
Saúde e Acção Social	21,0	6,5	1,6	1,6	69,4	100 (62)
Cultura	–	–	–	1,8	98,2	100 (55)
Ambiente	14,3	–	–	–	85,7	100 (35)
Vida Social	2,9	–	–	2,9	94,1	100 (34)
Política Europeia	17,6	–	–	11,8	70,6	100 (17)
Sociedade	–	6,3	–	–	93,8	100 (16)
Urbanismo	25,0	–	–	12,5	62,5	100 (16)
Comunicação	–	–	7,7	7,7	84,6	100 (13)
Educação	18,2	18,2	–	–	63,6	100 (11)
Crença e Religião	11,1	–	–	–	88,9	100 (9)
Ciência e Tecnologia	–	–	–	–	100,0	100 (7)
Defesa	14,3	14,3	–	–	71,4	100 (7)
Grupos Minoritários	25,0	25,0	–	–	50,0	100 (4)
População	–	–	–	–	100,0	100 (4)
Total	13,4 (173)	5,0 (64)	1,0 (13)	9,8 (126)	70,8 (911)	100 (1287)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com *contraditório* = 237. Total de peças em que *houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis* = 13. Total de peças sem *contraditório* = 126. Total de peças em que *não se aplica o princípio do contraditório* = 911. Valores em percentagem.

- ▶ Em 1% houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco.
- ▶ Em 9,8% a peça não tem contraditório.
- ▶ Na maioria das peças analisadas, 70,8% (911 peças), a informação não pressupõe a consulta de partes em conflito.
- ▶ Em 376 peças analisadas aplica-se o *princípio do contraditório*.
- ▶ De acordo com os dados apresentados na figura 8, as peças sobre *grupos minoritários* constituem um caso particular uma vez que 50% têm contraditório e 50% não necessitam de invocar o contraditório, embora não se possa afirmar uma tendência em relação ao *princípio do contraditório* dado o número residual de peças.
- ▶ O segundo tema que regista mais peças com cumprimento de *contraditório*, é *educação* (36,4%). Seguidamente, surge a temática noticiosa *relações laborais* (33,3%), sob as formas de: *na própria peça* (28,6%), *no bloco* (1,6%) e *tentativa expressa* (3,2%) de atender a todas as partes.
- ▶ Segue-se, com cumprimento de *contraditório*, a *temática política nacional* (32,8%). Este é também o tema com a maior expressividade de peças que *não têm contraditório* (24,3%) e menor de *não aplicável* (42,8%).
- ▶ São os temas seguintes, por ordem decrescente, aqueles em que se regista um valor expressivo do cumprimento do *contraditório*: *saúde e acção social* (29,1%), *defesa* (28,6%), *sistema judicial* (27,6%) e *urbanismo* (25%).
- ▶ As 126 peças sem contraditório prevalecem nas categorias temáticas *política nacional*, *sistema judicial*, *urbanismo* e *política europeia*.

Como referido, o rigor informativo pressupõe, entre outros requisitos, a apresentação de factos e a separação entre factos e

opinião. A existência ou não dessa dissociação é identificável através do reconhecimento na peça – mesmo que não o predomínio – de *elementos opinativos presentes no discurso do operador*, representado pelo pivô, pelo repórter, pelos elementos gráficos/icónicos associados ao pivô (bolacha) e por destaques ou legendas. A opinião é também considerada na forma de juízos subjectivos (sobre factos, realidades, de intenções e de valor) sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor. Distingue-se da interpretação pelo seu carácter conclusivo.

A variável *elementos discursivos opinativos* identifica as situações em que o discurso dominante do apresentador e/ou do repórter manifesta juízos subjectivos – analíticos, hipotéticos ou disjuntivos –, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.

- ▶ Segundo a figura 9, 4,4% das peças do Jornal Nacional (56 de um total de 1287) apresentam *elementos discursivos opinativos*.
- ▶ A maior parte dessas peças são sobre *política nacional* (48,2%), seguindo-se *ordem interna* e *relações laborais* (cada com 10,7%).

F) CONTEXTUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Os dados apresentados a seguir resultam da aplicação de um conjunto de indicadores destinados a contextualizar a informação emitida por este operador privado.

1. INDICADORES DE VALORIZAÇÃO DE TEMAS E DE PROTAGONISTAS DA INFORMAÇÃO

Entre os indicadores de valorização de um tema ou de um protagonista, contam-se a hierarquização e a localização no alinhamento das peças em que surgem, a duração da respectiva peça, a existência ou ausência de *promoção* da mesma durante a emissão do bloco informativo (*teaser*) e a afectação de meios técnicos, por exemplo, para a produção de *directos*.

- ▶ A *política nacional* é o tema que mais vezes abre a edição do Jornal Nacional, cerca de 34,8%, tendo em conta os dados presentes na figura 10.
- ▶ Para além da *política nacional*, são temas dominantes na *abertura da primeira parte* do Jornal Nacional, *ordem interna* com 17,4%, seguindo-se *desporto* e *sistema judicial*, cada com 13%.
- ▶ Entre os assuntos tratados na *abertura da primeira parte* estão, por exemplo, os vários casos que marcaram a agenda jornalística em 2009: “caso BPN”, “caso Freeport”, “Gripe A”, entre outros.

Fig. 9 – Principais temas com estilo discursivo opinativo presente no discurso do operador

Temas	Jornal Nacional - TVI
Política Nacional	48,2
Ordem Interna	10,7
Relações Laborais	10,7
Cultura	7,1
Sistema Judicial	5,4
Saúde e Acção Social	5,4
Desporto	5,4
Política Europeia	3,6
Urbanismo	1,8
Sociedade	1,8
Total	100 (56)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com estilo discursivo opinativo = 56. Valores em percentagem.

Fig. 10 – *Temas de abertura do Jornal Nacional*

Temas	%		
	Abertura da 1.ª parte	Abertura da 2.ª parte	Total
Política Nacional	34,8	22,0	28,7
Ordem Interna	17,4	19,5	18,4
Desporto	13,0	22,0	17,2
Sistema Judicial	13,0	7,3	10,3
Saúde e Acção Social	10,9	2,4	6,9
Ambiente	4,3	7,3	5,7
Política Internacional	2,2	4,9	3,4
Relações Laborais	4,3	2,4	3,4
Educação	–	4,9	2,3
Economia, Finanças e Negócios	–	2,4	1,1
Política Europeia	–	2,4	1,1
Ciência e Tecnologia	–	2,4	1,1
Total	100 (46)	100 (41)	100 (87)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças de abertura da primeira parte = 46. Total de peças de abertura da segunda parte = 41 (nem todos os noticiários têm intervalo). Valores em percentagem.

Fig. 11 – *Principais actores das peças de abertura*

Áreas dos principais actores	Jornal Nacional - TVI (%)
Política Nacional	37,0
Sistema Judicial	15,2
Ordem Interna	10,9
Desporto	10,9
Saúde e Acção Social	6,5
Relações Laborais	4,3
Sociedade	2,2
Educação	2,2
Actores não identificáveis	10,9
Total	100 (46)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças de abertura da 1.ª parte = 46. Valores em percentagem.

- ▶ Na abertura da segunda parte, destacam-se *política nacional* e *desporto*, representando cada 22%, e *ordem interna* (19,5%).
- ▶ Como se observa pela figura 11, 37% dos *protagonistas* nas peças de abertura da primeira parte do Jornal Nacional estão enquadrados na categoria *política nacional* (essencialmente *Presidente da República, secretários-gerais e presidentes dos partidos*).
- ▶ 15,2% dos *protagonistas* nas peças de abertura da primeira parte do Jornal Nacional estão enquadrados na categoria *sistema judicial* (sobretudo *envolvidos em processos judiciais e procurador-geral da República/outros representantes*).
- ▶ 10,9% dos *protagonistas* pertencem às categorias *ordem interna* e *desporto*. O mesmo peso têm as peças *sem protagonistas identificáveis*.

Inserida em momentos chave dos noticiários (como, por exemplo, nas aberturas e nos finais das partes), a *promoção* (teaser) visa destacar um ou mais conteúdos do bloco informativo, funcionando como um indicador de valorização dos assuntos nos alinhamentos. Este indicador é associado à relevância conferida a uma dada informação.

Fig. 12 – *Temas das peças com promoção*

Temas	Jornal Nacional - TVI (%)
Desporto	20,9
Política Nacional	16,5
Ordem Interna	13,2
Cultura	9,9
Economia, Finanças e Negócios	6,0
Saúde e Acção Social	4,9
Ambiente	4,9
Sistema Judicial	4,4
Comunicação	4,4
Vida Social	3,8
População	2,2
Defesa	1,6
Política Internacional	1,1
Política Europeia	1,1
Relações Laborais	1,1
Educação	1,1
Grupos Minoritários	1,1
Sociedade	1,1
Ciência e Tecnologia	0,5
Total	100 (182)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com *promoção* = 182. Valores em percentagem.

Na amostra do Jornal Nacional, as peças com *promoção* representam 14,1% do total de peças analisadas. Destas, e segundo a figura 12:

- ▶ O *desporto* é o tema com maior número de *promoções* no Jornal Nacional, representando 20,9% das peças promovidas.
- ▶ *Política nacional* é objecto de *promoção* em 16,5% das peças. Nesta categoria temática, os assuntos com *promoção* incluem as eleições legislativas e autárquicas.
- ▶ Os assuntos da *ordem interna* ficam na terceira posição entre os temas mais promovidos, com 13,2%, essencialmente *crimes e violência, actividades policiais e acidentes e catástrofes*.

A *duração* das peças, conjugada com outras variáveis (como a *promoção*), constitui um indicador de valorização do assunto abordado, embora existam factores relacionados com a natureza do meio televisivo que o relativizam, entre os quais, uma tendência para a redução da extensão das peças e a sua consequente fragmentação que leva a que certos temas sejam retomados no decurso do bloco informativo.

- ▶ Atendendo aos dados apresentados na figura 13, a maioria das peças analisadas, 84,1% do total, tem *duração* entre 1 e 5 minutos. Os principais temas abordados nas peças com essa *duração* são: *política nacional* (em 27,7% dos casos), *ordem interna* (13,8%) e *desporto* (13,6%).
- ▶ O segundo intervalo mais saliente contempla as peças com *duração* inferior a 1 minuto. Encontram-se nesta situação 168 peças, sendo que 21,4% possuem como tema *desporto*, 19% *política nacional* e 16,7% *ordem interna*.

Fig. 13 – Duração das peças por tema

Temas	%			Total
	< 1 minuto	1 a 5 minutos	> 5 minutos	
Política Nacional	19,0	27,7	25,0	26,5
Desporto	21,4	13,6	13,9	14,6
Ordem Interna	16,7	13,8	5,6	13,9
Economia, Finanças e Negócios	6,0	6,6	2,8	6,4
Sistema Judicial	8,3	5,4	8,3	5,9
Política internacional	13,1	4,2	2,8	5,3
Relações Laborais	2,4	5,4	–	4,9
Saúde e Acção Social	1,8	5,3	5,6	4,8
Cultura	1,2	4,5	11,1	4,3
Ambiente	4,8	2,4	2,8	2,7
Vida Social	0,6	2,8	8,3	2,6
Política Europeia	0,6	1,5	–	1,3
Sociedade	–	1,5	–	1,2
Urbanismo	1,2	1,3	–	1,2
Comunicação	0,6	0,8	8,3	1,0
Educação	–	1,0	–	0,9
Crença e Religião	1,8	0,6	–	0,7
Ciência e Tecnologia	–	0,6	–	0,5
Defesa	–	0,6	–	0,5
Grupos Minoritários	0,6	0,1	5,6	0,3
População	–	0,4	–	0,3
Total	100 (168)	100 (1083)	100 (36)	100 (1287)

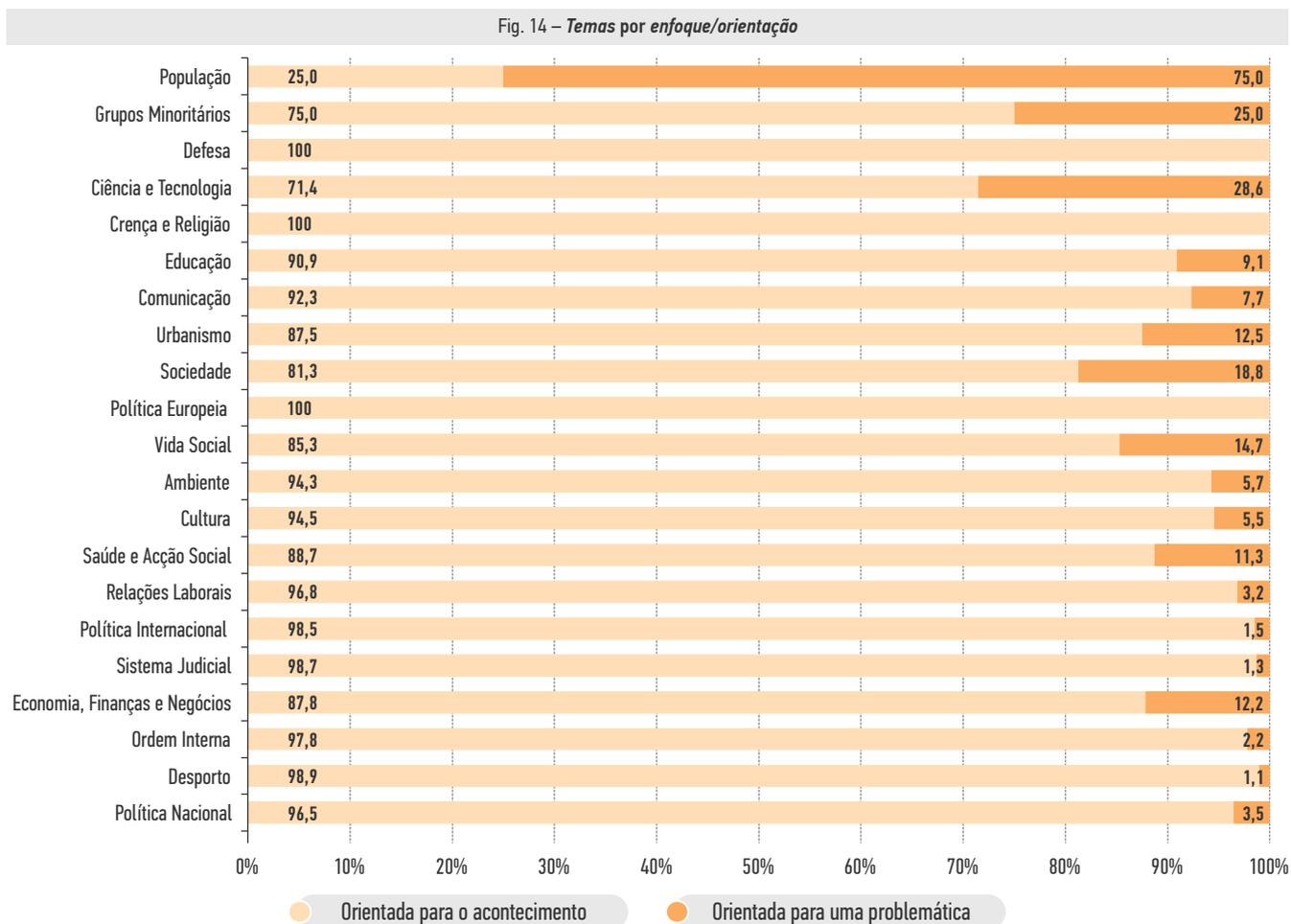
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com menos de 1 minuto = 168. Total de peças com 1 a 5 minutos = 1083. Total de peças com mais de 5 minutos = 36. Valores em percentagem.

▶ Na amostra estudada, 36 peças têm tempo de duração superior a 5 minutos. Os principais temas de maior duração são política nacional (em 25% dos casos), desporto (13,9%) e cultura (11,1%). No âmbito da política nacional, os assuntos abordados referem-se à apresentação pelo secretário-geral do PS da moção política para o congresso do partido, a mensagem de Ano Novo do Presidente da República e as divergências entre Governo e juizes no âmbito das políticas para a justiça. Os conteúdos noticiosos associados à ordem interna incluem os incidentes do Bairro da Bela Vista em Setúbal, enquanto no desporto são os eventos sobre futebol, nomeadamente os sorteios para o Mundial 2010, que predominam.

Considera-se que a cobertura de um tema tem enfoque ou é orientada para o acontecimento quando se centra numa ocorrência, como, por exemplo, a cobertura de um acidente rodoviário, ao contrário de uma peça centrada, por exemplo, na problemática sinistralidade (independentemente de ser ou não motivada por um acidente em concreto).

As peças orientadas para o acontecimento são, em geral, reactivas, no sentido em que o operador reage a um acontecimento de

Fig. 14 – Temas por enfoque/orientação



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com orientação para o acontecimento = 1225. Total de peças com orientação para a problemática = 62. Valores em percentagem.

actualidade, como é próprio de um serviço noticioso diário. Essas peças baseiam-se na agenda do dia sem preocupação de contextualização ou problematização dos acontecimentos noticiados.

Já as peças orientadas para uma problemática são geralmente pró-activas, partindo de uma iniciativa do operador, e envolvem, em princípio, aprofundamento da investigação jornalística.

Das 1287 peças do Jornal Nacional, são 62 as que têm *ênfoque numa problemática*. Como se pode verificar pela figura 14, os temas abordados com este *ênfoque* são diversificados abrangendo *população* (75%), *ciência e tecnologia* (28,6%), *grupos minoritários* (25%), *sociedade* (18,8%), *vida social* (14,7%), *urbanismo* (12,5%), *economia, finanças e negócios* (12,2%) e *saúde e acção social* (11,3%). Especificamente, entre os assuntos que possuem *ênfoque numa problemática*, destaque para os efeitos da crise financeira, incluindo o endividamento das famílias e o aumento da margem da população com necessidade de apoio social, e dados acerca da evolução da “Gripe A”.

A existência de um *directo* numa peça noticiosa constitui, como afirmado acima, um dos indicadores de valorização e relevância conferida a um determinado assunto ou *protagonista*.

Fig. 15 – *Temas com directo*

Temas	Jornal Nacional - TVI (%)
Política Nacional	31,0
Ordem Interna	24,1
Desporto	24,1
Sistema Judicial	3,4
Saúde e Acção Social	3,4
Cultura	3,4
Comunicação	3,4
Sociedade	3,4
Política Internacional	1,7
Política Europeia	1,7
Total	100 (58)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com *directo* = 58. Valores em percentagem.

Na amostra analisada, apenas 4,5% das peças apresenta *directo*. Destas, segundo se constata pela figura 15:

- ▶ A categoria *temática política nacional* é a que apresenta mais *directos* (31% de casos), seguida pelos temas *ordem interna e desporto*, com 24,1% cada. Os assuntos contemplados nas peças de *política nacional* referem *actividades dos partidos políticos*, nomeadamente o Congresso do PS, a audiência de Oliveira e Costa em sede de comissão parlamentar, no âmbito do “caso BPN”, e as actividades de campanha legislativa e autárquica das principais forças político-partidárias.
- ▶ Quanto à categoria *temática ordem interna*, incluem-se peças acerca de *acidentes e catástrofes* (incluindo o desaparecimento de uma criança no rio do Lavra), *actividades policiais* e acções de *prevenção* das forças de protecção civil. No que ao *desporto* diz respeito, as peças debruçam-se sobre os jogos da Selecção Nacional de Futebol para o Mundial 2010 ou a estreia de Cristiano Ronaldo no Real Madrid.

Relativamente aos *protagonistas* das peças em que existe um *directo*, verifica-se:

- ▶ A maior parte dos *protagonistas* (29,3%) das peças com *directo* pertence à área da *política nacional*. Entre esses *protagonistas* encontram-se, sobretudo, *secretários-gerais e presidentes dos partidos*.
- ▶ A segunda categoria de *protagonistas* identificáveis pertence ao *desporto* (25,9%). Entre estes *protagonistas* estão *atletas e técnicos desportivos*.
- ▶ Os *protagonistas* da área *ordem interna* representam 13,8%, incluindo, entre outros, *vítimas e representantes de bombeiros e protecção civil*.

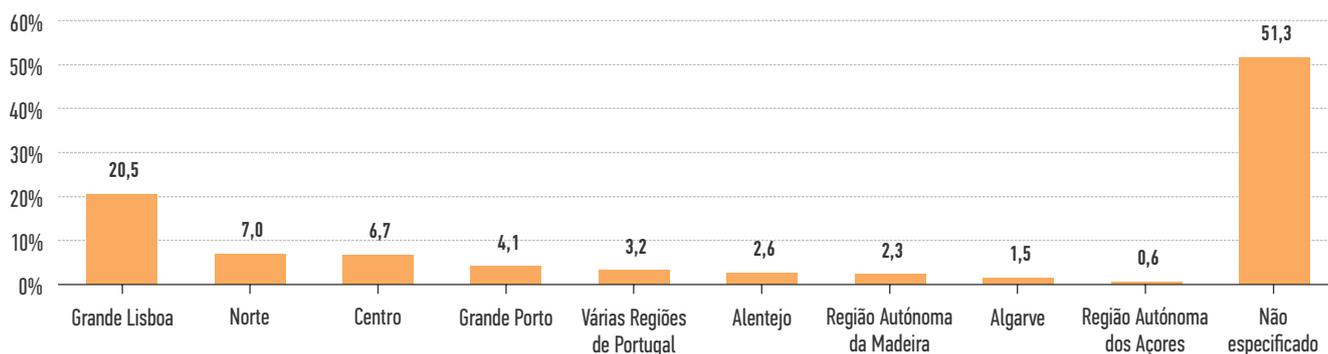
Esta variável procura identificar as várias *técnicas* utilizadas para protecção da identidade dos *actores*, como por exemplo, a *distorção de imagem* dos *protagonistas* das peças noticiosas, a utilização de *planos de detalhe*, a *ocultação* de um mecanismo de gravação no local do acontecimento (câmara/microfone), etc.

Fig. 16 – *Técnicas de ocultação da identidade dos actores*

Subtemas	Jornal Nacional – TVI					Total
	Distorção da imagem	Ocultação de câmaras e/ou de dispositivos de gravação de som	Planos em penumbra/silhueta	Planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados	Várias formas de ocultação	
Crimes e Violência	3	–	1	1	1	6
Actividades Policiais	1	–	–	1	1	3
Casos de Justiça	1	–	–	1	–	2
Práticas Médicas	–	–	–	–	2	2
Futebol	–	1	–	1	–	2
Políticas de Administração Pública	1	–	–	–	–	1
Acções Sindicais	1	–	–	–	–	1
Funcionamento do Sistema de Saúde	–	–	–	–	1	1
Artes e Eventos Culturais	1	–	–	–	–	1
Relações Familiares	–	–	–	1	–	1
Pobreza e Exclusão Social	–	–	–	–	1	1
Efemérides	1	–	–	–	–	1
Total	9	1	1	5	6	22

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças com *técnicas de ocultação* da identidade dos actores = 22. Valores em números absolutos.

Fig. 17 – Local de acção das peças sobre política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Valores em percentagem.

- ▶ O Jornal Nacional usou técnicas de protecção da identidade dos actores em 22 peças no total da amostra, de acordo com a figura 16. Os subtemas em que se recorreu a técnicas de ocultação são diversos, com destaque para os subtemas da ordem interna: crimes e violência, e actividades policiais.
- ▶ As técnicas mais presentes são distorção de imagem e planos de detalhe do corpo e/ou objectos associados, ou a combinação de várias formas de ocultação.
- ▶ Subtemas de política nacional (ver figura 9 do ponto 2 da Análise da Informação Diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI).
- ▶ Fontes de informação políticas nacionais.
- ▶ Actores políticos nacionais.
- ▶ Segundo dados presentes na figura 17, 51,3% das 341 peças analisadas têm enfoque nacional genérico, sem destacar nenhuma região em particular.

- ▶ As peças que dão destaque às regiões do país equivalem a 48,7% das peças sobre política nacional. A Grande Lisboa aparece como a região mais representada como local de acção, em 20,5% das peças.

G) INFORMAÇÃO POLÍTICA NACIONAL

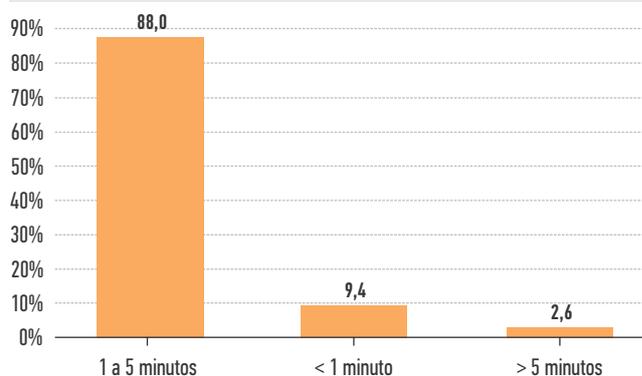
O presente capítulo visa caracterizar a cobertura da informação política nacional realizada pelo Jornal Nacional da TVI nos dias incluídos na amostra (Janeiro a Dezembro de 2009).

Das 1287 peças monitorizadas do Jornal Nacional, 341 reportam acontecimentos ou problemáticas do tema política nacional – o primeiro tema mais representado no bloco informativo da TVI, com 26,5% do total das peças analisadas. É sobre estas 341 peças que recai a análise deste capítulo.

O conceito de política nacional é aqui entendido num sentido não estritamente político-partidário, ao contrário do que acontece na avaliação do pluralismo político-partidário realizada pela ERC relativamente ao operador público de televisão e apresentada em relatório autónomo. Nesse, apenas são consideradas as peças que possuem como protagonistas personalidades do Governo e dos partidos políticos. Do que aqui se trata é, pois, do conceito de política entendido em sentido mais lato, abrangendo todas as peças em que são abordados temas de política nacional, quaisquer que sejam os protagonistas envolvidos, não se limitando, assim, aos membros do Governo e dos partidos políticos.

A apresentação dos dados organiza-se em três áreas fundamentais:

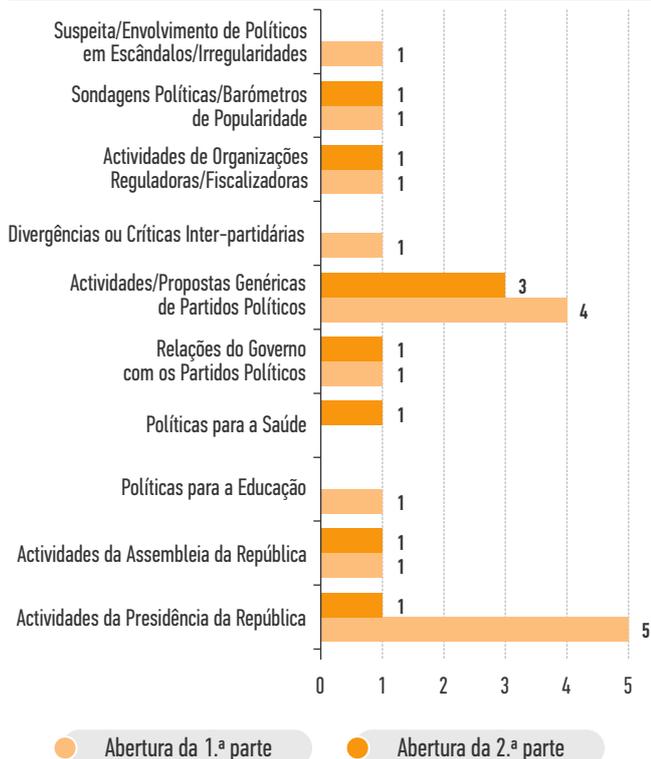
Fig. 18 – Duração das peças sobre política nacional



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Valores em percentagem.

- ▶ 9,4% do total são peças com menos de 1 minuto.
- ▶ As peças com mais de 5 minutos sobre o tema política nacional representam 2,6%.

Fig. 19 – *Temas de abertura do Jornal Nacional sobre política nacional*

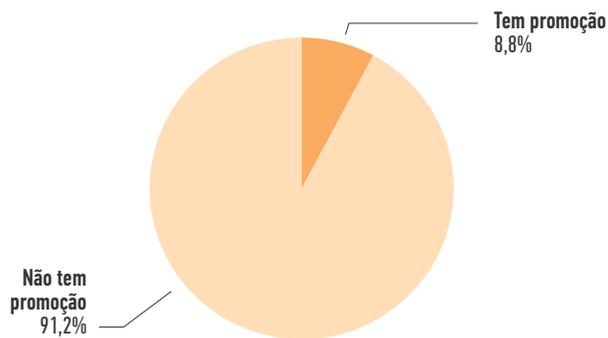


● Abertura da 1.ª parte ● Abertura da 2.ª parte

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional que foram tema de abertura da primeira parte = 16. Total de peças sobre política nacional que foram tema de abertura da segunda parte = 9. Valores em números absolutos.

- ▶ *Actividades da presidência da República, actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da Assembleia da República, relações do Governo com os partidos, divergências ou críticas inter-partidárias, actividades de organiza-*

Fig. 20 – *Promoção das peças sobre política nacional*

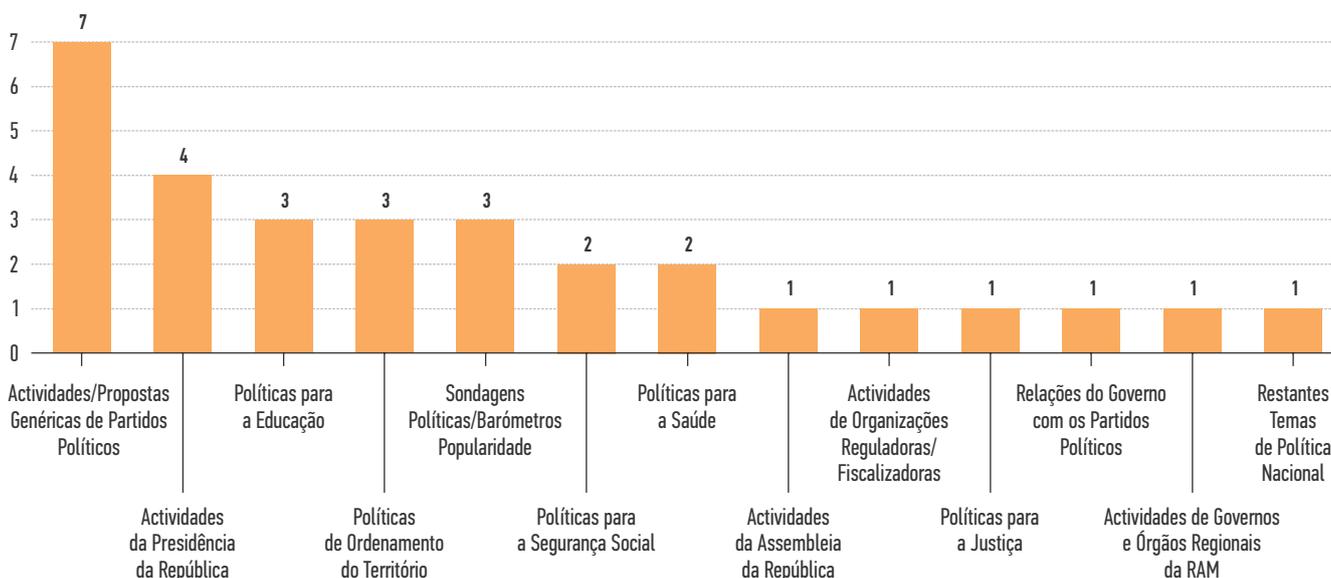


Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Valores em percentagem.

ções reguladoras/fiscalizadoras, sondagens políticas, suspeita/envolvimento de políticos em irregularidades e políticas para a educação foram os nove subtemas da categoria política nacional que estiveram presentes nas peças de abertura da primeira parte do Jornal Nacional, de acordo com os dados apresentados na figura 19.

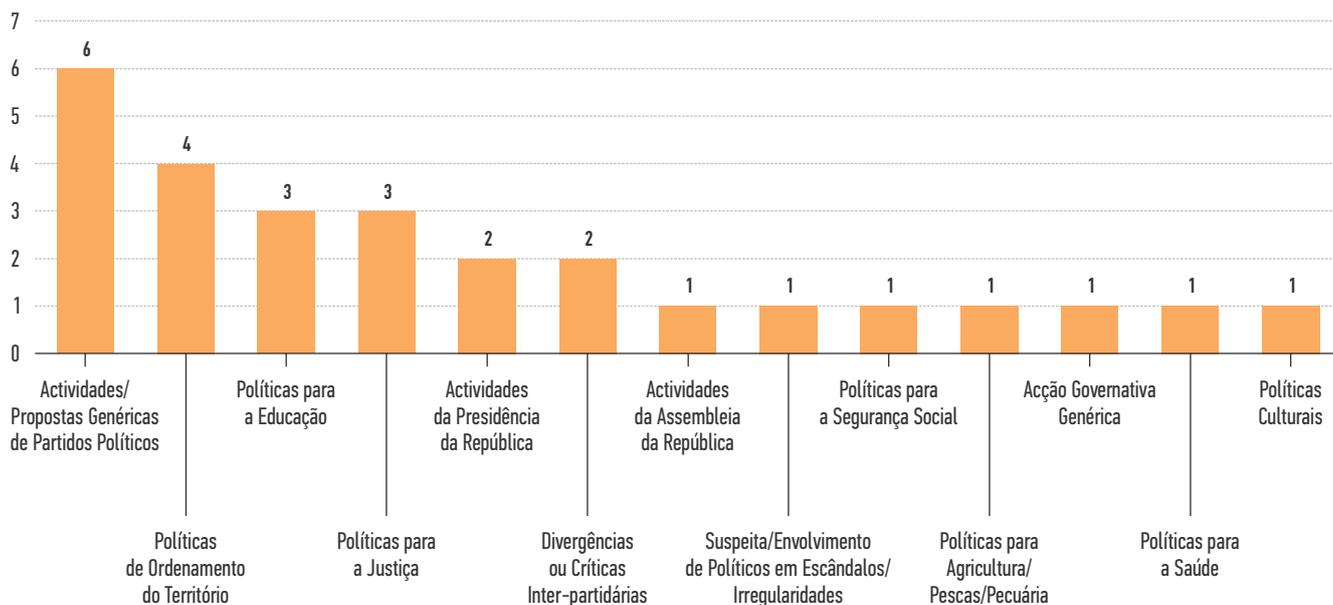
- ▶ De acordo com a figura 20, 8,8% das peças sobre política nacional são alvo de promoção no alinhamento, em particular sobre as actividades/propostas genéricas de partidos políticos no período de campanha.
- ▶ *Actividades/propostas genéricas de partidos políticos* é o subtema de política nacional mais promovido, como se pode constatar pela figura 21.

Fig. 21 – *Temas das peças sobre política nacional com promoção*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite (SIC) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional com promoção = 30. Valores em números absolutos.

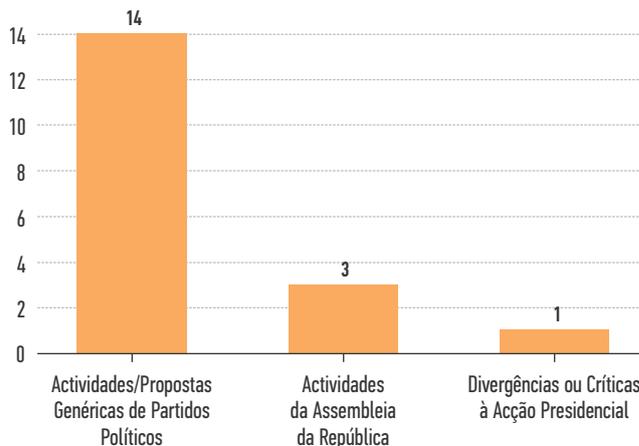
Fig. 22 – *Temas das peças sobre política nacional com elementos discursivos opinativos*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional com estilo discursivo opinativo = 27. Valores em números absolutos.

- ▶ As outras notícias objecto de *promoção* no alinhamento distribuíram-se por *subtemas* como *actividades da Presidência da República*, *políticas para a educação*, *políticas de ordenamento do território*, *sondagens políticas/barómetros de popularidade*, *políticas para a segurança social*, *políticas para a saúde*, *actividades da Assembleia da República*, *actividades de organizações reguladoras/fiscalizadoras*, *políticas para a justiça*, *relações do Governo com os partidos políticos* e *actividades de governos e órgãos regionais da RAM*.
- ▶ Quando agregadas, as políticas do Governo são *subtema* de 11 peças de *política nacional promovidas* no Jornal Nacional.
- ▶ Foram identificadas 27 (7,9%) peças de *política nacional* contendo *elementos opinativos no discurso do operador*. Estas peças focam vários assuntos, como se verifica pela figura 22, com destaque para as *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, seguindo-se as *políticas de ordenamento do território*.
- ▶ É interessante verificar que as peças com *subtemas* de políticas governamentais, quando agregadas, são as que apresentam maior recurso a *elementos discursivos opinativos* (em 27 peças com esses elementos, 15 são sobre *subtemas* ligados a políticas do Governo).
- ▶ Dezoito peças, isto é, 5,3% das peças sobre *política nacional*, nos dias da amostra, foram emitidas em *directo* do local do acontecimento.

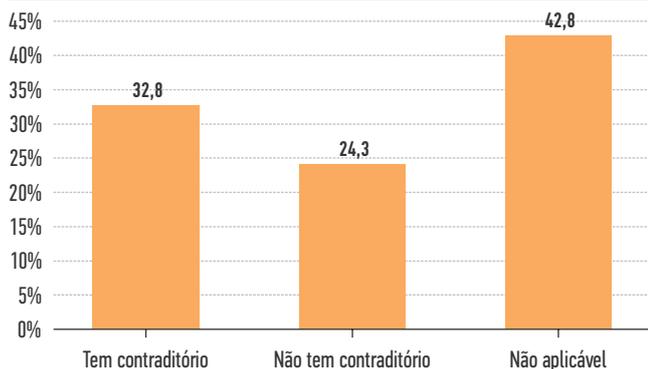
Fig. 23 – *Temas das peças sobre política nacional com directo*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional com directo = 18. Valores em números absolutos.

- ▶ Estas dezoito peças, constantes da figura 23, são sobre os seguintes *subtemas*: *actividades/propostas genéricas de partidos políticos*, destacadas devido ao ano de campanha eleitoral, *actividades da Assembleia da República* e *divergências ou críticas à acção presidencial*. Este último versa sobre o “caso das escutas telefónicas em Belém”.
- ▶ Como se pode observar pela figura 24, as peças sobre *política nacional com contraditório* representam 32,8%.
- ▶ Em 24,3% destas peças, *não são ouvidos os interesses atendíveis nem é referida qualquer tentativa para os ouvir*.

Fig. 24 – Princípio do contraditório das peças sobre política nacional

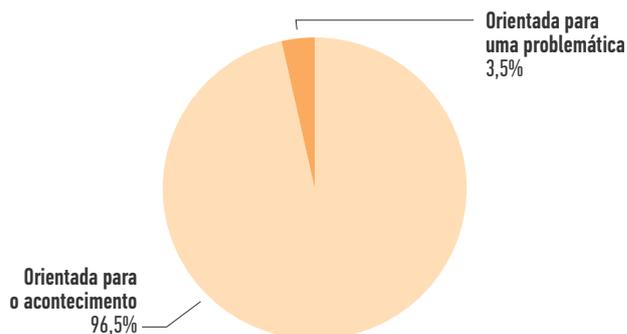


Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287.
 Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional com contraditório = 112. Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 83. Total de peças sobre política nacional em que não se aplica o princípio do contraditório = 146. Valores em percentagem. A peça tem contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo bloco informativo.
 Não tem contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. O indicador é não aplicável quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas.

► Em 42,8% dos casos não se justificou classificar a peça quanto ao indicador *contraditório*, já que o assunto reportado não o exigiu.

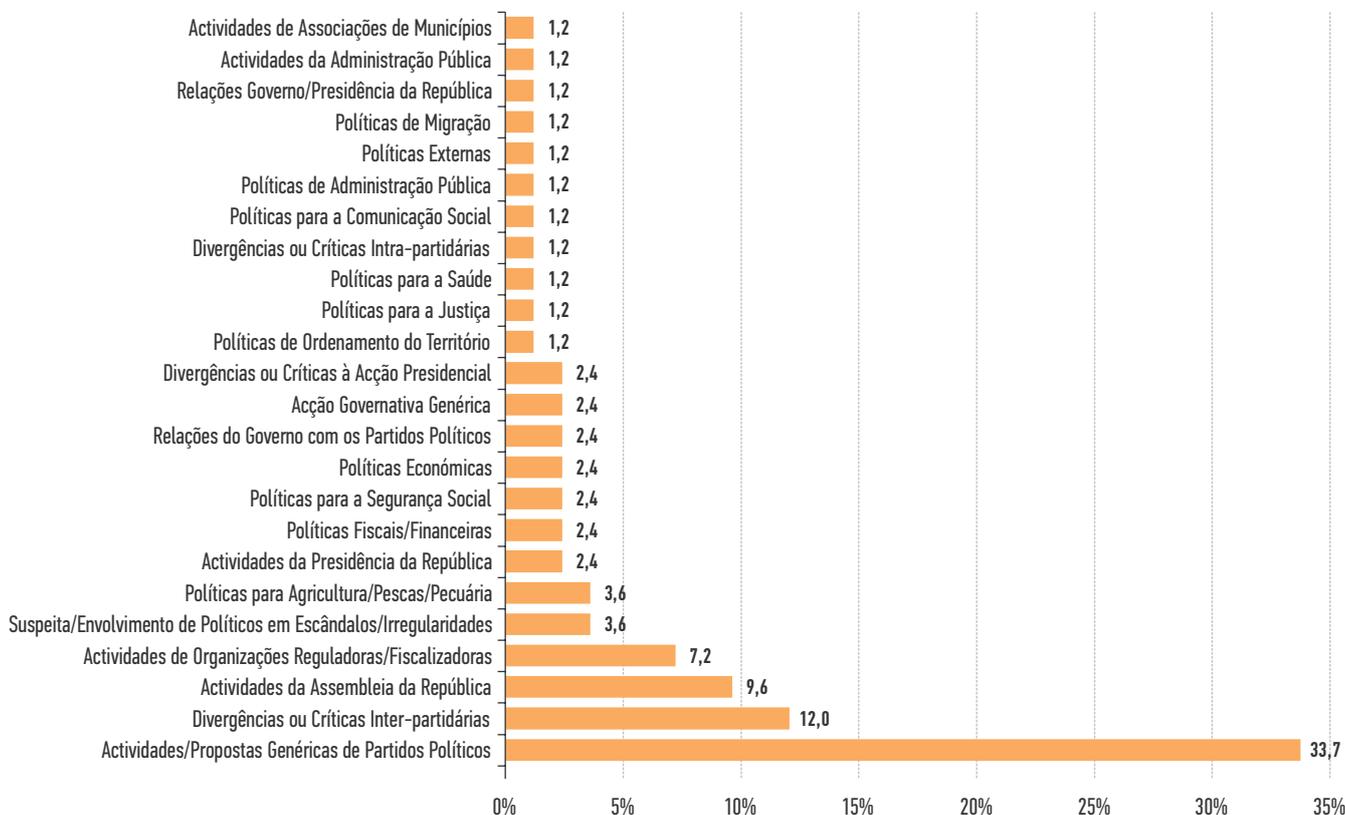
- Em 83 peças (24,3%) que se enquadram na temática política nacional, não são ouvidos os interesses atendíveis.
- Desse conjunto de peças, constantes da figura 25, os subtemas mais focados são *actividades/propostas genéricas de partidos políticos* e *divergências e críticas inter-partidárias*. Surgem ainda *actividades da Assembleia da República* e de *organizações reguladoras/fiscalizadoras* como temas mais frequentados.

Fig. 26 – Enfoque/orientação das peças sobre política nacional



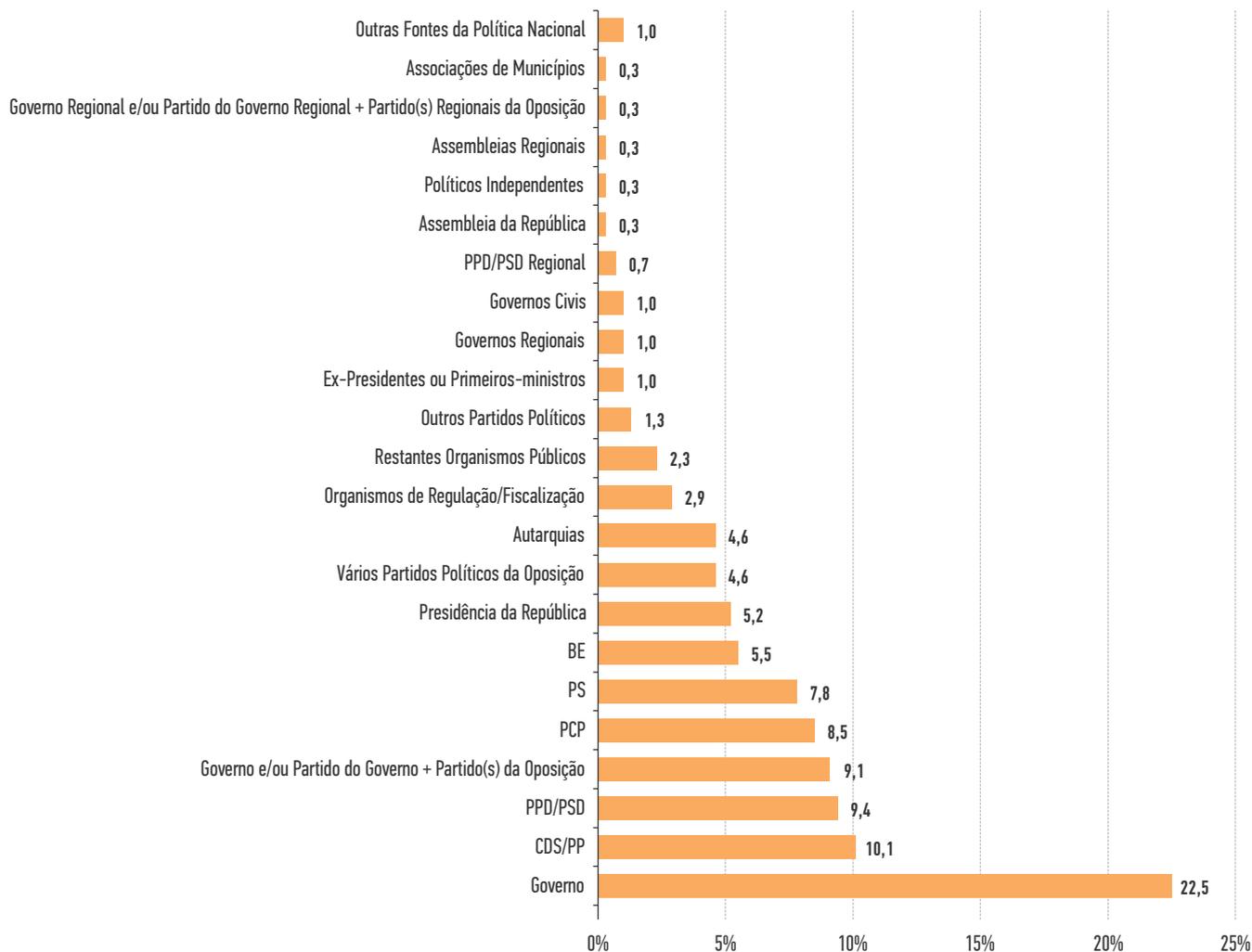
Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287.
 Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças sobre política nacional orientadas para o acontecimento = 329. Total de peças sobre política nacional orientadas para uma problemática = 12. Valores em percentagem.

Fig. 25 – Temas das peças sobre política nacional sem contraditório



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341.
 Total de peças sobre política nacional sem contraditório = 83. Valores em percentagem.

Fig. 27 – Fontes de informação políticas nacionais



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças com fontes políticas nacionais = 307. Valores em percentagem. Os dados referem-se à fonte principal. Em algumas peças, existem fontes secundárias que contraditam a informação oriunda da fonte principal.

Nota explicativa: na análise de fontes apresentada neste capítulo serão contempladas não só as fontes políticas presentes nas 341 peças com tema dominante política nacional, mas todas as fontes políticas consultadas nas 1287 peças emitidas no Jornal Nacional no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de fontes não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único tema, no caso política nacional, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

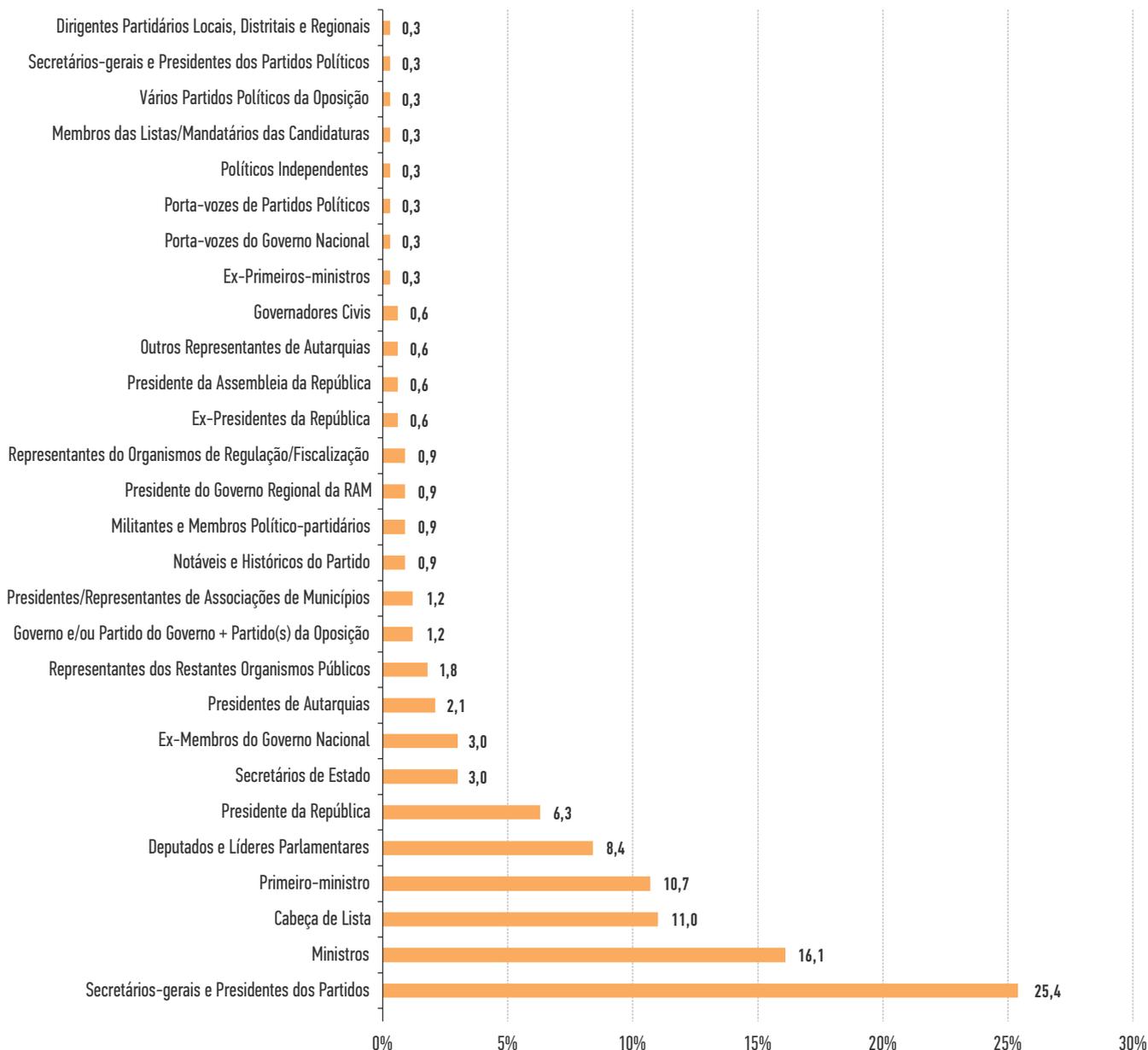
- ▶ As peças sobre políticas do Governo, quando agregadas, são subtema de 18 peças de política nacional sem contraditório.
- ▶ De acordo com a figura 26, 96,5% das notícias sobre política nacional emitidas pelo Jornal Nacional nos dias da amostra possuem enfoque ou são orientadas para acontecimentos, o que significa que se centram em ocorrências. São peças sobre a actualidade, baseadas essencialmente nas agendas dos actores. Não envolvem, em geral, por parte do operador, investigação própria, ao contrário das peças com enfoque em problemáticas.
- ▶ 3,5% das peças foram qualificadas como orientadas para uma problemática, menos dependentes da ordem do dia. Desta-

cam-se as peças acerca de indicadores económicos e dados acerca da evolução da “Gripe A”.

1. FONTES DE INFORMAÇÃO POLÍTICAS NACIONAIS

- ▶ O Governo surge como fonte de informação principal em 22,5% das peças com fontes políticas nacionais, como se observa pelos dados apresentados na figura 27.
- ▶ A segunda fonte principal mais representada refere-se ao CDS/PP, consultado em 10,1% das peças.
- ▶ O PPD/PSD é a terceira fonte mais frequente, estando representada em 9,4% das peças com fontes políticas nacionais.

Fig. 28 – Categorias de *actores políticos nacionais*



Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre *política nacional* = 341. Total de peças com *actores políticos nacionais* = 335. Valores em percentagem. A categoria *primeiro-ministro* inclui o secretário-geral do PS desde que seja identificado pelo jornalista como *primeiro-ministro* e independentemente de se encontrar em iniciativa partidária.

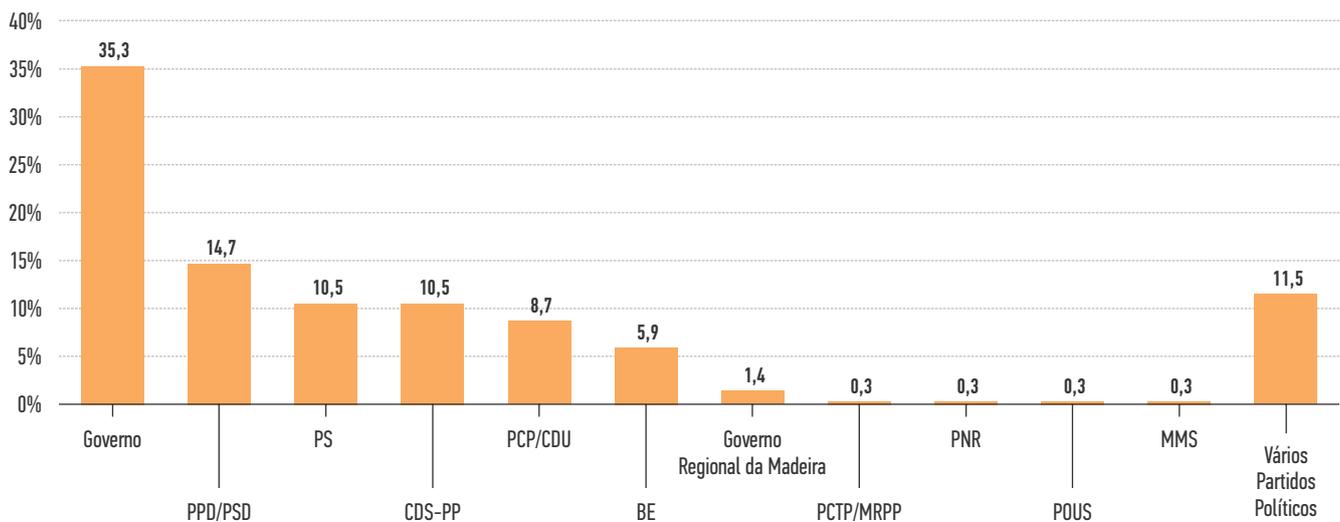
Nota explicativa: na análise de *actores* apresentada neste capítulo serão contemplados não só os *actores* políticos presentes nas 341 peças com *tema* dominante *política nacional*, mas todos os protagonistas políticos consultados nas 1287 peças emitidas no Jornal Nacional no período da amostra. Adoptou-se essa metodologia para que a análise deste tipo de *actores* não ficasse apenas reduzida à sua presença nas peças com um único *tema*, no caso *política nacional*, de modo a obter o peso efectivo dessas peças na amostra.

- ▶ O *Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição* constituem *fonte* principal em 9,1% das peças com *fontes políticas nacionais*.
- ▶ Seguem-se o *PCP* (8,5%), o *PS* (7,8%) e o *BE* (5,5%).
- ▶ A *presidência da República* representa a oitava categoria de *fontes políticas nacionais* mais consultada, em 5,2%.

- ▶ A categoria *vários partidos da oposição* surge como *fonte* principal em 4,6% das peças com *fontes políticas nacionais* (significa que nenhum dos partidos se destaca como *fonte* dominante). A par destes surgem as *autarquias*, também presentes em 4,6%.

2. ACTORES POLÍTICOS NACIONAIS

- ▶ As três categorias agregadas de *actores* pertencentes ao *Governo*

Fig. 29 – *Pertença político-partidária dos principais actores políticos nacionais*

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças com actores políticos nacionais = 335. Total de peças com pertença político-partidária dos protagonistas políticos nacionais identificada = 286. Valores em percentagem.

– primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado – preenchem 29,8% dos principais actores políticos nacionais presentes nas peças, de acordo com os dados da figura 28.

- ▶ *Secretários-gerais e presidentes dos partidos, deputados e líderes parlamentares, cabeças de lista, militantes e membros político-partidários, notáveis e históricos dos partidos, políticos independentes, dirigentes partidários locais, distritais e regionais, membros das listas/mandatários das candidaturas, agregados*, preenchem 47,5% dos principais representantes dos partidos políticos presentes nas peças analisadas.
- ▶ *Presidentes e outros representantes das autarquias e presidentes/representantes de associações de municípios* são actores em 3,9% das peças com actores políticos nacionais.
- ▶ O *Presidente da República* é o principal actor de 6,3% das peças com actores políticos nacionais.

A *pertença político-partidária* do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: *ex-Presidente da República, primeiro-ministro, ex-primeiros-ministros, ministros, secretários de Estado, representantes de organizações da UE, secretários-gerais e presidentes dos partidos, deputados, presidentes de autarquias, candidatos, militantes e membros político-partidários*.

Considerando apenas a *pertença político-partidária* dos principais actores políticos nacionais apresentada na figura 29:

- ▶ Entre os *protagonistas* que surgem associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os *membros do Governo*, com 35,3% no Jornal Nacional da TVI.
- ▶ Os *protagonistas* do PSD representam a segunda categoria *político-partidária* mais frequentada, em 14,7% das peças.
- ▶ Os *protagonistas* do PS e do CDS-PP representam a terceira categoria *político-partidária* mais frequentada no Jornal Nacional da TVI (10,5% cada).
- ▶ O PCP/CDU é a quarta categoria *político-partidária* mais presente (8,7%), seguindo-se os *protagonistas* do BE em 5,9% das peças.
- ▶ O *Governo Regional da Madeira* representa a sexta categoria *político-partidária* mais frequentada, em 1,4% das peças, sendo que o *Governo Regional dos Açores* não protagoniza nenhuma peça no Jornal Nacional.
- ▶ Outros *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar surgem residualmente no Jornal Nacional da TVI, nomeadamente PCTP/MRPP, PNR, POUS e MMS (0,3% cada).
- ▶ A presença de *vários partidos políticos* em conjunto, representa 11,5%.
- ▶ Segundo dados da figura 30, os *actores políticos nacionais* são na grande maioria das peças – 83,9% (281 peças) – do *género masculino*.
- ▶ Apenas 11,9% dos *actores políticos nacionais* são do *género feminino*, sendo marcante a sua presença como *secretários-gerais e presidentes dos partidos* (45%), referentes a Manuela Ferreira Leite.
- ▶ Entre os *protagonistas masculinos*, estão os *secretários-gerais e presidentes dos partidos políticos, ministros, primeiro-ministro e cabeças de lista*.

Fig. 30 – Género dos actores/protagonistas políticos nacionais

Actores	%			
	Masculino	Feminino	Ambos os géneros	Total
Secretários-gerais e Presidentes dos partidos	23,1	45	14,3	25,4
Ministros	14,9	25	14,3	16,1
Cabeça de lista	10	17,5	14,3	11,0
Primeiro-Ministro	12,8	–	–	10,7
Deputados e líderes parlamentares	7,8	2,5	35,7	8,4
Presidente da República	7,5	–	–	6,3
Secretários de Estado	3,6	–	–	3,0
Ex-membros do Governo nacional	3,6	–	–	3,0
Presidentes de Autarquias	2,5	–	–	2,1
Representantes dos restantes Organismos Públicos	1,8	–	7,1	1,8
Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição	1,4	–	–	1,2
Presidentes/Representantes de Associações de Municípios	1,4	–	–	1,2
Notáveis e Históricos do partido	1,1	–	–	0,9
Militantes e membros político-partidários	0,7	–	7,1	0,9
Presidente do Governo Regional da RAM	1,1	–	–	0,9
Representantes dos Organismos de Regulação/Fiscalização	1,1	–	–	0,9
Outros actores da Política Nacional	0,4	2,5	7,1	0,9
Ex-Presidente da República	0,7	–	–	0,6
Presidente da Assembleia da República	0,7	–	–	0,6
Outros representantes de Autarquias	0,4	2,5	–	0,6
Governadores Cívicos	0,7	–	–	0,6
Ex-Primeiros-Ministros	0,4	–	–	0,3
Porta-vozes do Governo nacional	0,4	–	–	0,3
Porta-vozes de partidos políticos	0,4	–	–	0,3
Políticos independentes	–	2,5	–	0,3
Membros das listas/Mandatários das candidaturas	0,4	–	–	0,3
Vários partidos políticos da oposição	0,4	–	–	0,3
Secretários-gerais e Presidentes dos partidos regionais	0,4	–	–	0,3
Dirigentes partidários locais, distritais e regionais	0,4	–	–	0,3
Militantes e membros político-partidários regionais	0,4	–	–	0,3
Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição da RAM	–	2,5	–	0,3
Total	100 (281)	100 (40)	100 (14)	100 (335)

Nota: total de peças emitidas e analisadas no Jornal Nacional (TVI) = 1287. Total de peças sobre política nacional = 341. Total de peças com actores políticos nacionais = 335. Total de peças em que foi identificado o género dos actores políticos nacionais = 335. Valores em percentagem. A categoria *ambos os géneros* agrega actores masculinos e femininos que surgem nas peças com estatuto idêntico (de acordo com as categorias de actores previamente definidas).

SÍNTESE CONCLUSIVA

TVI – JORNAL NACIONAL

1. Em termos gerais, no Jornal Nacional destacam-se, a nível dos temas e dos actores, as áreas da política nacional, desporto e ordem interna. No que respeita a fontes de informação, as ca-

tegorias da política nacional, desporto e economia, finanças e negócios são as mais presentes.

2. Temas, fontes e actores de grupos minoritários e população estão presentes no Jornal Nacional embora de forma residual.

3. Hierarquizando as categorias temáticas mais representadas no Jornal Nacional, a ordem é a seguinte:

- ▶ Política nacional é o tema principal do Jornal Nacional, com destaque para os subtemas actividades/propostas genéricas de partidos políticos, actividades da Assembleia da República, actividades de organizações reguladoras/fiscalizadoras e actividades da presidência da República. Os assuntos que dominaram estes temas relacionam-se, sobretudo, com as acções de campanha para as europeias, legislativas e autárquicas, os debates e audições parlamentares, a mensagem de Ano Novo do Presidente da República e o “caso BPN”. Política nacional é também o tema mais presente nas aberturas da primeira parte do Jornal Nacional, o que merece o maior número de transmissões em directo e o segundo com mais promoções.
- ▶ Desporto é o segundo tema com maior visibilidade nas peças analisadas na amostra, sendo também alvo do maior número de promoções e o segundo tema com mais directos (a par de ordem interna). Os subtemas associados são, sobretudo, o futebol, cobrindo os sorteios dos grupos para o Mundial de 2010 e o campeonato nacional de futebol, e outras modalidades desportivas, como por exemplo os mundiais de atletismo ou o campeonato europeu de judo.
- ▶ Ordem interna – com destaque para os subtemas acidentes e catástrofes, crimes e violência e actividades policiais – é o terceiro tema dominante, sendo o segundo tema a abrir mais vezes o Jornal Nacional e em transmissões em directo. É também o terceiro tema mais promovido.
- ▶ Economia, finanças e negócios também consta entre os temas mais frequentes emitidos pelo operador em 2009, estando entre os que têm maior número de promoções.

4. No Jornal Nacional, encontram-se as seguintes categorias de fontes e actores:

- ▶ No âmbito da política nacional, destacam-se, enquanto actores, membros de partidos políticos (secretários-gerais e presidentes dos partidos, cabeças de lista e deputados e líderes parlamentares), seguidos de membros do Governo (em particular ministros, primeiro-ministro e secretários de Estado).
- ▶ No desporto, são protagonistas e fontes, atletas e técnicos desportivos, nomeadamente, ligados a clubes de futebol.
- ▶ Fontes e actores da área da economia, finanças e negócios são representados por organizações económico-financeiras, grande empresas e grupos económicos, pequenas e médias empresas e consumidores.

► *Sociedade* é também uma das áreas mais representadas em termos de *actores e fontes*, em particular *cidadãos comuns adultos, movimentos cívicos/humanitários e familiares (dos protagonistas objecto da peça)*.

5. Embora com menos relevo, encontram-se também na amostra as seguintes categorias de *fontes e actores*:

- No âmbito local e regional – representantes de *autarquias, governos regionais e partidos regionais*.
- No âmbito sindical – *trabalhadores e desempregados* e ainda *representantes sindicais*.

6. Os temas, fontes e actores da área *relações laborais* representam entre 4,7% a 5% do total de peças do Jornal Nacional. São, essencialmente, *representantes sindicais e trabalhadores/desempregados*.

7. Em termos geográficos, o Jornal Nacional cobre diferentes regiões do país e do mundo mas centra-se no *enfoque nacional*. A nível *nacional*, embora a maior parte das peças não especifique qualquer região, destaca-se, a grande distância das restantes, a *Grande Lisboa*.

8. A nível internacional, o país da União Europeia mais referido, no período em análise, é *Espanha*, seguida do *Reino Unido*. No cenário extra-europeu, os *Estados Unidos da América* é o país com maior destaque.

9. No que respeita a fontes de informação, verifica-se a representação de uma grande variedade de áreas. O dado mais saliente reside no facto de a maior parte das peças do Jornal Nacional possuir *fonte múltipla*. Nas peças em que as fontes são atribuídas, a maior parte são da área *política nacional*, correspondendo a 24,5% do total das fontes. As peças sem *informação atribuída* encontram-se, na sua maioria, em peças sobre *desporto* (31,7%), seguida das peças cujo tema se debruça sobre a *ordem interna* (23,4%).

10. A maior parte dos *protagonistas* do Jornal Nacional é de na-

cionalidade portuguesa e do género masculino, designadamente em peças sobre *política nacional e desporto*. O *género feminino* aparece menos representado, surgindo associado sobretudo a temas de *política nacional e sociedade*.

Informação política nacional no Jornal Nacional

Restringindo a análise apenas ao campo da *política nacional* apuram-se os seguintes dados:

11. Dos 26,5% de peças sobre *política nacional, actividades/propostas genéricas de partidos políticos* é o assunto mais representado, incidindo essencialmente sobre as acções de campanha para as eleições europeias, legislativas e autárquicas. *Actividades da Assembleia da República*, em particular debates e comissões de inquérito, estão também entre os temas mais representados. São ainda relevantes os subtemas *actividades de organizações reguladoras/fiscalizadoras e actividades da presidência da República*.

12. As fontes de *política nacional* representam 24,5% do total das fontes do Jornal Nacional. Dessas, o *Governo* surge como fonte principal na maior parte das peças (22,5%), seguido pelo *CDS/PP* (10,1%) e pelo *PSD* (9,4%). *Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição* constitui-se como a quarta fonte mais presente nas peças sobre *política nacional*, representando 9,1% das fontes políticas nacionais consultadas, seguido pelo *PCP* (8,5%). Os restantes partidos encontram-se distribuídos da seguinte forma: *PS* (7,8%) e *BE* (5,5%).

13. Os *protagonistas* com *pertença político-partidária* identificada representam 85,4% do total dos *protagonistas políticos nacionais* identificados no Jornal Nacional. Entre os *protagonistas* associados a uma determinada *pertença político-partidária*, predominam os membros do *Governo*, com 35,3%; o *PSD* (14,7%); o *PS* e *CDS* (cada com 10,5%); o *PCP/CDU* (8,7%) e o *BE* (5,9%). Outros *protagonistas* de partidos sem representação parlamentar surgem residualmente, nomeadamente o *POUS, MMS, PCTP/MRPP* e *PNR*, com 0,3% cada.

Análise Comparativa da Informação dos Blocos Informativos de Horário Nobre em 2007, 2008 e 2009: RTP1, SIC e TVI

A) NOTA INTRODUTÓRIA

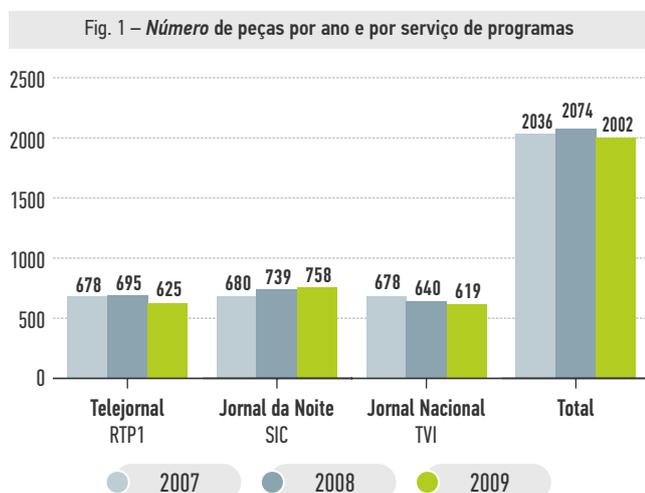
O presente capítulo apresenta o resultado da análise comparativa dos blocos informativos das 20h00 nos serviços de programas em epígrafe relativa a período homólogo dos anos de 2007, 2008 e 2009.

De modo a possibilitar uma leitura comparativa e evolutiva dos dados, restringe-se a análise somente ao **segundo semestre dos anos de 2007, 2008 e 2009**, uma vez que apenas existem dados comparáveis para o ano de 2007 referentes a este período.

Devido ao facto de alguns indicadores terem sido revistos e aperfeiçoados em 2008 e em 2009, não é possível apresentar valores comparativos para todos eles, dada a necessidade de assegurar a sua comparabilidade. As diferenças registadas entre os dados referentes a 2009 neste capítulo e os dados sobre este mesmo ano nos restantes capítulos do presente Relatório, devem-se à diferente composição e dimensão das amostras, ou seja, neste capítulo analisam-se apenas seis meses e nos restantes capítulos a análise reporta-se a todo o ano.

B) CARACTERIZAÇÃO GERAL E COMPOSIÇÃO DAS AMOSTRAS

O presente ponto do capítulo é composto por uma caracterização geral das amostras analisadas:



Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Valores em números absolutos.

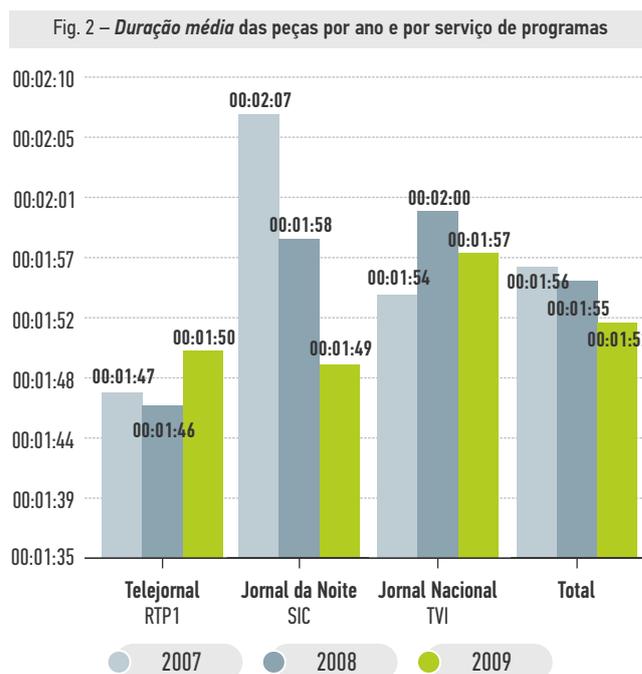
O período de análise é comum e vai de 1 de Julho a 31 de Dezembro de 2007, de 2008 e de 2009.

Foram monitorizados 69 noticiários dos três serviços de programas generalistas por ano, num total de 207 noticiários, perfazendo 6112 notícias assim distribuídas, de acordo com a figura 1.

A *duração média* das peças, entre os anos de 2007, 2008 e 2009, manteve-se no conjunto dos três blocos informativos, apesar de se observar uma tendência de decréscimo que atinge os 3 segundos em 2009, representada na figura 2.

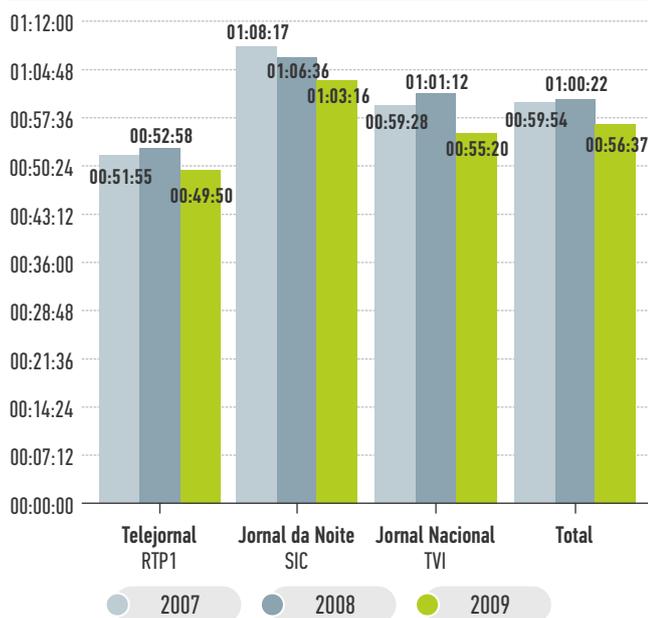
O Jornal da Noite da SIC e o Jornal Nacional da TVI denotam um decréscimo entre 2008 e 2009. Já o Telejornal da RTP1 regista um acréscimo de 4 segundos na *duração média* das suas peças, invertendo a tendência observada para o biénio 2007/2008.

Mantém-se, quer em 2009, como em 2007 e 2008, a mesma tendência no que respeita ao facto de o Telejornal da RTP1 apresentar os valores médios de *duração* das peças mais baixos.



Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Valores em hh:mm:ss.

Fig. 3 – Duração média dos blocos informativos por ano e por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002.
Valores em hh:mm:ss.

O Jornal Nacional da TVI apresenta valores médios de duração das peças mais elevados em 2008 e 2009, e o Jornal da Noite da SIC em 2007.

A duração média diária do Telejornal da RTP1 e do Jornal Nacional da TVI aumentou muito ligeiramente entre 2007 e 2008,

cerca de 1 a 2 minutos, e diminuiu entre 2008 e 2009, de acordo com o exposto na figura 3.

Pelo contrário, a duração média diária do Jornal da Noite da SIC regista um decréscimo contínuo entre 2007 e 2009, observando-se uma redução total de cerca de 5 minutos.

O Jornal da Noite apresenta os valores médios de duração mais elevados ao longo dos três anos (mais de 1 hora) e o Telejornal os valores médios mais baixos (menos de 1 hora).

ANÁLISE COMPARATIVA 2007/2008/2009

1. TEMAS PRINCIPAIS

Atentando à figura 4, verifica-se que política nacional continua a ser, em 2009, como em 2007 e 2008, a temática mais abordada no Telejornal da RTP1, tendo, inclusive, registado uma variação percentual positiva, acentuada, no último ano em análise, pela ocorrência de três actos eleitorais e respectivas campanhas partidárias.

Ordem interna e desporto continuam a ser temas relevantes no Telejornal em 2009, embora tendo conhecido uma variação percentual negativa. Pelo contrário, os temas saúde e acção social e sistema judicial, não só continuam a ser significativos, como descrevem uma variação percentual positiva acentuada.

O Jornal da Noite da SIC mantém a mesma tendência ao nível

Fig. 4 – Temas principais, por ano e por serviço de programas

Temas	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Política Nacional	19,8	21,4	25,0	+	11,9	14,1	22,4	+	15,5	18,6	24,7	+	15,7	17,9	23,9	+
Ordem Interna	15,9	13,5	12,3	-	24,9	18,8	14,8	-	20,8	17,3	14,9	-	20,5	16,6	14,0	-
Desporto	15,3	16,0	12,5	-	11,2	14,2	12,3	-	14,3	19,1	16,0	-	13,6	16,3	13,5	-
Saúde e Acção Social	2,9	2,2	8,3	+	2,8	1,5	7,5	+	4,3	2,7	6,9	+	3,3	2,1	7,6	+
Sistema Judicial	6,2	4,6	6,7	+	8,8	4,9	8,8	+	6,8	3,9	5,3	+	7,3	4,5	7,1	+
Política Internacional	7,2	12,1	8,3	-	6,3	10,3	5,1	-	5,9	8,1	4,0	-	6,5	10,2	5,8	-
Economia, Finanças e Negócios	10,0	11,2	5,9	-	8,8	12,0	5,5	-	10,6	12,7	5,7	-	9,8	12,0	5,7	-
Cultura	2,5	1,7	4,3	+	3,5	4,5	4,0	-	3,4	4,5	4,5	=	3,1	3,6	4,2	+
Vida Social	n.a.	n.a.	3,5	n.a.	n.a.	n.a.	4,0	n.a.	n.a.	n.a.	2,7	n.a.	n.a.	n.a.	3,4	n.a.
Ambiente	3,8	2,9	2,6	-	4,0	3,9	4,0	+	1,2	1,6	3,2	+	3,0	2,8	3,3	+
Relações Laborais	2,5	2,7	3,0	+	2,4	3,0	2,6	-	2,7	2,2	3,2	+	2,5	2,7	2,9	+
Política Europeia	2,5	0,3	1,8	+	1,0	0,8	1,8	+	2,1	0,9	1,6	+	1,9	0,7	1,7	+
Sociedade	3,4	2,4	2,2	-	4,0	3,7	1,2	-	2,8	1,3	1,6	+	3,4	2,5	1,6	-
Urbanismo	1,2	1,7	0,5	-	2,8	1,9	1,5	-	1,5	0,8	2,1	+	1,8	1,5	1,3	-
Ciência e Tecnologia	0,3	1,0	0,8	-	1,6	2,3	1,2	-	1,6	1,4	0,5	-	1,2	1,6	0,8	-
Educação	0,7	1,2	0,6	-	0,4	0,5	0,9	+	0,4	1,6	0,8	-	0,5	1,1	0,8	-
Comunicação	0,9	0,4	0,5	+	0,3	0,3	0,9	+	0,7	0,6	1,0	+	0,6	0,4	0,8	+
Defesa	0,6	-	0,5	+	0,3	0	0,5	+	0,4	-	0,3	+	0,4	-	0,4	+
Crença e Religião	0,3	0,3	0,3	=	0,6	0,5	0,5	=	0,6	0,3	0,5	+	0,5	0,4	0,4	=
População	0,1	0,9	0,3	-	0,4	0,4	0,1	-	0,7	0,6	0,3	-	0,4	0,6	0,2	-
Grupos Minoritários	-	0,1	-	-	-	-	0,3	+	0,1	0,3	-	-	-	0,1	0,1	=
Cerimónias e Celebrações	3,7	3,3	n.a.	n.a.	4,0	2,4	n.a.	n.a.	3,5	1,6	n.a.	n.a.	3,7	2,5	n.a.	n.a.
Total	100 (678)	100 (695)	100 (625)	-	100 (680)	100 (739)	100 (758)	+	100 (678)	100 (640)	100 (619)	-	100 (2036)	100 (2074)	100 (2002)	-

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Valores em percentagem.

Fig. 5 – Subtemas da categoria *relações laborais*, por ano e por serviço de programas

Subtemas <i>Relações Laborais</i>	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Emprego/Desemprego	11,8	31,6	57,9	+	31,3	54,5	60,0	+	11,1	28,6	50,0	+	17,6	40,0	55,9	+
Greves, Protestos e Manifestações Laborais	52,9	31,6	21,1	-	56,3	22,7	25,0	+	66,7	14,3	25,0	+	58,8	23,6	23,7	+
Acções Sindicais	17,6	31,6	5,3	-	6,3	22,7	5,0	-	5,6	50,0	20,0	-	9,8	32,7	10,2	-
Políticas Laborais das Empresas/Empresários	5,9	5,3	10,5	+	-	-	10,0	+	16,7	7,1	5,0	-	7,8	3,6	8,5	+
Qualidade e Segurança no Trabalho	5,9	-	-	=	6,3	-	-	=	-	-	-	=	3,9	-	-	=
Outros Relações Laborais	5,9	-	5,3	+	0	-	-	=	-	-	-	=	2,0	-	1,7	+
Total	100 (17)	100 (19)	100 (19)	=	100 (16)	100 (22)	100 (20)	-	100 (18)	100 (14)	100 (20)	+	100 (51)	100 (55)	100 (59)	+

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com subtemas da categoria *relações laborais* em 2007, 2008 e 2009 = 51, 55 e 59. Valores em percentagem.

da ênfase temática na política nacional, ordem interna e desporto, ao longo de 2007, 2008 e 2009. Contudo, os temas ordem interna e desporto perdem relevância entre 2008 e 2009, enquanto política nacional, saúde e acção social e sistema judicial descrevem variações positivas bastante significativas.

O mesmo acontece com o Jornal Nacional da TVI, que mantém a relevância nas temáticas da política nacional, desporto e ordem interna, em 2009. Não obstante, também neste noticiário os temas desporto e ordem interna sofrem um decréscimo entre 2008 e 2009, sendo que as temáticas saúde e acção social e sistema judicial descrevem variações positivas neste biénio.

No conjunto destes três blocos informativos, destaca-se o facto de política nacional continuar a ser o tema mais comum em 2009, como em 2008, ao contrário do que acontecia em 2007, onde se destacava a ordem interna (na SIC e na TVI).

É ainda importante salientar o peso que as categorias temáticas saúde e acção social e sistema judicial ganham entre 2008 e 2009, em particular devido à mediatização da Gripe A e dos “casos Freeport, BPN e Face Oculta”.

Relações laborais continua a ser, em 2009, como em 2007 e 2008 (2,9%, 2,5% e 2,7%, respectivamente), uma temática pouco abordada no conjunto dos três blocos informativos, tendo embora registado uma variação percentual positiva.

De acordo com a figura 5, as questões relacionadas com o emprego/desemprego sofrem um incremento significativo em 2009 nos três blocos informativos, em particular no Telejornal da RTP1, essencialmente decorrente do aumento do número de desempregados como consequência da crise económica.

O subtema greves, protestos e manifestações laborais assinalou

Fig. 6 – Temas de abertura dos blocos informativos, por ano e por serviço de programas

Temas das Peças de Abertura	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009	%			Var. 2008/ 2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Política Nacional	26,1	25,0	16,7	-	4,3	30,4	26,1	-	17,4	21,7	26,1	+	15,9	25,7	22,9	-
Ordem Interna	21,7	25,0	25,0	=	47,8	34,8	13,0	-	39,1	34,8	13,0	-	36,2	31,4	17,1	-
Saúde e Acção Social	8,7	-	16,7	+	-	-	13,0	+	4,3	-	21,7	+	4,3	-	17,1	+
Sistema Judicial	13,0	4,2	16,7	+	17,4	4,3	17,4	+	8,7	4,3	13,0	+	13,0	4,3	15,7	+
Desporto	8,7	-	4,2	+	4,3	8,7	13,0	+	8,7	4,3	17,4	+	7,2	4,3	11,4	+
Relações Laborais	-	4,2	4,2	=	4,3	-	4,3	+	8,7	-	4,3	+	4,3	1,4	4,3	+
Economia, Finanças e Negócios	8,7	12,5	4,2	-	8,7	8,7	4,3	-	4,3	21,7	-	-	7,2	14,3	2,9	-
Política Internacional	-	16,7	4,2	-	4,3	8,7	-	-	4,3	8,7	-	-	2,9	11,4	1,4	-
Defesa	-	-	4,2	+	-	-	-	=	-	-	-	=	-	-	1,4	+
Educação	-	-	-	=	-	-	4,3	+	-	-	-	=	-	-	1,4	+
Ambiente	-	4,2	-	-	-	-	-	=	4,3	-	4,3	+	1,4	1,4	1,4	=
Cultura	-	-	4,2	+	-	-	-	=	-	-	-	=	-	-	1,4	+
Sociedade	4,3	-	-	=	-	-	4,3	+	-	-	-	=	1,4	-	1,4	+
Política Europeia	-	-	-	=	-	4,3	-	-	-	-	-	=	-	1,4	-	-
Urbanismo	-	-	-	=	4,3	-	-	=	-	-	-	=	1,4	-	-	-
Cerimónias e Celebrações	8,7	8,3	n.a.	n.a.	4,3	-	n.a.	n.a.	-	4,3	n.a.	n.a.	4,3	4,3	n.a.	n.a.
Total	100 (23)	100 (24)	100 (24)	=	100 (23)	100 (23)	100 (23)	=	100 (23)	100 (23)	100 (23)	=	100 (69)	100 (70)	100 (70)	=

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças de abertura de primeira parte em 2007, 2008 e 2009 = 69, 70 e 70. Valores em percentagem.

Fig. 7 – *Temas dos directos dos blocos informativos, por ano e por serviço de programas*

Temas das Peças com Directo	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Política Nacional	22,2	28,1	36,0	+	12,5	15,4	38,2	+	13,0	18,5	31,4	+	15,6	21,2	35,1	+
Desporto	18,5	3,1	28,0	+	8,3	19,2	32,4	+	16,7	25,9	22,9	-	13,9	15,3	27,7	+
Ordem Interna	13,0	15,6	12,0	-	31,9	11,5	11,8	+	29,6	18,5	20,0	+	25,6	15,3	14,9	-
Sistema Judicial	9,3	3,1	8,0	+	9,7	3,8	5,9	+	3,7	3,7	5,7	+	7,8	3,5	6,4	+
Saúde e Acção Social	5,6	3,1	4,0	+	2,8	-	2,9	+	3,7	-	5,7	+	3,9	1,2	4,3	+
Sociedade	1,9	-	4,0	+	1,4	-	-	=	1,9	-	5,7	+	1,7	-	3,2	+
Economia, Finanças e Negócios	11,1	3,1	4,0	+	15,3	7,7	2,9	-	9,3	7,4	-	-	12,2	5,9	2,1	-
Urbanismo	-	-	-	=	2,8	-	5,9	+	3,7	-	-	=	2,2	-	2,1	+
Comunicação	0,0	-	-	=	-	-	-	=	-	-	5,7	+	-	-	2,1	+
Ambiente	1,9	-	4,0	+	2,8	3,8	-	-	-	-	-	=	1,7	1,2	1,1	-
Cultura	1,9	3,1	-	-	1,4	11,5	-	-	5,6	11,1	2,9	-	2,8	8,2	1,1	-
Política Internacional	7,4	34,4	-	-	5,6	26,9	-	-	1,9	14,8	-	-	5,0	25,9	-	-
População	-	3,1	-	-	-	-	-	=	-	-	-	=	-	1,2	-	-
Relações Laborais	5,6	-	-	=	2,8	-	-	=	3,7	-	-	=	3,9	-	-	=
Política Europeia	-	-	-	=	1,4	-	-	=	3,7	-	-	=	1,7	-	-	=
Cerimónias e Celebrações	1,9	3,1	n.a.	n.a.	1,4	-	n.a.	n.a.	3,7	-	n.a.	n.a.	2,2	1,2	n.a.	n.a.
Total	100 (54)	100 (32)	100 (25)	-	100 (72)	100 (26)	100 (34)	+	100 (54)	100 (27)	100 (35)	+	100 (180)	100 (85)	100 (94)	+

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com *directo* em 2007, 2008 e 2009 = 180, 85 e 94. Valores em percentagem.

uma variação percentual negativa em 2008, mas registou um ligeiro aumento em 2009.

O *subtema acções sindicais* registou uma variação percentual negativa em 2009, ao contrário da tendência verificada em 2008, passando a ser o terceiro *subtema* mais frequente desta categoria, no conjunto dos três blocos informativos.

Observando a figura 6, constata-se que os assuntos relacionados com o *tema ordem interna* deixam, em 2009, de marcar as *aberturas* diárias dos blocos informativos dos operadores privados, surgindo a *política nacional* como a categoria com maior peso. Pelo contrário, no Telejornal da RTP1, a *ordem interna* mantém-se como o *tema de abertura* mais presente.

Em 2009, os *temas saúde e acção social* e *sistema judicial* registam um aumento significativo no que respeita à sua presença em peças de *abertura* nos três operadores. Pelo contrário, *economia, finanças e negócios* e *política internacional* decrescem substancialmente nas peças de *abertura* dos noticiários.

O número de peças com emissões em *directo* a partir do local do acontecimento aumentou entre 2008 e 2009, ao contrário da tendência verificada no biénio anterior.

Os *temas* que justificam a maior parte das emissões em *directo* nos blocos informativos dos três operadores em 2009 são, de acordo com os dados apresentados na figura 7, *política nacional*, *desporto* e *ordem interna*, tendo os dois primeiros revelado, no conjunto dos três blocos informativos, uma variação percentual positiva face ao ano de 2008.

Os *temas sistema judicial* e *saúde e acção social* observam também uma variação percentual positiva em todos os operadores face a 2008. Ao contrário, *cultura* e *política internacional* pautam-se por um decréscimo significativo face ao ano anterior no que respeita às peças em *directo*.

2. FONTES DE INFORMAÇÃO PRINCIPAIS

As *fontes* de informação *políticas nacionais* continuam a ser as mais consultadas nas peças do conjunto dos blocos informativos, apresentando variação percentual positiva entre 2008 e 2009, ao contrário da variação registada no biénio anterior, de acordo com o exposto na figura 8.

As *fontes* provenientes do *desporto* passam a ser a segunda categoria de *fontes* mais consultada no total dos operadores, apesar da variação percentual negativa registada. Já as *fontes* da *sociedade*, a segunda categoria mais presente em 2008, passam para a terceira posição, registando um decréscimo de cerca de 4 pontos percentuais. O Jornal da Noite da SIC não segue exactamente a esta tendência, tendo na *ordem interna* a segunda categoria de *fontes* mais consultadas.

É ainda de referir a variação percentual positiva das *fontes* provenientes das áreas *sistema judicial* e *saúde e acção social*.

A percentagem de *informação não atribuída*, ou seja, em que as *fontes* não são claramente identificadas, sofreu uma variação percentual negativa em todos os blocos informativos, revelando um acréscimo da percentagem de *fontes* identificadas, excepto

Fig. 8 – Fontes principais, por ano e por serviço de programas

Fontes de Informação	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Política Nacional	19,8	19,7	26,1	+	12,7	13,2	20,2	+	19,6	18,8	24,3	+	17,4	17,1	23,3	+
Desporto	9,8	7,1	7,4	+	6,7	7,9	7,3	-	8,2	11,1	9,1	-	8,2	8,6	7,9	-
Sociedade	8,9	12,7	6,9	-	11,4	11,0	5,7	-	12,7	9,5	8,4	-	11,0	11,1	6,9	-
Ordem Interna	5,3	3,6	5,1	+	7,0	4,1	7,6	+	6,7	6,1	6,8	+	6,3	4,6	6,6	+
Economia, Finanças e Negócios	5,2	7,2	6,1	-	4,2	8,3	4,8	-	6,5	10,0	6,1	-	5,3	8,4	5,6	-
Saúde e Acção Social	2,5	2,2	5,6	+	1,8	1,7	3,4	+	2,4	1,8	3,8	+	2,2	1,9	4,2	+
Sistema Judicial	3,8	4,0	4,5	+	4,9	2,3	4,5	+	4,1	3,9	3,3	-	4,3	3,4	4,1	+
Comunidade Internacional	4,9	7,4	5,6	-	2,7	5,4	3,4	-	1,8	6,1	3,1	-	3,1	6,3	4,0	-
Comunicação	4,1	4,5	3,0	-	4,5	4,8	4,4	-	3,6	4,7	4,1	-	4,1	4,7	3,9	-
Relações Laborais	3,7	4,3	3,5	-	3,1	3,0	2,9	-	3,3	4,8	4,5	-	3,4	4,0	3,6	-
Cultura	1,5	2,0	2,4	+	3,3	3,3	3,2	-	1,8	3,2	3,3	+	2,2	2,8	3,0	+
Ciência e Tecnologia	4,6	4,0	2,1	-	3,9	5,2	3,8	-	2,6	1,8	2,5	+	3,7	3,8	2,9	-
Comunidade Europeia	1,6	1,4	1,6	+	1,3	1,4	1,1	-	0,9	1,8	1,2	-	1,3	1,5	1,3	-
Urbanismo	0,3	0,3	0,8	+	0,3	0,1	0,9	+	0,8	0,2	1,5	+	0,4	0,2	1,1	+
Educação	0,4	0,9	1,3	+	0,9	1,1	0,7	-	0,6	1,6	1,2	-	0,6	1,2	1,0	-
Defesa	1,2	0,3	1,6	+	0,9	0,3	0,7	+	1,2	0,5	0,7	+	1,1	0,3	1,0	+
Ambiente	0,1	-	0,3	+	0,6	-	0,4	+	0,2	-	0,8	+	0,3	-	0,5	+
Crença e Religião	0,3	0,7	0,8	+	0,6	0,3	0,4	+	0,5	0,3	-	-	0,4	0,4	0,4	=
População	0,6	0,3	-	-	0,4	0,1	-	-	1,1	0,5	-	-	0,7	0,3	-	-
Grupos Minoritários	-	-	-	=	-	0,1	-	-	0,5	0,5	-	-	0,1	0,2	-	-
Fonte Confidencial	0,1	-	n.a.	n.a.	0,6	-	n.a.	n.a.	-	-	n.a.	n.a.	0,2	-	n.a.	n.a.
Informação não atribuída	21,2	17,3	15,4	-	28,1	26,2	24,7	-	20,9	12,9	15,4	+	23,4	19,1	18,9	-
Total	100 (676)	100 (692)	100 (625)	-	100 (669)	100 (725)	100 (754)	+	100 (659)	100 (621)	100 (605)	-	100 (2004)	100 (2038)	100 (1984)	-

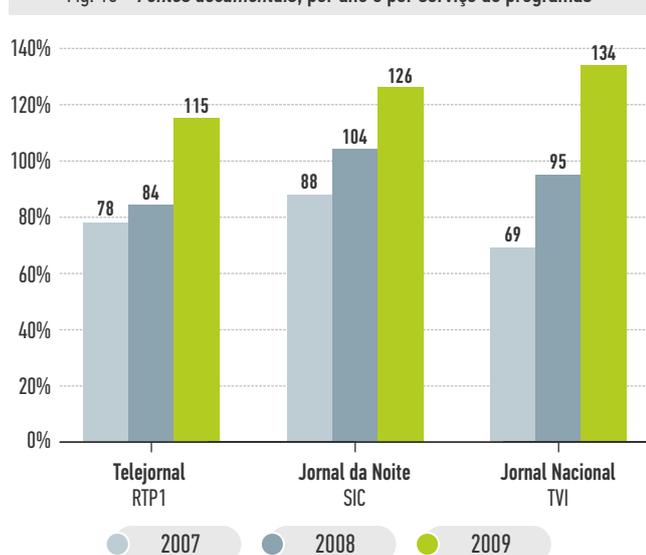
Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças em que se aplicou a variável fontes de informação em 2007, 2008 e 2009 = 2004, 2038 e 1984. Valores em percentagem.

Fig. 9 – Número de fontes, por ano e por serviço de programas

Número de Fontes de Informação	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Fonte múltipla	45,7	51,4	57,3	+	39,8	43,6	49,1	+	44,0	48,8	55,7	+	43,3	48,0	53,9	+
Fonte única	54,3	48,6	42,7	-	60,2	56,4	50,9	-	56,0	51,2	44,3	-	56,7	52,0	46,1	-
Total	100 (534)	100 (572)	100 (528)	-	100 (482)	100 (535)	100 (568)	+	100 (523)	100 (541)	100 (510)	-	100 (1539)	100 (1648)	100 (1609)	-

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com identificação de fontes de informação em 2007, 2008 e 2009 = 1539, 1648 e 1609. Valores em percentagem.

Fig. 10 – Fontes documentais, por ano e por serviço de programas



Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Valores em percentagem.

no Jornal Nacional da TVI. Não obstante, o Jornal da Noite da SIC continua a ser o operador que regista a maior fatia percentual de *informação não atribuída*.

A par do acréscimo da percentagem de fontes identificadas entre 2008 e 2009, referido em epígrafe, acentua-se a consulta de fontes de informação múltiplas nos três operadores, evidenciada não apenas pelo peso alcançado (53,9%), como também por uma variação percentual positiva, como se pode observar na figura 9.

O Jornal da Noite da SIC, apesar de registar uma variação percentual positiva de fontes múltiplas, é o único bloco informativo que consulta maioritariamente uma única fonte de informação.

Segundo os dados apresentados na figura 10, verifica-se que a referência a fontes documentais aumentou ao longo dos três anos analisados, nos três blocos informativos, em particular no Jornal Nacional da TVI.

Fig. 11 – Principais actores, por ano e por serviço de programas

Protagonistas	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Política Nacional	23,2	22,4	26,9	+	15,4	16,8	26,0	+	21,5	21,8	28,0	+	20,2	20,4	26,9	+
Desporto	18,2	14,0	12,9	-	14,2	14,1	14,2	+	14,3	17,3	16,3	-	15,5	15,1	14,4	-
Ordem Interna	7,3	5,0	8,9	+	9,6	8,3	12,1	+	7,9	7,1	9,8	+	8,2	6,8	10,3	+
Sociedade	14,7	17,2	6,8	-	17,6	17,0	7,4	-	17,1	13,1	9,2	-	16,5	15,8	7,8	-
Sistema Judicial	6,7	4,8	6,6	+	8,3	5,8	8,5	+	6,7	4,5	7,1	+	7,2	5,0	7,4	+
Comunidade Internacional	7,6	11,4	9,1	-	6,3	10,1	6,1	-	3,9	8,1	4,2	-	5,9	9,9	6,5	-
Economia, Finanças e Negócios	5,4	7,1	6,1	-	5,7	9,1	5,8	-	8,4	9,2	4,9	-	6,5	8,4	5,6	-
Saúde e Acção Social	3,5	1,8	6,1	+	2,0	1,0	3,8	+	2,1	1,7	4,3	+	2,5	1,5	4,7	+
Cultura	1,9	2,7	4,0	+	5,5	6,2	4,6	-	3,9	4,1	3,6	-	3,8	4,3	4,1	-
Relações Laborais	3,5	5,0	3,8	-	3,9	4,1	3,8	-	3,6	5,3	4,5	-	3,6	4,8	4,0	-
Comunidade Europeia	1,9	1,4	2,3	+	1,8	2,1	1,3	-	1,3	1,1	1,3	+	1,7	1,5	1,6	+
Urbanismo	0,2	0,5	1,0	+	0,6	0,4	1,4	+	0,7	0,2	1,4	+	0,5	0,4	1,3	+
Educação	0,5	1,4	0,9	-	1,3	1,2	1,3	+	0,7	2,1	1,3	-	0,8	1,5	1,1	-
Ciência e Tecnologia	1,4	2,1	0,9	-	1,7	1,9	0,9	-	1,2	1,3	0,9	-	1,4	1,8	0,9	-
Defesa	1,4	-	1,6	+	1,7	0,2	0,6	+	1,6	0,4	0,2	-	1,6	0,2	0,8	+
Crença e Religião	0,9	0,9	0,7	-	1,5	0,4	0,5	+	1,0	0,6	1,3	+	1,1	0,6	0,8	+
Comunicação	1,0	0,4	0,5	+	1,5	0,6	0,6	=	2,1	0,8	0,9	+	1,6	0,6	0,7	+
Ambiente	0,2	-	0,5	+	0,7	-	0,6	+	0,2	-	0,7	+	0,3	-	0,6	+
Grupos Minoritários	-	0,5	0,2	-	0,2	0,4	0,3	-	0,7	0,8	0,2	-	0,3	0,6	0,2	-
População	0,7	1,4	0,2	-	0,7	0,4	0,2	-	1,0	0,8	-	-	0,8	0,9	0,1	-
Total	100 (578)	100 (563)	100 (573)	+	100 (544)	100 (517)	100 (635)	+	100 (608)	100 (533)	100 (553)	+	100 (1730)	100 (1613)	100 (1761)	+

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com *protagonistas* identificados em 2007, 2008 e 2009 = 1730, 1613 e 1761. Valores em percentagem.

3. PRINCIPAIS ACTORES

Como se verifica pela figura 11, os *actores políticos nacionais* continuam a ser os *protagonistas* mais presentes nas peças dos blocos informativos dos três operadores, apresentando, inclusive, uma variação percentual positiva entre 2008 e 2009, tendo havido neste ano três actos eleitorais e respectiva cobertura das campanhas.

Os *actores* representativos da área do *desporto* passam da terceira para a segunda posição de *actores* mais presentes nos três operadores.

Os operadores privados registam na terceira posição os *actores* da *ordem interna*, com uma variação percentual positiva face a 2008. Contrariamente, o operador público tem na *comunidade internacional* a terceira categoria de *actores* mais presentes.

Observa-se ainda, e à semelhança da tendência verificada na análise das *fontes* de informação, um acréscimo dos *actores* das áreas do *sistema judicial* (neste caso, em particular no *Jornal da Noite* da SIC) e da *saúde e acção social* (mais acentuado no *Telejornal* da RTP1).

Em 2009, mantém-se a maioria de *actores* do *género masculino* presentes nos três blocos informativos, já registada em 2007 e 2008, apesar da variação percentual negativa observada nos noticiários dos três operadores, de acordo com o exposto na figura 12.

Por outro lado, regista-se uma variação percentual positiva, embora muito ligeira, na presença de *actores* do *género feminino* em 2009, tendência não observada apenas no operador público. Já as peças protagonizadas simultaneamente por homens e mulheres (*ambos os géneros*) registam um acréscimo significativo em todos os operadores.

Fig. 12 – Género dos principais actores, por ano e por serviço de programas

Género do Protagonista	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Masculino	78,9	77,4	70,3	-	75,0	77,0	68,3	-	76,9	78,8	71,8	-	77,0	77,7	70,1	-
Feminino	11,5	12,6	12,0	-	13,4	13,3	16,1	+	12,7	12,6	12,7	+	12,5	12,8	13,7	+
Ambos os Géneros	9,6	9,9	14,3	+	11,5	9,7	12,1	+	10,4	8,6	11,8	+	10,5	9,4	12,7	+
Não Identificável	n.a.	n.a.	3,3	n.a.	n.a.	n.a.	3,5	n.a.	n.a.	n.a.	3,8	n.a.	n.a.	3,5	n.a.	
Total	100 (573)	100 (563)	100 (573)	+	100 (537)	100 (517)	100 (635)	+	100 (597)	100 (533)	100 (553)	+	100 (1707)	100 (1613)	100 (1761)	+

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com *protagonistas* identificados em 2009 = 1761. Total de peças com identificação do *género* dos *protagonistas* em 2007 e 2008 = 1707 e 1613.

Fig. 13 – Nacionalidade dos principais actores, por ano e por serviço de programas

Nacionalidade do Protagonista	Telejornal (RTP1)				Jornal da Noite (SIC)				Jornal Nacional (TVI)				Total			
	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009	%			Var. 2008/2009
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Nacional	72,2	70,3	70,3	=	72,7	69,8	70,1	+	76,7	77,9	76,1	-	74,0	72,7	72,1	-
Internacional	27,8	29,7	20,8	-	27,3	30,2	20,5	-	23,3	22,1	15,9	-	26,0	27,3	19,1	-
Ambas as Nacionalidades	n.a.	n.a.	1,6	n.a.	n.a.	n.a.	1,4	n.a.	n.a.	n.a.	1,8	n.a.	n.a.	n.a.	1,6	n.a.
Não Identificável	n.a.	n.a.	7,3	n.a.	n.a.	n.a.	8,0	n.a.	n.a.	n.a.	6,1	n.a.	n.a.	n.a.	7,2	n.a.
Total	100 (562)	100 (563)	100 (573)	+	100 (521)	100 (517)	100 (635)	+	100 (587)	100 (533)	100 (553)	+	100 (1670)	100 (1613)	100 (1761)	+

Nota: total de peças emitidas e analisadas em 2007, 2008 e 2009 = 2036, 2074 e 2002. Total de peças com *protagonistas* identificados em 2009 = 1761. Total de peças com identificação da nacionalidade dos *protagonistas* em 2007 e 2008 = 1670 e 1613. Valores em percentagem.

Observa-se, através da figura 13, que em 2009 se mantém a maioria de *actores nacionais* presentes nos três blocos informativos, já registada em 2007 e em 2008, embora marcada por uma variação percentual negativa no Jornal Nacional da TVI e a estagnação dos valores no Telejornal da RTP1.

Também os *actores internacionais* registam uma variação percentual negativa, face a 2008.

De sublinhar, ainda, o peso das peças em que *não é possível identificar a nacionalidade dos actores*, especialmente no Jornal da Noite da SIC.

SÍNTESE CONCLUSIVA

1. Da análise comparativa da informação emitida nos blocos informativos de horário nobre nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, nos meses de Julho a Dezembro de 2007, 2008 e 2009, resultam os seguintes dados:

2. Relativamente ao **Telejornal da RTP1** e no que respeita à *duração média* das peças, verifica-se um acréscimo de 4 segundos, ao contrário da tendência observada para o biénio 2007/2008.

3. Em 2009, o Telejornal regista, genericamente, uma tendência para continuar a privilegiar os *temas*, *fontes* e *actores* do campo *político nacional*, com uma variação percentual positiva em 2009 ao contrário daquela verificada no biénio anterior no que respeita às *fontes* e aos *actores*. A categoria *desporto*, embora permaneça entre as mais relevantes, perde peso em 2009, excepto no que concerne às fontes.

4. Já as áreas *sistema judicial* e *saúde e acção social* tendem a ganhar relevo comparativamente aos anos anteriores no que se refere a *temas*, *fontes* e *actores*, devido, essencialmente, à mediatização da Gripe A e dos “casos Freeport, BPN e Face Oculta”. Esta tendência é comum aos três blocos informativos.

5. Por seu turno, o *tema relações laborais* continua a ser, em 2009, como em 2008 e 2007 (3%, 2,7% e 2,5%, respectivamente), uma *temática* pouco abordada no Telejornal, tendo, porém, registado uma variação percentual positiva. Os *subtemas emprego/desemprego* e *políticas laborais das empresas/empresários* registaram uma variação percentual positiva em 2009, ao contrário dos subtemas *greves*, *protestos* e *manifestações laborais* e *acções sindicais* que decrescem face a 2008.

6. O *tema economia, finanças e negócios* apresenta, em 2009, no Telejornal, valores mais baixos que nos anos anteriores, o que se explica pelo incremento de outras categorias como *saúde e acção social* ou *sistema judicial*.

7. A cobertura do *tema cultura* aumentou em 2009 no Telejornal, o bloco que apresentava em 2007 e 2008 valores mais baixos neste indicador, mantendo, ainda assim, valores muito baixos nesta categoria (cerca de 4% dos *temas*). Em 2009, os três operadores apresentam valores idênticos, embora baixos (4% a 4,5% dos *temas*), no que respeita à cobertura do *tema cultura*.

8. Os *grupos minoritários* continuaram, em 2009, ausentes como *temática* no Telejornal, o mesmo sucedendo enquanto *fontes* de informação. Como *protagonistas* das peças jornalísticas, a sua presença é residual e apresenta um decréscimo face a 2008.

9. O **Jornal da Noite da SIC** é o bloco informativo cujas peças sofrem maior decréscimo de *duração média* em 2009.

10. Ao contrário da tendência verificada em 2007 e 2008 para conferir relevância a *temas* da área da *ordem interna*, a *política nacional* passa a ser o assunto mais presente, com uma variação percentual positiva acentuada, o que se justificará pela realização de três actos eleitorais. É também nesta categoria que se encontram as *fontes* e os *actores* mais presentes.

10. Também neste operador as áreas da *saúde e acção social* e *sistema judicial* registam acréscimos percentuais significativos

quer no que diz respeito aos *temas*, quer no que se refere às *fontes* e *actores*.

12. O *tema relações laborais* continua a ser, em 2009, como em 2007 e 2008 (2,6%, 2,4% e 3%, respectivamente), uma *temática* pouco abordada no Jornal da Noite, tendo registado uma variação percentual negativa. Os *subtemas emprego/desemprego, greves, protestos e manifestações laborais e políticas laborais das empresas/empresários* registaram uma variação percentual positiva em 2009.

13. O *tema economia, finanças e negócios* apresenta, em 2009, no Jornal da Noite, valores mais baixos que nos anos anteriores, o que se explica pelo incremento de outras categorias como *saúde e acção social* ou *sistema judicial*.

14. A cobertura do *tema cultura* manteve valores baixos em 2009 no Jornal da Noite, idênticos aos registados neste indicador em 2007 e 2008 (cerca de 4% dos *temas*).

15. Os *grupos minoritários* continuaram, em 2009, a ter expressão residual como *temática* no Jornal da Noite, o mesmo sucedendo enquanto *fontes* de informação e *protagonistas* das peças

jornalísticas. Em termos de *temática*, a representação cresce ligeiramente, não atingindo, porém, 1%.

16. Quanto ao **Jornal Nacional da TVI**, diminuiu a *duração média* das suas peças relativamente a 2008. Continuou, no entanto, em 2009, a ser o bloco informativo com peças de maior *duração média*.

17. No Jornal Nacional da TVI, decresce, em 2009, a tendência para privilegiar os *temas* do *desporto*, o que se relaciona com o relevo que assume o campo da *política nacional*.

18. No que concerne às *fontes* e *actores* mais presentes nas peças do Jornal Nacional, verifica-se a observância da tendência genérica de privilegiar as áreas da *política nacional* e do *desporto*. Também este operador revela um incremento, em 2009, de *temas* e *actores* do *sistema judicial* e da *saúde e acção social* e *fontes* da *saúde e acção social*.

19. Por seu turno, o *tema relações laborais* continua a ser, em 2009, tal como em 2007 e 2008 (3,2%, 2,7% e 2,2%, respectivamente), uma *temática* pouco abordada no Jornal Nacional, tendo, apesar disso, registado uma variação percentual positiva

em 2009. Os subtemas *emprego/desemprego* e *greves, protestos e manifestações laborais* registaram uma variação percentual positiva em 2009.

20. Genericamente, observa-se, em 2009, face a período homólogo de 2008, uma tendência para o decréscimo da relevância noticiosa da *ordem interna* e do *desporto* (embora continuem entre os temas mais tratados) nos três blocos. Verifica-se o aumento da relevância conferida aos temas de *política nacional* nos três serviços de programas, justificada pela realização de três actos eleitorais.

21. Verifica-se também um significativo decréscimo da relevância conferida aos *protagonistas* das áreas do *desporto* e *sociedade*, tendo, inclusive, a categoria *sociedade* transitado da segunda para a quarta posição no que respeita aos *actores*. Enquanto *fontes de informação*, a tendência genérica é semelhante, embora a categoria *sociedade* se mantenha entre as três mais frequentes.

22. Em termos de temas com peso marcante na informação emitida, salienta-se a intensa mediatização da Gripe A e dos “casos Freepport, BPN e Face Oculta”, que se repercutiu no relevo atin-

gido em 2009 por assuntos relacionados com *saúde e acção social* e *sistema judicial*.

23. O tema *economia, finanças e negócios* apresenta, em 2009, valores mais baixos que nos anos anteriores, em paralelo com o acréscimo de outras categorias, como *saúde e acção social* ou *sistema judicial*.

24. A cobertura do tema *cultura* manteve, em 2009, valores baixos (cerca de 4% dos temas).

25. Os *grupos minoritários* continuaram, em 2009, a ter expressão residual como *temática*, o mesmo sucedendo enquanto *fontes de informação* e *protagonistas* das peças jornalísticas. A sua representação não atinge 1%.

26. No que respeita às *fontes de informação*, identifica-se uma tendência comum para a não identificação clara das mesmas, embora se verifique um acréscimo da percentagem de fontes identificadas em 2009, face a 2008. A esta tendência junta-se o acréscimo de peças que consultam *fontes de informação múltiplas* e, conseqüentemente, a diminuição da percentagem de peças com *fonte única*.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

Anúncio da Programação

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

1.1. OBJECTIVOS

Os deveres dos operadores de televisão, relativamente ao anúncio da programação dos seus serviços de programas, foram introduzidos com a publicação da Lei da Televisão, n.º 27/2007, de 30 de Julho, tendo a Entidade Reguladora iniciado a verificação do cumprimento deste normativo em Setembro de 2007.

Nos termos do n.º 1 do artigo 29.º da lei da Televisão, “os operadores devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação dos serviços de programas televisivos de que sejam responsáveis.”

Ainda de acordo com o n.º 2 do mesmo dispositivo legal, a “programação anunciada, assim como a sua duração prevista e horário de emissão, apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas”.

No presente relatório, pretende-se uma avaliação do comportamento dos serviços de programa, no que respeita ao cumprimento das respectivas obrigações em matéria de anúncio da programação.

1.2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

A fim de verificar o cumprimento do normativo descrito, é efectuado o confronto entre a programação anunciada e a emitida, utilizando como fontes as grelhas da programação enviadas à ERC pelos operadores, a informação dos respectivos sítios oficiais na internet, os anúncios da programação divulgados na imprensa diária e, ainda, a aplicação informática desenvolvida pela Marktest a pedido da ERC, designada “Análise das grelhas de programação”.

Através desta ferramenta, é possível verificar diariamente as situações de desvios da programação anunciada, que se traduzem, fundamentalmente, nas seguintes ocorrências:

- ▶ Situações de antecipação, nas quais o programa é emitido antes do horário anunciado.
- ▶ Situações de atraso na emissão, verificando-se que o programa é emitido após o horário anunciado.
- ▶ Situações de anúncio de um programa que não é emitido, isto é, a emissão do programa estava prevista num determinado dia

e hora na grelha remetida à ERC com 48 horas de antecedência, e, por circunstâncias diversas, não é, de todo, emitido.

- ▶ Situações de emissão de programa que não havia sido anunciado, por conseguinte não constava das grelhas de programação remetidas à ERC, e é emitido, sem que a sua inserção respeitasse o prazo de divulgação legalmente estabelecido.

As ocorrências registadas são analisadas e poderão ser consideradas justificadas ou não justificadas, tendo presentes os critérios de excepção definidos no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão, 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 imprevisas ou em casos de força maior”. O apuramento das situações enquadráveis nas referidas excepções é efectuado mediante pronúncia dos operadores e verificação da respectiva emissão, no sentido da confirmação do alegado pelo operador.

A análise que segue incidiu sobre a emissão diária dos serviços de programas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo sido excluídos dos resultados os desvios de valor inferior ou igual a três minutos.

No presente Relatório, incluem-se, para além dos quadros descritivos, suporte de leitura, gráficos que possibilitam uma panorâmica geral do comportamento dos diversos operadores e uma avaliação da evolução ocorrida ao longo do ano de 2009.

2. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

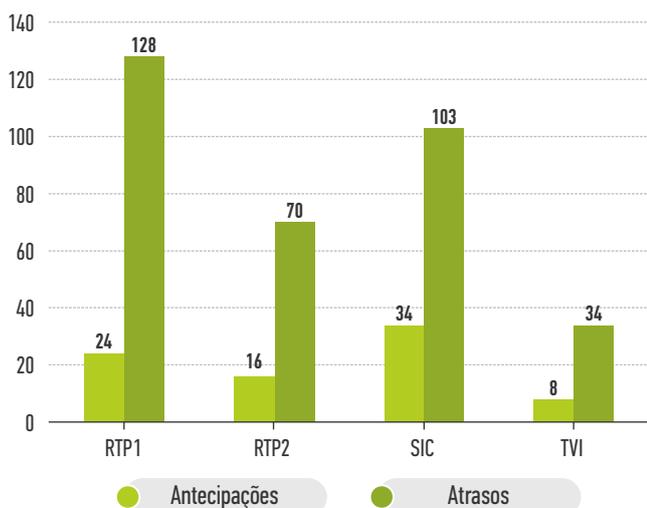
2.1. ANÁLISE DAS ALTERAÇÕES DOS HORÁRIOS

Do acompanhamento da emissão diária dos serviços de programas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, e tendo sido excluídos dos resultados os desvios de valor inferior ou igual a três minutos, é possível verificar as situações de antecipação e de atraso na emissão registadas ao longo de 2009 (figs. 1 e 2).

Fig. 1 – Programas exibidos antes e depois do horário anunciado

Ano 2009	Antes e depois do horário / >3m				
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total
Antecipações	24	16	34	8	82
Atrasos	128	70	103	34	335
Total	152	86	137	42	417

Fig. 2 – Programas exibidos antes e depois do horário anunciado



Verifica-se que, no ano de 2009, ocorreu um total de 417 casos de alteração dos horários anunciados, dos quais 82 se referem a antecipação relativamente ao horário da programação anunciada e 335 reportam a situações de exibição depois do horário divulgado (fig. 1).

Os serviços onde se regista menor número de ocorrências são a TVI e a RTP2, com 42 e 86 situações, respectivamente (fig. 2).

Nos quatro operadores analisados, verifica-se que Julho é o mês em que ocorrem mais antecipações em relação aos horários anunciados – um total de 17 ocorrências –, destacando-se o mês de Maio, que não regista qualquer ocorrência.

Em Janeiro, a RTP1 regista nove casos. Nos meses de Fevereiro, Março, Maio, Junho e Novembro, o primeiro serviço de programas do operador público não regista qualquer ocorrência.

Fig. 3 – Programas exibidos antes do horário anunciado
Evolução Janeiro/Dezembro 2009

Ano 2009	Antes do horário / >3m				Total
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	
Janeiro	9	0	4	0	13
Fevereiro	0	1	4	0	5
Março	0	0	0	2	2
Abril	5	0	1	1	7
Maio	0	0	0	0	0
Junho	0	1	1	1	3
Julho	4	8	4	1	17
Agosto	1	5	2	1	9
Setembro	3	1	8	0	12
Outubro	1	0	6	2	9
Novembro	0	0	4	0	4
Dezembro	1	0	0	0	1
Total	24	16	34	8	82

A RTP2, em Julho, tem oito casos, e nos meses de Março, Abril, Maio, Outubro, Novembro e Dezembro a programação anunciada não sofre qualquer alteração, cumprindo os horários e grelhas apresentados.

A SIC regista o maior número de incumprimentos em Setembro. Em Março, Maio e Dezembro não regista qualquer ocorrência.

Tal como em anos anteriores, o serviço de programas da TVI é o que conhece o menor número de irregularidades (fig.4).

O mês de Setembro é o que regista o maior número de atrasos nos horários de programação anunciados, perfazendo um total de 49. Novembro, apenas com 12 casos, é o que regista o menor número de situações.

Constata-se, ao longo do ano, alguma oscilação no comportamento dos operadores neste domínio, verificando-se um maior volume de atrasos nos horários de programação anunciados entre os meses de Maio a Outubro.

Fig. 4 – Programas exibidos antes do horário anunciado

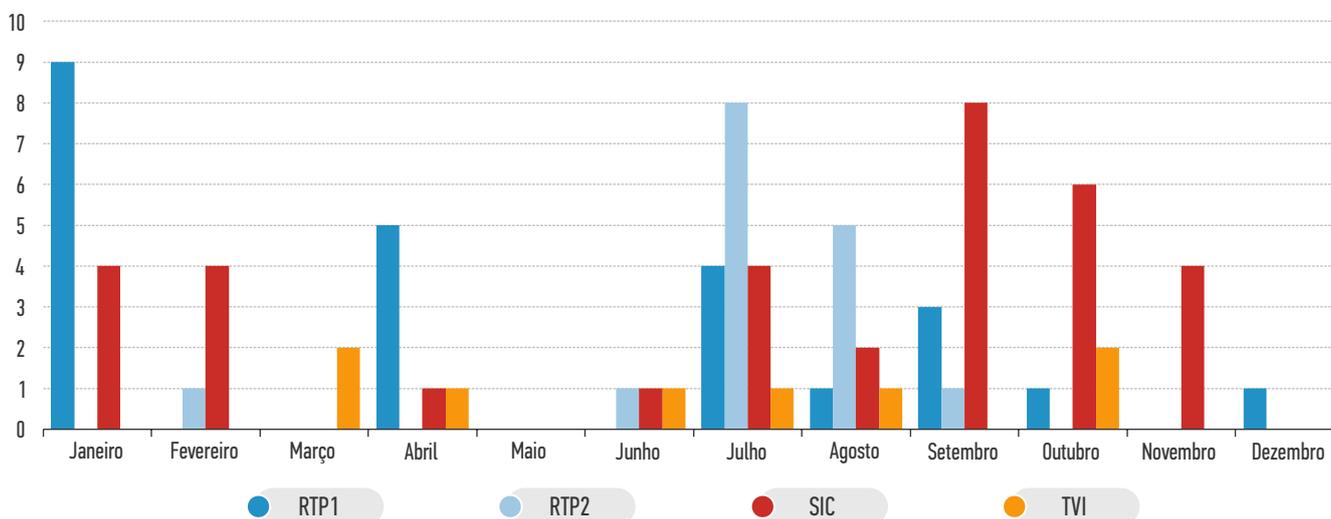


Fig. 5 – Programas exibidos depois do horário anunciado
Evolução Janeiro/Dezembro 2009

Ano 2009	Depois do horário / >3m				Total
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	
Janeiro	16	1	12	2	31
Fevereiro	7	10	1	2	20
Março	7	7	2	0	16
Abril	7	8	2	3	20
Maio	14	4	6	4	28
Junho	14	7	5	3	29
Julho	10	12	15	3	40
Agosto	21	6	3	6	36
Setembro	16	8	22	3	49
Outubro	6	0	27	2	35
Novembro	3	4	1	4	12
Dezembro	7	3	7	2	19
Total	128	70	103	34	335

A RTP1 e a TVI registam o maior número de casos em Agosto, respectivamente 21 e seis, a RTP2 regista 12 situações no mês de Julho e a SIC figura com 27 ocorrências em Outubro.

No ano em análise, a TVI e a RTP2 são os serviços de programas com o menor número de irregularidades.

Verifica-se que, no conjunto, os quatro serviços de programas analisados sofrem uma acentuada subida nas antecipações da programação nos meses de Julho a Setembro (fig. 4), registando-se um aumento considerável de atrasos na programação entre os meses de Maio a Outubro (fig. 6).

2.2. ANÁLISE DAS ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO

A análise às alterações da programação anunciada compreende, ainda, duas outras vertentes para além das já referidas, mediante as quais são apuradas as situações em que o operador anuncia a emissão de um programa, para um determinado dia e hora, o qual não é emitido, e situações de emissão de programa que,

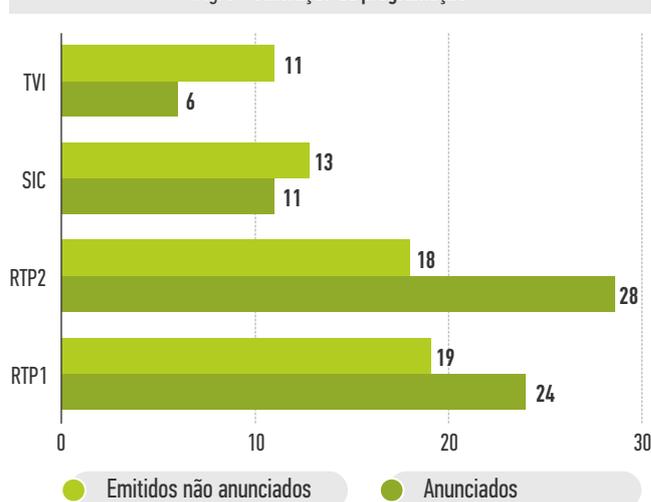
não tendo sido previamente anunciado – por conseguinte não constava das grelhas de programação remetidas à ERC –, é emitido, sem que a sua inserção respeitasse o prazo de divulgação legalmente estabelecido.

Esta análise decorre do acompanhamento da emissão diária dos serviços de programas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, ao longo do ano de 2009.

Fig. 7 – Casos de alteração da programação

Alteração da programação 2009					
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total
Anunciados não emitidos	24	28	11	6	69
Emitidos não anunciados	19	18	13	11	61
Total	43	46	24	17	130

Fig. 8 – Alteração da programação



Relativamente às alterações de programação em 2009, registam-se 130 casos, dos quais, 69 de programas anunciados e não exibidos, e 61 de programas exibidos e não anunciados (fig. 7).

Fig. 6 – Programas exibidos depois do horário anunciado

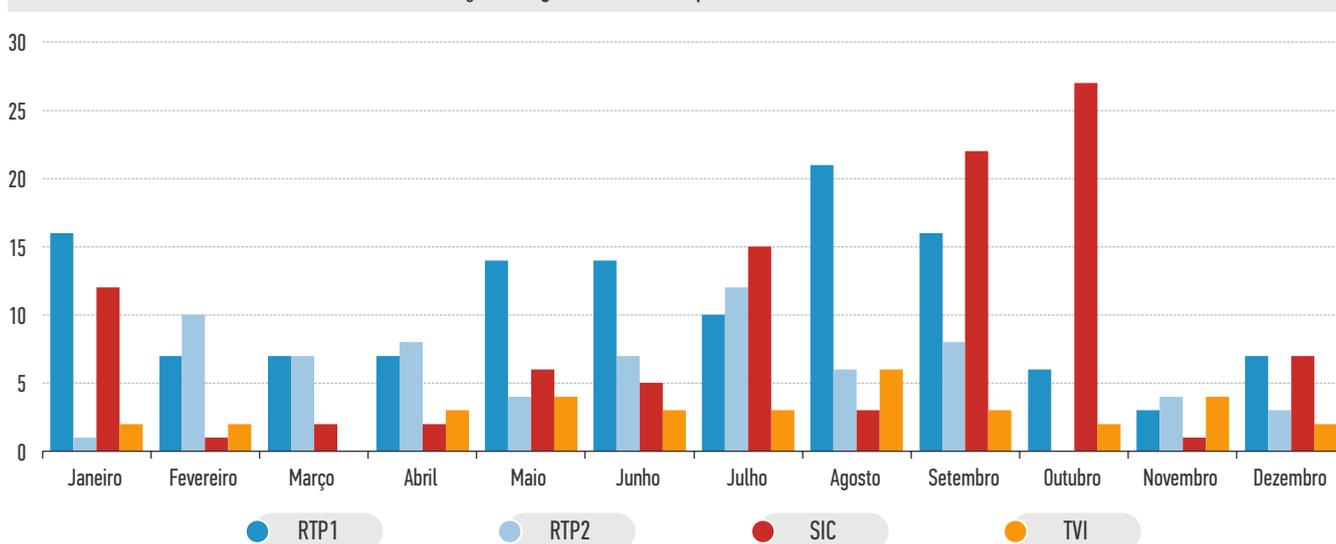


Fig. 9 – Programas emitidos e não anunciados
Evolução Janeiro/Dezembro 2009

2009	Programas emitidos não anunciados				Total
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	
Janeiro	3	0	4	1	8
Fevereiro	0	0	0	1	1
Março	0	1	0	0	1
Abril	1	0	0	0	1
Maió	5	2	1	2	10
Junho	1	2	1	0	4
Julho	1	4	2	0	7
Agosto	6	4	3	4	17
Setembro	1	1	1	0	3
Outubro	0	0	1	1	2
Novembro	0	0	0	1	1
Dezembro	1	4	0	1	6
Total	19	18	13	11	61

O operador RTP é o que regista maior número de ocorrências, quer em programas anunciados e não exibidos, quer em programas exibidos e não anunciados; a RTP2 com 47, e a RTP1 totaliza 43 ocorrências. Na SIC verificam-se 30 situações e na TVI 17 (fig. 8).

Dos programas exibidos e não anunciados, num total de 61 (fig.

Fig. 11 – Programas anunciados não exibidos
Evolução Janeiro/Dezembro 2009

2009	Programas anunciados não exibidos				Total
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	
Janeiro	2	0	1	0	3
Fevereiro	0	0	0	0	0
Março	0	2	1	0	3
Abril	3	0	0	1	4
Maió	2	5	0	0	7
Junho	3	4	1	0	8
Julho	0	4	1	1	6
Agosto	8	7	4	2	21
Setembro	1	0	1	0	2
Outubro	4	1	2	1	8
Novembro	0	2	0	0	2
Dezembro	1	3	0	1	5
Total	24	28	11	6	69

9), o maior número verifica-se no mês de Agosto, com 17 casos; nos meses de Fevereiro, Março, Abril e Novembro regista-se uma situação. Os serviços de programas RTP1 e RTP2, no total do ano, tiveram valores muito próximos, 19 e 18; seguindo-se a SIC com 13 e a TVI como o serviço em que se regista o menor número de casos, 11. (fig. 9).

Fig. 10 – Programas emitidos e não anunciados

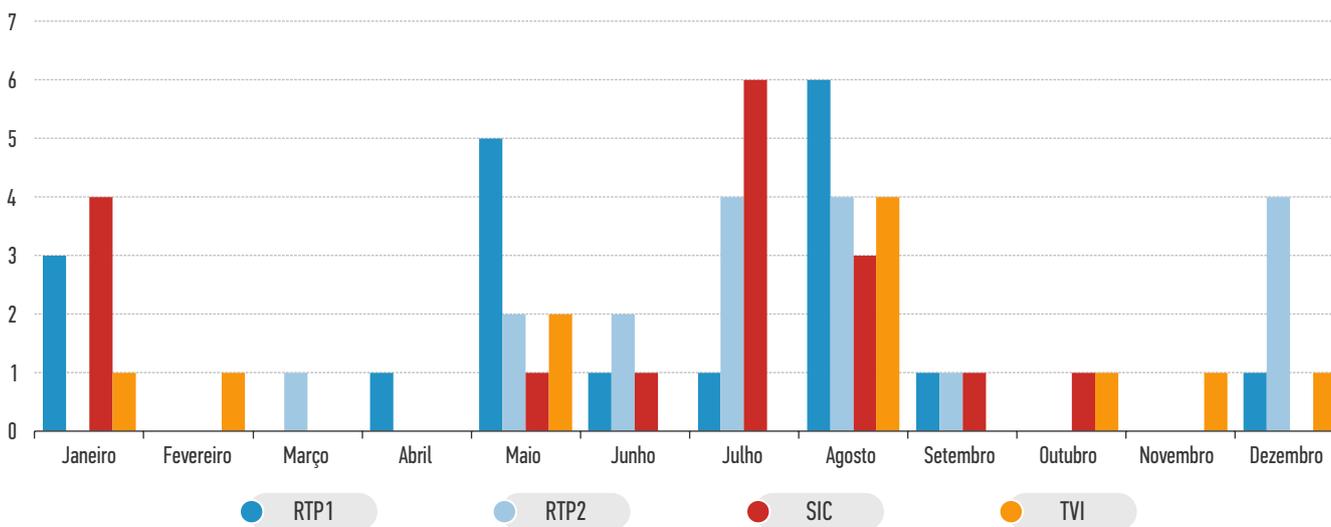


Fig. 12 – Programas anunciados não exibidos

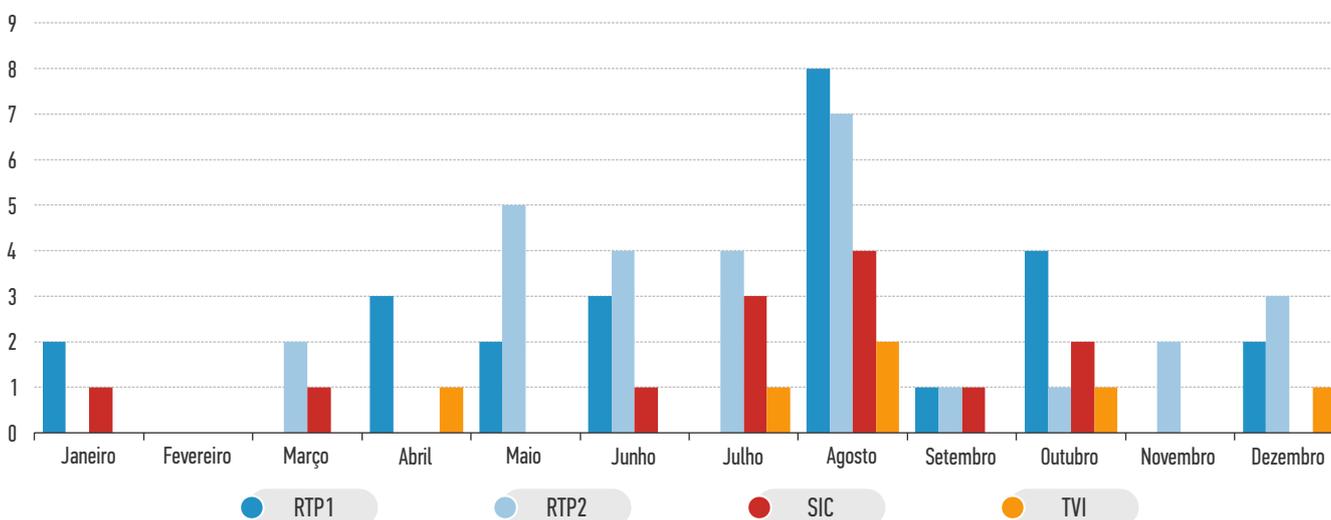
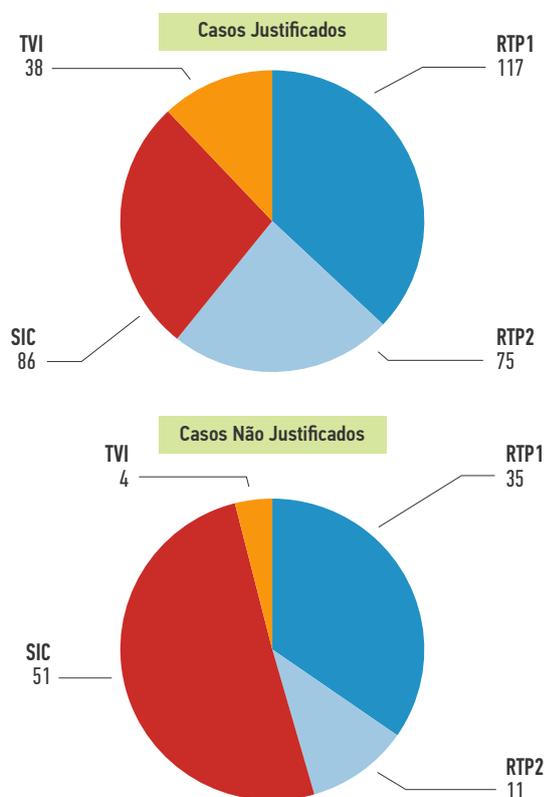


Fig. 13 – Número de casos de alteração dos horários da programação – Janeiro/Dezembro 2009

2009	Alteração de horários									
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total
	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	N JUST
Janeiro	5	1	9	2	17	20	0	7	0	27
Fevereiro	4	4	1	1	10	3	7	4	1	15
Março	0	5	1	2	8	7	2	1	0	10
Abril	9	7	2	4	22	3	1	1	0	5
Mai	12	4	3	4	23	2	0	3	0	5
Junho	14	7	6	3	30	0	1	0	1	2
Julho	14	20	11	2	47	0	0	8	2	10
Agosto	22	11	5	7	45	0	0	0	0	0
Setembro	19	9	20	3	51	0	0	10	0	10
Outubro	7	0	16	4	27	0	0	17	0	17
Novembro	3	4	5	4	16	0	0	0	0	0
Dezembro	8	3	7	2	20	0	0	0	0	0
Total	117	75	86	38	316	35	11	51	4	101

Fig. 14 – Alteração dos horários da programação



No que respeita aos programas anunciados e não emitidos, num total de 69 casos (fig. 11), o maior número, 21, ocorre no mês de Agosto, em contrapartida não foram apuradas quaisquer situações de não exibição de programação anunciada no mês de Fevereiro.

O operador RTP é o que regista, ao longo do ano, mais ocorrências, designadamente 28 na RTP2, 24 na RTP1. A SIC não exibiu 11 programas anunciados e a TVI não exibiu seis.

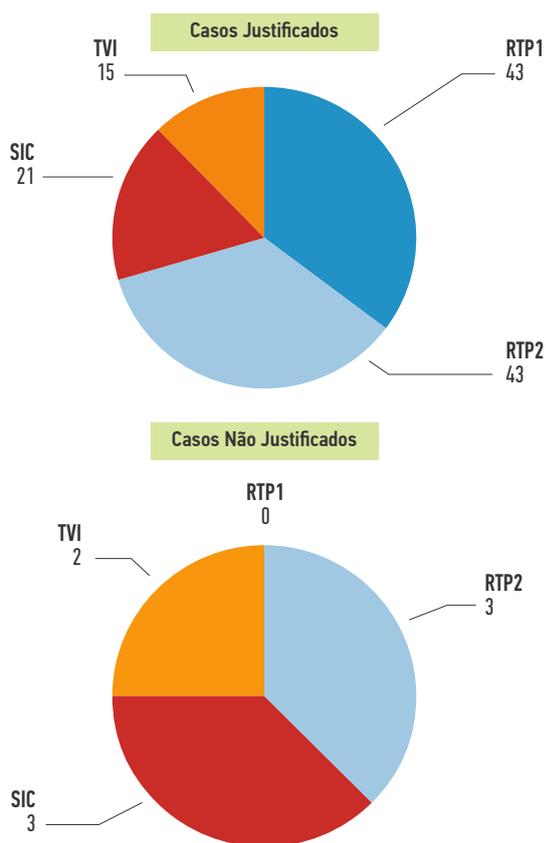
3. ANÁLISE DOS CASOS NO ANO 2009

A programação anunciada pelos operadores para um determinado dia, apenas poderá ser alterada com uma antecedência superior a 48 horas. Todavia, em determinadas circunstâncias, poderá considerar-se que a obrigação de cumprimento do prazo para alteração é afastada. Tais circunstâncias encontram-se definidas no artigo 29.º, n.º 3, da Lei da Televisão, a saber: situações em que “a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior”.

Fig. 15 – Número de casos de alteração da programação – Janeiro/Dezembro 2009

2009	Alteração da Programação									
	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total	RTP 1	RTP 2	SIC	TVI	Total
	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	JUST	N JUST
Janeiro	5	0	5	0	10	0	0	0	1	1
Fevereiro	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Março	0	3	0	0	3	0	0	1	0	1
Abril	4	0	0	1	5	0	0	0	0	0
Mai	7	7	1	2	17	0	0	0	0	0
Junho	4	6	2	0	12	0	0	0	0	0
Julho	1	8	1	1	11	0	0	2	0	2
Agosto	14	11	7	6	38	0	0	0	0	0
Setembro	2	1	2	0	5	0	0	0	0	0
Outubro	4	0	3	2	9	0	1	0	0	1
Novembro	0	1	0	1	2	0	1	0	0	1
Dezembro	2	6	0	2	10	0	1	0	0	1
TOTAL	43	43	21	15	122	0	3	3	2	8

Fig. 16 – Alteração da programação



Assim, e para apuramento de tais circunstâncias, os operadores são convidados a justificar as alterações ocorridas e, se enquadráveis na previsão da norma, consideram-se justificados os desvios registados.

Em 2009, foram analisadas 417 situações de alteração dos horários de programação anunciados, abrangendo os quatro operadores (figs. 13 e 14). Da análise, retira-se que é no serviço de programas RTP1 que ocorre o maior número de casos justificados de alteração de horário, 117, seguido da SIC com 86, e da RTP2 e TVI, com 75 e 38, respectivamente.

Ainda no mesmo período e relativamente a casos não justificados, a TVI é o serviço de programas que apresenta o menor número, com quatro situações, seguido da RTP2, com 11, da RTP1 e da SIC, com 35 e 51 casos, respectivamente.

Analisadas as situações de alteração dos programas anunciados (fig.15), num total de 130 alterações, durante o ano de 2009, a

ERC considerou 122 casos devidamente justificados, tendo a RTP1 e a RTP2 registado mais casos, seguidos da SIC e da TVI.

Relativamente aos casos não justificados, há um total de oito, sendo a RTP2 e a SIC, os serviços de programas com mais situações, três. Na RTP1 foram consideradas justificadas a totalidade das situações.

4. EVOLUÇÃO 2008/2009

Face aos elementos agora disponíveis, importa conhecer a evolução relativamente ao ano anterior, evidenciando-se, porém, que a metodologia de acompanhamento dos operadores em matéria de cumprimento das obrigações de anúncio da programação sofreu, em Junho de 2008, alterações decorrentes da utilização da aplicação informática que permite efectuar a comparação entre a emissão real e o anúncio da programação.

Todavia, com base no acompanhamento efectuado ao longo do ano transacto e plasmado no Relatório de Regulação de 2008, proceder-se-á à comparação entre os dados anuais apurados.

Comparando os valores apurados – 1210 situações registadas em 2008 e 417 situações em 2009 –, observamos uma expres-

Fig. 18 – Análise comparativa – Alterações de horários – 2008/2009



Fig. 17 – Programas exibidos antes e depois do horário anunciado – 2008/2009 (n.º)

	RTP1			RTP2			SIC			TVI		
	2008	2009	Var. (n.º)	2008	2009	Var. (n.º)	2008	2009	Var. (n.º)	2008	2009	Var. (n.º)
Antecipações	116	24	-92	109	16	-93	212	34	-178	46	8	-38
Atrasos	201	128	-73	129	70	-59	317	103	-214	80	34	-46
Total de casos	317	152	-165	238	86	-152	529	137	-392	126	42	-84

siva redução, cerca de menos 66% dos casos, de situações de alteração de horário de emissão da programação em 2009, nos quatro operadores, relativamente ao total das situações registadas em 2008 (figs. 17 e 18).

Fig. 19 – Casos de alteração da programação por antecipação da emissão 2008/2009 (n.º)

ANTECIPAÇÕES				
Serviço de programas	2008	2009	Var. (n.º)	Var. (%)
RTP1	116	24	-92	-79%
RTP2	109	16	-93	-85%
SIC	212	34	-178	-84%
TVI	46	8	-38	-83%
Total	483	82	-401	-83%

Os casos de exibição de programas antes da hora anunciada registam uma descida bastante acentuada, destacando-se os serviços de programas RTP1 e SIC, que, no ano de 2008, apresentaram 116 e 212 casos, respectivamente, e no ano de 2009 registaram 24 e 34 situações, respectivamente. À semelhança do ano de 2008, a TVI é o serviço de programas no qual se regista o menor número de desvios, oito (fig. 19).

Fig. 20 – Casos de alteração da programação por atraso da emissão 2008/2009 (n.º)

ATRASOS				
Serviço de programas	2008	2009	Var. (n.º)	Var. (%)
RTP1	201	128	-73	-36%
RTP2	129	70	-59	-46%
SIC	317	103	-214	-68%
TVI	80	34	-46	-58%
Total	727	335	-392	-54%

Os casos de exibição de programas depois da hora anunciada registam, igualmente, uma significativa descida; destacam-se as descidas dos serviços SIC e da RTP1, que diminuem, no total de casos registados, em relação ao ano transacto, em 214 e 73 desvios, respectivamente (fig. 20).

Ainda no âmbito da avaliação comparativa, abrangendo os anos de 2008 e 2009, dos quatro operadores, no que concerne ao cumprimento das obrigações de anúncio de programação, importará analisar as situações referentes às alterações de programação decorrentes da emissão de programas que não estavam anunciados (fig. 21) ou da não exibição de programas que haviam sido anteriormente anunciados (fig. 22).

Dos valores totais comparativos de casos registados de alteração de programação – 147 ocorrências em 2008 e 137 em 2009 –, é possível inferir que a média deste tipo de alterações não sofre gran-

Fig. 21 – Antecipações – 2008/2009

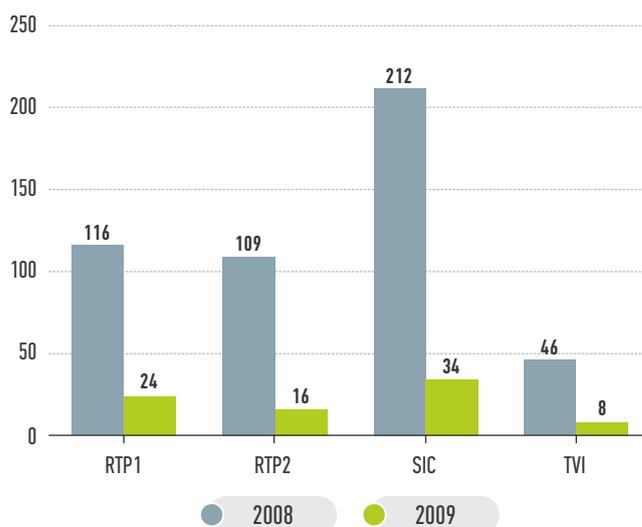
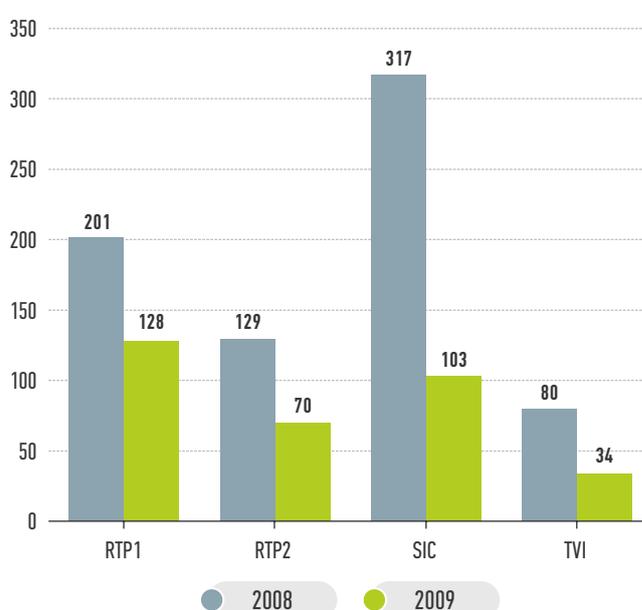


Fig. 22 – Atrasos – 2008/2009



des oscilações de um ano para o outro, apresentando uma média de menos 7% dos casos de 2008 para 2009 (figuras 23 e 24).

No que respeita aos programas anunciados e não exibidos, os serviços de programas RTP1, RTP2 e TVI aumentam em relação ao ano de 2008 – dez, cinco e dois casos, respectivamente. A SIC é o único operador no qual se regista uma diminuição de ocorrências de alteração de programação, perfazendo uma diferença de menos seis casos com relação aos registados no ano de 2008.

Fig. 23 – Programas anunciados e não exibidos e programas emitidos e não anunciados – 2008/2009 (n.º)

	RTP1			RTP2			SIC			TVI		
	2008	2009	Var. (n.º)									
Anunciados não emitidos	14	24	10	23	28	5	17	11	-6	4	6	2
Emitidos não anunciados	32	19	-13	24	18	-6	18	13	-5	15	11	-4
Total	46	43	-3	47	46	-1	35	24	-11	19	17	-2

Fig. 24 – Análise comparativa – Alterações de programação – 2008/2009 (n.º)

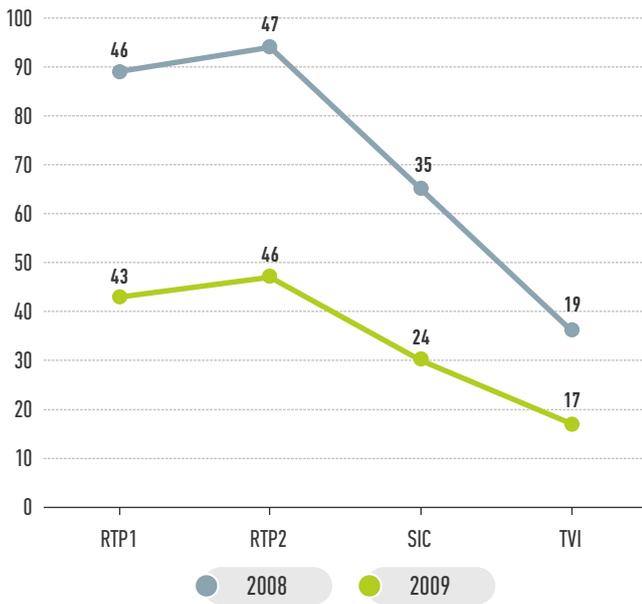


Fig. 25 – Casos de alteração da programação – 2008/2009 (n.º)

PROGRAMAS ANUNCIADOS NÃO EMITIDOS				
Serviço de programas	2008	2009	Var. (n.º)	Var. (%)
RTP1	14	24	10	71%
RTP2	23	28	5	22%
SIC	17	11	-6	-35%
TVI	4	6	2	50%
Total	58	69	11	19%

Fig. 26 – Casos de alteração da programação – 2008/2009 (n.º)

PROGRAMAS EMITIDOS NÃO ANUNCIADOS				
Serviço de programas	2008	2009	Var. (n.º)	Var. (%)
RTP1	32	19	-13	-41%
RTP2	24	18	-6	-25%
SIC	18	13	-5	-28%
TVI	15	11	-4	-27%
Total	89	61	-28	-31%

Quanto aos casos de programas emitidos e não anunciados, todos os serviços de programas registam uma diminuição das situações apuradas, sendo a descida mais expressiva a do serviço de programas RTP1, com menos 13 casos do que os assinalados no ano anterior. O serviço que tem uma descida menos significativa, é a TVI, no qual a variação foi de apenas 4 casos.

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

No ano de 2009, o comportamento dos operadores é oscilante em matéria de cumprimento das obrigações decorrentes do artigo 29.º da Lei da Televisão, registando-se um total de 417 situações de alteração dos horários da programação, dos quais, 82 se referem a ocorrências de antecipação do horário de programação e 335 a atrasos sobre o mesmo. No cômputo global, a TVI é o serviço de programas no qual se verificam menos desvios, com 42 situações, seguido da RTP2, com 86, da SIC, com 137, e da RTP1, com 152 casos.

Dos casos analisados, é possível concluir que 316 das situações assinaladas enquadram-se na previsão do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e, por conseguinte, ter-se-á por justificada a ocorrência da alteração num prazo inferior às 48 horas que precedem a respectiva emissão, a saber: 117 da RTP1, 75 da RTP2, 86 da SIC e 38 da TVI.

Na análise efectuada, é, igualmente, apurado um total de 130 casos de alteração dos programas anunciados, 69 dos quais se reportam a situações de programas anunciados e não exibidos e 61 a programas exibidos e não anunciados. O operador RTP é o que regista o maior número de ocorrências neste domínio – 46 na RTP2 e 43 na RTP1 –, seguido do serviço de programas SIC (24) e, por fim, da TVI (17).

Também, nesta sede, e após análise das 130 ocorrências, são tidos por enquadráveis na excepção consagrada no n.º 3 do artigo 29.º do referido diploma, 122 casos de alteração da programação – 43 na RTP1, 43 na RTP2, 21 na SIC e 15 na TVI.

Comparados os resultados do ano anterior com os ora apurados, é de evidenciar a diminuição significativa das ocorrências relativas a alteração de horário de emissão da programação, com menos 66% dos casos, verificando-se, por outro lado, que as alterações de programação sofreram uma variação negativa de apenas 12% relativamente aos casos apurados em 2008.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

Defesa da Língua Portuguesa

Produção Europeia e Produção Independente

Defesa da Língua Portuguesa

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1. OBJECTIVOS

Os operadores televisivos sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, no âmbito do artigo 44.º da Lei da Televisão, que pretende defender o património linguístico nacional.

A análise dos resultados obtidos nos diversos serviços de programas generalistas e temáticos, no que respeita a estas obrigações, tem como referência as quotas mínimas legalmente previstas incluídas na figura 1.

Fig. 1 – Quotas de difusão de obras audiovisuais (Lei da Televisão)

Difusão de obras audiovisuais – Defesa da língua portuguesa	Quotas
Programas originariamente em língua portuguesa (n.º 2 do art. 44.º da Lei da Televisão)	Mínimo 50%
Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do art. 44.º da Lei da Televisão)	Mínimo 20%

1.2. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

Nos termos do artigo 49.º da Lei da Televisão (Dever de Informação), “os operadores de televisão estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com modelo por ela definido, todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º”.

Neste capítulo são analisados os dados apresentados pelos operadores no Portal TV-ERC e validados pela Entidade Reguladora. Este portal permite aos operadores disponibilizar informação sobre as emissões dos seus serviços de programas, designadamente a identificação e duração dos programas, a classificação quanto ao género e ainda a indicação de primeira exibição, o ano da produção, o país de origem e a produtora.

Para além da avaliação do desempenho dos operadores, face às obrigações legalmente previstas em matéria de difusão de obras audiovisuais, no ano 2009 e a sua comparação com os valores obtidos no ano 2008, são apresentadas análises adicionais sobre a produção originária de países lusófonos que não Portugal e

sobre a produção nacional e nacional independente, abrangendo os serviços de programas de acesso não condicionado livre – RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Fig. 2 – Operadores e serviços de programas analisados

Operadores de Televisão	Serviços de Programas
RTP – Rádio Televisão Portuguesa	RTP 1
	RTP 2
	RTP Internacional
	RTP África
	RTP Memória
	RTP N
	RTP Madeira
	RTP Açores
	SIC – Sociedade Independente de Comunicação
	SIC Internacional
	SIC Radical
	SIC Mulher
	SIC Notícias
TVI – Televisão Independente	TVI
	TVI 24
ZON Conteúdos – Actividades de Televisão e de Produção de Conteúdos, SA	TV Cine 1
	TV Cine 2
	TV Cine 3
	TV Cine
	MOV *
Sport TV Portugal	Sport TV 1
	Sport TV 2
	Sport TV 3
	Sport TV África
	Sport TV HD
Av. Aliados – Soc. de Comunicação	Porto Canal
RNTV – Região Norte Televisão	RNTV
	MVM
Benfica TV	Benfica TV
MTV Networks	MTV Portugal

* Este serviço de programas transitou do operador ZON Conteúdos para o operador DREAMIA a 17 de Novembro de 2009.

Na figura 2 constam os operadores e serviços de programas abrangidos nesta avaliação.

1.3. DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente Relatório, apresentam-se algumas definições de termos utilizados:

1. **Operador de televisão** – “A pessoa colectiva responsável pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitada para o exercício da actividade de televisão” (alínea f) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão).
2. **Serviço de programas televisivo** – O conjunto sequencial e unitário de programas fornecidos por um operador de televisão.
3. **Programa originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa.
4. **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).
5. **Obra criativa/programa criativo** – “A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação, nomeadamente longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, reportagens, debates, entrevistas, telefilmes, séries televisivas, programas musicais, artísticos ou culturais e programas didácticos ou com componente formativa” (alínea c) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão).
6. **Produção nacional** – Conjunto das operações desde a concepção à produção de programas para emissão, efectuadas em território nacional.
7. **Produção nacional independente** – Obras de produção nacional provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão.

2. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Nos termos do n.º 2 do artigo 44.º da Lei da Televisão, “os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com excepção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50% das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, teletexto e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa.

Acrescenta o disposto legal, no ponto seguinte, que os serviços de programas “devem dedicar pelo menos 20% do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa”.

Ainda nos termos do artigo 44.º, o seu n.º4 prevê que, para ambas as quotas, possa contribuir, até um máximo de 25%, programação produzida em países lusófonos que não Portugal.

Os valores obtidos nos diversos serviços de programas sob jurisdição nacional, quer de tempos de emissão, quer das respectivas percentagens, são agrupados por operador, de acordo com a sequência apresentada na figura 2.

RTP

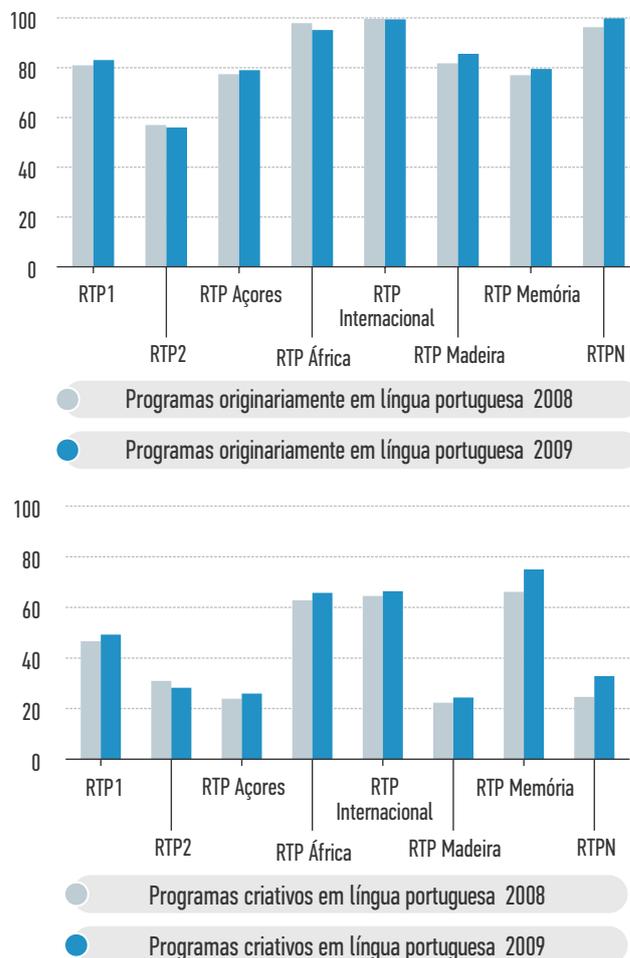
Fig. 3 – RTP / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e criativos em língua portuguesa

RTP	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
RTP1	5945:57:14	3520:09:36
RTP2	4691:56:35	2365:57:27
RTP Açores	6613:31:06	2166:58:29
RTP África	4853:27:31	3389:16:02
RTP Internacional	8022:58:00	5357:46:23
RTP Madeira	7132:29:27	2031:24:41
RTP Memória	5814:05:52	5486:42:26
RTP N	8178:58:41	2683:10:42

Fig. 4 – RTP / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

RTP	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
RTP1	81,0	83,1	↑	46,6	49,2	↑
RTP2	57,0	56,0	↓	30,9	28,2	↓
RTP Açores	77,4	79,0	↑	23,9	25,9	↑
RTP África	97,9	95,2	↓	62,8	65,7	↑
RTP Internacional	99,6	99,5	↓	64,5	66,4	↑
RTP Madeira	81,8	85,6	↑	22,3	24,4	↑
RTP Memória	77,0	79,5	↑	66,1	75,0	↑
RTP N	96,3	99,9	↑	24,6	32,8	↑

Fig. 5 – RTP / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



Em 2009, a RTP dedica mais de 50% das emissões dos seus serviços à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, tendo ultrapassado a quota mínima exigida na lei, oscilando as percentagens obtidas entre 99,9%, na RTPN (8178 horas) e 56,0% (4691 horas), na RTP2.

Os serviços de programas de âmbito internacional, designadamente a RTP África e a RTP Internacional, continuam a alcançar percentagens elevadas, superiores a 90%, o que confirma o seu objectivo de divulgação da língua e da cultura portuguesas.

Os serviços da RTP ultrapassam os valores mínimos exigidos para a quota de programas de natureza criativa, variando entre 75,0% (5486 horas), na RTP Memória, que regista a percentagem mais elevada, devido ao facto de a sua programação ser constituída essencialmente por conteúdos de natureza criativa de produção nacional, e 24,4% (2031 horas), na RTP Madeira.

À semelhança dos resultados obtidos para os programas originariamente em língua portuguesa, também neste item os serviços de vocação internacional, RTP Internacional e RTP África, para além da RTP Memória, alcançam os valores mais elevados (figs. 4, 5 e 6).

SIC

Fig. 6 – SIC / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

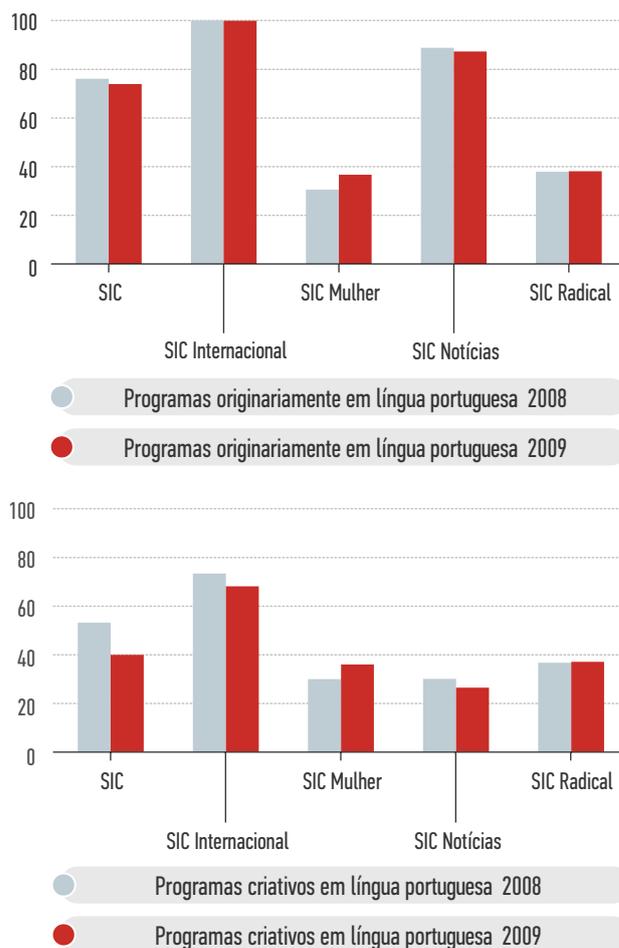
SIC	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
SIC	4898:58:50	2718:38:36
SIC Internacional	7829:42:43	5440:38:04
SIC Mulher	2934:06:06	2934:06:06
SIC Notícias	6750:03:55	2083:03:55
SIC Radical	3005:55:10	2979:06:49

Fig. 7 – SIC / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

SIC	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	SIC	76,1	73,9	↓	54,2	40,8
SIC Internacional	100	99,9	↓	74,9	69,5	↓
SIC Mulher	30,6	36,7	↑	30,6	36,7	↑
SIC Notícias	88,8	87,3	↓	30,7	27,0	↓
SIC Radical	37,9	38,1	↑	37,5	37,8	↑

O operador SIC atinge as percentagens mais elevadas nos serviços de programas SIC Notícias, 87,3% (6750 horas), e SIC Internacional, 99,9% (7829 horas); nos serviços SIC Mulher e SIC Radical, os resultados continuam a não atingir a quota exigida de 50%, com 36,7% (2934 horas) e 38,1% (3005 horas), respectivamente.

Fig. 8 – SIC / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



Os serviços de programas do operador SIC superam a percentagem mínima prevista na lei para os programas de natureza criativa, oscilando entre 69,5% (5440 horas), na SIC Internacional, e 27,0% (2083 horas), na SIC Notícias; no serviço de programas SIC Mulher, todos os conteúdos originariamente em língua portuguesa são considerados criativos e, quanto à SIC Radical, a diferença entre ambas as percentagens é ténue, indicando que a maioria dos programas é considerada de natureza criativa.

Relativamente aos valores obtidos no ano anterior, os únicos serviços que sobem as suas percentagens são a SIC Mulher e a SIC Radical, apesar de ainda não atingirem os níveis previstos na lei; os restantes serviços de programas descem os seus resultados em 2009 (figs. 6, 7 e 8).

TVI

O operador TVI atinge uma percentagem maioritária de programas originariamente em língua portuguesa no seu serviço de programas generalista, TVI, (75% – 4852 horas), tendo registado uma ligeira subida relativamente ao ano de 2008; a TVI 24 também

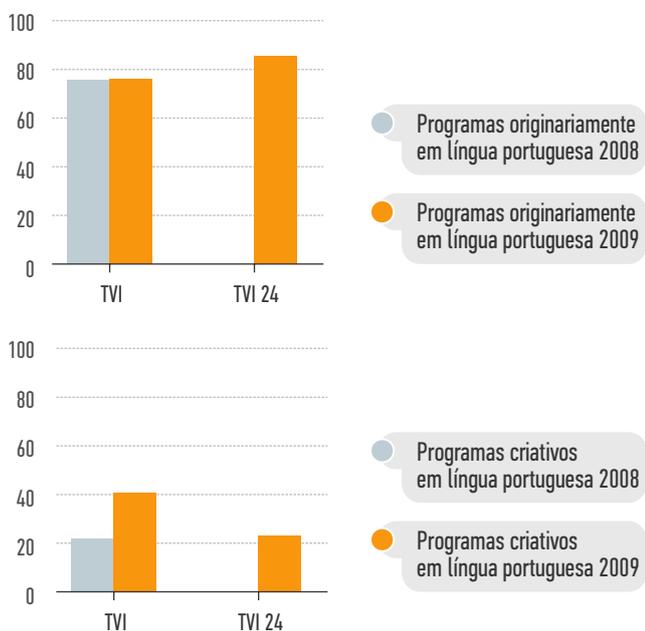
Fig. 9 – TVI / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

TVI	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
TVI	4852:57:23	2637:45:14
TVI 24	5760:29:54	1609:03:27

Fig. 10 – TVI / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

TVI	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
TVI	74,7	75,0	↑	21,9	40,8	↑
TVI 24	-	84,6	-	-	23,6	-

Fig. 11 – TVI / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



alcança uma percentagem elevada no primeiro ano de exercício da sua actividade (84,6% – 5760 horas).

Quanto aos programas criativos de produção originária em língua portuguesa, a TVI continua a cumprir a quota mínima de 20%, sendo de destacar o valor superior a 40% obtido em 2009 (2637 horas).

Em relação a 2008, regista-se uma significativa subida da percentagem de programas criativos, o que se deve aos espaços diariamente dedicados à difusão de conteúdos de ficção nacional, tais como séries e novelas.

O serviço temático informativo TVI24 também atinge a quota mínima exigida para estes conteúdos, com 23,6% (1609 horas) (figs. 9, 10 e 11).

SPORT TV

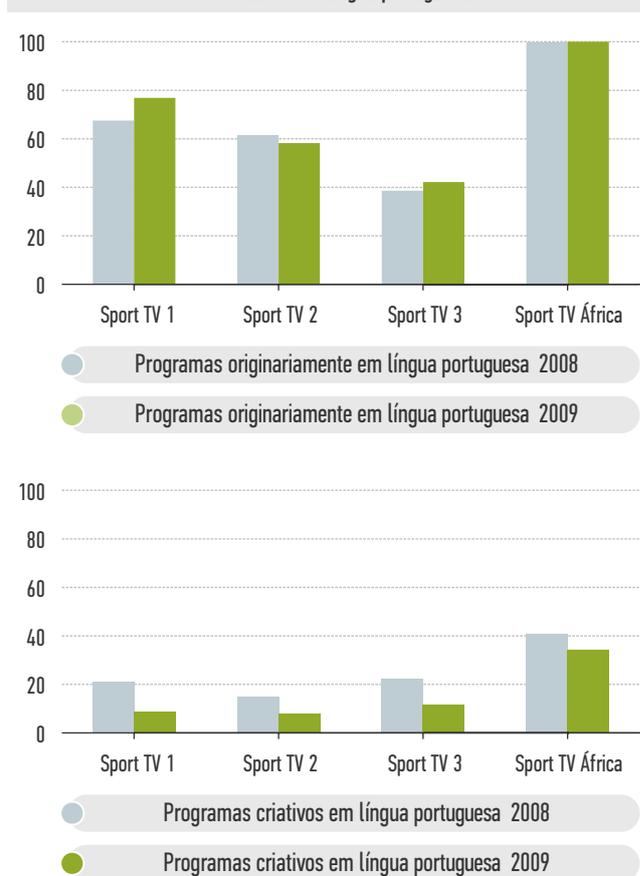
Fig. 12 – SPOR TV / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

SPORT TV	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
Sport TV 1	4617:15:04	463:22:35
Sport TV 2	2779:55:12	322:55:52
Sport TV 3	1648:51:40	431:00:46
Sport TV África	2322:12:06	793:47:07
Sport TV HD	2563:11:08	2:42:36

Fig. 13 – SPORT TV / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

SPORT TV	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
Sport TV 1	67,5	76,9	↑	20,1	7,7	↓
Sport TV 2	61,5	58,2	↓	14,4	6,8	↓
Sport TV 3	38,6	42,2	↑	21,8	11,1	↓
Sport TV África	99,8	100	↑	40,6	34,3	↓
Sport TV HD	-	77,5	-	-	0,1	-

Fig. 14 – SPORT TV / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



Os serviços do operador Sport TV alcançam percentagens superiores ao mínimo exigido, com excepção da Sport TV 3, cuja percentagem é de 42,2% (1648); a Sport TV África continua a destacar-se com a quota mais elevada, que este ano atingiu os 100% (2322).

Quanto aos programas de natureza criativa, o resultado mais expressivo é alcançado também no serviço Sport TV África, com 34,3% (793 horas); os restantes serviços não atingem a quota mínima prevista.

Nos diversos serviços deste operador, registam-se descidas, algumas bastante expressivas, como são os casos da Sport TV1 e da Sport TV2, que vêem as suas percentagens descer para níveis inferiores a 10% (figs. 12, 13 e 14).

ZON CONTEÚDOS

Fig. 15 – ZON Conteúdos / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

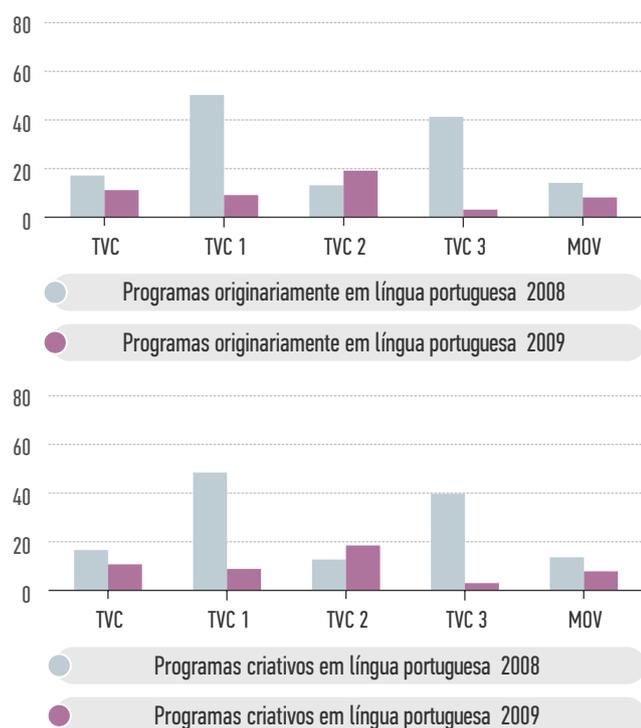
ZON CONTEÚDOS	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
TVC	91:56:11	91:56:11
TVC 1	78:16:47	78:16:47
TVC 2	161:08:25	161:08:25
TVC 3	27:44:38	27:44:38
MOV	67:17:26	67:17:26

Fig. 16 – ZON Conteúdos / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

ZON CONTEÚDOS	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	TVC	1,7	1,1	↓	1,7	1,1
TVC 1	5,0	0,9	↓	5,0	0,9	↓
TVC 2	1,3	1,9	↑	1,3	1,9	↑
TVC 3	4,1	0,3	↓	4,1	0,3	↓
MOV*	1,4	0,8	↓	1,4	0,8	↓

* Este serviço de programas transitou do operador ZON Conteúdos para o operador DREAMIA a 17 de Novembro de 2009 (Deliberação 8/AUT-TV/2009).

Fig. 17 – ZON Conteúdos / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



Nos serviços de programas do operador ZON, continuam a ser pouco expressivos os espaços dedicados a programas originariamente em língua portuguesa, devido às características específicas destes serviços, que difundem sobretudo obras de ficção (filmes e séries) produzidas nos EUA.

Os resultados situam-se entre 1,9%, o valor máximo alcançado no serviço de programas TVC 2, e 0,3%, no TVC 3.

Assim, no que respeita a este operador, deve ser considerado o critério de aplicação consignado no artigo 47.º da Lei da Televisão, isto é, “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos”.

O operador ZON Conteúdos comunicou a cessação da disponibilização do serviço de programas MOV, autorizando a utilização da marca pelo operador DREAMIA – Serviços de Televisão, SA, que passou a ser titular da autorização para a difusão do referido serviço desde 17 de Novembro de 2009 (Deliberação 8/AUT-TV/2009) (figs. 15, 16 e 17).

NEXT TV

Fig. 18 – Next TV / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

NEXT TV	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
RNTV	8376:45:00	5230:40:00
MVM	7779:19:55	7760:41:47

Fig. 19 – Next TV / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

NEXT TV	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	RNTV	100	99,5	↓	43,2	62,1
MVM	89,9	91,1	↑	89,9	90,9	↑

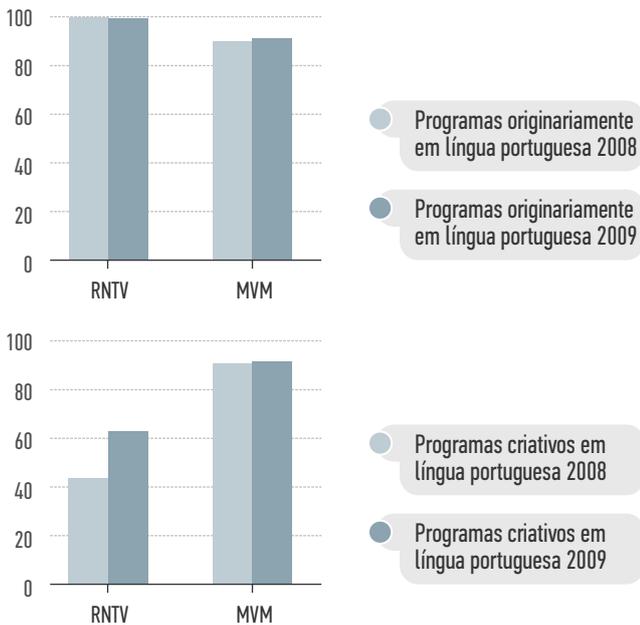
O serviço de programas RNTV, no que se refere aos programas originariamente em língua portuguesa, atinge um valor muito elevado, 99,5% (8376).

Quanto aos programas criativos de produção originária em língua portuguesa, a percentagem alcançada também se situa muito acima do mínimo de 20% exigido na lei, sendo superior a 60% (5230 horas).

Relativamente a 2008, ocorreu uma ténue descida no valor percentual dos programas originariamente em língua portuguesa e uma expressiva subida dos programas de natureza criativa.

O serviço de programas MVM obteve também valores elevados, destacando-se ainda o facto de apresentar resultados semelhantes

Fig. 20 – Next TV / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



em ambas as quotas, o que significa que a maioria dos programas originariamente em língua portuguesa, emitidos neste serviço, são de natureza criativa; as percentagens obtidas por este serviço subiram ligeiramente em 2009 (figs. 18, 19 e 20).

AVENIDA DOS ALIADOS – SOCIEDADE DE COMUNICAÇÃO

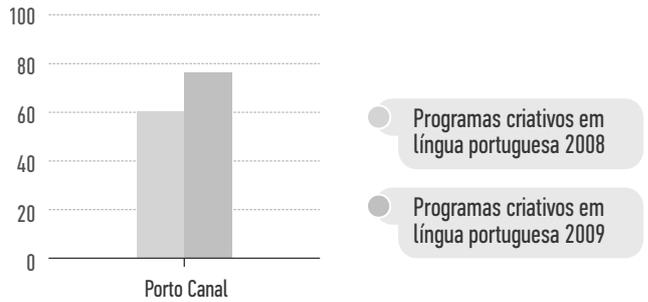
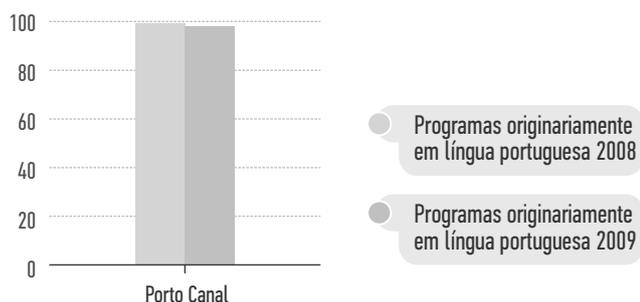
Fig. 21 – Av. Aliados – Soc. Com. / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

AV. ALIADOS Soc. de Comunic.	2009	
	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
Porto Canal	7919:44:20	6110:48:20

Fig. 22 – Av. dos Aliados – Soc. Com. / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

AV. ALIADOS Soc. de Comunic.	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	Porto Canal	98,8	97,6	↓	59,5	75,2

Fig. 23 – Av. dos Aliados – Soc. Com. / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



No serviço de programas Porto Canal foram difundidas percentagens muito superiores à quota exigida na lei, quer de programas originariamente em língua portuguesa, 97,6% (7919 horas), quer de programas criativos de produção originária em língua portuguesa, que atinge um valor significativo de 75,2% (6110 horas).

Regista-se uma ligeira descida em relação a 2008, no que respeita à percentagem de programas originariamente em língua portuguesa; contrariamente, o volume de programação de natureza criativa sobe de forma expressiva (figs. 21, 22 e 23).

BENFICA TV

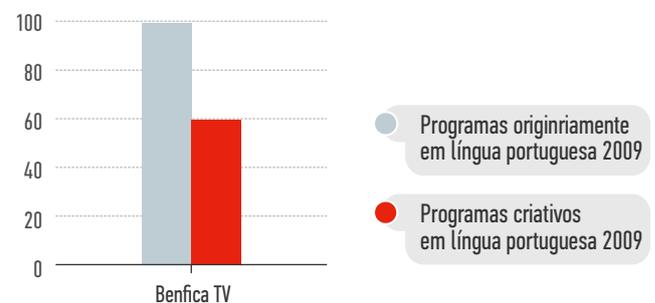
Fig. 24 – Benfica TV / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

BENFICA TV	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
Benfica TV	6626:30:00	3078:30:00

Fig. 25 – Benfica TV / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

BENFICA TV	Programas originariamente em língua portuguesa (%)	Programas criativos em língua portuguesa (%)
Benfica TV	98,8	59,5

Fig. 26 – Benfica TV / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



O serviço de programas temático Benfica TV iniciou as suas emissões em Outubro de 2008, pelo que não se apresentam dados comparativos.

As percentagens alcançadas, no que respeita à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, são significativas, abrangendo a quase totalidade dos conteúdos difundidos neste

serviço; a percentagem de programas criativos também é elevada, cerca de 60% (3078 horas) (figs. 24, 25 e 26).

MTV NETWORKS

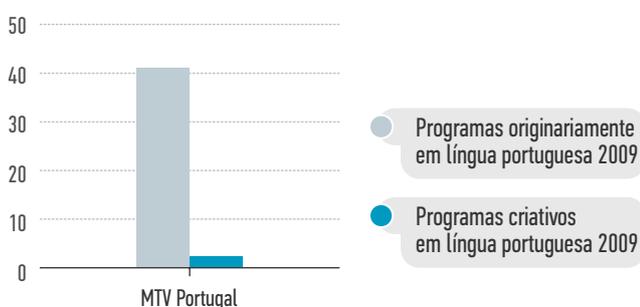
Fig. 27 – MTV Portugal / Tempo de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

MTV NETWORKS	Programas originariamente em língua portuguesa (hh:mm:ss)	Programas criativos em língua portuguesa (hh:mm:ss)
MTV Portugal	50:48:47	2:56:41

Fig. 28 – MTV Portugal / Percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa

MTV NETWORKS	Programas originariamente em língua portuguesa (%)	Programas criativos em língua portuguesa (%)
MTV Portugal	41,4	2,5

Fig. 29 – MTV Portugal / Programas originariamente em língua portuguesa e de criativos em língua portuguesa



O serviço de programas temático de música, MTV Portugal, iniciou as suas emissões em Janeiro de 2009, não tendo atingido as quotas previstas na lei, quer para os programas originariamente em língua portuguesa, quer para os conteúdos criativos de produção originária em língua portuguesa.

A percentagem mais distanciada do mínimo exigido é a de programas de natureza criativa, uma vez que a maioria dos espaços musicais considerados criativos não são de produção originária em língua portuguesa (figs. 27, 28 e 29).

3. PROGRAMAS ORIGINÁRIOS DE PAÍSES LUSÓFONOS

A Lei da Televisão, no n.º 4 do artigo 44.º, prevê que as percentagens de programas originariamente em língua portuguesa e de criativos de produção originária em língua possam ser preenchidas por programas originários de outros países lusófonos para além de Portugal, até um máximo de 25%.

Assim, os dados apurados quanto a esta “programação lusófona” não têm por objectivo a verificação de uma obrigação legalmente prevista, constituindo tão-somente uma base estatística para reflexão, tendo em conta o seu interesse intrínseco, como contri-

buto para a dinamização de um mercado de produção audiovisual em língua portuguesa.

Para além da avaliação do impacto da programação lusófona oriunda de outros países que não Portugal, pretendeu-se ainda caracterizar os conteúdos emitidos, em termos de género audiovisual, estabelecendo a sua relação com o país produtor.

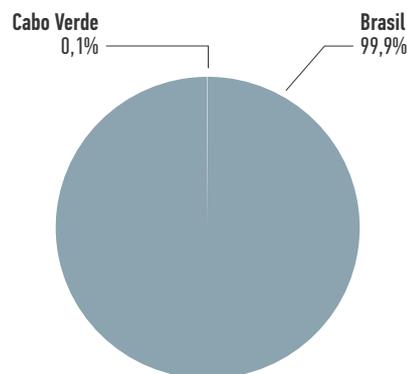
Esta abordagem incidu exclusivamente sobre os serviços de programas de acesso não condicionado livre, pela “universalidade” da sua acessibilidade e por serem mais representativos deste mercado.

3.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE – RTP 1, RTP 2, SIC E TVI

RTP 1

Fig. 30 – Programas de outros países lusófonos emitidos na RTP1

RTP 1 - Programas de outros países lusófonos / 2009		
País	Género	Tempo (hh:mm:ss)
Brasil	Ficção / telenovela	537:18:34
	Ficção / série	14:39:18
Cabo Verde	Documentário	0:27:54
Total		552:25:46



Foram exibidas, no primeiro canal do operador de serviço público, cerca de 552 horas de programas oriundos do Brasil, tendo sido apenas exibido um conteúdo (documentário) produzido por Cabo Verde.

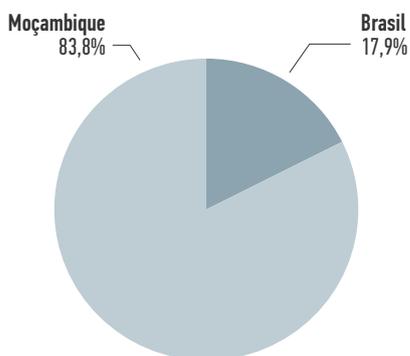
Verificamos que a quase totalidade das produções tem origem no Brasil e que se enquadra em exclusivo no género ficção, e, dentro deste, com especial destaque para o subgénero telenovela (fig. 30).

RTP 2

Na RTP2, foram emitidos conteúdos originários de Moçambique e do Brasil, verificando-se, neste serviço de programas, situação inversa à da RTP1, com evidente predomínio de um país africano,

Fig. 31 – Programas de outros países lusófonos emitidos na RTP 2

RTP 2 - Programas de outros países lusófonos / 2009		
País	Género	Tempo (hh:mm:ss)
Moçambique	Musicais	46:41:48
	Ficção / série	5:08:27
Brasil	Ficção / animação	3:55:06
	Ficção / filme	0:54:47
Total		55:45:21



Moçambique, que ocupa mais de 46 horas de emissão, tendo sido emitidas apenas cerca 10 horas de programação originária do Brasil.

No que respeita aos conteúdos, constata-se que este serviço emitiu apenas programas musicais de Moçambique e programas de ficção do Brasil (séries e filmes de animação) (fig. 31).

SIC

Fig. 32 – Programas de outros países lusófonos emitidos na SIC

SIC - Programas de outros países lusófonos / 2009		
País	Género	Tempo (hh:mm:ss)
Brasil	Ficção / telenovela	715:41:52
	Ficção/ série	1:15:50
Total		716:57:42

A SIC generalista foi o serviço de programas que emitiu maior volume de horas de obras lusófonas não nacionais, cerca de 717 horas, embora tenha emitido menos horas em comparação com o ano 2008 (1033 horas); verifica-se que esta programação de origem lusófona provém de um único país, Brasil, circunscrevendo-se, quanto ao género de programas emitidos, à ficção (fig. 32).

TVI

Fig. 33 – Programas de outros países lusófonos emitidos na TVI

TVI - Programas de outros países lusófonos / 2009		
País	Género	Tempo (hh:mm:ss)
Angola	Religioso / missa	2:19:22
Total		2:19:22

No serviço de programas TVI foram emitidos programas originários de Angola, que ocuparam um espaço de pouco mais de duas horas da emissão; no ano anterior, a TVI emitiu cerca de seis horas de programação originária do Brasil, tendo-se verifi-

cado uma diminuição do número de horas de emissão preenchidas por conteúdos originários de países lusófonos (fig. 33).

3.2. ANÁLISE GLOBAL – RTP1 / RTP2 / SIC / TVI

Fig. 34 – Origem dos programas de outros países lusófonos emitidos nos serviços de programas

RTP1, RTP2, SIC e TVI Origem dos programas de outros países lusófonos / 2009		
Origem	Tempo (hh:mm:ss)	%
Brasil	1278:53:54	96,3
África	49:29:04	3,7

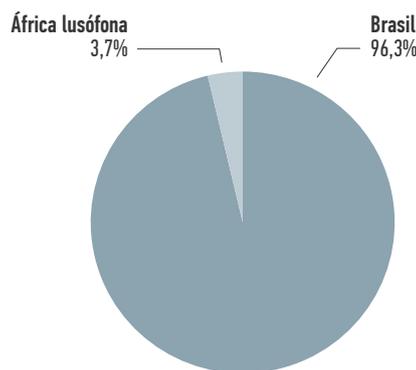
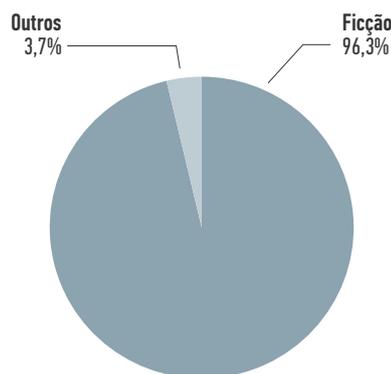


Fig. 35 – Géneros dos programas originários de outros países lusófonos emitidos nos serviços de programas generalistas

Programas originários de outros países lusófonos - RTP1/RTP2/SIC/TVI		
Géneros	Tempo (hh:mm:ss)	%
Ficção	1278:53:54	96,3
Musicais	46:41:48	3,7
Religiosos	2:19:22	
Documentário	0:27:54	



Esta análise vem confirmar o Brasil como o maior produtor e distribuidor de conteúdos originariamente em língua portuguesa nas televisões generalistas nacionais, dominando uma parcela superior a 90% deste mercado, relativamente aos restantes países da lusofonia que não Portugal.

De salientar, contudo, que a TVI não emitiu quaisquer programação originária do Brasil, constituindo a exceção no conjunto dos serviços generalistas.

Na relação dos géneros dos programas e a origem da sua produção, verificou-se que os conteúdos importados do Brasil se enquadram todos no género ficção e que os do género musical são originários de Moçambique (figs. 34 e 35).

4. PRODUÇÃO NACIONAL E PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE – RTP 1, RTP 2, SIC E TVI

Os valores da produção nacional e da produção nacional independente, embora não se encontrem abrangidos por obrigações legalmente previstas, são aqui referidos por constituírem informação relevante para uma percepção do mercado da produção audiovisual nacional.

Esta análise incide sobre os serviços generalistas, e os valores são apresentados em horas e em percentagens, sendo confrontados com os valores percentuais obtidos em 2008.

Salienta-se, ainda, que a produção nacional independente é analisada de forma mais abrangente no capítulo do Mercado audiovisual português, englobando os serviços de programas temáticos.

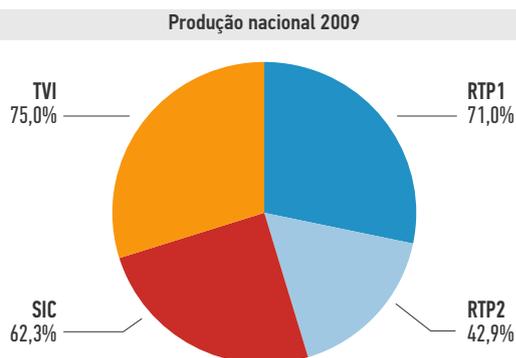
Fig. 36 – Tempo de produção nacional e nacional independente

Serv. Programas	2009	
	Produção nacional / 2009 (hh:mm:ss)	Produção nacional independente / 2009 (hh:mm:ss)
RTP 1	5081:11:23	1145:36:59
RTP 2	3592:08:03	1910:05:21
SIC	4131:14:21	2150:53:05
TVI	4850:38:01	1562:56:59

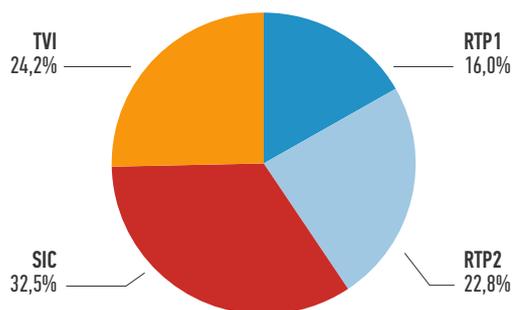
Fig. 37 – Percentagens de produção nacional e nacional independente

Serv. Programas	Produção nacional			Produção nacional independente		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
RTP 1	76,8	71,0	↓	17,5	16,0	↓
RTP 2	56,1	42,9	↓	23,0	22,8	↓
SIC	61,2	62,3	↑	33,5	32,5	↓
TVI	74,7	75,0	↑	21,9	24,2	↑

Fig. 38 – Percentagens de produção nacional e nacional independente – 2009



Produção nacional independente 2009



As percentagens da produção nacional, obtidas nos serviços generalistas, situam-se entre 75,0% (4850 horas), na TVI, e 42,9% (3592 horas), na RTP2.

Relativamente ao ano anterior, registam-se subidas na SIC e na TVI e descidas nos serviços do operador público.

Os valores da produção nacional independente oscilam entre 32,5% (2150 horas), na SIC, e 16,0% (1145 horas), na RTP 1.

Em relação a 2008, apenas se identificou uma subida da produção nacional independente na TVI, verificando-se nos restantes serviço analisados descidas ligeiras.

Conclui-se que não existem grandes divergências nas percentagens obtidas nos serviços analisados, no que respeita à produção nacional independente; no que se refere à produção nacional, os resultados já revelam maiores diferenças entre si (figs. 36, 37 e 38).

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Os operadores sob jurisdição nacional estão sujeitos a obrigações quanto à difusão de obras audiovisuais, e, mais especificamente, no que respeita à defesa da língua portuguesa, devendo dedicar pelo menos 50% das suas emissões a programas originariamente em língua portuguesa e 20% a obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

Em 2009, a maioria dos operadores cumpriu a quota de programas originariamente em língua portuguesa, com excepção de alguns serviços de programas temáticos, designadamente a SIC Mulher, a SIC Radical, a Sport TV 3, os serviços temáticos de cinema, TVC, TVC1, TVC2, TVC3 e MOV e, ainda, o serviço temático de música, MTV Portugal.

A quota de 20%, prevista para os programas criativos de produção originária em língua portuguesa, também foi alcançada na

maioria dos serviços de programas, sendo que os serviços temáticos de desporto (Sport TV1, Sport TV 2, Sport TV 3 e Spot TVHD), de cinema (TVC, TVC1, TVC2, TVC3 e MOV) e de música (MTV Portugal) não atingiram a quota mínima exigida, devido à especificidade da sua programação.

Confrontando os resultados de 2009 com os do ano anterior, registam-se 13 subidas e 13 descidas nas percentagens de programas originariamente em língua portuguesa, e 14 subidas e 12 descidas nas percentagens de programas de natureza criativa.

No que respeita aos conteúdos de origem lusófona não nacio-

nal, conclui-se que, no conjunto dos serviços analisados, a SIC e a RTP1 são os serviços que mais tempo dedicaram a este tipo de produções, com especial destaque para as produções originárias do Brasil e para os programas de ficção; a TVI foi o serviço que dedicou menos tempo da emissão a programas de origem lusófona não nacional.

Os serviços de programas generalistas que dedicaram mais tempo à programação de origem nacional são a TVI e a RTP1, com valores acima dos 70%, contudo, na SIC, registou-se o valor mais elevado de produção nacional independente, 32,5%, que corresponde ao dobro da percentagem registada na RTP1.

Produção Europeia e Produção Independente

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1. OBJECTIVOS

Os operadores de televisão sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de obras de produção europeia e de obras de produção independente, de acordo com o disposto na Lei da Televisão e na Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” (SCSA).

Neste capítulo são analisados os resultados obtidos nos diversos serviços de programas generalistas e temáticos, no que diz respeito a estas obrigações, tendo como referência as quotas legalmente previstas e que se apresentam na figura 1.

Fig. 1 – Quotas de difusão de obras de produção europeia e de produção independente

Difusão de obras audiovisuais – Produção europeia e produção independente	Quotas
Produção europeia (art. 45.º da Ltv e 4.º da Directiva SCSA)	Mais de 50%
Produção independente recente (art. 46.º da Ltv)	Mínimo 10%
Produção independente (art. 5.º da Directiva SCSA)	Mínimo 10%
Produção recente (art. 5.º da Directiva SCSA)	% adequada

O desempenho dos serviços de programa de cada operador é avaliado anualmente, nos termos do artigo 47.º da Lei da Televisão, e o resultado destas avaliações é apresentado à Comissão Europeia, de dois em dois anos, conforme o disposto no n.º 2 do artigo 4.º da Directiva SCSA.

Esta análise tem como suporte as *Novas Orientações para o acompanhamento da aplicação dos artigos 4.º e 5.º da Directiva Televisão Sem Fronteiras, de 11 de Junho de 1999*¹, o *Manual de Classificação* elaborado pela ERC e ainda os critérios de aplicação, nos termos do artigo 47.º da Lei da Televisão, devendo ter-se em atenção a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos.

1.2. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

Os operadores de televisão “estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (...) todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas”, de acordo com o dever de informação consagrado no artigo 49.º da Lei da Televisão.

Neste capítulo é analisada a informação apresentada pelos operadores no Portal TV da ERC e validados pela Entidade Regula-

dora. O Portal TV-ERC permite aos operadores disponibilizar a informação das emissões dos seus serviços, no que respeita à difusão de obras audiovisuais.

São, assim, analisados os valores de cada um dos serviços de programas detidos pelos operadores RTP, SIC, TVI, ZON Conteúdos, NEXT TV e MTV Portugal (fig.2), relativamente à emissão do ano de 2009, e confrontados esses valores com os de 2008, a fim de ser avaliada a evolução do comportamento dos serviços de programas dos operadores.

Fig. 2 – Operadores e serviços de programas analisados

Operadores de Televisão	Serviços de Programas
RTP – Rádio Televisão Portuguesa	RTP 1
	RTP 2
	RTP Internacional
	RTP África
	RTP Memória
	RTP N
	RTP Madeira
	RTP Açores
SIC – Sociedade Independente de Comunicação	SIC
	SIC Internacional
	SIC Radical
	SIC Mulher
	SIC Notícias
TVI – Televisão Independente	TVI
	TVI 24
ZON Conteúdos – Actividades de Televisão e de Produção de Conteúdos, SA	TV Cine 1
	TV Cine 2
	TV Cine 3
	TV Cine
	MOV *
Sport TV Portugal	Sport TV 1
	Sport TV 2
	Sport TV 3
	Sport TV África
SPORT-TV HD	Sport TV HD
Av. Aliados – Soc. de Comunicação	Porto Canal
RNTV – Região Norte Televisão	RNTV
	MVM
Benfica TV	Benfica TV
MTV Networks	MTV Portugal

* Este serviço de programas transitou do operador ZON Conteúdos para o operador DREAMIA a 17 de Novembro de 2009.

1 http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/twvf/eu_works/control45_en.pdf

Tendo em consideração as orientações para o acompanhamento da aplicação da Directiva TSF, acima referidas, os artigos 4.º e 5.º da Directiva SCSA não se aplicam a serviços que difundem conteúdos que não relevam para estes apuramentos, designadamente os serviços temáticos de notícias e desporto e os de cobertura local (no sentido de sub-regional), como os serviços de informação, RTPN, SIC Notícias, Porto Canal, RTV e TVI24, os serviços de desporto da SPORT TV e Benfica TV e ainda os serviços das Regiões Autónomas, RTP Madeira e RTP Açores.

No entanto, atendendo à existência de informação sobre todos os serviços no Portal TV, entende-se que a sua inclusão neste relatório constitui um contributo para o conhecimento mais alargado da situação do audiovisual em Portugal.

1.3. DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente Relatório, apresentam-se algumas definições de termos utilizados:

1. **Operador de televisão** – “A pessoa colectiva responsável pela organização de serviços de programas televisivos e legalmente habilitada para o exercício da actividade de televisão” (alínea f) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão).
2. **Serviço de programas televisivo** – O conjunto sequencial e unitário de programas fornecidos por um operador de televisão.
3. **País de origem da produção** – País onde foi produzido o programa.
4. **Obras europeias** – As produções nacionais e de co-produção de criação (ficção, séries, telenovelas, filmes, documentários, programas artísticos e didácticos), de acordo com os requisitos fixados no artigo 6.º da Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”:
 - ▶ “as obras originárias de Estados-membros;
 - ▶ as obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa, ou seja, as obras realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados acima referidos e satisfaçam uma das três condições seguintes:
 - i) serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados ou
 - ii) a produção dessas obras ser supervisionada e efectivamente controlada por um ou por mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados ou
 - iii) a contribuição dos co-produtores desses Estados para o custo total da co-produção ser maioritária e a co-produção não ser controlada por um mais produtores estabelecidos fora desses Estados.
5. As obras produzidas ao abrigo de tratados bilaterais de co-

produção celebrados entre Estados-membros e países terceiros, (...) sempre que caiba aos co-produtores comunitários a parte maioritária do custo total da sua produção e esta não seja controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora do território dos Estados-membros” (Directiva “SCSA”).

6. **Produção independente** – Obras concebidas por produtores independentes.
7. **Produtor/produtora** – Entidade que tem a iniciativa e a responsabilidade da concepção da obra e reúne os meios artísticos e técnicos necessários à produção da obra audiovisual ou cinematográfica.
8. **Produtor independente** – “A pessoa colectiva cuja actividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais”, desde que se verifiquem os requisitos previstos na alínea g) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão.
9. **Ano da produção** – Ano em que a obra é produzida, fixando-se como data relevante a do fim da produção ou, no caso da produção nacional, o ano a que corresponde o *copyright* que é declarado.

2. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

De acordo com o artigo 45.º da Lei da Televisão, “os operadores de televisão devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na programação dos seus serviços, uma vez deduzido o tempo dedicado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto”.

Os serviços de programas devem, ainda, assegurar, nos termos do artigo 46.º da referida lei, que, pelo menos 10% da respectiva programação, com exclusão dos tempos anteriormente referidos, sejam preenchidos através da difusão de obras europeias, provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, produzidas há menos de cinco anos.

RTP

Os serviços de programas do operador de serviço público incorporaram na sua programação uma percentagem maioritária de obras de produção europeia, oscilando os valores entre 61,3%, na RTP1, e 89,7%, na RTP Internacional, que correspondem a cerca de 2551 e 4250 horas, respectivamente.

Os programas exibidos neste serviço de âmbito internacional são praticamente todos de origem nacional, uma vez que está vocacionado para promover a ligação entre o país e as comunidades residentes no estrangeiro, com a transmissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas.

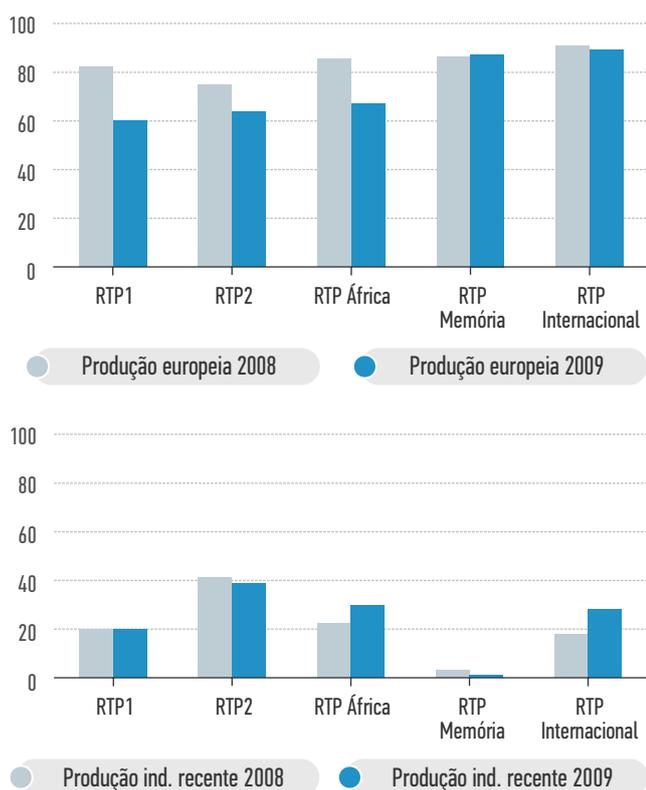
Fig. 3 – RTP / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

RTP	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
RTP1	2551:44:25	865:05:32
RTP2	3932:39:49	2307:29:16
RTP Internacional	4250:38:29	1376:03:36
RTP África	2239:09:41	1036:55:30
RTP Memória	5849:27:41	92:47:42

Fig. 4 – RTP / Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

RTP	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	RTP1	82,2	61,3	↓	19,7	20,8
RTP2	74,9	64,1	↓	41,7	37,6	↓
RTP Internacional	91,3	89,7	↓	17,3	29,0	↑
RTP África	85,3	67,4	↓	24,4	31,2	↑
RTP Memória	84,5	85,0	↑	3,7	1,4	↓

Fig. 5 – RTP / Produção europeia e produção independente recente



Relativamente ao ano anterior, verificam-se descidas nos serviços do operador, com excepção da RTP Memória que teve uma ténue subida.

A percentagem de obras europeias provenientes de produtores independentes, produzidas há menos de cinco anos, superou os 10% em todos os serviços, com valores que se situam entre 20,8% (865 horas), na RTP1, e 37,6%, na RTP2 (2307 horas).

A excepção ocorreu na RTP Memória, com 1,4% (92 horas), dado que é um serviço de programas histórico e documental, assentando a sua programação nos arquivos audiovisuais do operador.

Comparativamente ao ano de 2008, três serviços de programas deste operador apresentam acréscimos e dois sofreram descidas, a RTP Memória e a RTP2 (figs. 3, 4 e 5).

SIC

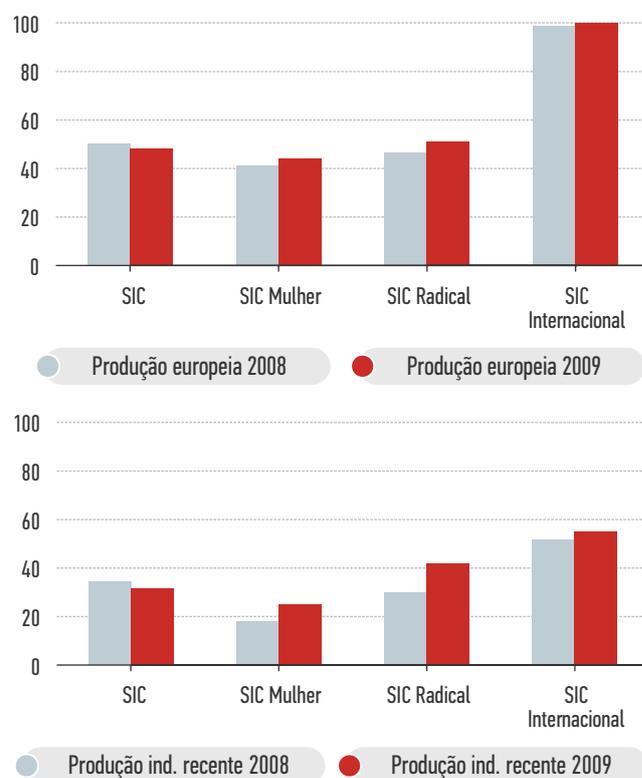
Fig. 6 – SIC / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

SIC	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
SIC	2146:38:43	1373:48:45
SIC Internacional	5247:33:03	2740:48:19
SIC Radical	4046:46:52	3225:45:37
SIC Mulher	3605:25:35	1957:36:44

Fig. 7 – SIC / Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

SIC	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	SIC	50,0	48,6	↓	34,1	31,1
SIC Internacional	98,1	99,9	↑	50,5	52,2	↑
SIC Radical	46,6	51,5	↑	29,1	41,0	↑
SIC Mulher	41,2	45,1	↑	17,7	24,5	↑

Fig. 8 – SIC / Produção europeia e produção independente recente



O operador SIC atinge uma percentagem maioritária de obras europeias em dois dos seus serviços de programas, SIC Radical

e SIC Internacional, este serviço de âmbito internacional ultrapassa largamente o previsto, com 99,9% (5247 horas), e a SIC Radical alcança a percentagem maioritária, pela primeira vez, com 51,5% (4046 horas).

Os serviços SIC e SIC Mulher ficam aquém do valor mínimo legalmente exigido.

Registam-se variações positivas relativamente ao ano anterior, com destaque para a SIC Radical; a SIC é o único serviço de programas que apresenta uma variação negativa.

Quanto à produção independente recente, todos os serviços de programas ultrapassam a quota estipulada, tendo os valores oscilado entre 31,1% (1373 horas), na SIC, e 52,2% (2740 horas), na SIC Internacional; em relação a 2008, o único serviço que apresenta um decréscimo na exibição destas obras é a SIC generalista (figs. 6, 7 e 8).

TVI

Fig. 9 – TVI / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

TVI	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
TVI	2869:26:24	902:50:12

Fig. 10 – TVI / Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente recente

TVI	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	65,8	66,8	↑	18,9	21,0	↑

Fig. 11 – SIC / Produção europeia e produção independente recente



O serviço de programas TVI ultrapassa a quota maioritária de obras europeias, tendo atingido 66,8% (2869 horas), para o que continua a contribuir, de forma significativa, a produção de ficção nacional, tendo apresentado uma ligeira variação positiva em relação a 2008.

No que diz respeito à difusão de obras europeias, provenientes de produtores independentes, produzidas há menos de cinco anos, a TVI atingiu 21% (902 horas), tendo registado uma subida em comparação com o ano anterior (figs. 9, 10 e 11).

ZON CONTEÚDOS

Fig. 12 – ZON Conteúdos / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

ZON CONTEÚDOS	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
TVC *	1114:41:33	976:31:51
TVC 1	1124:43:21	887:12:39
TVC 2	1432:51:29	1122:54:34
TVC 3	786:03:52	470:45:18
MOV **	710:30:55	387:03:08

* O serviço de programas TV Cine 4 alterou a sua denominação para TV Cine, a 30 de Setembro de 2009 (Deliberação 5/AUT-TV/2009)

** Este serviço de programas transitou do operador ZON Conteúdos para o operador DREAMIA a 17 de Novembro de 2009 (Deliberação 8/AUT-TV/2009).

Fig. 13 – ZON Conteúdos / Percentagens de produção europeia e produção independente recente

ZON CONTEÚDOS	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
TVC	15,5	13,4	↓	10,6	11,7	↑
TVC 1	10,9	13,6	↑	7,9	10,7	↑
TVC 2	16,2	17,3	↑	10,6	13,6	↑
TVC 3	11,4	9,4	↓	8,0	5,6	↓
MOV	8,8	8,7	↓	5,0	4,7	↓

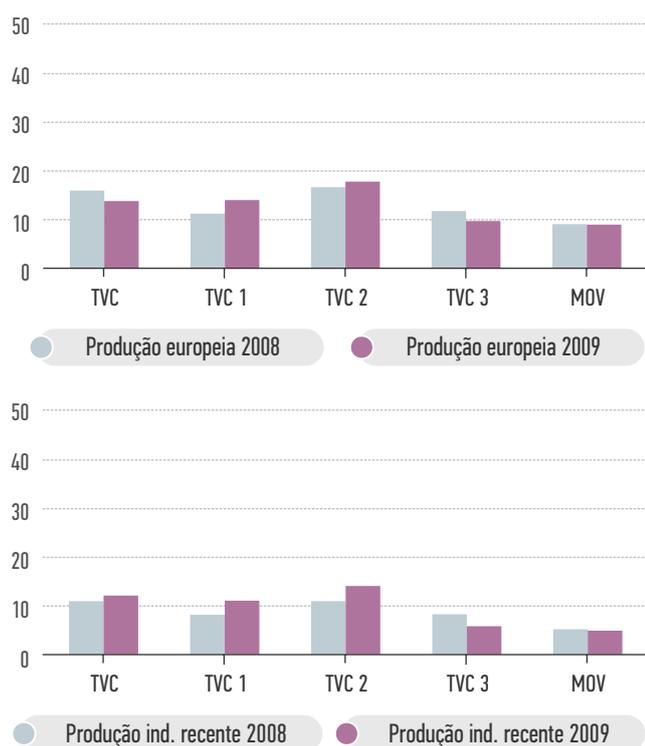
O serviço de programas MOV passou a ser detido pelo operador DREAMIA, desde 17 de Novembro de 2009 (Deliberação 8/AUT-TV/2009), mantendo o mesmo género de programação.

Os serviços de programas do operador ZON Conteúdos continuam muito aquém da quota maioritária exigida para a exibição de obras de produção europeia.

Em 2009, os valores oscilaram entre 17,3% (1432 horas), no serviço TVC2, e 8,7% (710 horas), no MOV, resultados que decorrem das características específicas destes serviços temáticos de cinema, que transmitem, essencialmente, obras cinematográficas e séries de origem americana.

Em relação a 2008, a maior subida é registada no serviço TVC1, enquanto nos serviços TVC, TVC3 e MOV ocorrem descidas.

Fig. 14 – ZON Conteúdos / Produção europeia e produção independente recente



Quanto à produção independente recente, registam-se variações positivas em três serviços, TVC2, TVC1 e TVC, e duas descidas, TVC3 e MOV.

Nos serviços de programas do operador ZON Conteúdos são considerados os critérios de aplicação, no que à avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de obras audiovisuais diz respeito, nos termos do artigo 47.º da Lei da Televisão, onde se prevê que deve ser tida em conta “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos” (figs. 12, 13 e 14).

NEXT TV

Fig. 15 – Next TV / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

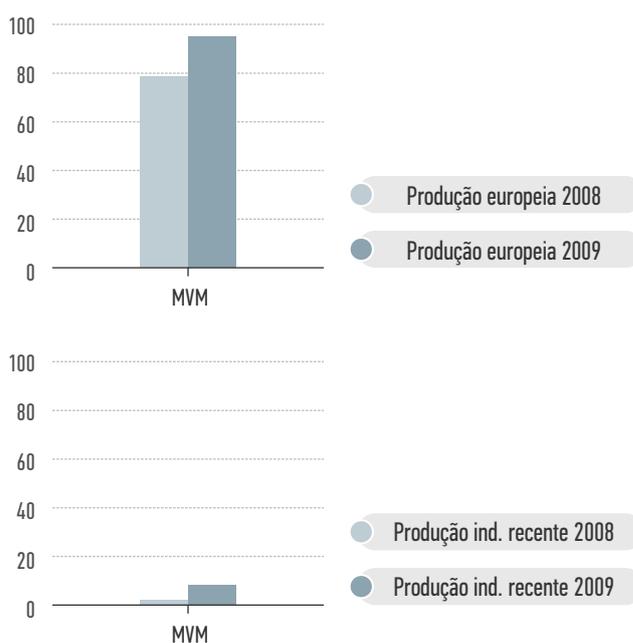
NEXT TV	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
MVM	3070:00:00	326:00:00

Fig. 16 – Next TV / Percentagens de produção europeia e produção independente recente

NEXT TV	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
MVM	78,2	94,7	↑	1,0	4,0	↑

O serviço de programas MVM, do operador Next TV, ultrapassa largamente a percentagem determinada, incorporando 94,7% (3070 horas) de produção europeia na sua programação, sendo grande parte produção própria, o que justifica o reduzido valor

Fig. 17 – Next TV / Produção europeia e produção independente recente



das obras de produção independente recente, 4,0% (326 horas), ficando muito aquém dos 10% previstos no artigo 46.º da Lei da Televisão.

Comparando com o ano de 2008, este serviço teve um acréscimo significativo no que se refere à difusão de produção europeia e uma ligeira subida na exibição de obras de produção independente recente.

Neste serviço de programas também devem ser considerados os critérios de aplicação, nos termos do artigo 47.º da Lei da Televisão, onde se prevê que, na avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de obras audiovisuais, deve ser tida em conta “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos” (figs. 15, 16 e 17).

MTV NETWORKS

Fig. 18 – MTV Portugal / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

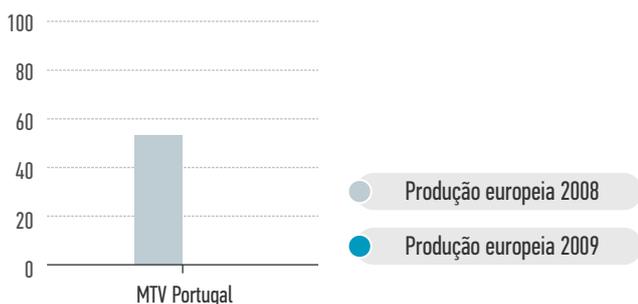
MTV NETWORKS	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
MTV Portugal	63:24:37	0:00:00

Fig. 19 – MTV Portugal / Percentagens de produção europeia e produção independente recente

MTV NETWORKS	Produção europeia (%)	Produção independente recente (%)
MTV Portugal	52,2	0,0

O serviço de programas MTV Portugal passou a ser um serviço sob jurisdição nacional desde 21 de Janeiro de 2009 (Deliberação 1/AUT-TV/2009). A informação sobre a emissão deste serviço, prestada no Portal TV/ERC, indica que, em 2009, foi atingida uma

Fig. 20 – MTV Portugal / Produção europeia e produção independente recente



percentagem maioritária de produção europeia, sendo que toda ela é constituída por produção própria.

Ainda neste caso e nos termos do artigo 47.º da Lei da Televisão, deve ser tida em conta “a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos”, na avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de obras audiovisuais (figs. 18, 19 e 20).

3. PRODUÇÃO INDEPENDENTE E PRODUÇÃO RECENTE (ARTIGO 5.º DA DIRECTIVA SCSA)

Os Estados-membros deverão submeter à apreciação da Comissão Europeia, de dois em dois anos, nos termos dos artigos 4.º e 5.º da Directiva SCSA, um relatório sobre o desempenho dos serviços de programas dos operadores de televisão sob jurisdição de cada Estado.

De acordo com os critérios de aplicação do artigo 5.º da referida Directiva, o relatório deverá apresentar as percentagens de obras europeias provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, cuja quota mínima é de 10% do total da programação.

As obras recentes são apuradas no total da produção independente, pois, de acordo com o citado artigo, os operadores devem reservar “uma percentagem adequada a obras recentes, isto é, difundidas num lapso de tempo de cinco anos após a sua produção”.

Em matéria de cálculo das obras europeias independentes, a legislação nacional é mais restritiva, considerando apenas as obras produzidas há menos de cinco anos.

RTP

Os serviços de programas da RTP dedicam, no ano de 2009, um valor largamente superior ao mínimo de 10% fixado pela Directiva para a difusão de obras europeias, provenientes de produ-

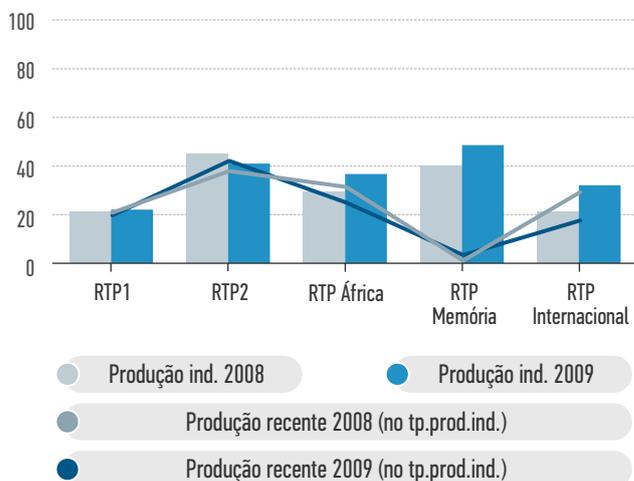
Fig. 21 – RTP / Tempo de produção independente e de produção recente

RTP	2009	
	Produção independente (hh:mm:ss)	Produção recente (hh:mm:ss)
RTP1	928:22:32	865:05:32
RTP2	2541:55:53	2307:29:16
RTP Internacional	1535:22:06	1376:03:36
RTP África	1232:53:05	1036:55:30
RTP Memória	3381:50:20	92:47:42

Fig. 22 – RTP / Percentagens de produção independente e de produção recente

RTP	Produção independente (%)			Produção recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
RTP1	21,4	22,3	↑	92,0	93,2	↑
RTP2	45,3	41,4	↓	92,2	90,8	↓
RTP Internacional	21,4	32,4	↑	82,1	89,6	↑
RTP África	29,8	37,1	↑	83,4	84,1	↑
RTP Memória	40,5	49,1	↑	8,8	2,7	↓

Fig. 23 – RTP / Tempo de produção independente e de produção recente



tores independentes dos organismos de televisão, situando-se entre 22,3% (928 horas), na RTP1, e 49,1%, na RTP Memória (3381 horas).

Quanto à percentagem de obras independentes recentes, os resultados variam entre 84,1% (1036 horas), na RTP África, e 93,2% (865 horas), na RTP1. A RTP Memória, pelo facto de transmitir na sua programação obras dos arquivos audiovisuais do operador, regista uma percentagem extremamente baixa, tendo dedicado somente 2,7% da sua programação à exibição de produções recentes.

Confrontados os valores de 2009 com o ano anterior, ocorreu uma descida da percentagem de emissão de obras de produção independente no serviço RTP2; quanto à produção recente, registaram-se descidas na RTP 2 e na RTP Memória (figs. 21, 22 e 23).

SIC

Os serviços de programas do operador SIC ultrapassam a quota prevista para a produção independente, situando-se entre 24,7%

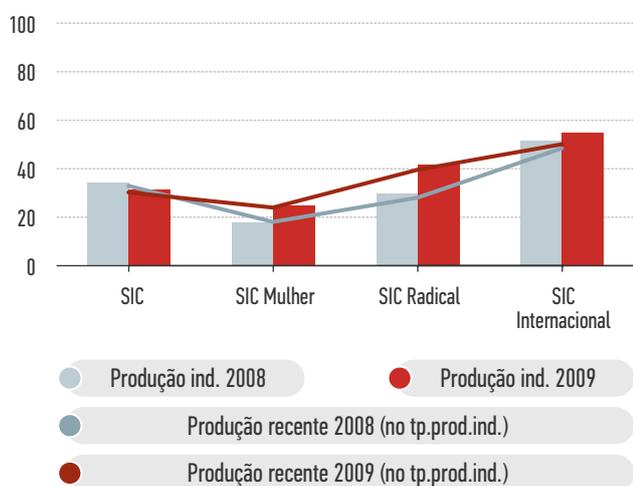
Fig. 24 – SIC / Tempo de produção independente e de produção recente

SIC	2009	
	Produção independente (hh:mm:ss)	Produção recente (hh:mm:ss)
SIC	1429:02:42	1373:48:45
SIC Internacional	3109:09:03	2740:48:19
SIC Radical	3394:47:44	3225:45:37
SIC Mulher	1972:39:31	1957:36:44

Fig. 25 – SIC / Percentagens de produção independente e de produção recente

SIC	Produção independente (%)			Produção recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
SIC	36,9	32,4	↓	92,3	96,1	↑
SIC Internacional	53,6	59,2	↑	94,1	88,2	↓
SIC Radical	32,3	43,2	↑	89,4	95,0	↑
SIC Mulher	22,5	24,7	↑	81,1	99,2	↑

Fig. 26 – SIC / Tempo de produção independente e de produção recente



(1972 horas), na SIC Mulher, e 59,2% (3109 horas), na SIC Internacional.

No que se refere às obras recentes, os serviços deste operador apresentam percentagens bastante elevadas, acima dos 88%: o máximo é registado na SIC Mulher, com 99,2% (1957 horas), valores que revelam a actualidade das obras transmitidas pelos serviços do operador SIC.

Em relação ao ano de 2008, a única descida na produção independente regista-se na SIC, tendo os restantes três serviços apresentado subidas.

Quanto às obras independentes de produção recente, produzidas há menos de cinco anos, ocorreu um acréscimo nos serviços do operador, com excepção da SIC Internacional.

TVI

O serviço de programas TVI continua a aumentar a percentagem de difusão de produção independente, tendo alcançado 22,8% (928 horas); as obras independentes exibidas neste serviço são

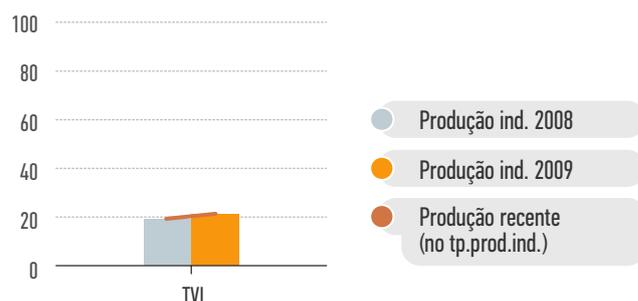
Fig. 27 – TVI / Tempo de produção independente e de produção recente

TVI	2009	
	Produção independente (hh:mm:ss)	Produção recente (hh:mm:ss)
TVI	928:22:32	865:05:32

Fig. 28 – TVI / Percentagens de produção independente e de produção recente

TVI	Produção independente (%)			Produção recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
TVI	20,1	22,8	↑	94,0	92,3	↓

Fig. 29 – TVI / Tempo de produção independente e de produção recente



de grande actualidade, produzidas há menos de cinco anos, tendo exibido 92,3% (865 horas) de produções recentes.

Em relação ao ano de 2008, a TVI, apesar de ter apresentado uma variação positiva na produção independente, baixou ligeiramente a percentagem de produção recente (figs. 27, 28 e 29).

ZON CONTEÚDOS

Fig. 30 – ZON Conteúdos / Tempo de produção independente e de produção recente

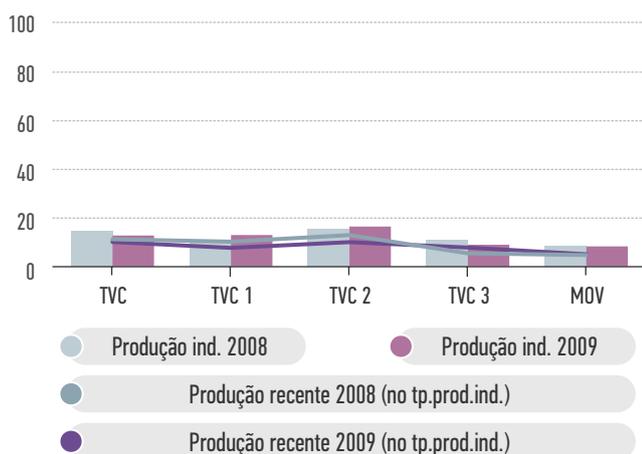
ZON CONTEÚDOS	2009	
	Produção independente (hh:mm:ss)	Produção recente (hh:mm:ss)
TVC	1114:41:33	976:31:51
TVC 1	1124:43:21	887:12:39
TVC 2	1432:51:29	1122:54:34
TVC 3	786:03:52	470:45:18
MOV	710:30:55	387:03:08

Fig. 31 – ZON Conteúdos / Percentagens de produção independente e de produção recente

ZON CONTEÚDOS	Produção independente (%)			Produção recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
TVC	15,5	13,4	↓	68,1	87,6	↑
TVC 1	10,9	13,6	↑	73,6	78,9	↑
TVC 2	16,2	17,3	↑	65,0	78,4	↑
TVC 3	11,4	9,4	↓	71,3	59,9	↓
MOV	8,8	8,7	↓	59,1	56,5	↓

Os serviços de programas da ZON Conteúdos reservam à transmissão de produções independentes um máximo de 17,3% na TVC2 e um mínimo de 8,7% no serviço MOV, valores equivalentes aos já apresentados para a produção europeia.

Fig. 32 – ZON Conteúdos / Tempo de produção independente e de produção recente



Quanto à exibição de obras recentes, os resultados variam entre 87,6% (976 horas), no TVC, e 56,5%, no MOV (387 horas).

Em comparação com o ano anterior, ocorreram duas subidas e três descidas na produção independente e três subidas e duas descidas na produção recente (figs. 30, 31 e 32).

NEXT TV

O serviço de programas MVM dedicou 4,0% (326 horas) da sua programação a obras de produção independente, valor que corresponde à produção independente recente, tendo, contudo, registado uma subida relativamente ao ano de 2008.

Verifica-se que a totalidade das obras exibidas em 2009 foi produzida há menos de cinco anos, à semelhança do ano anterior, pelo que todas as obras são de produção recente (figs. 33, 34 e 35).

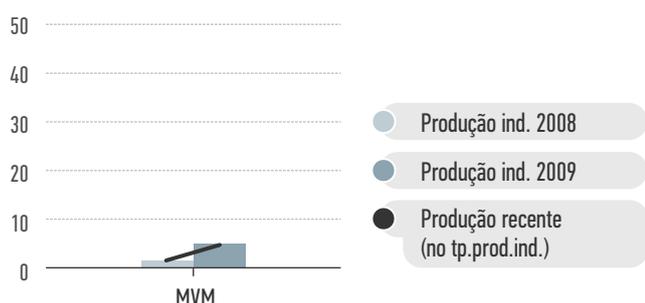
Fig. 33 – Next TV / Tempo produção independente e de produção recente

NEXT TV	2009	
	Produção independente (hh:mm:ss)	Produção recente (hh:mm:ss)
MVM	326:00:00	326:00:00

Fig. 34 – Next TV / Percentagens de produção independente e de produção recente

NEXT TV	Produção independente (%)			Produção recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	MVM	1,0	4,0	↑	100	100

Fig. 35 – Next TV / Tempo de produção independente e de produção recente



MTV NETWORKS

O serviço de programas MTV Portugal não transmitiu qualquer obra de produção independente.

4. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

O Portal TV-ERC contém ainda informação sobre os serviços de programas de cobertura local, temáticos de informação e de desporto, os quais, apesar de não serem considerados no Relatório apresentado à Comissão Europeia, podem contribuir para a avaliação da situação do audiovisual em Portugal.

A análise apresentada apenas tem em conta o disposto na Lei da Televisão e refere-se aos seguintes serviços de programas:

1. Cobertura local – RTP Madeira e RTP Açores.
2. Temáticos de informação – RTPN, SIC Notícias, Porto Canal, RTV e TVI 24.
3. Temáticos de desporto – SPORT TV 1, SPORT TV 2, SPORT TV 3, SPORT TV ÁFRICA, SPORT TV HD e Benfica TV.

4.1. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Cobertura local – RTP Madeira e RTP Açores

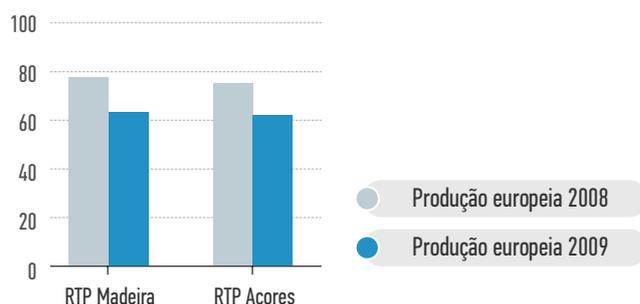
Fig. 36 – RTP / Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

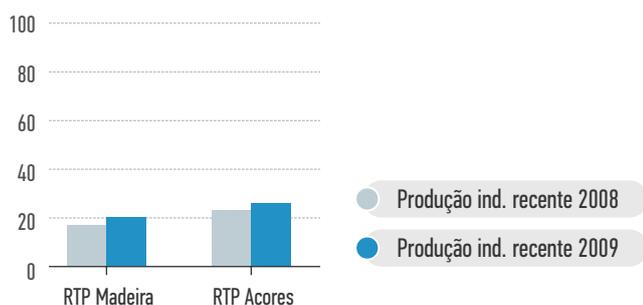
RTP	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
RTP Madeira	1962:37:40	643:39:37
RTP Açores	2396:23:06	1141:20:04

Fig. 37 – RTP / Percentagens de produção europeia e produção independente recente

RTP	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
	RTP Madeira	77,3	62,2	↓	16,0	20,4
RTP Açores	75,1	61,1	↓	24,7	29,1	↑

Fig. 38 – RTP / Produção europeia e produção independente recente





Os serviços de programas de cobertura local, RTP Madeira e RTP Açores, apresentam valores de produção europeia bastante próximos, com 62,2% (1962 horas) e 61,1% (2396 horas), respectivamente, tendo-se registado descidas em relação a 2008.

No que se refere à transmissão de obras de produção independente recente, os dois serviços revelam uma melhoria relativamente a 2008, alcançando a RTP Madeira 20,4% (643 horas) e a RTP Açores 29,1% (1141 horas) (figs. 36, 37 e 38).

Temáticos de informação – RTPN, SIC Notícias, Porto Canal, RNTV e TVI 24

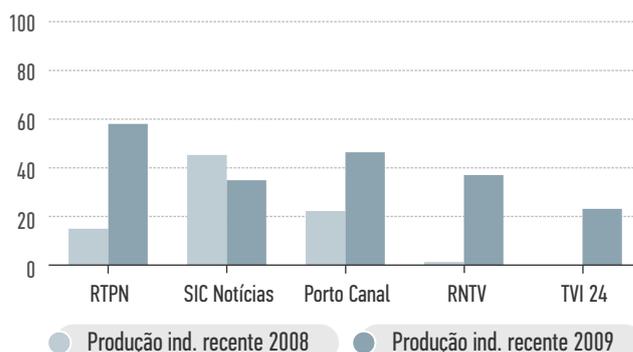
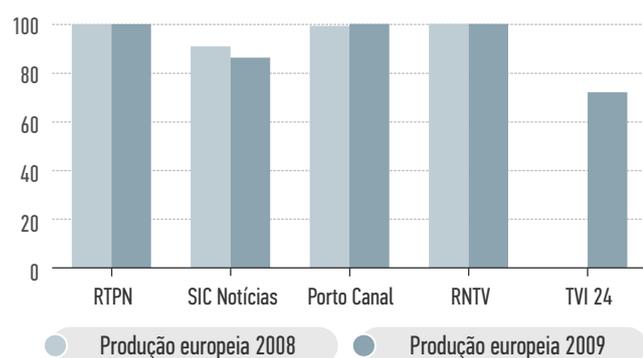
Fig. 39 – Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

Serviços temáticos de informação	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
RTP N	2192:35:11	1264:15:24
SIC Notícias	1932:21:20	774:48:48
Porto Canal	5080:14:15	2339:44:00
RNTV	3070:00:00	1126:00:00
TVI 24	2019:53:30	641:17:27

Fig. 40 – Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços temáticos de informação	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
RTP N	99,8	99,9	↑	14,8	57,6	↑
SIC Notícias	90,8	86,2	↓	44,9	34,6	↓
Porto Canal	99,2	99,98	↑	22,0	46,0	↑
RNTV	100	100	–	1,2	36,7	↑
TVI 24	–	72,0	–	–	22,9	–

Fig. 40 – Produção europeia e produção independente recente



Estes serviços temáticos de informação transmitem, além de serviços noticiosos, também reportagens, debates e entrevistas.

O serviço de programas temático de notícias, RTPN, regista um valor elevado de programas de produção europeia, 99,9% (2192 horas), resultado muito semelhante ao do ano anterior, e uma subida considerável de obras de produção independente recente.

O serviço de programas SIC Notícias continua a apresentar uma percentagem elevada de obras de produção europeia, 86,2% (1932 horas), e de produção independente recente, 34,6% (774 horas).

Confrontando os valores com os do ano anterior, ocorreram variações negativas tanto no que se refere à produção europeia, como à produção independente recente.

O serviço de programas Porto Canal apresenta um valor elevado de obras de produção europeia, 99,98% (5080 horas), resultado semelhante ao do ano anterior.

No que se refere à produção independente recente, este serviço regista um expressivo aumento, situando-se nos 46,0% (2339 horas), em contraste com os 22% registados no ano anterior.

O serviço de programas de informação RNTV atingiu, tal como em 2008, uma percentagem absoluta de obras de produção europeia, em virtude de a sua emissão ser composta por programas de informação, desporto e entrevistas.

Relativamente à produção independente recente, este serviço exibiu 36,7% (1126 horas) de obras de produção independente na sua programação, acréscimo bastante significativo, relativamente ao ano anterior.

O serviço de programas de informação TVI24 iniciou a emissão a 26 de Fevereiro de 2009, tendo transmitido um valor elevado de obras de produção europeia, 72,0 % (2019 horas), uma vez que a sua programação incide sobre informação, debates e entrevistas.

A percentagem de produção independente recente alcançada foi de 22,9% (641 horas), para a qual contribuiu a exibição de documentários e reportagens (figs. 39, 40 e 41).

Temáticos de desporto – SPORT TV 1, SPORT TV 2, SPORT TV 3, SPORT TV ÁFRICA, SPORT TV HD e Benfica TV

Estes serviços, dada a sua natureza temática, disponibilizam, além de programas dedicados a várias modalidades, como reporta-

gens e documentários, essencialmente transmissões em directo das competições nacionais e internacionais.

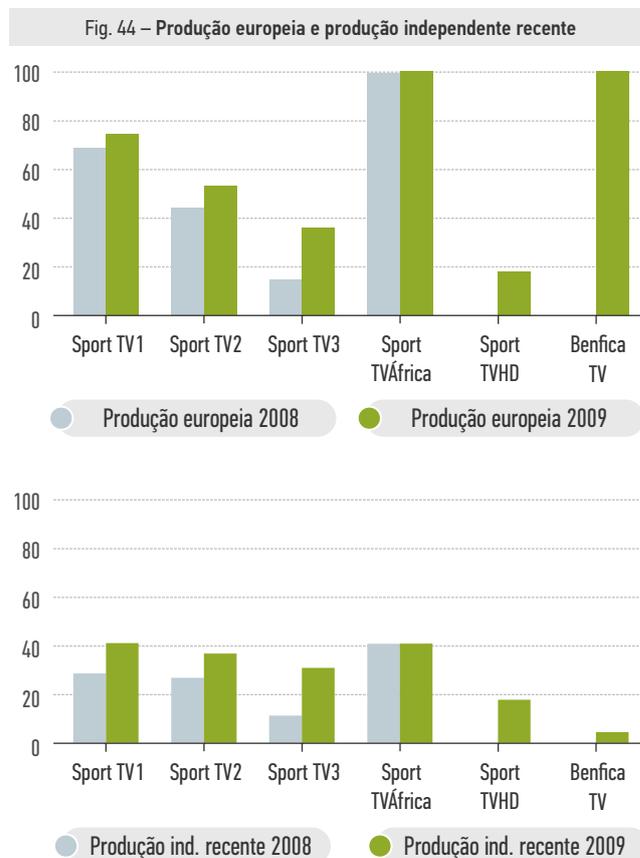
Fig. 42 – Tempo de obras de produção europeia e de produção independente recente

Serviços temáticos de desporto	2009	
	Produção europeia (hh:mm:ss)	Produção independente recente (hh:mm:ss)
Sport TV 1	1156:00:38	637:12:02
Sport TV 2	639:24:05	443:39:57
Sport TV 3	959:27:03	824:17:07
Sport TV África	741:40:17	302:19:20
Sport TV HD	101:45:21	101:35:14
Benfica TV	2857:00:00	126:00:00

Fig. 43 – Percentagens de produção europeia e produção independente recente

Serviços temáticos de desporto	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
	2008	2009	Var. 08/09	2008	2009	Var. 08/09
Sport TV 1	68,7	74,2	↑	28,5	41	↑
Sport TV 2	44,2	52,9	↑	26,7	36,7	↑
Sport TV 3	14,4	35,9	↑	11,2	30,8	↓
Sport TV África	99,2	100	↑	40,7	40,8	↑
Sport TV HD	–	17,7	–	–	17,7	–
Benfica TV	–	100	–	–	4,4	–

Fig. 44 – Produção europeia e produção independente recente



Os serviços de programas de temática desportiva detidos pelo operador SPORT TV apresentam valores que ultrapassam a quota maioritária de obras de produção europeia nos serviços SPORT TV1, SPORT TV2, SPORT TV África; os serviços SPORT TV3 e SPORT TV HD ficaram abaixo do valor determinado. Os valores oscilam entre 100%, na SPORT TV África (742 horas), e 17,7%, na SPORT TV HD (102 horas).

O serviço de programas Benfica TV atingiu o valor absoluto na exibição de obras europeias (2857 horas); em relação à produção independente recente, obteve uma percentagem baixa, apenas 4,4% (126 horas).

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Os operadores de televisão sob jurisdição nacional estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de obras de produção europeia e de obras de produção independente, nos termos dos artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos artigos 4.º e 5.º da Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”.

Em matéria de difusão de obras europeias, no ano de 2009, verificou-se um bom desempenho nos serviços detidos pelo operador de serviço público RTP e pelo operador TVI; contudo, o operador SIC não alcançou a quota de 50% em dois serviços de programas, SIC e SIC Mulher.

Os serviços de programas do operador ZON Conteúdos, cuja programação incide essencialmente na transmissão de filmes e séries de origem americana, continuam a apresentar percentagens baixas de obras de produção europeia, tendo o valor mais elevado sido atingido na TVC2, com 17,3%.

Relativamente à produção independente, produzida há menos de cinco anos, os valores indicados no artigo 46.º da Lei da Televisão foram amplamente ultrapassados pela generalidade dos canais, com a SIC Internacional a obter um dos valores mais elevados, 52,2%.

Quanto aos serviços temáticos dedicados a cinema e séries, dois serviços não atingiram o valor mínimo estabelecido para a produção independente, TVC3 e MOV; o serviço de programas MVM dedicou apenas 4% do seu tempo de programação a estas obras, enquanto o serviço MTV Portugal não exibiu nenhuma obra de produção independente.

Nos termos do normativo comunitário, artigo 5.º da referida Directiva, a avaliação é positiva, uma vez que os resultados apresentados indicam que foram confortavelmente atingidos os objectivos no que diz respeito à transmissão de produções independentes, sendo reservada uma percentagem adequada a obras recentes, o que revela a actualidade das obras exibidas, com excepção do serviço RTP Memória.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



INSERÇÃO DA PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

Inserção da Publicidade na Televisão

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

1.1. OBJECTIVOS

O artigo 40.º da Lei da Televisão, no seu n.º 1, determina que os serviços de programas televisivos não podem exceder, no período compreendido entre duas unidades de hora, 10% ou 20% do tempo de emissão destinado a mensagens curtas de publicidade e televenda, consoante se tratem de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre (12 minutos) ou não condicionado com assinatura (seis minutos).

De destacar as obrigações complementares da concessionária de serviço público de televisão, previstas na Cláusula 23.^a do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (CCSPT), que estipula o limite máximo de seis minutos de publicidade comercial, a que podem acrescer seis minutos de publicidade institucional, entendida esta como a “relativa à promoção de produtos, serviços ou fins de manifesto interesse público ou cultural, a qual beneficiará de um desconto não inferior a 85%”.

Já de acordo com o previsto pelo n.º 2 da Cláusula 23.^a do referido Contrato, a RTP2, dada a especificidade do serviço de programas, não pode conter publicidade comercial.

A análise subsequente incide sobre os resultados dos patrocínios e autopromoções, de forma a explicitar o peso destes conteúdos no tempo total dos intervalos.

1.2. METODOLOGIA

A verificação do cumprimento do previsto pela Lei da Televisão teve por base o total da emissão do ano 2009, nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre – RTP1, SIC e TVI – e uma amostra de um mês (assinalado na fig.2), nos serviços de programas temáticos de acesso não condicionado com assinatura – RTP N, RTP Memória, RTP África, SIC Notícias, SIC Mulher, TVI24 –, no serviço de programas de acesso condicionado SPORT TV1 e no serviço generalista de acesso não condicionado com assinatura SIC Radical.

Tendo presente a redacção do n.º 1 do artigo 40.º da Lei da Televisão sobre os limites de tempo previstos para a emissão de mensagens publicitárias, regista-se uma alteração de procedimento no último quadrimestre de 2009, de forma a obter um

maior rigor no apuramento dos tempos de publicidade emitidos pelos serviços de programas em análise. Esta alteração metodológica contempla uma margem de tolerância de seis segundos, contados sobre o limite legal, a partir de Setembro de 2009.

Para a análise referenciada foram utilizadas como fonte metodológica a base de dados da empresa Mediamonitor e as gravações das emissões.

2. TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE POR HORA

De acordo com o n.º 2 do artigo 40.º da Lei da Televisão, que fixa os limites de tempo reservados a mensagens publicitárias, para apuramento dos tempos de mensagens publicitárias, deverão ser excluídas “as mensagens difundidas pelos operadores de televisão, relacionadas com os seus próprios programas e produtos acessórios directamente deles derivados, bem como as que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário, transmitidas gratuitamente, assim como a identificação de patrocínios”.

As figuras subsequentes ilustram os casos de excesso de *publicidade* por unidade de hora, excluídas as mensagens que revestem as características previstas no n.º 2 da citada norma.

Fig. 1 – Excessos de mensagens curtas de publicidade e televenda por hora nos canais generalistas

Serviço de programas	Pub H > 12m		Diferença
	2008	2009	
RTP 1	8	3	▼ 5
SIC	4	209	▲ 205
TVI	9	12	▲ 3

Para melhor análise do quadro supra, importa salientar que a RTP1, além das prerrogativas a que está adstrita nos termos da Lei da Televisão, não pode, de acordo com o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, exceder seis minutos, por hora, de *publicidade* comercial.

A RTP1 regista um total de três excessos de *publicidade* em 2009, à luz do previsto na Lei da Televisão, o que se traduz numa diminuição na ordem dos 60% relativamente a 2008. Por outro lado, tendo em conta o previsto no CCSPT, o serviço de programas RTP1 regista um total de 129 excessos de *publicidade*, no limite dos seis minutos, o que representa um acréscimo exponencial em relação a igual período de 2008.

No cômputo total de infracções anuais, a SIC regista um aumento assinalável, na ordem dos 209 casos de excesso de *publicidade* em contraponto com os 4 registados em 2008. Na TVI assinala-se um acréscimo de mais três casos ao longo do ano, sendo que 2009 conta com 12 situações de excesso de *publicidade*. (fig.1)

Os aumentos assinalados, principalmente no serviço de programas SIC, são consequência da alteração da metodologia no apuramento dos tempos efectivos de *publicidade*, tendo sido aplicada uma margem de tolerância de apenas seis segundos, contados sobre o limite legal, a partir de Setembro de 2009.

Fig. 2 – Excessos de mensagens curtas de publicidade e tevenda por hora nos canais temáticos

Serviço de programas	Pub H > 12m		Diferença	Mês
	2008	2009		
RTP N	0	0	0	Outubro
RTP África	0	0	0	Abril
RTP Memória	0	0	0	Setembro
SIC Notícias	0	2	▲ 2	Outubro
SIC Radical	0	0	0	Outubro
SIC Mulher	0	1	▲ 1	Outubro
TVI 24	—	0	0	Outubro
SPOR TV 1	0	0	0	Junho

Relativamente aos canais temáticos e generalista de acesso não condicionado com assinatura, há a assinalar a ocorrência de desvios pontuais registados na SIC Notícias (dois) e na SIC Mulher (um) no período em análise/mês (figura 2).

3. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS PUBLICITÁRIOS NO TEMPO DE EMISSÃO

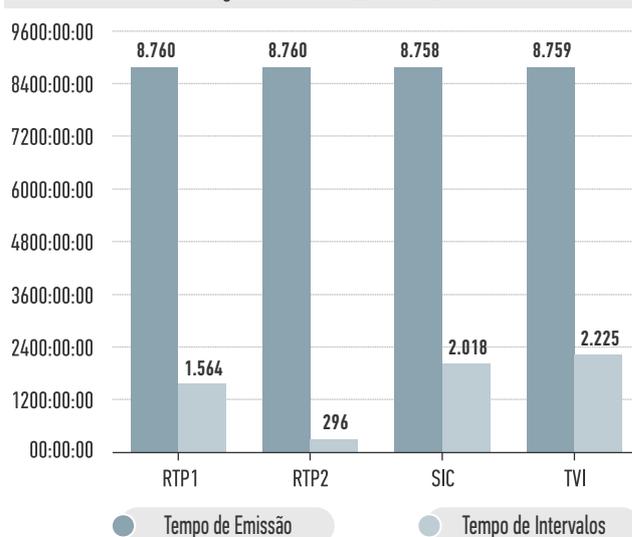
A análise do *tempo de intervalos* e o seu peso relativo no total da emissão é um dado que se reveste de especial interesse, nomeadamente por força das queixas de que são alvo os operadores pela excessiva duração dos mesmos. Na composição total do intervalo publicitário, enquadram-se, para além das mensagens curtas de *publicidade* e *tevenda* (n.º 1 do artigo 40.º), as *autopromoções*, *patrocínios*, *outras mensagens transmitidas gratuitamente* (n.º 2 do artigo 40.º) e os blocos de *tevenda* (artigo 41.º).

Fig. 3 – Intervalos no tempo de emissão (em hh:mm:ss e percentagens)

	Tempo de Emissão	Tempo de Intervalos	N.º Total de Inserções nos Intervalos	% Intervalos
RTP 1	8760:00:00	1564:12:46	177.582	17,9
RTP 2	8760:03:51	296:41:25	54.513	3,4
SIC	8758:59:58	2018:08:43	291.091	23,0
TVI	8759:00:00	2225:03:34	324.511	25,4

Verifica-se que o serviço de programas TVI é o que dedica o maior número de horas, cerca de 2225, e 324.511 inserções de mensagens publicitárias, com um percentual de 25,4; segue-se

Fig. 4 – Intervalos (em horas)



a SIC, com 23,0 %, e a RTP1, com um total de 17,9% de *intervalos* sobre o tempo total de emissão. A RTP2 é, dos quatro serviços de programas analisados, aquele que dedica um menor percentual aos *intervalos*, com 3,4%.

4. ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS INTERVALOS

A análise do volume de *publicidade* emitida nos *intervalos* durante o ano de 2009, permite observar a evolução ao longo do ano, além de fornecer indicadores dos períodos de maior e menor incidência dos tempos ocupados por mensagens publicitárias, independentemente do teor das mesmas.

Se no conjunto de serviço de programas, em 2009, a maior incidência de tempo de *intervalos* recai no mês de Julho, a menor incidência global encontra-se em Janeiro. Uma tendência inversamente proporcional à registada em igual período do ano de 2008, em que a maior incidência de tempo dedicado a mensagens publicitárias se registou em Janeiro.

Na análise ao ano de 2009, assiste-se a um crescendo dos tempos dedicados aos *intervalos* na RTP1, cujo pico se registou em Julho, com um total de cerca de 164 horas emitidas, e com um menor volume em Janeiro, com cerca de 63 horas. Movimento idêntico é registado pela SIC, embora o serviço de programas situe em Outubro o maior volume de tempo emitido de *intervalos*, cerca de 189 horas, e o menor em Janeiro, com 133 horas. À semelhança da RTP1, a TVI também regista o maior volume de horas emitidas em Julho, cerca de 199 horas, e o menor em Fevereiro, com 166 horas. A RTP2 é, dos quatro serviços de programas, o que regista uma evolução constante no número de horas dedicadas a *intervalos*, situando-se em média nas 185 horas mensais (figura 6).

Fig. 5 – Tempo de intervalos – 2009 (meses)

Serviços / Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RTP 1	63:20:28	64:49:02	97:50:47	144:24:08	151:18:51	144:59:00	164:10:23	152:53:51	149:10:29	150:38:42	139:51:42	140:45:23
RTP 2	26:22:31	25:07:39	28:41:24	27:12:16	27:48:03	24:21:02	23:06:02	19:11:36	21:18:11	26:00:42	24:05:15	23:26:44
SIC	133:27:32	140:50:35	148:41:10	153:28:02	175:16:39	174:13:57	181:43:49	173:27:04	181:08:13	189:41:52	189:30:50	176:39:00
TVI	172:48:44	166:41:35	185:28:59	172:41:40	185:18:10	182:29:11	199:05:14	190:45:58	186:24:20	193:54:29	193:43:27	195:41:47
Total	395:59:15	397:28:51	460:42:20	497:46:06	539:41:43	526:03:10	568:05:28	536:18:29	538:01:13	560:15:45	547:11:14	536:32:54

Max. Min.

Fig. 6 – Evolução dos intervalos – 2009 (hh:mm:ss)

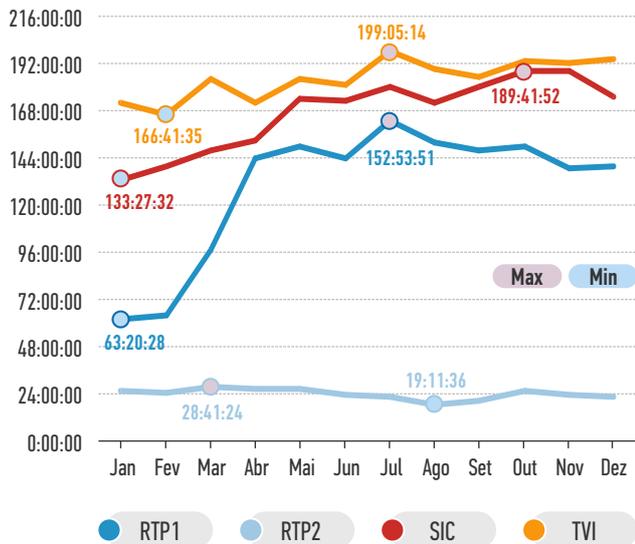
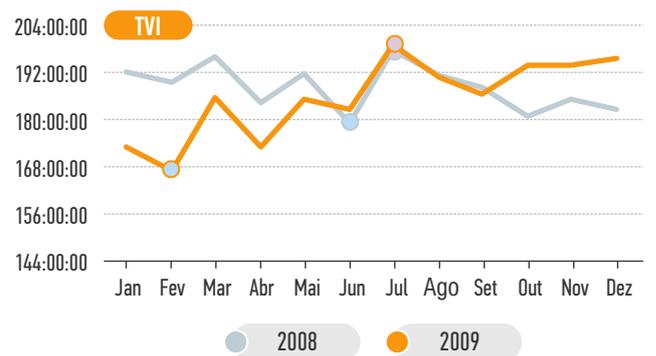
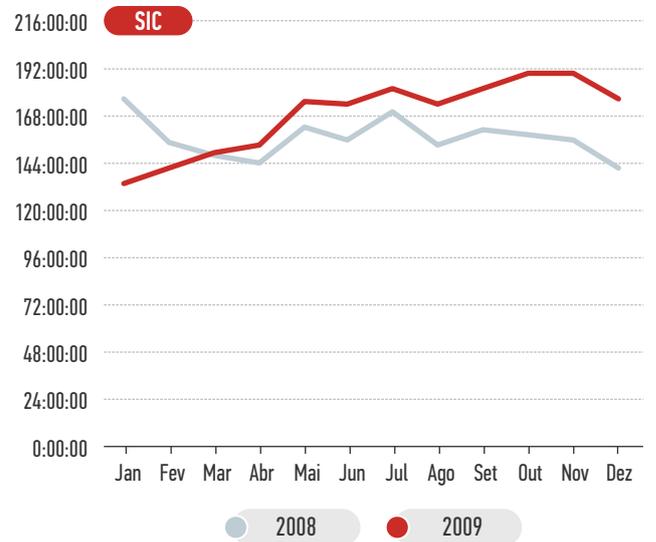
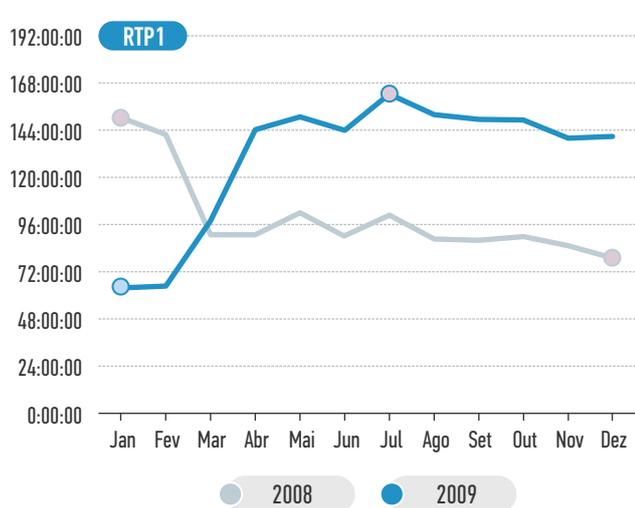


Fig. 7 – Evolução dos intervalos em 2008/2009 (meses)



Relativamente a 2008, a RTP1 é, dos quatro serviços de programas, aquele que regista uma tendência de crescimento constante ao longo de 2009. Movimento semelhante é o registado pela SIC, embora com um diferencial menor em relação ao número de horas emitidas em 2008. A RTP2 revela um movimento constante, com índices semelhantes aos de 2008. A TVI, só no último trimestre de 2009 revela um número de horas de *intervalos* superior relativamente a igual período de 2008, situando-se, no resto do ano, com valores equiparados ou inferiores aos registados em 2008 (figura 7).

Fig. 7 – Evolução dos intervalos em 2008/2009 (meses)



5. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DAS AUTOPROMOÇÕES E PATROCÍNIOS NOS INTERVALOS

Tendo em conta que os *intervalos*, globalmente considerados no período total de emissão, incluem, para além de mensagens curtas de *publicidade* e de *televenda*, contabilizadas para efeitos dos limites de tempo legalmente previstos no n.º 1 do artigo 40.º da Lei da Televisão, outras mensagens que, sendo excluídas dessa contagem, podem ser inseridas nesse espaço – *intervalo* – sem as restrições impostas às comunicações comerciais, nos termos do n.º 2 do referido preceito, ou por integrarem blocos de *televenda*, que obedecem às regras próprias constantes no artigo 41.º da Lei da Televisão. Procedemos à análise do impacto dessas mensagens, especificamente no que se refere a *autopromoções* e *patrocínios*.

A Lei da Televisão define *autopromoção* na alínea b), do n.º 1, do artigo 2.º como a “publicidade difundida pelo operador de televisão relativa aos seus próprios produtos, serviços, serviços de programas televisivos ou programas, assim como às obras cinematográficas e audiovisuais em que tenha participado financeiramente”.

O *patrocínio* é definido no n.º 1 do artigo 24.º do Código da Publicidade como “a participação de pessoas singulares ou colectivas que não exerçam a actividade televisiva ou de produção de obras audiovisuais no financiamento de quaisquer obras audiovisuais, programas (...) independentemente do meio utilizado para a sua difusão, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas actividades, bens ou serviços”.

O presente Relatório analisa, assim, os tempos, as percentagens relativas e o número de inserções de *autopromoções* e *patrocínios* nos intervalos.

Embora o tempo reservado aos *intervalos* ainda possa incluir as designadas mensagens de divulgação ou de comunicação apoiada, igualmente excluídas para efeitos de contagem do tempo reservado à *publicidade*, não é feita uma análise exaustiva no contexto deste relatório, dada a especificidade dos seus objectivos de interesse público e de teor humanitário, aliados ao requisito da gratuidade de difícil identificação sem a cooperação dos próprios operadores.

Não obstante, foi recolhida uma amostra – 4.º trimestre de 2009 – nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, a qual é objecto de análise no ponto 5.3 deste Relatório.

Na figura 8 são apresentados os tempos e as respectivas percentagens dos espaços de *autopromoções* e de *patrocínios* incluídos no tempo dos *intervalos*.

Fig. 8 – Autopromoções e patrocínios nos intervalos (em hh:mm:ss e percentagens)

Serviços de programas	Tempo de Intervalos	Tempo de Autopromoções	% Autopromoções nos Intervalos	Tempo Patrocínios	% Patrocínios nos Intervalos
RTP 1	1564:12:46	182:38:05	11,7	26:06:48	1,7
RTP 2	296:41:25	177:13:21	59,7	09:01:13	3,0
SIC	2018:08:43	254:37:35	12,6	83:12:47	4,1
TVI	2225:03:34	251:07:34	11,3	68:28:57	3,1

Fig. 9 – Percentagens de autopromoções e patrocínios nos intervalos

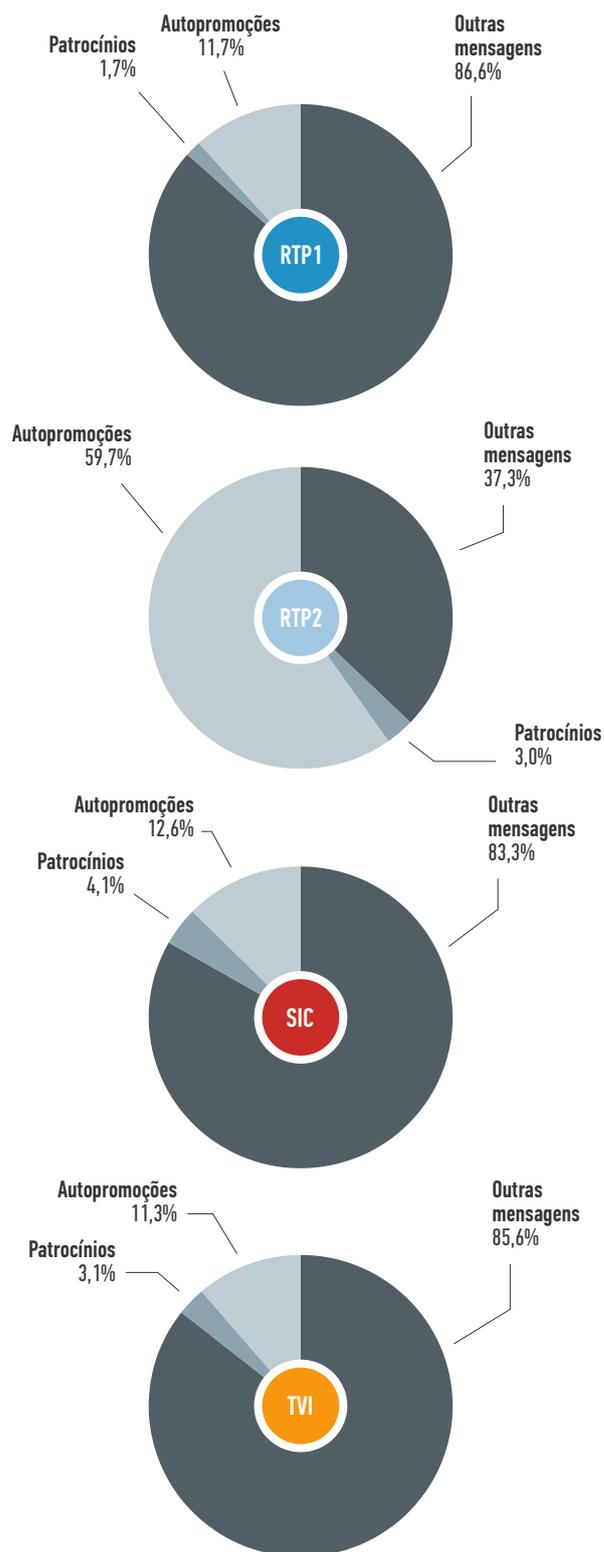
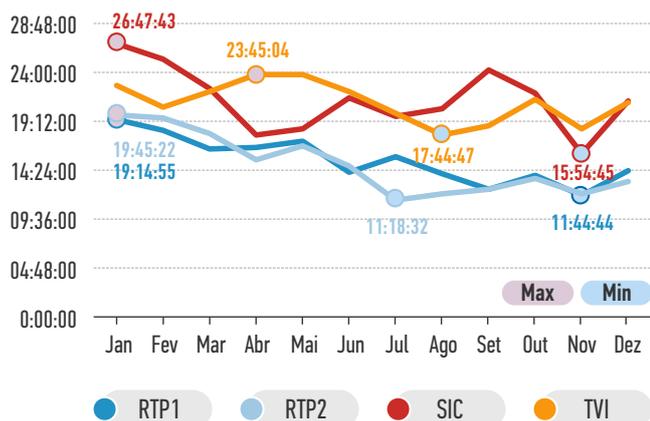


Fig. 10 – Tempos de autopromoções (meses)

Serviços / Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RTP 1	19:14:55	18:07:08	16:18:19	16:30:03	17:04:07	14:01:56	15:32:30	13:53:24	12:23:31	13:39:39	11:44:44	14:07:49
RTP 2	19:45:22	19:20:20	17:48:22	15:17:06	16:41:13	14:34:03	11:18:32	11:48:32	12:18:16	13:21:59	11:53:13	13:06:23
SIC	26:47:43	25:11:37	22:22:04	17:44:05	18:19:56	21:23:17	19:29:29	20:18:11	24:09:21	21:51:45	15:54:45	21:05:22
TVI	22:38:39	20:29:23	21:58:15	23:45:04	23:41:52	22:02:36	19:48:19	17:44:47	18:40:18	21:09:36	18:15:26	20:53:19
Total	88:26:39	83:08:28	78:27:00	73:16:18	75:47:08	72:01:52	66:08:50	63:44:54	67:31:26	70:02:59	57:48:08	69:12:53

Max. Min.

Fig. 11 – Autopromoções – 2009 (hh:mm:ss)



A duração da apresentação do patrocínio é, geralmente, inferior à da autopromoção em cerca de cinco segundos, e além de surgir no início e/ou no final do programa patrocinado, também surge junto da autopromoção do programa.

A SIC replica a tendência manifestada em 2008, sendo o serviço de programas que dedica mais tempo à apresentação de autopromoções e patrocínios, o equivalente a 16,7% dos intervalos. A exceção é feita no serviço de programas RTP2, no qual se constata que os intervalos são dedicados maioritariamente à exibição de autopromoções, 59,7%, consequência da especificidade deste serviço de programas, consagrada no n.º 2 da Cláusula 23.ª do CCSPT, nos termos da qual se estabelece que na RTP2 “não pode haver publicidade comercial”.

A RTP1 e a TVI revelam percentuais similares ao nível do espaço ocupado pelas autopromoções nos intervalos, cerca de 11%; contudo, ao nível dos patrocínios, estes surgem a um nível superior na TVI (3,1%), quando confrontados com 1,7% apresentados pela RTP1 (fig. 9).

5.1. AUTOPROMOÇÕES

No conjunto dos serviços de programas analisados, regista-se um maior volume de autopromoções no mês de Janeiro e menor em Novembro. Este dado contrasta com o facto de, no cômputo global, Janeiro ter sido o mês em que se registou o menor tempo dedicado aos intervalos, cerca de 359 horas, das quais 88 horas foram preenchidas com a apresentação de autopromoções.

À excepção da TVI, que situa em Abril o máximo de horas de transmissão de autopromoções, cerca de 23 horas, os restantes serviços de programas em análise situam no mês de Janeiro o maior volume de autopromoções, num parcial de cerca de 19 horas na RTP1 e RTP2, respectivamente, e de 26 horas na SIC.

5.2. PATROCÍNIOS

No conjunto dos serviços de programas, registou-se um maior volume de patrocínios no mês de Dezembro e menor em Fevereiro.

Fig. 13 – Patrocínios – 2009 (hh:mm:ss)

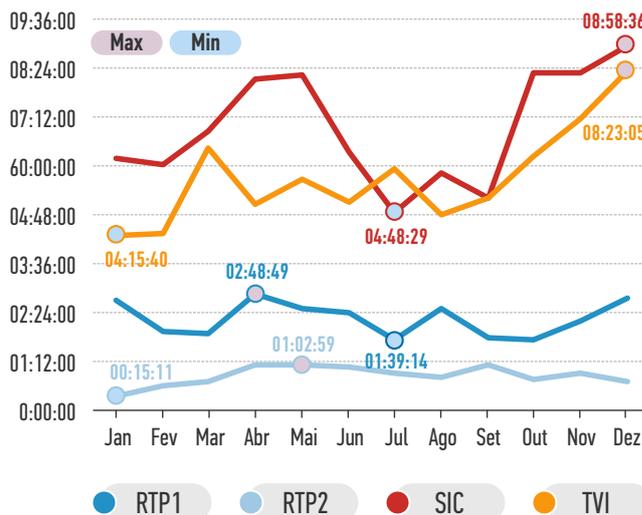


Fig. 12 – Tempo de patrocínios – 2009 (meses)

Serviços / Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RTP 1	02:36:51	01:51:29	01:48:26	02:48:49	02:25:51	02:19:17	01:39:14	02:26:23	01:41:23	01:39:54	02:08:10	02:41:01
RTP 2	00:15:11	00:30:17	00:37:19	01:00:25	01:02:59	00:58:46	00:48:24	00:43:02	01:01:40	00:39:21	00:48:17	00:35:32
SIC	06:09:41	06:01:06	06:49:41	08:10:38	08:16:58	06:19:25	04:48:29	05:50:02	05:10:35	08:18:41	08:18:55	08:58:36
TVI	04:15:40	04:19:40	06:27:32	05:02:03	05:38:05	05:06:13	05:56:13	04:46:11	05:11:55	06:13:51	07:08:29	08:23:05
Total	13:17:23	12:42:32	15:42:58	17:01:55	17:23:53	14:43:41	13:12:20	13:45:38	13:05:33	16:51:47	18:23:51	20:38:14

Max. Min.

Na RTP1, o volume máximo situou-se nos meses de Abril e Dezembro, com cerca de 2h40m, e mínimo em Julho, 1h39m; na RTP2, o mês com maior volume foi Maio, com cerca de uma hora, e o menor Janeiro, com 15 minutos; na SIC e na TVI, o maior volume situa-se em Dezembro, com cerca de oito horas cada, sendo o menor da SIC em Julho e o da TVI em Janeiro, na ordem das quatro horas cada uma.

5.3. AVALIAÇÃO DOS INTERVALOS NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE – RTP1, SIC E TVI – NO 4.º TRIMESTRE DE 2009

A análise subsequente reporta-se a uma amostra do último trimestre dos serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre RTP1, SIC e TVI na composição total do *intervalo*, incluindo *autopromoções*, *patrocínios*, outras mensagens transmitidas gratuitamente, para efeitos do n.º 2 do artigo 40.º *in fine* da Lei da Televisão, blocos de televentas, com duração ininterrupta de, pelo menos 15 minutos, e publicidade contabilizada de acordo com os limites temporais estabelecidos no n.º 1 do preceito referido.

O conteúdo das denominadas “outras mensagens gratuitas” assenta, quer no carácter de prossecução de serviço público ou de interesse público e apelos de teor humanitário, quer pelo facto de serem emitidas gratuitamente.

A especificidade do trimestre em questão decorre, não só da alteração metodológica levada a cabo, que determinou a aplicação de critérios mais rigorosos no apuramento dos tempos reservados à emissão de mensagens publicitárias, tendo sido reduzida a margem de tolerância anteriormente aplicada (de 30 segundos) para seis segundos contados sobre o limite legal, mas também da necessidade de especificar todos os componentes do grupo denominado “outras mensagens”, dentro dos *intervalos*, para além dos *patrocínios* e das *autopromoções*, que se pode identificar na figura 9 deste relatório e que representa um peso e valor incontornáveis.

No que se refere à concessionária de serviço público RTP1, a análise em causa obedece ao âmbito das obrigações gerais decorrentes da Lei da Televisão, não sendo incluídas as especificidades previstas na Cláusula 23.^a do CCSPT, a qual prevê um limite máximo de seis minutos para a publicidade comercial e seis minutos para a denominada “publicidade institucional”.

A RTP2 não foi incluída nesta análise por lhe estar vedada a publicidade comercial.

A presente avaliação tem em conta o volume global mensal das

horas dedicadas aos intervalos e suas componentes, ao invés de focalizar a atenção nos limites previstos pelo n.º 1 do Artigo 40.º (fig.14).

Fig. 14 – Tempos intervalos (em hh:mm:ss)

	RTP 1	SIC	TVI
Outubro	150:38:42	189:41:52	193:54:29
Novembro	139:51:42	189:30:50	193:43:27
Dezembro	140:45:23	176:39:00	195:41:47

RTP1

Fig. 15 – Composição dos intervalos (%) no 4.º trimestre de 2009 do serviço de programas RTP1

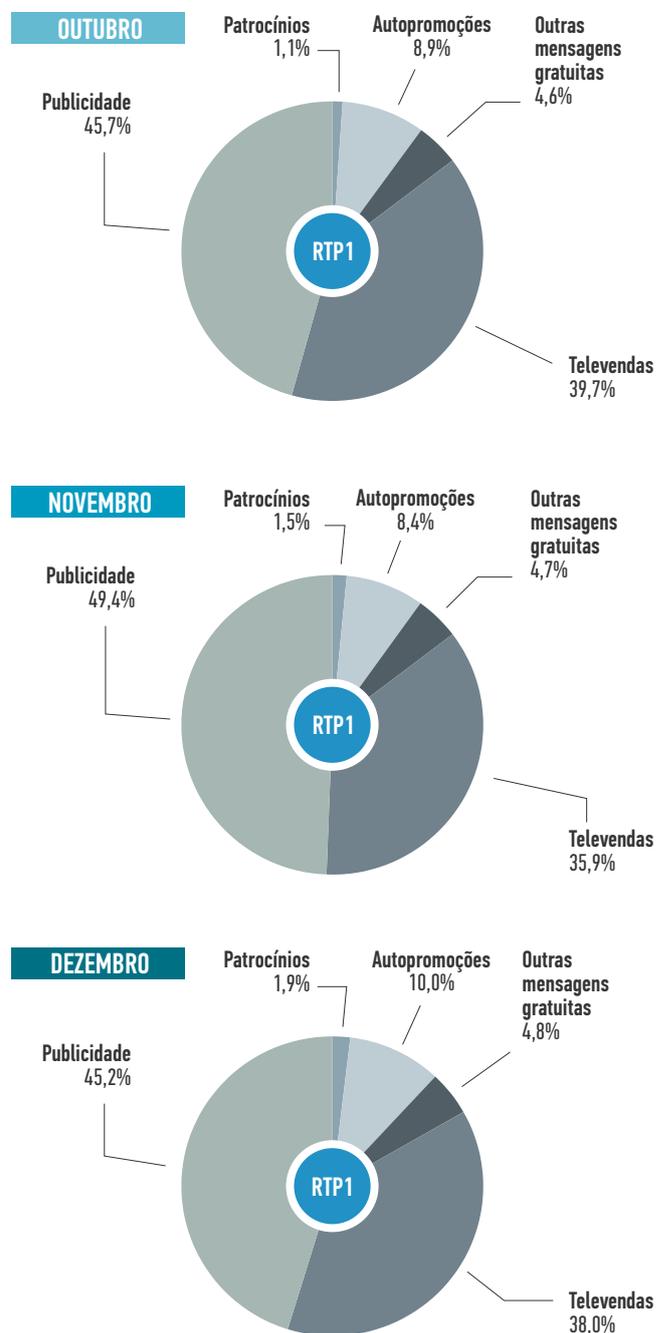
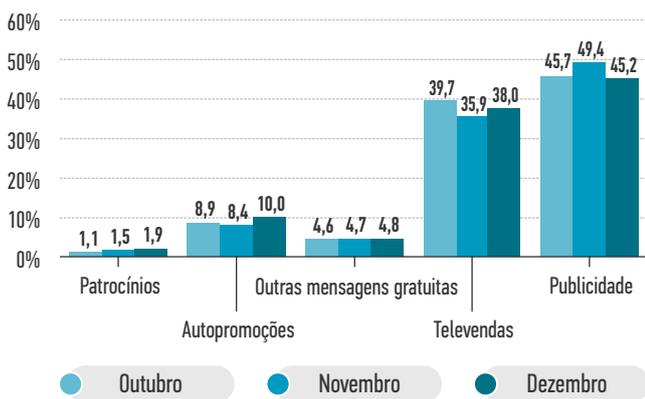


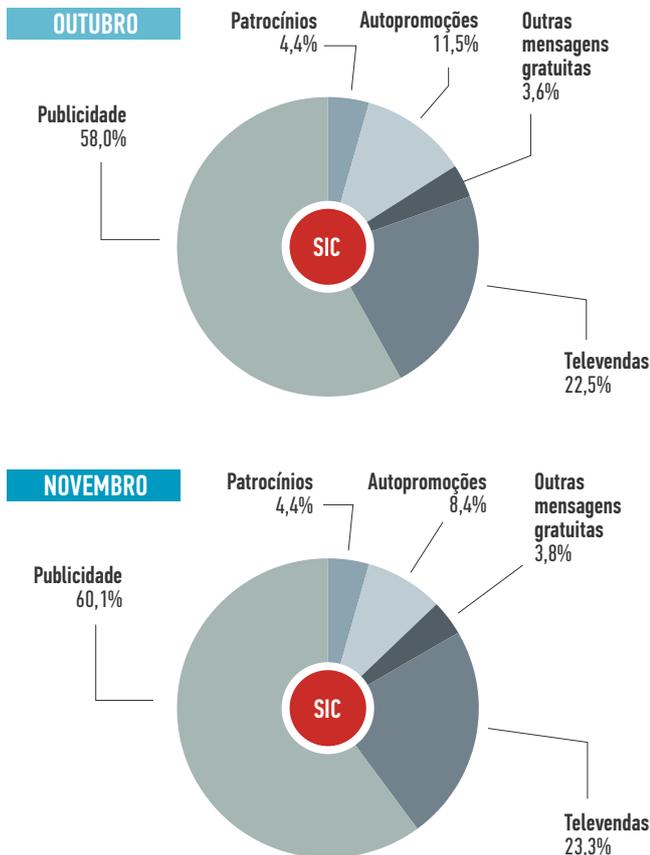
Fig. 16 – Evolução dos intervalos na RTP1 no 4.º trimestre de 2009



O 4.º trimestre de 2009, no serviço de programas RTP1, pauta-se por acréscimo de *publicidade* comercial no mês de Novembro e um ligeiro decréscimo em Outubro e Dezembro. Quanto ao nível do volume de *televendas*, o percentual sofreu variações ao longo do trimestre, sendo o mês de Outubro o que registou o índice mais elevado, 39,7%. O espaço ocupado por *outras mensagens gratuitas*, *autopromoções* e *patrocínios* mantêm igual tendência no período comparado.

SIC

Fig. 17 – Composição dos intervalos (%) no 4.º trimestre de 2009 do serviço de programas SIC



DEZEMBRO

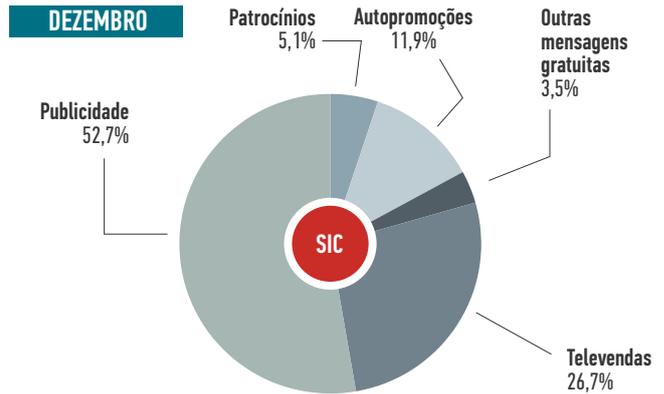
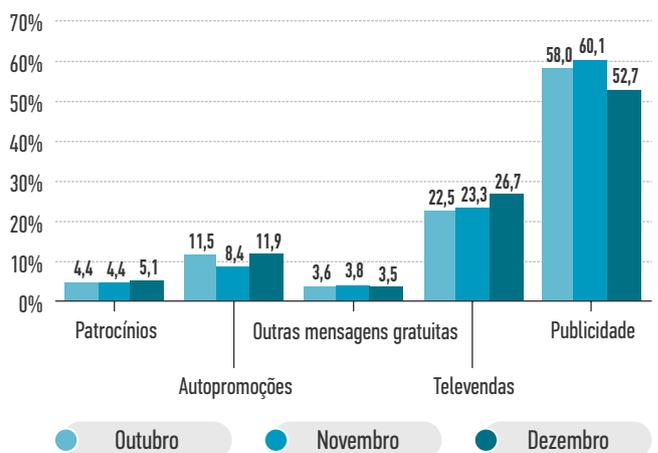


Fig. 18 – Evolução dos intervalos na SIC no 4.º trimestre de 2009



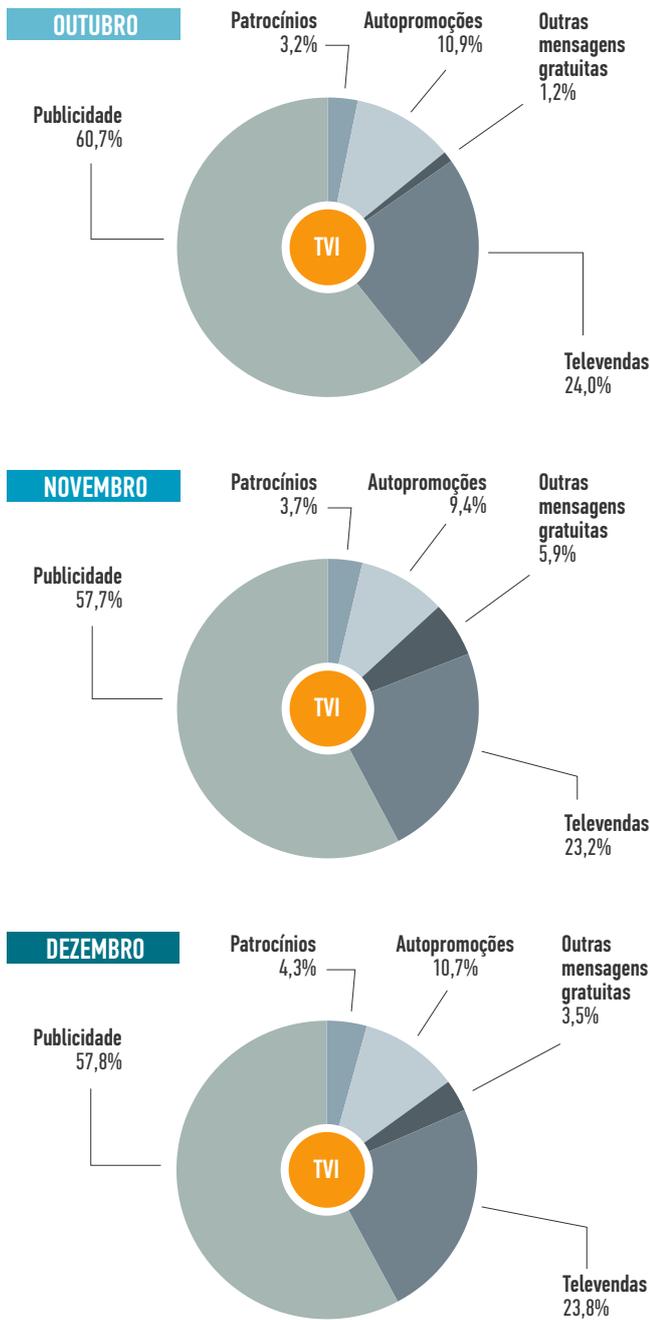
Ao longo do 4.º trimestre de 2009, no serviço de programas SIC, assiste-se a um acréscimo de *publicidade* comercial no mês de Novembro e um ligeiro decréscimo em Outubro e Dezembro. Já ao nível do volume de *televendas*, o percentual foi subindo ao longo dos meses, tendo as *mensagens gratuitas* ocupado igual destaque ao longo de todo o trimestre. As *autopromoções* registaram um ligeiro recuo em Novembro, enquanto os *patrocínios* se mantiveram em níveis idênticos ao longo do período em análise.

De forma global, cerca de 60% dos *intervalos* são ocupados por *publicidade* comercial. A exceção é registada no mês de Dezembro em que esta se aproxima mais dos 50% do *intervalo*, contudo, assinalamos uma subida das *televendas*.

TVI

No 4.º trimestre de 2009, o serviço de programas TVI regista uma ligeira diminuição da *publicidade* comercial (meses de Novembro e Dezembro), contudo, com um percentual aproximado de 60% do *intervalo*. Já as *televendas* mantiveram o mesmo espaço, na ordem dos 23% mensais. As *mensagens transmitidas gratuitamente* tiveram maior representatividade em Novembro, aproximando-se dos 6%. As *autopromoções* ocupam uma média

Fig. 19 – Composição dos intervalos (%) no 4.º trimestre de 2009 do serviço de programas TVI



de 10% dos *intervalos*, tendo os *patrocínios* registado um movimento crescente ao longo do trimestre com maior incidência em Dezembro – 4,3%.

A média trimestral do espaço ocupado por cada um dos itens que compõem o *intervalo*, indica que o volume de *publicidade* é superior na TVI, na ordem dos 2% face à SIC e de 12% em relação à RTP1. Relativamente aos restantes espaços – *televidas*, *patrocínios*, *autopromoções* e *outras mensagens gratuitas* –, são ocupados de forma semelhante pelos serviços de programas SIC e TVI.

Fig. 20 – Evolução dos intervalos na TVI no 4.º trimestre 2009

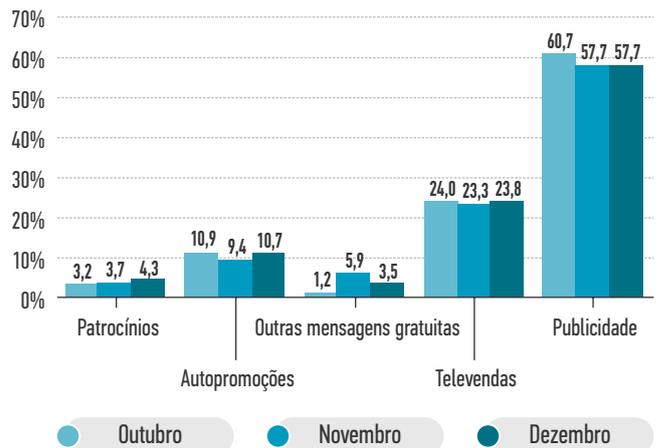
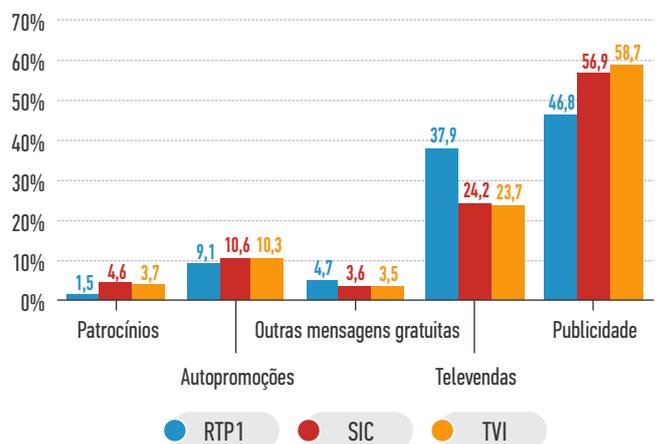


Fig. 21 – Análise comparativa dos intervalos da RTP1, SIC e TVI no 4.º trimestre 2009



A RTP1 apresenta o maior volume de *televidas*, na ordem dos 13%, relativamente aos outros dois serviços de programas. Embora com uma margem inferior, as *outras mensagens gratuitas* situam-se acima da média registada pelos serviços de programas SIC e TVI. Já ao nível dos *patrocínios* e *autopromoções*, o espaço ocupado pela RTP1 é inferior face aos serviços comparados.

6. ANÁLISE EVOLUTIVA – BIÊNIO 2008/2009

De forma a aferir sobre a evolução dos *intervalos* no biénio de 2008/2009, foram apurados valores indicativos dos diferenciais entre os dois períodos, a nível global e parcialmente na análise das *autopromoções* e *patrocínios*.

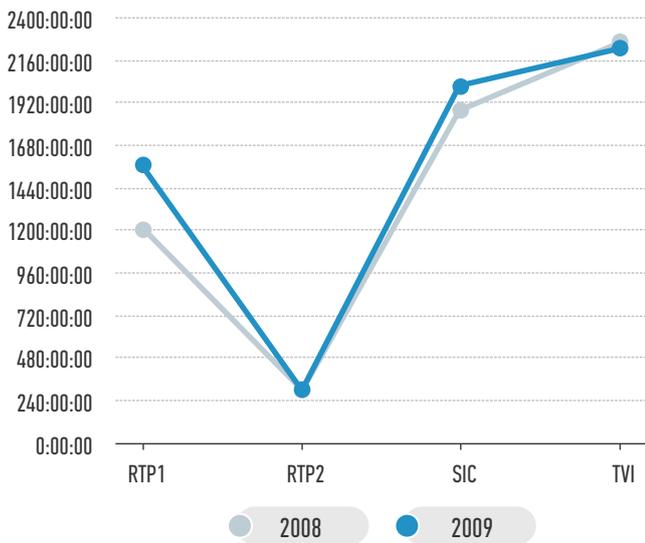
6.1. INTERVALOS

Comparando os resultados obtidos em 2009 com os do ano anterior, verifica-se um aumento dos tempos dos *intervalos* nos serviços de programas RTP1 e SIC e uma redução na RTP2 e TVI.

Fig. 22 – Tempo de intervalos, autopromoções e patrocínios – 2008 / 2009

Serviço de programas	Tempo de Intervalos		Diferença	Tempo de Autopromoções		Diferença	Tempo de Patrocínios		Diferença
	2008	2009		2008	2009		2008	2009	
RTP 1	1201:37:00	1564:12:46	▲ 362:35:46	211:49:00	182:38:05	▼ 29:10:55	27:01:00	26:06:48	▼ 0:54:12
RTP 2	298:04:00	296:41:25	▼ 1:22:35	197:34:00	177:13:21	▼ 20:20:39	6:18:00	9:01:13	▲ 2:43:13
SIC	1878:53:00	2018:08:43	▲ 139:15:43	276:05:00	254:37:35	▼ 21:27:25	50:25:00	83:12:47	▲ 32:47:47
TVI	2258:29:00	2225:03:34	▼ 33:25:26	261:52:00	251:07:34	▼ 10:44:26	80:30:00	68:28:57	▼ 12:01:03

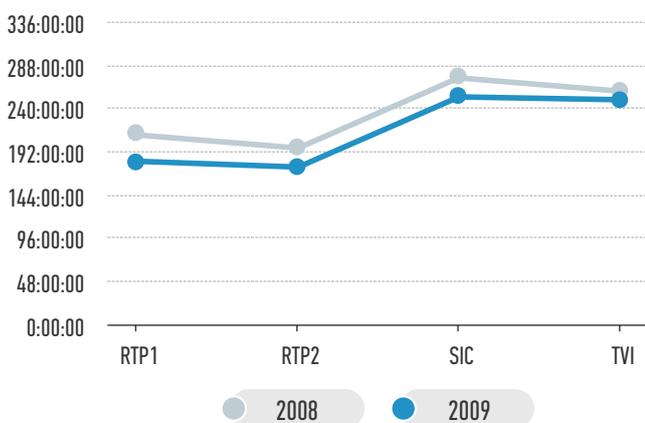
Fig. 23 – Intervalos – 2008/2009



O aumento mais significativo ocorreu na RTP1, com um aumento de cerca de 362 horas relativamente a 2008; já no campo da redução, foi na TVI que se assinalou a maior descida no tempo dos intervalos, com cerca de 33 horas comparativamente a 2008, numa tendência já registada no biénio 2007/2008.

6.2. AUTOPROMOÇÕES

Fig. 24 – Autopromoções – 2008/2009



No que respeita às autopromoções, verifica-se uma diminuição da duração destas, transversal a todos os serviços de programas. Assim, o diferencial é linear, situando-se na ordem das 20 horas na RTP2 e SIC; já na RTP1, a descida é maior, cerca de 29 horas, e a TVI é a que regista uma menor diferença, situada nas 10 horas anuais.

6.3. PATROCÍNIOS

Fig. 25 – Patrocínios – 2008/2009



Ao nível dos patrocínios, a TVI é o serviço de programas que assinala maior diferencial de descida em relação a igual período de 2008, cerca de 12 horas. A tendência de descida é também manifestada pela RTP1, embora só com 54 minutos. A RTP2 e a SIC registam um movimento de subida relativamente a 2008, situando-se na RTP2 nas 2h42m e na SIC nas 32h47m. De reiterar a especificidade da RTP2 que, sendo-lhe vedada, pelo contrato de concessão, a difusão de publicidade comercial (n.ºs 2 e 4 da Cláusula 23.ª CCSPT), pode exibir nos intervalos os conteúdos previstos pelo n.º 2 do artigo 40.º da Lei da Televisão, nos quais se incluem as autopromoções e os patrocínios.

7. SÍNTESE CONCLUSIVA

No cumprimento dos limites de tempo reservado a mensagens publicitárias, de acordo com o artigo 40.º da Lei da Televisão, no ano de 2009 verifica-se um aumento de casos de excesso de difusão de publicidade por hora nos serviços de programas SIC e TVI e uma diminuição na concessionária de serviço público RTP1, tal como já havia sido assinalado em 2008.

Ainda no que se refere ao serviço público de televisão RTP 1, tendência inversa é registada quando avaliado no âmbito da Cláusula 23.ª do CCSPT, tendo sido registado, ao longo de 2009, um aumento significativo de incumprimentos relativos aos seis minutos de publicidade comercial permitida.

No âmbito da avaliação do tempo dedicado aos *intervalos*, observa-se que, num total de emissão média de cerca de 8759 horas nos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre analisados, o serviço que mais tempo dedica a estes espaços é a TVI, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2. A diferença assinalada entre os serviços TVI e SIC não excede, contudo, os 2,5 pontos percentuais.

Já no que respeita à avaliação dos *patrocínios* no tempo dedicado aos *intervalos*, destaca-se o serviço de programas SIC, o qual reservou 4,1 pontos percentuais desse tempo para a apresentação de *patrocínios* junto das *autopromoções* e dos programas patrocinados, seguindo-se a TVI, a RTP 2 e a RTP 1.

Quanto ao impacto das *autopromoções* na duração dos *intervalos*, é a RTP 2 que se destaca, seguramente pela imposição específica de não emissão de publicidade comercial prevista no CCSPT; seguem-se a SIC, a RTP 1 e a TVI, todos os serviços com percentagens muito próximas entre eles.

Efectuada uma análise mais aprofundada a todas as mensagens passíveis de ser incluídas nos espaços reservados aos *intervalos*, para além das *autopromoções* e *patrocínios*, nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, é possível apurar que ambos os serviços de programas privados mantêm comportamentos muito similares no último trimestre de 2009, no que respeita a *televidas* e ao volume de *publicidade* comercial médios emitidos nesse

período. No que se refere à concessionária de serviço público, RTP1, e embora a análise se remeta exclusivamente à Lei da Televisão, sem as especificidades do CCSPT, dedica maior espaço a *outras mensagens gratuitas* e às *televentas*, face aos serviços comparados.

Foram ainda comparados os resultados obtidos no ano de 2008 com os valores obtidos em 2009, tendo-se registado uma grande oscilação entre os serviços de programas e o tempo dedicado aos *intervalos* publicitários, com a RTP 1 e a SIC a apresentarem um aumento do tempo dedicado aos *intervalos* e a TVI e a RTP 2 uma redução desse tempo; também no tempo de *patrocínios*, inseridos no *intervalo*, essa oscilação ocorre, desta vez com a RTP 1 e

a TVI a apresentar os valores mais baixos e a RTP 2 e a SIC a apresentar os valores mais elevados; quanto às *autopromoções*, todos os serviços de programas apresentam uma redução nesses tempos, em relação ao ano de 2008.

Avaliados os resultados por meses do ano e por serviço de programas, em 2009 verifica-se que o maior volume de tempo dedicado a *intervalos* ocorreu no mês de Julho e o menor em Janeiro; quanto às *autopromoções*, a maior duração registou-se no mês de Janeiro e a menor em Novembro; aos *patrocínios*, foi dedicado o maior volume de tempo no mês de Dezembro e o menor em Fevereiro.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

Novos Serviços de Programas Televisivos

1. PANORAMA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

A regulamentação do acesso à actividade de televisão, mediante autorização, através de canais via cabo e/ou satélite, surgiu no ano de 1998, assistindo-se desde então ao aparecimento de novos serviços de programas temáticos, quer de acesso não condicionado com assinatura, quer de acesso condicionado.

Não obstante as temáticas nas áreas do cinema, do desporto e da informação continuarem a ter um papel preponderante no panorama audiovisual português, são cada vez mais os operadores de televisão que optam por novas temáticas, como os conteúdos infantis e juvenis, a música, o estilo de vida dos jovens, os conteúdos económicos e financeiros e os conteúdos de natureza sexual para adultos.

Certo é que o número de serviços de programas autorizados tem aumentado anualmente desde que o primeiro serviço de programas temático, SPORT TV, iniciou a sua emissão, a 16 de Setembro de 1998, ano a partir do qual passaram a ser emitidas autorizações para o exercício da actividade de televisão via cabo e/ou satélite.

A confirmar a tendência evolutiva ascendente, no ano de 2009 deram entrada nos serviços da Entidade Reguladora 11 candidaturas a novos serviços de programas televisivos, tendo sido atribuídas nove autorizações de acesso à actividade, algumas referentes a candidaturas ainda recebidas no final do ano de 2008, para três canais temáticos de conteúdos infantis e juvenis, dois de cinema, um dos quais também de séries, dois de informação, um de conteúdos de natureza sexual para adultos e um de música também dedicado ao estilo de vida dos jovens.

Na figura 1 são apresentados os serviços de programas, por operador, classificados de acordo com o modelo de programação, a acessibilidade e a área de cobertura.

Dos serviços elencados na figura 1, apenas o *Música Brasil TV* e o *SCN – Sport Canal*, ambos autorizados no ano de 2008, não mantêm, desde o início, as suas emissões estáveis e regulares – tendo sido requerida pelos operadores a suspensão temporária da emissão dos serviços e, posteriormente, a revogação do *Música Brasil TV*, os dois processos ainda sem decisão no final de 2009 –, também os serviços de programas *Cine Clássico* e *Cine*

Estreia, autorizados em 2003, segundo informação do operador deixaram, no decurso de 2009, de ser emitidos, e o *Económico TV*, criado em 2009, ainda não iniciou a emissão, após período experimental iniciado em Novembro, podendo fazê-lo até 12 meses a contar da data da atribuição do correspondente título habilitador.

Existiam em Portugal, até ao final de 2009, um total de 43 serviços de programas televisivos, distribuídos entre generalistas (10) e temáticos (33); os generalistas apresentam uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público, enquanto os temáticos apresentam um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos, ou dirigido preferencialmente a determinado segmento do público (fig.2).

De entre os serviços de programas existentes, e de acordo com a sua acessibilidade pelo público, seis são de acesso não condicionado livre, pelo que são disponibilizados ao público sem qualquer contrapartida, 24 são de acesso não condicionado com assinatura, uma vez que são disponibilizados ao público mediante uma contrapartida pelo acesso à infra-estrutura de distribuição ou pela sua utilização, e 13 serviços são de acesso condicionado, sendo disponibilizados ao público mediante uma contrapartida específica, não se considerando como tal a quantia devida pelo acesso à infra-estrutura de distribuição, bem como pela sua utilização (fig.3).

Dos dez serviços de programas televisivos generalistas existentes, seis são de acesso não condicionado livre e quatro são de acesso não condicionado com assinatura. Nos serviços de programas televisivos temáticos, 20 são de acesso não condicionado com assinatura e os restantes 13 são de acesso condicionado (fig.4).

2. EVOLUÇÃO 1999/2009

A evolução no panorama televisivo nacional desde o ano de 1999 tem sido consistente e tem vindo a assumir uma preponderância cada vez maior no quotidiano dos portugueses.

Na figura 5 constam os serviços de programas distribuídos por cabo ou satélite, desde 1999 até finais de 2009, no panorama televisivo nacional.

Fig. 1 – Caracterização dos serviços de programas televisivos – Período de 1957 – 2009

Operadores	Serviços de Programas	Generalista	Temático	Não Cond. Livre	Não Cond. Com Assinatura	Cond.	Nacional	Regional	Internacional	Autorização	Início da Emissão
RTP – Rádio Televisão Portuguesa	RTP 1										07.Mar.57
	RTP 2										25.Dez.68
	RTP Internacional										06.Ago.72
	RTP Açores										10.Ago.75
	RTP Madeira										10.Jun.92
	RTP Alentejo										07.Jan.98
	RTPN									03.Out.01	15.Out.01
SIC – Sociedade Independente de Comunicação	SIC										06.Out.92
	SIC Notícias									19.Jan.00	
	SIC Mulher	b)								28.Mar.01	23.Abr.01
	K SIC									26.Ago.02	08.Mar.03
	SIC Notícias	d) i)								17.Nov.09	18.Dez.09
	ZON Prog. TVCabo	i)								28.Jul.99	15.Set.99
TVI – Televisão Independente	TVI										17.Ago.99
	TVI 24										20.Fev.93
Sport TV TV Portugal	SPORT-TV 1										20.Fev.09
	SPORT-TV 2									02.Set.98	17.Set.98
	SPORT-TV 3									15.Mai.06	08.Jun.06
	SPORT-TV AFRICA									20.Mai.08	01.Jun.08
	SPORT-TV HD									24.Jul.08	01.Ago.08
ZON – Conteúdos Actividades e Prod. Conteúdos	TUC1	e)								23.Dez.08	01.Jan.09
	TUC2	e)								21.Mai.03	01.Jun.03
	TUC3	e)								21.Mai.03	01.Jun.03
	TUC	e) f)								06.Abr.04	16.Abr.04
	CINE ESTREIA									04.Mai.05	19.Mai.05
	CINE ÊXITOS									21.Mai.03	
	CINE CLÁSSICOS									21.Mai.03	
Canal Parlamento	ARtv	g)								21.Mai.03	01.Jun.03
Av. Aliados – Soc. Comunicação	PORTO CANAL									21.Mai.03	01.Jun.03
NextTV – Televisão, Rádio e Multimédia, SA	NextTV									04.Mai.05	19.Mai.05
	MVM									21.Mai.03	
	MULTI-DRASH									21.Mai.03	
SCN – Sport Canal	scn								04.Mai.00		
Benfica TV	BENFICATV									04.Mai.00	
MTV Networks	MTV Networks									04.Mai.00	
Filmes HotGold Cinema	HOT									04.Mai.00	
Económico TV – New Media, SA	ECONÓMICO TV									04.Mai.00	
DREAMIA – Serviços de Televisão, SA	PANDA									04.Mai.00	
	BIGGS									04.Mai.00	
	MOV	h)								04.Mai.00	
	FOX MULHERES									04.Mai.00	

a) Alteração – Deliberação de 9 de Julho de 2003.

b) Prorrogação prazo para início da emissão – 15 de Jan. de 2003.

c) Alteração – Deliberação 1a-A/2006, 31 de Maio.

d) Alteração – Deliberação de 8 de Novembro de 2000.

e) Alteração – Del.1/AUT-TV/2007, 26 de Setembro.

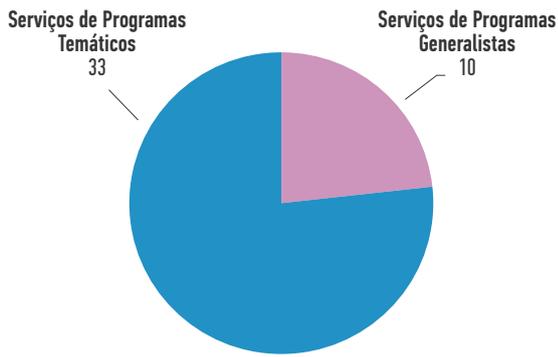
f) Alteração – Del.5/AUT-TV/2009, 30 de Setembro.

g) Canal da AR, criado pela Lei n.º 6/97, 1 de Março.

h) Deliberação 8/AUT-TV/2009, 17 de Novembro.

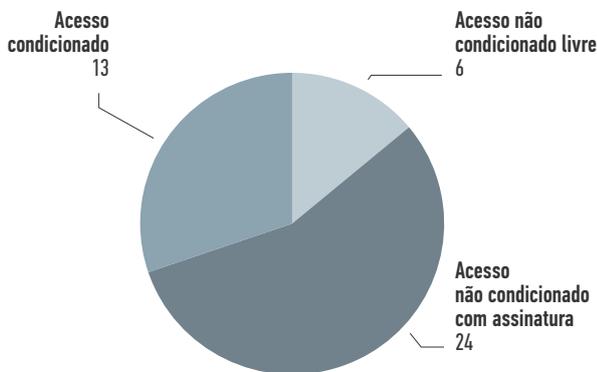
i) Deliberação 6/AUT-TV/2009, 22 de Outubro.

Fig. 2 – Modelo de programação dos serviços de programas televisivos



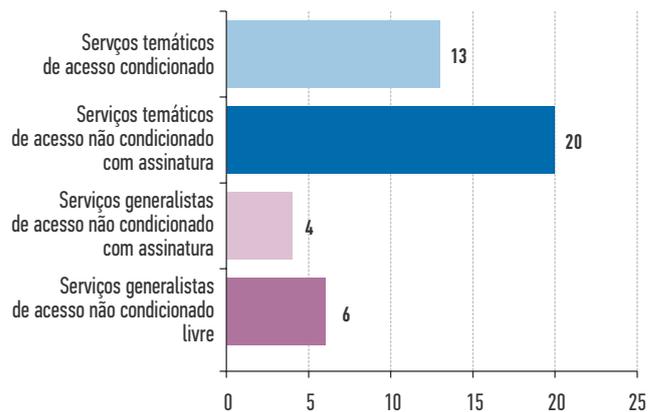
Nota: o serviço de programas ARtv foi incluído como temático.

Fig. 3 – Acessibilidade dos serviços de programas televisivos



Dos canais que surgiram durante este período, alguns não se encontram a emitir actualmente, designadamente a *TV Medicina/Saúde*, *SIC Gold/SIC Comédia*, *TVI Eventos*, *SMS TV* e a primeira *SPORT TV 2* (que deixou de emitir em 2006).

Fig. 4 – Serviços de programas televisivos – modelo de programação e acessibilidades

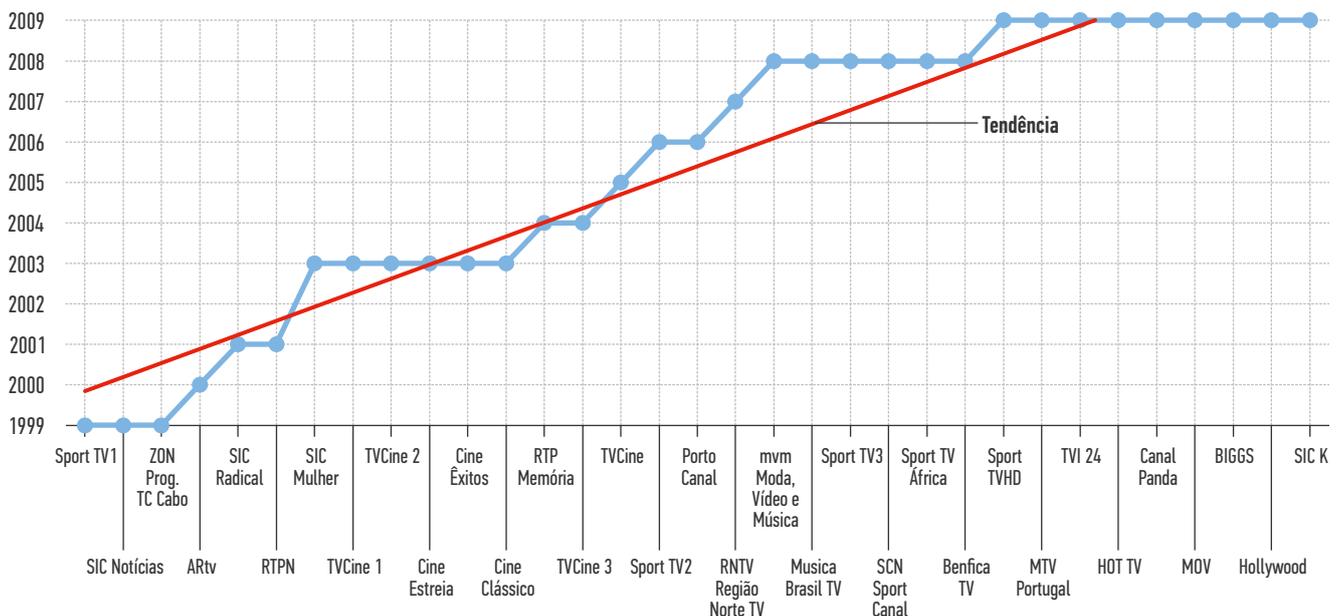


N=43 serviços de programas televisivos.

Por sua vez, o serviço de programas *MOV*, autorizado no ano de 2007 ao operador *ZON Conteúdos – Actividade de Televisão e de Produção de Conteúdos, SA*, foi extinto por deliberação da Entidade Reguladora de 17 de Novembro de 2009; pela mesma deliberação é concedida autorização à *DREAMIA – Serviços de Televisão, SA*, para a actividade de televisão através do serviço de programas igualmente denominado *MOV*, com expressa autorização do anterior operador no que respeita à utilização da marca.

Durante o ano de 2009, será ainda de assinalar a autorização de dois serviços de programas – *Canal Panda* e *Hollywood* – que vieram substituir os serviços com o mesmo nome que até então se encontravam a emitir a partir de Espanha, passando, assim, a estar sob a égide da jurisdição portuguesa.

Fig. 5 – Acessibilidade dos serviços de programas televisivos



Nota: foi excluído o serviço de programas *Económico TV* por ainda não ter iniciado as suas emissões.

Fig. 6 – Serviços de programas autorizados em 2009

Serviços de programas	Operadores	Tipologia	Cobertura	Modalidade de acesso
MTV Portugal	MTV NETWORKS, Lda	Temático musical e dedicado ao estilo de vida dos jovens	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
TVI 24	TVI – Televisão Independente, SA	Temático de informação	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
HOT TV	FILMES HOTGOLD – Cinema, Vídeo e Distribuição, SA	Temático de conteúdos de natureza sexual para adultos	Nacional	Acesso condicionado
Económico TV	Económico TV – New Média, SA	Temático de informação económica e financeira	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
Canal Panda	DREAMIA – Serviços de Televisão, SA	Temático infantil e juvenil	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
MOV		Temático de cinema e séries	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
BIGGS		Temático infantil	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
Hollywood		Temático de cinema	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
SIC K		SIC – Sociedade Independente de Comunicação, SA	Temático infantil e juvenil	Nacional

Fig. 7 – Serviços de programas em apreciação no final de 2009

Serviços de programas	Operadores	Tipologia	Cobertura	Modalidade de acesso
HOT Nights	FILMES HOTGOLD – Cinema, Vídeo e distribuição, SA	Temático de conteúdos de natureza sexual para adultos	Nacional	Acesso condicionado
SPORT TV	SPORT – TV PORTUGAL, SA	Temático de desporto	Internacional	Acesso condicionado
SPORT TV GOLFE	SPORT – TV PORTUGAL, SA	Temático de desporto	Nacional	Acesso condicionado
Q	A MÁ DA FOCA, SA	Temático de entretenimento, cultura e humor	Nacional	Acesso não condicionado com assinatura

O ano em que surgiram mais serviços de programas foi, sem dúvida, 2009, com nove serviços novos autorizados, sendo que o *Económico TV* ainda não se encontra a emitir, seguindo-se 2008 e 2003, com sete novos serviços autorizados, os anos de 1999, 2000, 2001 e 2004, todos com três novos serviços, os anos de 2005, 2006 e 2007, com dois novos serviços, e 2002 apenas com um novo serviço autorizado.

Será de assinalar que nem sempre o início das emissões dos serviços de programas coincide com as datas/anos em que são concedidas as respectivas autorizações, o que se compreenderá se se tiver em conta que o operador dispõe do prazo de 12 meses após a atribuição da autorização ou licença para iniciar as suas emissões (art. 20.º da Lei da Televisão).

3. NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

Na figura 6 são descritos os novos serviços de programas, aos quais foram atribuídas, pela Entidade Reguladora, autorizações para o exercício da actividade televisiva, durante o ano de 2009.

No ano de 2009, em análise, a Entidade Reguladora atribuiu um total de nove autorizações a serviços televisivos temáticos de diversos modelos de programação, a saber: três canais temáticos de conteúdos infantis e juvenis; dois de cinema, um dos quais também de séries; dois de informação; um de conteúdos de natureza sexual para adultos; e um de música, também dedicado ao estilo de vida dos jovens.

Em consequência, surgiram também no panorama nacional novos operadores de televisão, designadamente a MTV NETWORKS, Lda, a FILMES HOTGOLD – Cinema, Vídeo e Distribuição, SA, a Eco-

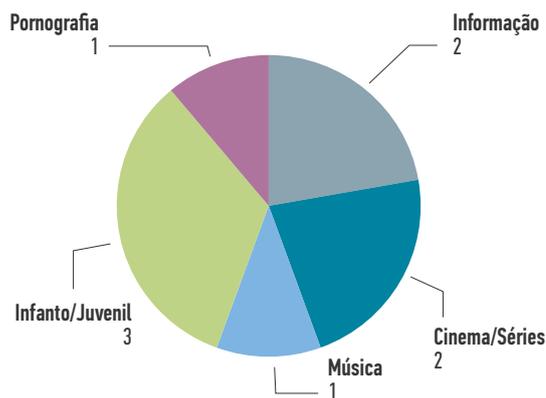
nómico TV – New Média, SA e a DREAMIA – Serviços de Televisão, SA, o que torna o ano de 2009 próspero no surgimento de novos serviços de programas.

Para além dos referidos serviços de programas, devidamente autorizados, até ao final de 2009 foram ainda requeridas autorizações para os serviços televisivos descritos na figura 7. Os respectivos processos, no final do ano a que se reporta a presente análise, 2009, encontravam-se em fase de apreciação pela Entidade Reguladora, pelo que apenas sucintamente se elencam.

4. CARACTERIZAÇÃO DOS NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS EM 2009

Nos novos serviços de programas autorizados em 2009, denota-se um predomínio das temáticas infanto-juvenil, de informação e cinema, mas são também abordadas novas temáticas, como os conteúdos de pornografia, que são uma novidade no panorama televisivo nacional, e a música (fig.8).

Fig. 8 – Novos serviços de programas televisivos (2009)



Dos referidos serviços autorizados, de entre os que possuem temática idêntica, constata-se que encerram em si linhas programáticas que os distinguem e individualizam, enriquecendo o cenário do audiovisual em Portugal, como seguidamente se caracteriza:

MTV PORTUGAL

Este serviço de programas tem por temática principal a música e o estilo de vida dos jovens.

De acordo com as linhas gerais de programação constantes do projecto apresentado, a música assume o papel preponderante, com a emissão de vídeos musicais, concertos e demais eventos relacionados com a música e artistas, seguindo as tendências dessa indústria.

O serviço de programas em causa assegura, ainda, conteúdos de entretenimento variados, séries de ficção e, direccionado para um público jovem e urbano, emite campanhas pró-sociais de prevenção e alerta de problemas globais.

TVI 24

Este é um serviço de programas temático de informação geral que se destina a um público adulto, assente num modelo de programação centrado na informação de actualidade com carácter geral, propondo a diversidade dos géneros informativos, incluindo: blocos noticiosos; espaços com temas especializados, tais como economia, política, desporto e artes; fóruns diários, um deles online, que pretendem possibilitar a participação da sociedade civil; e magazines, documentários e debates/entrevistas.

HOT TV

Serviço de programas classificado como temático de conteúdos de natureza sexual para adultos. Trata-se do único serviço deste tipo produzido em Portugal.

De acordo com as linhas gerais de programação, constantes do projecto aprovado, este serviço inclui, nomeadamente:

- ▶ Filmes classificados para adultos.
- ▶ Vídeos e clips (duração inferior a 30 minutos).
- ▶ Programas temáticos para adultos.

ECONÓMICO TV

De acordo com as linhas gerais de programação propostas, este serviço de programas temático de informação propõe-se emitir com um modelo de programação centrado na informação especializada no foro económico e financeiro, dirigindo-se, especificamente, a um público adulto, incluindo nas suas linhas de programação: blocos de notícias sobre a economia nacional e internacional (actualizados em permanência); magazines, debates, entrevistas, reportagens; e espaços de opinião que pretendem possibilitar a participação da sociedade civil.

O Económico TV ainda não iniciou a emissão.

CANAL PANDA

Este serviço prevê uma programação dedicada a crianças entre os três e os sete anos de idade, assente na exibição aproximada de 70% de conteúdos de animação e 30% de conteúdos vários, incluindo reportagens e conteúdos para os pais, como dicas sobre alimentação, psicologia infantil, saúde, entre outras.

De acordo com o operador, os horários de programação serão adaptados às rotinas diárias das crianças, que são o público-alvo deste serviço de programas, e será preferencialmente falada ou dobrada em língua portuguesa.

MOV

Este serviço tem uma programação que assenta na exibição aproximada de 70% de filmes e 30% de séries de todos os géneros. A programação apresentada pelo operador em sede de processo de autorização assenta na transmissão de obras cinematográficas e séries, predominantemente de origem americana, sendo que a programação não originária em língua portuguesa será totalmente legendada e/ou dobrada em português.

BIGGS

Este serviço de programas tem como objecto principal a difusão de programação destinada a crianças entre os oito e os 14 anos de idade, assente na exibição aproximada de 50% de conteúdos de animação, 30% de conteúdos "Live Action/Imagem Real" e 20% de conteúdos vários. De acordo com o projecto apresentado, a programação será falada ou dobrada em língua portuguesa, com excepção das séries de imagem real, que poderão ser legendadas em português. Ainda no decurso de 2009, veio o operador, DREAMIA – Serviços de Televisão, SA, solicitar a alteração da denominação do serviço de programas autorizado para *PANDA BIGGS*; a deliberação respectiva é posterior a 2009.

HOLLYWOOD

Este serviço de programas tem uma programação centrada no cinema – com a exibição de dez filmes diários –, de todos os géneros e de todos os tempos, com predominância da ficção, incluindo ainda reportagens exclusivas, curtas-metragens e ciclos de cinema. Segundo a memória descritiva apresentada, a programação assenta essencialmente na transmissão de obras cinematográficas de origem americana, sendo que a programação não originária em língua portuguesa será totalmente legendada e/ou dobrada em português.

SIC K

Este serviço de programas tem uma programação diversificada e dedicada ao público infanto-juvenil, transmitida essencialmente em língua portuguesa, maioritariamente composta por programas de entretenimento e séries específicas para o referido público-alvo.

5. SERVIÇOS DE PROGRAMAS ACTUALMENTE EXISTENTES – ÁREAS TEMÁTICAS

Os serviços de programas televisivos de natureza temática actualmente existentes distribuem-se por diversas áreas, enunciadas na figura 9.

Fig. 9 – Serviços de programas temáticos

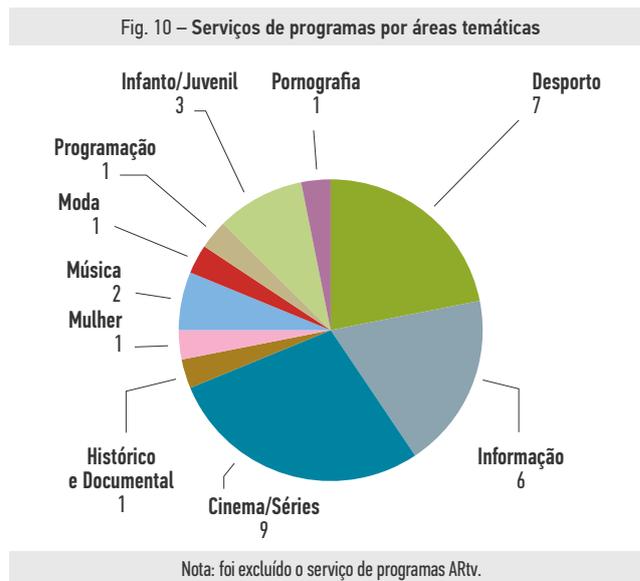
Tema	Serviço de programas
Desporto	SPORT TV 1
	SPORT TV 2
	SPORT TV 3
	SPORT TV ÁFRICA
	SPORT TV HD
	BENFICA TV
	SCN - SPORT CANAL
Informação	SIC NOTÍCIAS
	RTP N
	PORTO CANAL
	REGIÃO NORTE TV – RNTV
	TVI 24
	ECONÓMICO TV
	CINE ESTREIA
	CINE ÉXITOS
	CINE CLÁSSICO
	TV CINE 1
Cinema / Séries	TV CINE 2
	TV CINE 3
	TV CINE
	MOV
	HOLLYWOOD
	RTP MEMÓRIA
	SIC MULHER
Histórico e Documental	MÚSICA BRASIL TV
Mulher	MTV PORTUGAL
Música	MVM
Moda	PROGRAMAÇÃO TV CABO
Programação	CANAL PANDA
Infanto / Juvenil	BIGGS
	SIC K
Pornografia	HOT TV

Nos 32 serviços temáticos que exercem a actividade televisiva, conforme tem sido tendência nos últimos anos, verifica-se o predomínio da temática de cinema/séries, com nove serviços de programas, seguindo-se o desporto, com sete, a informação, com seis, a temática infanto/juvenil, com três, e a música, com dois; os restantes cinco serviços temáticos distribuem-se pelas áreas de moda (um), mulher (um), programação de TV (um), histórico e documental (um) e pornografia (um) (fig. 10).

Saliente-se que não foi incluído nesta listagem o serviço de programas ARtv. Este serviço foi criado ao abrigo da Lei n.º 6/97,

de 1 de Março, a qual autoriza a difusão de trabalhos parlamentares nas redes públicas e privadas de TV cabo, disponibilizando para o efeito o sinal da rede interna de vídeo da Assembleia da República, e estabelece as condições de acesso dos operadores. Tendo as suas emissões o objecto referido, não poderá deixar de ser considerado como um serviço de programas temático, todavia, a sua criação não foi objecto de qualquer licenciamento ou autorização, não se tendo por enquadrável em qualquer das áreas temáticas supra enunciadas.

Por seu turno, na figura 9 foram incluídos os serviços de programas SCN – Sport Canal e Música Brasil TV, os quais, embora sem emissões estáveis, regulares e duradouras, mantinham válidas as autorizações no final do ano a que respeita o presente Relatório; por idêntico motivo, foram também incluídos os serviços de programas Cine Clássico e Cine Estreia; o Económico TV ainda não iniciou as suas emissões, no entanto, foi incluído na listagem, enquanto serviço temático já autorizado.



6. SÍNTESE CONCLUSIVA

Durante o ano de 2009, foram autorizados nove serviços novos de programas televisivos, ao abrigo do previsto no artigo 18.º da Lei da Televisão, para três serviços temáticos de conteúdos infantis e juvenis, dois de cinema, um dos quais também de séries, dois de informação, um de conteúdos de natureza sexual para adultos e um de música, também dedicado ao estilo de vida dos jovens,

respectivamente: Canal Panda, BIGGS, SIC K, MOV, Hollywood, TVI 24, Económico TV, HOT TV e MTV PORTUGAL.

Todos estes serviços de programas, à excepção do HOT TV, são de acesso não condicionado com assinatura, pelo que são disponibilizados ao público mediante o pagamento de uma contrapartida pelo acesso à infra-estrutura de distribuição ou pela sua utilização. Por sua vez, o serviço HOT TV, dedicado a conteúdos de natureza sexual para adultos, é de acesso condicionado e, por conseguinte, apenas está disponível ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica; neste caso, para efeitos de “contrapartida específica” não se considera a contrapartida pelo acesso à infra-estrutura de distribuição ou pela sua utilização, de acordo com o n.º 6 do artigo 8.º da Lei da Televisão.

Relativamente aos níveis de cobertura destes serviços de programas, todos são de âmbito nacional, uma vez que se destinam a abranger a generalidade do território português, incluindo as regiões autónomas.

Resulta da análise efectuada que, no ano de 2009, houve um crescimento significativo no que respeita a pedidos de autoriza-

ção para o exercício da actividade de televisão através de novos serviços de programas. Até ao final do ano em análise, tinham dado entrada nos serviços da Entidade Reguladora 13 novos pedidos de autorização, dos quais nove foram efectivamente autorizados até àquela data.

No cômputo global, assinala-se o predomínio dos serviços temáticos de cinema/séries, já registado nos anos de 2007 e 2008, seguidos da temática de desporto e informação vária.

De destacar que, mercê das autorizações concedidas no ano de 2009, foram introduzidos novos temas, alguns com grande expressão, como os conteúdos dedicados às crianças e jovens.

Pelo exposto, conclui-se que, nos últimos dez anos do audiovisual em Portugal, a evolução tem sido maioritariamente em sentido ascendente, com o aparecimento de novos serviços de programas televisivos, cada vez com temáticas mais variadas.

Esta realidade permite ao público em geral, enquanto consumidor, aceder a uma panóplia mais alargada de temas e formatos alternativos aos quatro serviços de programas de acesso não condicionado livre existentes em Portugal.

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2009

VOLUME II



INDICADORES DO MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS 2009

Indicadores do Mercado Audiovisual Português – 2009

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1. OBJECTIVOS

Este capítulo apresenta uma análise da produção independente nacional e internacional emitida pelos operadores de televisão sob jurisdição nacional, com o objectivo de facultar um maior conhecimento do mercado audiovisual.

Em conformidade com o regime adoptado pela Directiva TSF, foram excluídos os programas de informação, os programas desportivos, os serviços religiosos, os tempos de antena e as mensagens de publicidade. Integram, assim, a análise, os programas de natureza criativa cuja produção deriva directamente da actividade do sector industrial do audiovisual com reflexos na sua cadeia de valor.

1.2. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

Com base na informação disponibilizada trimestralmente pelos operadores no Portal TV-ERC, e operado tratamento estatístico sobre estes, entendeu-se focalizar a análise apenas em produtos audiovisuais com intervenção autoral, emitidos no ano de 2009.

São analisados os serviços de programas de acesso não condicionado livre – RTP1, RTP2, SIC e TVI – e os serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, temáticos de cinema e séries – TVC¹, TVCine1, TVCine2, TVCine3 e MOV².

Nesta análise são ponderados, separadamente, os tempos das primeiras exibições e das repetições dos programas ou reutilizações – designação mais comum na indústria – que resultam de um mesmo contrato.

1.3. DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente Relatório, apresentam-se algumas definições de termos utilizados pela indústria que tem por base este modelo de negócio:

1. Produção – Actividade na qual intervêm os produtores de

conteúdos, empresas de difusão e distribuidores. Estes actores organizam, criam e decidem os programas que podem ser produzidos internamente (pelas próprias televisões ou empresas audiovisuais), externamente (através de produtoras externas, independentes) ou adquiridos a terceiros (em regra, adquirem-se programas alheios ou direitos sobre os formatos desses conteúdos).

2. Distribuição/difusão – Fase na qual se disseminam os conteúdos, para que cheguem aos seus destinatários finais, através do acesso livre ou condicionado, com e sem assinatura, mediante canais técnicos de distribuição, venda de programas ou de direitos através de distribuidoras locais, regionais, nacionais e internacionais. Esta fase compreende ainda a promoção dos conteúdos e, em simultâneo, a relação com o consumidor final.

3. Comercialização – Trata-se da relação que se estabelece, em regra, entre os anunciantes e as empresas audiovisuais, através das agências e centrais de meios na afectação do espaço de antena.

4. Análises das Audiências – As relações comerciais, nesta fase, desenrolam-se através das empresas dedicadas a sondagens e análise de audiências.

2. CARACTERIZAÇÃO E ESTATÍSTICAS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Pretende-se apresentar alguns indicadores da indústria audiovisual com incidência nos pontos subsequentes, com vista a traçar um retrato do mercado audiovisual nacional.

- ▶ Produção independente de origem nacional e estrangeira.
- ▶ Produção independente nacional.
- ▶ Géneros mais produzidos pelos produtores independentes nacionais.
- ▶ Índice das produtoras independentes que produziram maior volume de horas de conteúdos emitidos nos serviços de programas televisivos.
- ▶ Principais países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional.

¹ O serviço de programas TV Cine 4 alterou a sua denominação para TV Cine, a 30 de Setembro de 2009 (Deliberação 5/AUT-TV/2009).

² Este serviço de programas transitou do operador ZON Conteúdos para o operador DREAMIA, a 17 de Novembro de 2009.

2.1. PRODUÇÃO INDEPENDENTE NACIONAL E ESTRANGEIRA

Numa perspectiva abrangente, foram cotejados os períodos de 2008 e 2009, como forma a constatar as evoluções ocorridas nos diferentes serviços de programas analisados.

Pela leitura das figuras 1, 2 e 3, podemos retirar as seguintes conclusões:

Fig. 1 – Tempos de programas de primeira exibição e de repetições Generalistas RTP1 e RTP2 (hh:mm:ss)

Tempo de programas *	RTP1		RTP2	
	2008	2009	2008	2009
Total de programas	4868:01:06	4621:15:26	5032:01:57	5453:10:28
Programas 1.ª exibição	4483:34:50 92%	4413:20:14 96%	4161:03:13 83%	4544:46:12 83%
Programas repetição	384:26:16 8%	207:55:12 4%	870:58:44 17%	908:24:16 17%

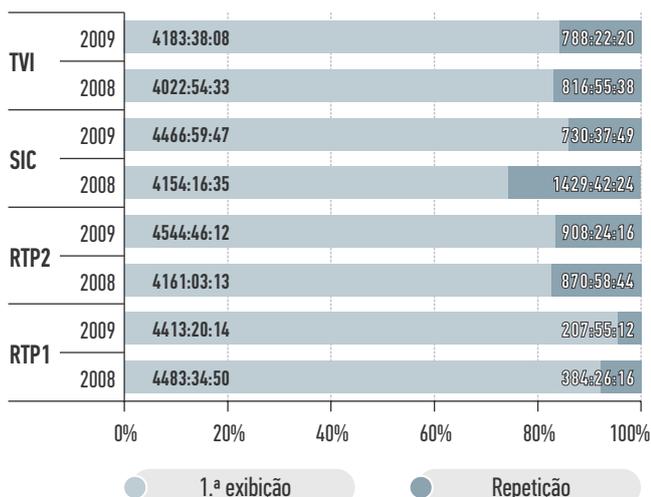
* Sem publicidade, antena, televidas, informação, desportivos e serviços religiosos.

Fig. 2 – Tempos de programas de primeira exibição e de repetições Generalistas SIC e TVI (hh:mm:ss)

Tempo de programas *	SIC		TVI	
	2008	2009	2008	2009
Total de programas	5583:58:59	5197:37:36	4839:50:11	4972:00:28
Programas 1.ª exibição	4154:16:35 74%	4466:59:47 86%	4022:54:33 83,1%	4183:38:08 84%
Programas repetição	1429:42:24 26%	730:37:49 14%	816:55:38 17%	788:22:20 16%

* Sem publicidade, antena, televidas, informação, desportivos e serviços religiosos.

Fig. 3 – Programas de primeira exibição e de repetições – Generalistas



- ▶ A RTP1 é o serviço que maior percentagem dedica a programas de 1.ª exibição, 96% (4413 horas), com uma ligeira subida, em relação a 2008.
- ▶ A SIC e a TVI apresentam percentuais semelhantes em programas de 1.ª exibição, com 86% (4466 horas) e 84% (4183 horas), respectivamente. Contudo, o serviço SIC é, dos generalistas, aquele que regista a maior subida em relação a 2008; na TVI, observa-se uma ligeira subida.
- ▶ Já a RTP2 dedica uma percentagem relativa de 83%, da programação independente nacional e estrangeira, a programas de 1.ª exibição, mantendo-se a tendência já registada no ano anterior.

Pela leitura das figuras 4, 5 e 6 podemos retirar as seguintes conclusões:

Fig. 4 – Tempos de programas de primeira exibição e de repetições Temáticos TVC e TVC1 (hh:mm:ss)

Tempo de programas *	TVC		TVC1	
	2008	2009	2008	2009
Total de programas	8284:59:44	8332:00:54	8271:10:51	8283:24:47
Programas 1.ª exibição	3180:43:27 38%	2709:34:41 33%	3126:08:16 38%	3547:44:49 43%
Programas repetição	5104:16:17 62%	5622:26:13 67%	5145:02:35 62%	4735:39:58 57%

* Sem publicidade, antena, televidas, informação, desportivos e serviços religiosos.

Fig. 6 – Programas de primeira exibição e de repetições – Temáticos

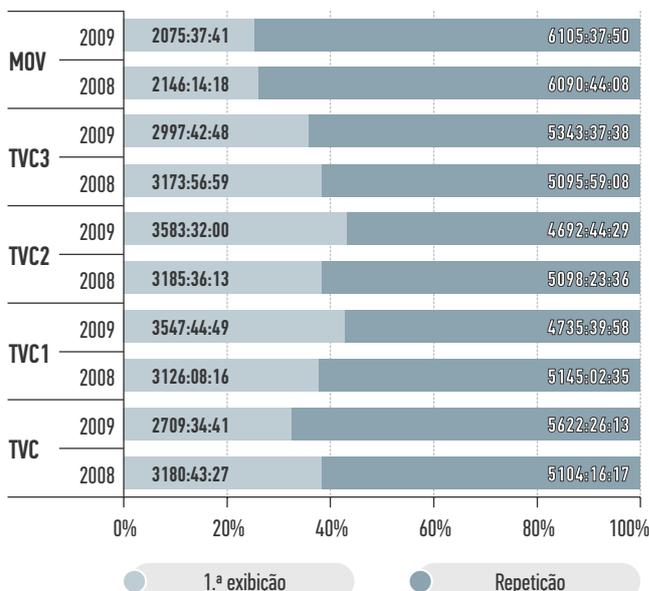


Fig. 5 – Tempos de programas de primeira exibição e de repetições – Temáticos TVC2, TVC3 e MOV (hh:mm:ss)

Tempo de programas *	TVC2		TVC3		MOV	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Total de programas	8283:59:49	8276:16:29	8269:56:07	8341:20:26	8236:58:26	8181:15:31
Programas - 1.ª exibição	3185:36:13 38%	3583:32:00 43%	3173:56:59 38,4%	2997:42:48 36%	2146:14:18 26%	2075:37:41 25%
Programas - repetição	5098:23:36 62%	4692:44:29 57%	5095:59:08 62%	5343:37:38 64%	6090:44:08 74%	6105:37:50 75%

* Sem publicidade, antena, televidas, informação, desportivos e serviços religiosos.

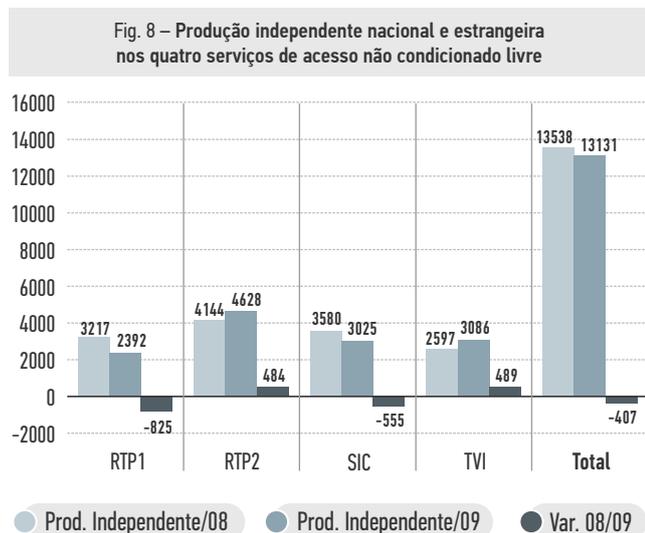
- ▶ A TVC1 e a TVC2 são os serviços de programas temáticos que dedicam mais tempo a programas de 1.ª exibição, 43% (com 3545 e 3583 horas, respectivamente), e menos aos programas de repetição, com 57% do tempo (com 4735 e 4692 horas).
- ▶ O MOV é o serviço de programas que apresenta um maior percentual de programas de repetição, com 75% (6105 horas), e 25% (2075 horas) em programas de 1.ª exibição.
- ▶ As diferenças registadas nos serviços de programas temáticos entre 2008/2009 são pouco significativas, contudo, a assinalar ligeiras subidas nos programas de 1.ª exibição e descidas nos programas de repetição nos serviços TVC1 e TVC2.

2.1.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

Nas figuras 7 e 8 apresentam-se os resultados, em horas, da produção externa nacional e estrangeira, emitida nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, no ano 2009.

Fig. 7 – Tempo de produção independente nacional e estrangeira nos serviços generalistas (em horas)

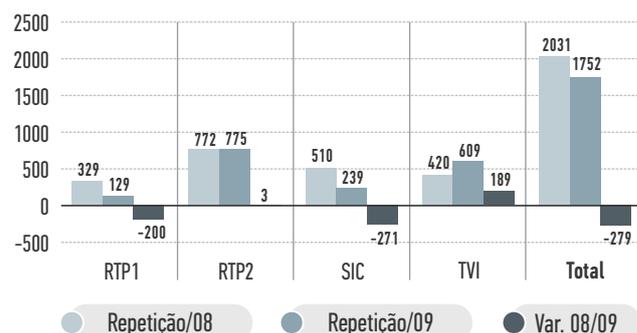
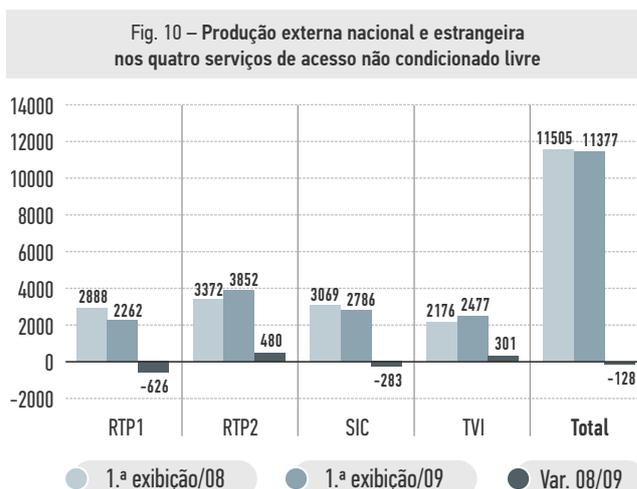
Produção independente nacional e estrangeira			
Serviços de programas	Prod. independente		Var. 08/09
	2008	2009	
RTP1	3217	2392	-825
RTP2	4144	4628	484
SIC	3580	3025	-555
TVI	2597	3086	489
Total	13538	13131	-407



No que respeita ao número de horas emitidas de produção independente nacional e estrangeira, regista-se um decréscimo acentuado no conjunto dos quatro serviços generalistas de acesso não condicionado livre, na ordem das 407 horas. Este valor repercute-se com descidas nos serviços RTP1 (825 horas) e SIC (555 horas) e subidas na TVI (489 horas) e na RTP2 (484 horas) (figs. 7 e 8).

Fig. 9 – Tempo de produção independente nacional e estrangeira nos quatro serviços de acesso não condicionado livre (em horas)

Serviços de programas	Produção independente nacional e estrangeira					
	1.ª exibição		Var. 08/09	Repetição		Var. 08/09
	2008	2009		2008	2009	
RTP1	2888	2262	-626	329	129	-200
RTP2	3372	3852	480	772	775	3
SIC	3069	2786	-283	510	239	-271
TVI	2176	2477	301	420	609	189
Total	11505	11377	-128	2031	1752	-279



Com efeito, tendo em conta o tempo de produção independente nacional e estrangeira, no conjunto, os quatro serviços generalistas de sinal aberto emitiram 13131 horas, das quais 11377 são resultado de primeiras exibições e 1752 horas de repetições. Pelos dados expostos, e comparativamente a igual período de 2008, assiste-se a descidas na ordem das 128 horas nas primeiras exibições e 279 horas em repetições.

De assinalar que se observam subidas significativas nas primeiras exibições da RTP2 (480 horas) e da TVI (301 horas). Ao nível das repetições, são a SIC e a RTP1 os serviços que apresentam descidas, com 271 horas e 200 horas, respectivamente (figs. 9 e 10).

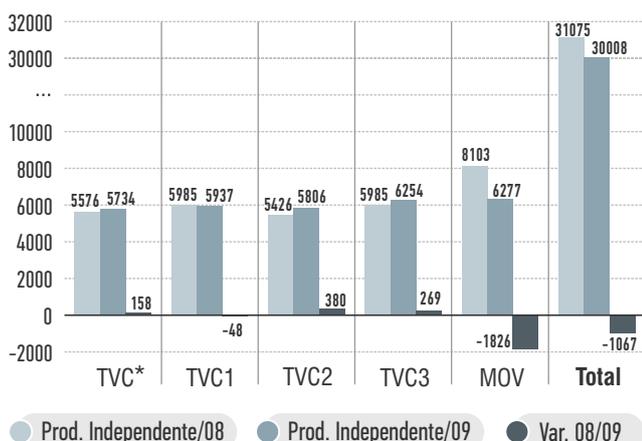
2.1.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

Nas figuras seguintes apresentam-se os resultados da produção independente nacional e estrangeira, emitida nos serviços de programas temáticos do operador ZON Conteúdos – TVCine, TVCine1, TVCine2, TVCine3 e MOV.

Fig. 11 – Tempo de produção independente nacional e estrangeira nos serviços de cinema e séries (em horas)

Produção independente nacional e estrangeira			
Serviços de programas	Prod. independente		Var. 08/09
	2008	2009	
TVC	5576	5734	158
TVC1	5985	5937	-48
TVC2	5426	5806	380
TVC3	5985	6254	269
MOV	8103	6277	-1826
Total	31075	30008	-1067

Fig. 12 – Produção independente nacional e estrangeira nos serviços de cinema e séries



* Os programas aqui considerados não incluem os programas de informação, desportivos, serviços religiosos, tempos de antena e mensagens de publicidade.

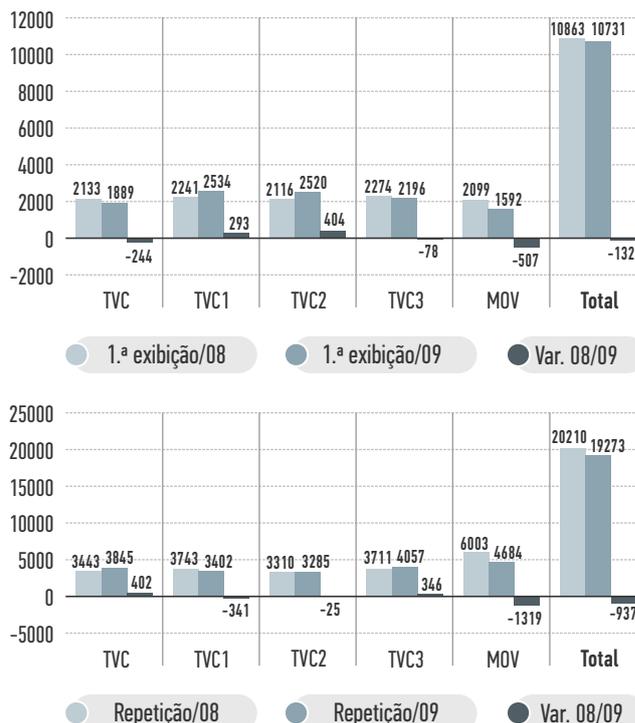
No que respeita ao número de horas emitidas de produção independente nacional e estrangeira, regista-se um decréscimo acentuado no conjunto dos canais de cinema e séries analisados, na ordem das 1067 horas. Este valor reflecte-se com descidas nos serviços TVCine1 (48 horas) e de forma mais significativa no MOV (1826 horas) (figs. 11 e 12).

Fig. 13 – Tempo de produção independente nacional e estrangeira nos serviços de cinema e séries (em horas)

Produção independente nacional e estrangeira						
Serviços de programas	1.ª exibição		Var. 08/09	Repetição		Var. 08/09
	2008	2009		2008	2009	
TVC	2133	1889	-244	3443	3845	402
TVC1	2241	2534	293	3743	3402	-341
TVC2	2116	2520	404	3310	3285	-25
TVC3	2274	2196	-78	3711	4057	346
MOV	2099	1592	-507	6003	4684	-1319
Total	10863	10731	-132	20210	19273	-937

Verifica-se, tendo em conta o tempo de produção independente nacional e estrangeira, que o conjunto dos cinco canais de cinema e séries exibiram 30004 horas, das quais 10731 são resultado de primeiras exibições e 19273 horas de repetições. Esta tendência é inversa à manifestada em igual período de análise pelos quatro serviços generalistas.

Fig. 14 – Produção independente nacional e estrangeira nos serviços de cinema e séries



Ao nível da 1.ª exibição, o serviço TVC1 foi o que registou o maior volume de horas, 2534 horas, e o serviço MOV aquele cujo índice de horas foi menor, 1592 horas. No tocante às repetições, o serviço TVC2 foi o que registou o menor volume de horas, com 3285 horas.

Comparativamente a 2008, o TVC2 foi o que registou maior acréscimo, 404 horas, e o MOV maior decréscimo, com uma variação de -507 horas em programas de 1.ª exibição, enquanto de repetição, foi o MOV que registou a maior descida com -1319 horas e a TVC a maior subida com 402 horas (figs. 13 e 14).

2.2. PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE

Os valores relativos à produção nacional independente representam indicadores para a observação da actividade da produção audiovisual interna.

2.2.1. Serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre

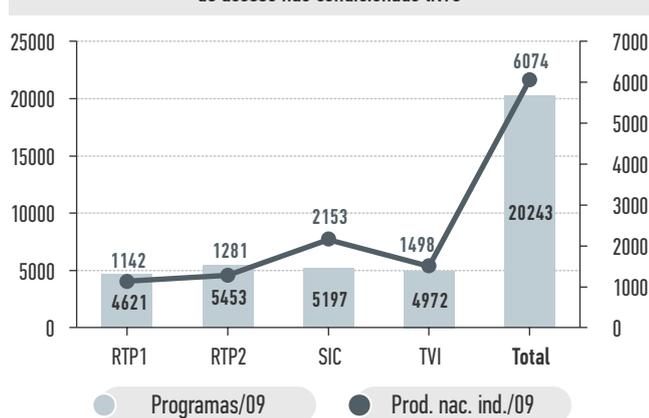
De forma a perceber os tempos, e respectivas percentagens, da produção nacional independente, é evidenciado, nas figuras 15 e 16, o peso desta produção no total de programas emitidos nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Estes valores revelam o peso da produção nacional independente no tempo total de programas, no conjunto dos quatro serviços,

Fig. 15 – Tempo de produção nacional independente nos quatro serviços de acesso não condicionado livre (em horas)

Produção nacional independente 2009			
Serviços de programas	Total de programas	Produção nacional independente	%
RTP1	4621	1142	24,7
RTP2	5453	1281	23,5
SIC	5197	2153	41,4
TVI	4972	1498	30,1
Total	20243	6074	30,0

Fig. 16 – Produção independente nos quatro serviços de acesso não condicionado livre



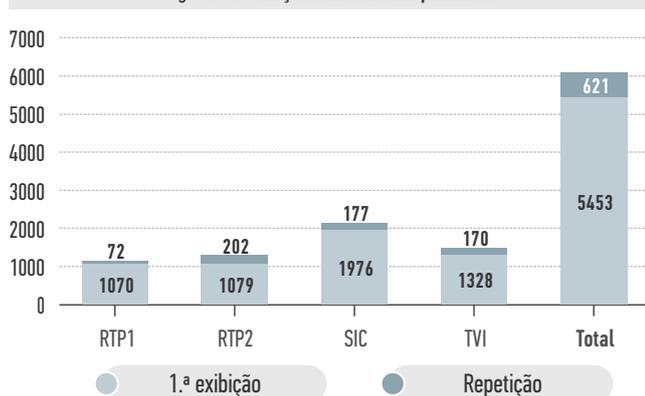
sendo este de cerca 30% (6074 horas). Particularizando, verifica-se que a SIC emite o maior volume de produções nacionais independentes, 41,4%, seguindo-se a TVI, com 30,1%, a RTP1, com 24,7%, e a RTP2, com 23,5% (fig. 15).

No que respeita à produção nacional independente exibida em 2009, regista-se o maior percentual ocupado por programas de

Fig. 17 – Tempo de produção nacional independente (em horas)

Produção nacional independente 2009					
Serviços de programas	Prod. nacional independente	1.ª exibição	%	Repetição	%
RTP1	1142	1070	93,7	72	6,3
RTP2	1281	1079	84,2	202	15,8
SIC	2153	1976	91,8	177	8,2
TVI	1498	1328	88,7	170	11,3
Total	6074	5453	89,8	621	10,2

Fig. 18 – Produção nacional independente



1.ª exibição na RTP1, com 93,7, e o menor na RTP2, com 84,2. Já ao nível das repetições, a tendência é manifestada em sentido inverso, sendo o serviço RTP2 a exibir o maior percentual de repetições, 15,8, e a RTP1 o menor, com 6,3. Os serviços SIC e TVI revelam valores aproximados nas primeiras exibições aos serviços do operador público, com 91,8 % e 88,7%, respectivamente (fig. 17).

Fig. 19 – Variação de produção nacional independente entre 2008/2009 (em horas)

Produção nacional independente						
Serviços de programas	1.ª exibição		Var. 08/09	Repetição		Var. 08/09
	2008	2009		2008	2009	
RTP1	1147	1070	-77	329	129	-200
RTP2	830	1079	249	772	775	3
SIC	1992	1976	-16	510	239	-271
TVI	1270	1328	58	420	609	189
Total	5239	5453	214	2031	1752	-279

Comparativamente a 2008, no conjunto dos quatro serviços, observa-se um acréscimo no cômputo dos programas de 1.ª exibição, 214 horas, com a RTP1 e a SIC a manifestar tendência oposta, registando ligeiras descidas, de 77 horas e 16 horas, respectivamente. No domínio das repetições, é de assinalar um decréscimo total de horas, 279, contribuindo a SIC com uma descida de 271 horas e a RTP1 com 200 horas (fig. 19).

2.2.2. Serviços de programas temáticos de cinema e séries

De seguida são apresentados os valores da produção nacional independente difundida nos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos – TVCine, TVCine1, TVCine2, TVCine3 e MOV.

Fig. 20 – Tempo de produção nacional e produção independente nacional nos serviços de cinema e séries (em horas)

Produção nacional independente 2009			
Serviços de programas	Total de programas	Produção nacional independente	%
TVC	8332	101	1,2
TVC1	8283	209	2,5
TVC2	8276	28	0,3
TVC3	8341	123	1,5
MOV	8181	81	1,0
Total	41413	542	1,3

Estes valores reflectem o peso diminuto da produção nacional independente no tempo total de programas, no conjunto dos serviços temáticos analisados, sendo este de cerca de 1,3% (542 horas). O espaço ocupado pela produção nacional independente nos cinco serviços temáticos oscila entre os 0,3% (28 horas), na TVC2, e os 2,5% (209 horas), na TVC1.

No que respeita à produção nacional independente, exibida em 2009, verifica-se o maior percentual ocupado por programas de 1.ª exibição na TVC3, com 60,7, e o menor no MOV, com 30,9.

Já ao nível das repetições, a tendência é manifestada em sentido inverso, sendo o serviço MOV a exibir o maior percentual de repetições, 69,1, e a TVC3 o menor, com 39,3.

Fig. 21 – Produção nacional e produção independente nacional nos serviços de cinema e séries

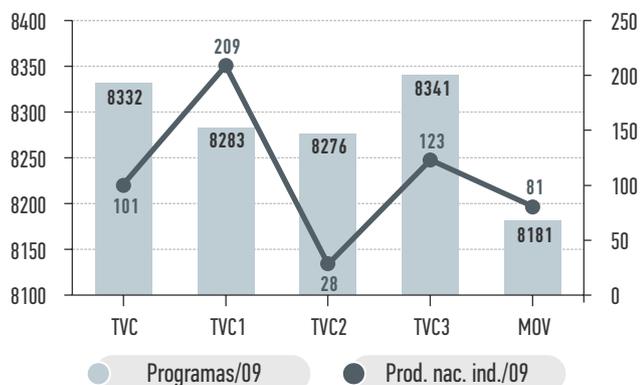


Fig. 22 – Tempo de produção nacional independente nos serviços temáticos de cinema e séries (em horas)

Produção nacional independente 2009					
Serviços de programas	Prod. nacional independente	1.ª exibição	%	Repetição	%
TVC	123	53	43,1	70	56,9
TVC1	101	41	40,6	60	59,4
TVC2	209	72	34,4	137	65,6
TVC3	28	17	60,7	11	39,3
MOV	81	25	30,9	56	69,1
Total	542	208	38,4	334	61,6

Fig. 23 – Produção nacional independente nos serviços temáticos de cinema e séries

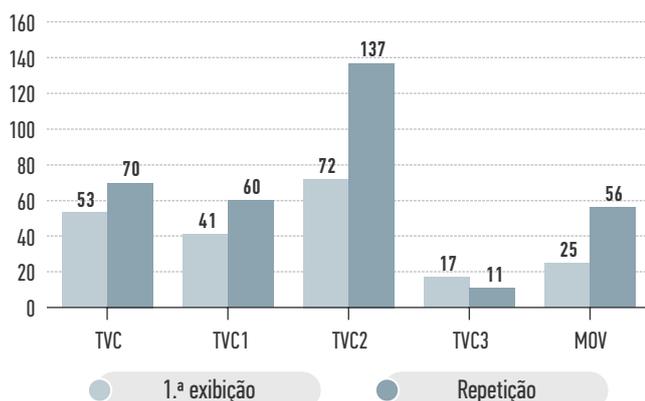


Fig. 24 – Variação de produção nacional independente entre 2008/2009 (em horas)

Serviços de programas	Produção nacional independente					
	1.ª exibição		Var. 08/09	Repetição		Var. 08/09
	2008	2009		2008	2009	
TVC	54	53	-1	100	70	-30
TVC1	23	41	18	21	60	39
TVC2	57	72	15	95	137	42
TVC3	19	17	-2	21	11	-10
MOV	0	25	25	0	56	56
Total	153	208	55	237	334	97

Os cinco serviços de programas em destaque na figura 24 indicam que, em relação a 2008, regista-se uma tendência crescente no total de programas de 1.ª exibição (+55 horas) e de repetição (+97 horas).

A TVC1 (+18 horas) e o MOV (+25 horas) são os serviços que mais contribuíram para o acréscimo registado nos programas de 1.ª exibição. Em relação aos programas de repetição, à exceção da TVC (-30 horas) e TVC3 (-10 horas), todos os serviços em análise aumentaram o número de horas exibidas.

2.3. PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE – GÊNEROS

Esta análise incide sobre os géneros de programas de produção nacional independente emitidos nos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Os programas contemplados referem-se apenas a primeiras exibições, distribuídos pelos seguintes géneros:

- ▶ Ficção.
- ▶ Infantis/ Juvenis.
- ▶ Entretenimento.
- ▶ Culturais /Conhecimento.

Fig. 25 – Tempo de produção nacional independente - Géneros

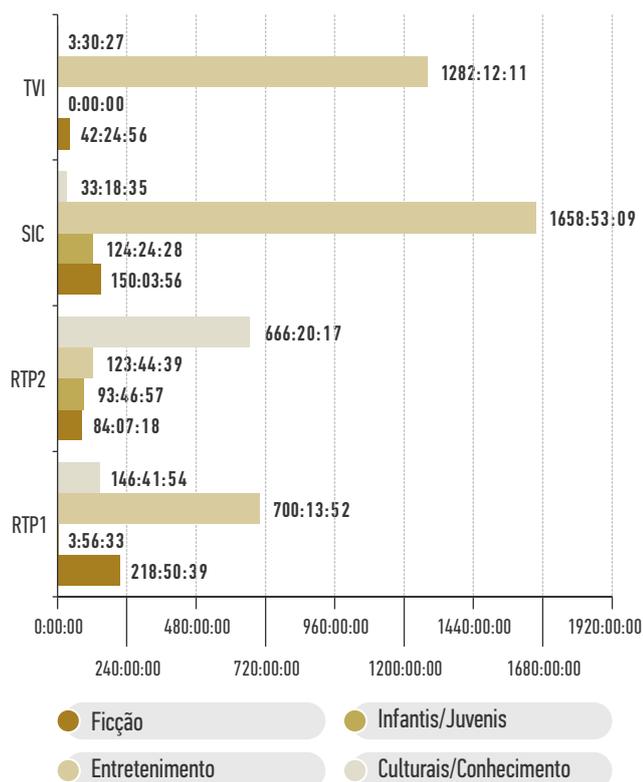
Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Ficção	218:50:39	84:07:18	150:03:56	42:24:56
Filme/Telefilme	48:27:32	47:25:08	1:26:49	0:00:00
Telenovela	21:04:20	0:00:00	109:55:49	0:00:00
Ficção (Diversos)	149:18:47	36:42:10	38:41:18	42:24:56
Infantis/Juvenis	3:56:33	93:46:57	124:24:28	0:00:00
Entretenimento	700:13:52	123:44:39	1658:53:09	1282:12:11
Talk-show	70:22:23	14:37:41	0:00:00	474:46:37
Concursos/Jogos	449:01:28	4:22:59	683:41:38	701:45:06
Entretenimento (Diversos)	180:50:01	104:43:59	975:11:31	9:40:28
Culturais/Conhecimento	146:41:53	666:20:17	33:18:35	3:30:27
Documentários	19:53:59	299:50:34	1:05:59	0:50:54
Culturais (Diversos)	126:47:54	366:29:43	32:12:36	2:39:33

Verifica-se que, no universo da produção nacional independente, o género entretenimento tem um peso superior na programação dos serviços SIC, RTP1 e TVI, com destaque para a SIC, que preencheu 1658 horas com programas de entretenimento, seguindo-se a TVI, com 1282 horas, e a RTP1, com 700 horas; a RTP2 constitui a exceção, tendo dedicado o maior peso da sua emissão a programas de cultura/conhecimento.

Quanto ao género ficção, o serviço que dedica mais tempo a este tipo de conteúdos é a RTP1, com 218 horas, seguindo-se a SIC, com 150 horas e, por último, a RTP2 e a TVI, com 84 horas e 42 horas, respectivamente.

Nos serviços do operador público, salienta-se o género cultura/conhecimento, tendo a RTP2 emitido 666 horas e a RTP1 146

Fig. 26 – Tempo de produção nacional independente – Géneros



horas; a TVI é o serviço que menor número de horas dedicou a este tipo de programas.

Relativamente aos programas incluídos no género infantil/juvenil, a SIC e a RTP2 destacam-se dos restantes serviços, com 124 horas e 93 horas, respectivamente (figs. 25 e 26).

Em suma, se traçarmos um perfil de cada um dos serviços analisados, poderemos afirmar que a SIC, a TVI e a RTP1 privilegiam, ainda que com maiores proporções na SIC e na TVI, os espaços televisivos de entretenimento. Já a RTP2 dedica a maior fatia ao género cultura/conhecimento (fig. 27).

2.4. PRINCIPAIS PRODUTORAS INDEPENDENTES

2.4.1. Produtoras independentes nacionais e estrangeiras

Na figura 28 são apresentadas as produtoras estrangeiras e nacionais que emitiram maior volume de tempo nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, num ranking de 10, considerando apenas a duração das primeiras exibições.

A análise das principais produtoras estrangeiras revela que a Warner Brothers é a produtora que mais tempo de programas emitiu (896 horas), seguindo-se a TV Globo, com 716 horas, muito próxima da anterior. A partir da terceira posição do ranking, em

Fig. 27 – Percentagens de produção nacional independente – Géneros

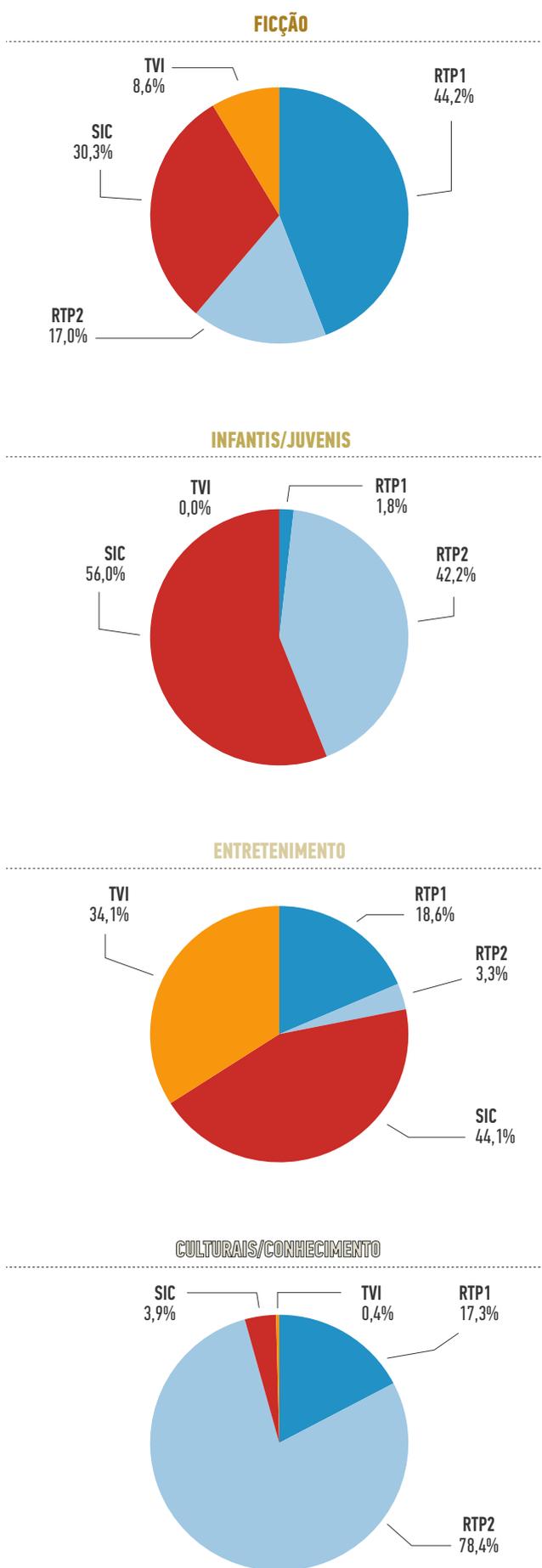


Fig. 28 – Ranking das principais produtoras estrangeiras e nacionais

Produtoras estrangeiras	Horas	Produtoras nacionais	Horas
Warner Brothers	896	Fremantle*	1136
TV Globo	716	Endemol*	862
20 th Century Fox	305	Comunicasom	589
Aquarius & Aquarius, Ltd	264	NPE	493
Elastic Rights	203	MBTV	320
National Geographic	199	Valentim de Carvalho	295
Motion Pictures	175	SP Televisão	241
Disney ABC International Television	168	Videomédia	163
Planeta Júnior	125	Mola	92
Universal Pictures	104	Zeppelin Filmes	83

* Empresas ligadas a produtoras internacionais.

Fig. 29 – Géneros produzidos pelas principais produtoras nacionais (hh:mm:ss)

Produtoras	Género	Sub Género	Tempo (hh:mm:ss)	Total
Fremantle	Entretenimento	Concurso/Jogo	1012:46:48	1136:21:00
	Entretenimento	Entretenimento	24:36:32	
	Infantis/Juvenis	Concurso/Jogo (Inf. Juvenil)	96:41:30	
	Entretenimento	Humor	2:16:10	
Endemol	Entretenimento	Concurso/Jogo	720:09:08	862:32:49
	Entretenimento	Concurso/Musicais	76:04:04	
	Entretenimento	Entretenimento	6:35:29	
	Entretenimento	Humor	11:44:08	
Comunicasom	Culturais/Conhecimento	Artes e Média	0:27:55	589:18:58
	Entretenimento	Entretenimento	564:51:03	
NPE	Entretenimento	Talk-show	474:46:37	493:12:44
	Ficção	Série	18:26:07	
MBTV	Culturais/Conhecimento	Artes e Média	7:44:41	320:42:19
	Entretenimento	Entretenimento	312:57:38	
Valentim de Carvalho	Culturais/Conhecimento	Documentários	16:14:26	295:54:35
	Culturais/Conhecimento	Música	99:27:56	
	Culturais/Conhecimento	Teatro	1:36:07	
	Entretenimento	Entretenimento	1:23:33	
	Entretenimento	Concurso/Jogo	99:24:47	
	Entretenimento	Reality-show	2:40:59	
	Ficção	Série	5:52:24	
	Entretenimento	Talk-show	69:14:23	
SP Televisão	Ficção	Telenovela	131:00:09	241:00:05
	Ficção	Série	109:59:56	
Videomédia	Culturais/Conhecimento	Culturais/Conhecimento	9:36:04	163:47:13
	Culturais/Conhecimento	Educativos	9:48:42	
	Culturais/Conhecimento	Documentários	37:37:03	
	Entretenimento	Concurso/Jogo	4:22:59	
	Entretenimento	Humor	102:22:25	
Mola	Entretenimento	Talk-show	14:37:41	92:44:08
	Infantis/Juvenis	Animação/Desenhos Animados	0:29:52	
	Infantis/Juvenis	Outros Infantis/Juvenis	77:36:35	
Zeppelin Filmes	Culturais/Conhecimento	Educativos	82:52:42	83:58:42
	Infantis/Juvenis	Animação/Desenhos Animados	1:06:00	

Fig. 30 – Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais (hh:mm:ss)

Géneros prod. prot	Subgéneros	Total
Entretenimento		3548:54:24
	Concurso/Jogo	1836:43:42
	Concurso/Musicais	76:04:04
	Entretenimento	910:24:15
	Humor	164:22:43
	Reality-show	2:40:59
	Talk-show	558:38:41
Culturais/Conhecimento		289:25:36
	Música	99:27:56
	Artes e Média	32:12:36
	Culturais/Conhecimento	9:36:04
	Documentários	53:51:29
	Educativos	92:41:24
	Teatro	1:36:07
Ficção		265:18:36
	Série	134:18:27
	Telenovela	131:00:09
Infantis/Juvenis		175:53:57
	Concurso/Jogo(Inf. Juvenil)	96:41:30
	Animação/Desenhos Animados	1:35:52
	Outros Infantis/Juvenis	77:36:35

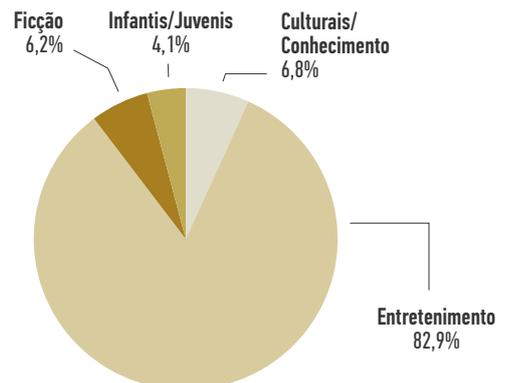
que se situa a 20th Century Fox, verifica-se uma descida significativa do volume de horas emitido, cerca de 305 horas.

No que se refere às produtoras nacionais, constata-se que a Fremantle assume o volume mais expressivo de horas emitidas, 1136, volume superior ao registado na 1.^a do ranking das produtoras estrangeiras. A segunda produtora com maior volume de horas de produções é a Endemol, com 862 horas, e a terceira a Comunicasom, com 589 horas.

2.4.2. Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes nacionais

Na figura 29 são identificados os géneros, com o correspondente número de horas, emitidos nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, produzidos pelas principais produtoras, considerando apenas as primeiras exibições.

Fig. 31 – Géneros produzidos pelas principais produtoras independentes



Pela leitura das figuras 29 e 30 constata-se que o volume de produção nacional independente incide, maioritariamente, no género entretenimento (3548 horas), sendo o subgénero concursos/jogos (1836 horas) o que ocupou mais tempo de emissão, no conjunto dos programas de entretenimento.

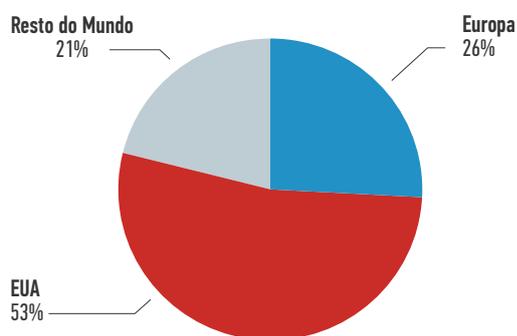
No género culturais/conhecimento foi emitido um número de horas bastante inferior, 289 horas, com destaque para o subgénero música, com 99 horas.

Em último situa-se o género infantis/juvenis, com 175 horas, tendo a maioria das quais (96 horas) sido preenchida com concursos/jogos.

2.5. PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO NACIONAL

De forma a inferir a importância dos países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional, foram apurados os tempos de produção exibidos em Portugal, nos serviços de programas generalistas de sinal aberto: RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Fig. 32 – Mercado externo: principais fornecedores

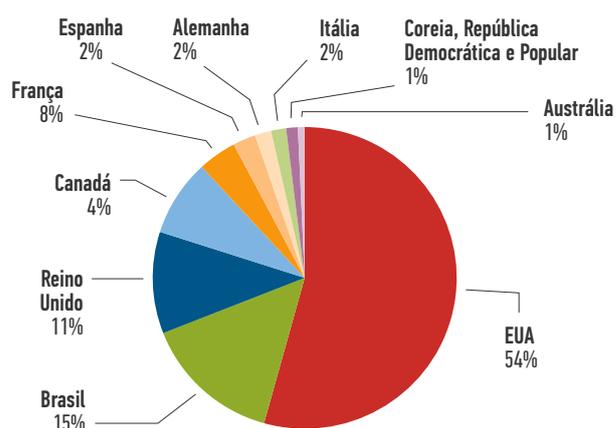


O grau de dependência de conteúdos externos reveste-se de especial interesse quando se comparam as percentagens de importação de conteúdos dos EUA com os restantes continentes, nomeadamente outros países europeus.

Assim, verifica-se que os conteúdos provenientes dos EUA são mais do dobro dos originários da Europa e a maioria quando confrontados com o conjunto da Europa e Resto do Mundo (fig. 32).

Tal como se verifica pela análise do *ranking* dos países exportadores de conteúdos para o mercado nacional (fig. 33), os EUA lideram com um percentual superior a 50%. O Brasil é o segundo maior exportador (15%), seguido do Reino Unido, com 11%, e da França, com 8%.

Fig. 33 – Principais países exportadores de conteúdos televisivos



De destacar que a língua inglesa é dominante no conjunto dos principais fornecedores de conteúdos para o mercado nacional.

Cotejados com os valores obtidos em 2008, observa-se que os quatro primeiros países – EUA, Brasil, Reino Unido e França – continuam a representar o grosso das importações nacionais de programas televisivos (88%).

SÍNTESE CONCLUSIVA

Ao analisarmos os dados transversais contidos na produção audiovisual independente, podemos traçar um perfil deste sector, quer ao nível do impacto desta nos serviços generalistas de sinal aberto, quer dos serviços temáticos de cinema e séries.

Este capítulo recolhe informação sobre o número de horas emitidas pela produção nacional e estrangeira independente, permitindo equacionar acerca da dependência dos serviços em relação aos conteúdos importados. Pelos dados analisados, verifica-se uma expressiva dependência de conteúdos provenientes dos EUA, sendo estes a maioria dos conteúdos exibidos pelos quatro serviços generalistas, em canal aberto.

De destacar, ainda, o desequilíbrio dos géneros produzidos pela produção independente nacional, cuja actividade se centra predominantemente no entretenimento, cerca de 83% da programação dos serviços generalistas em sinal aberto.

Em suma, seria pertinente que os operadores de televisão, em conjunto com as entidades competentes, iniciassem um processo de reflexão sobre esta matéria, inferindo acerca das consequências culturais e sociais do predomínio da cultura anglo-saxónica no mercado audiovisual nacional.

VOLUME

I

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

- ▶ Directivas
- ▶ Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais
- ▶ Estudo Jurídico Sobre a Lei das Sondagens
- ▶ Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

OS MEIOS

- ▶ Caracterização dos Principais Grupos Económicos de Comunicação Social
- ▶ Consumos e Perfis dos Públicos dos Média
- ▶ Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social
- ▶ Direito de Resposta e de Rectificação

SONDAGENS

RADIODIFUSÃO SONORA

- ▶ Actividade de Fiscalização no Ano de 2009
- ▶ Renovação dos Títulos Habilitadores para o Exercício da Actividade de Radiodifusão Sonora
- ▶ Alterações do Projecto de Radiodifusão
- ▶ Detentores do Controlo da Empresa
- ▶ Quotas da Música Portuguesa
- ▶ Análise Comparativa da Informação Diária nos Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial
- ▶ Serviço Público de Radiodifusão

IMPRENSA

- ▶ Análise das Inserções Publicitárias na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

VOLUME

II

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

TELEVISÃO

- ▶ Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos:
Análise da programação – RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI
- ▶ Pluralismo e Diversidade na Informação Diária:
Análise da Informação – RTP1, RTP2, SIC e TVI
- ▶ Anúncio da Programação
- ▶ Difusão de Obras Audiovisuais:
Defesa da Língua Portuguesa
Produção Europeia e Produção Independente
- ▶ Inserção da Publicidade na Televisão
- ▶ Novos Serviços de Programas Televisivos
- ▶ Indicadores do Mercado Audiovisual Português

VOLUME

III

RELATÓRIO DE ACTIVIDADES E CONTAS

RELATÓRIO DE ACTIVIDADES

- ▶ A ERC em 2009
- ▶ Deliberações do Conselho Regulador
- ▶ Plano de Actividades para o Ano 2010

RELATÓRIO DE CONTAS

- ▶ Recursos Humanos
- ▶ Situação Patrimonial
- ▶ Análise Económica e Financeira
- ▶ Aplicações de Resultados
- ▶ Demonstrações Financeiras
- ▶ Anexos às Demonstrações Financeiras
- ▶ Relatório e Parecer do Fiscal Único – Certificação Legal de Contas
- ▶ Balanço Social da ERC a 31 de Dezembro de 2009