

## 9

**PORTUGAL: DIRETIVA EUROPEIA “SERVIÇOS DE  
COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL A PEDIDO”: O PRINCÍPIO  
DO FIM DA MONOCULTURA DA TELENOVELA (?)<sup>1</sup>**

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.21.S.11>

**Autores:**

*Catarina Duff Burnay* (<https://orcid.org/0000-0001-7730-1707>),

*Pedro Lopes* (<https://orcid.org/0000-0002-9283-6117>),

*Marta Neves de Sousa* (<https://orcid.org/0000-0002-8358-3189>),

*João Félix* (<https://orcid.org/0000-0002-3433-2877>),

*Ana Lúcia Carvalho* (<https://orcid.org/0000-0002-3942-6688>)

**Introdução**

O ano foi marcado inquestionavelmente pela pandemia de SARS-CoV-2 e, em consequência, pela forma como os confinamentos aceleraram uma tendência que se vinha a tornar evidente na dieta mediática de muitos portugueses: a adesão a serviços de *streaming*, dedicando uma parte cada vez mais significativa do tempo disponível ao entretenimento e a conteúdos que não se encontram nas estações tradicionais de *free-to-air* (FTA). E se estes serviços de *video on demand* se foram tornando um hábito entre os mais jovens, urbanos e instruídos, as mudanças nas práticas sociais durante o ano de 2020 vieram alargar o acesso de outros públicos a estas grandes bibliotecas, sobretudo de ficção, aumentando os grupos de fãs e levando a que muitos conteúdos audiovisuais ganhassem o estatuto de objecto culturalmente relevante.

1 A equipa portuguesa agradece à CAEM, GfK e Markttest-MediaMonitor pela colaboração no levantamento e tratamento dos dados.

Paralelamente, a transposição para a legislação portuguesa da Diretiva Europeia “Serviços de Comunicação Audiovisual a pedido” parece abrir caminho para o aumento da demanda de conteúdos audiovisuais para outras plataformas e, em consequência, a produção de formatos alternativos à telenovela em maior escala, contribuindo para a formação de um mercado mais eclético e alinhado com os gostos dos portugueses.

## 1. O Contexto Audiovisual de Portugal em 2020

### 1.1 A Televisão Aberta em Portugal

#### 1.2 Quadro 1. Estações/Canais Nacionais de Televisão Aberta em Portugal

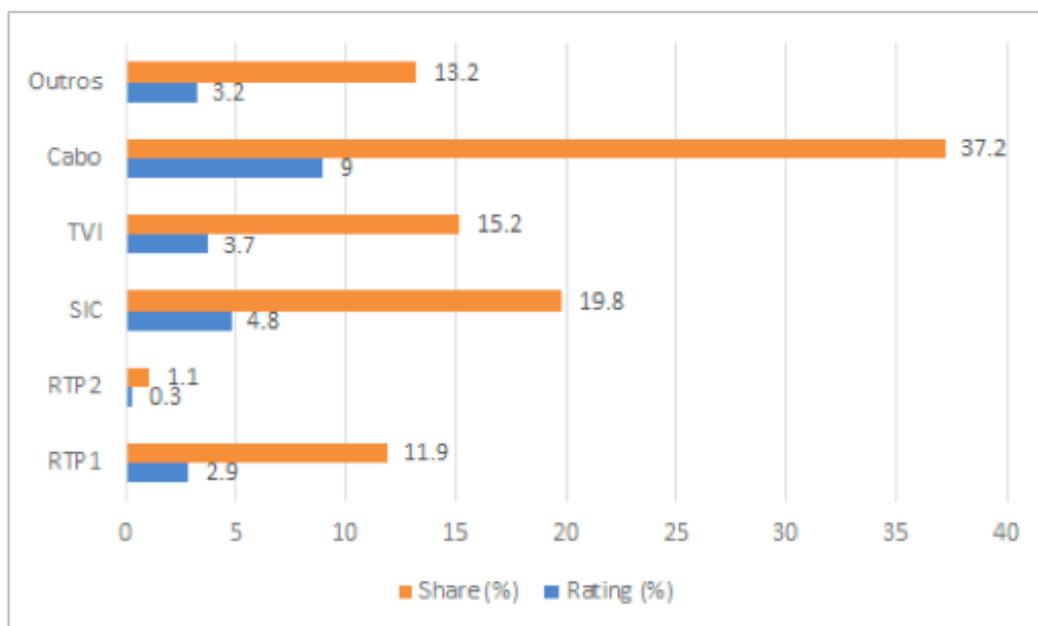
Fonte: Obitel Portugal

Estações/Canais Privados (2)	Estações/Canais Públicos (4+1)
SIC	RTP1
TVI	RTP2
	RTP3
	RTP Memória
	Canal Parlamento
<b>Total de Estações = 3</b>	
<b>Total de Canais = 7</b>	

Fonte: Obitel Portugal/ Marktest MediaMonitor

#### Gráfico 1. *Rating e Share* de TV por Canais (generalistas)

Canal	Rating (%)	Share (%)
<b>RTP1</b>	2,9	11,8
<b>RTP2</b>	0,3	1,1
<b>SIC</b>	4,8	19,8
<b>TVI</b>	3,7	15,2
<b>Cabo</b>	9	37,2
<b>Outros</b>	3,2	13,2



Se durante o primeiro semestre de 2020 o consumo de televisão aumentou 22%<sup>2</sup> em relação a 2019, com a chegada do Verão os números começaram a descer. Contudo, o ano terminou com um incremento de visionamento perto dos 18%<sup>3</sup>, acima de tudo, na categoria “outros” - os usos alternativos do ecrã e *streaming*. Em relação a este último, estima-se um aumento de 800.000 subscrições de serviços de entretenimento entre fevereiro e abril de 2020<sup>4</sup>, nomeadamente da Netflix e da HBO Portugal. Já os canais de televisão por subscrição viram a sua audiência diminuir. O canal privado SIC, a liderar a tabela desde 2019, foi o único canal a registar uma ligeira subida face ao ano anterior (+0.6%), com a TVI e os canais de serviço público a apresentarem valores mais baixos do que em 2019.

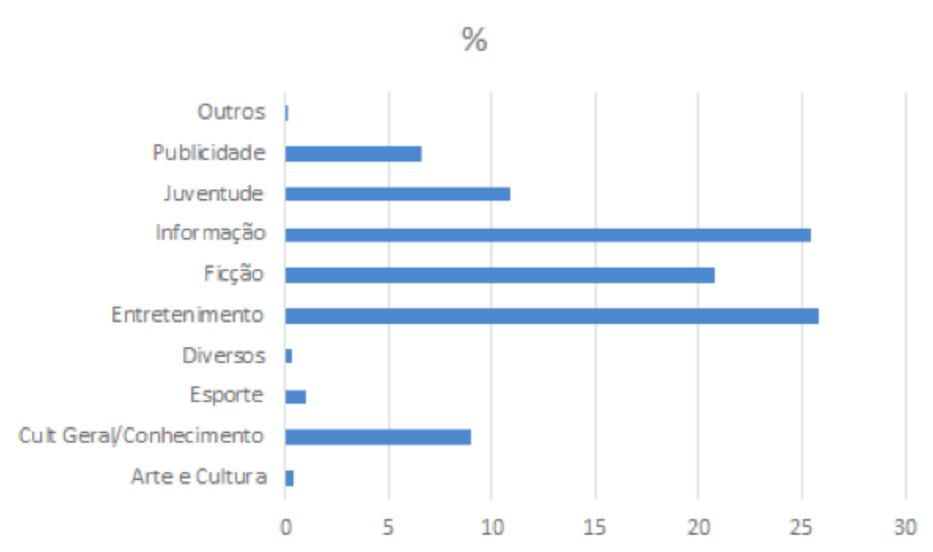
2 Meios e Publicidade. Recuperado em 29 Abril 2021 de <https://www.meiosepublicidade.pt/2020/07/audiencias-tv-consumo-cresceu-22-no-primeiro-semester-ja-recuou-8-junho/>

3 Meios e Publicidade. Recuperado em 29 Abril 2021 de <https://www.meiosepublicidade.pt/2021/01/audiencias-tv-2020-consumo-cresce-18-ano-pandemia-share-da-sic-sobe-tvi-rtp1-descem-face-2019/>

4 Marktest. Recuperado em 20 Abr. 2021 de <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~262d.aspx>

**Gráfico 2: Géneros e horas transmitidos na programação de TV - % (Canais generalistas)**

<b>Género Transmitido</b>	<b>Horas</b>	<b>%</b>
<b>Arte/Cultura</b>	108:34:44	0,35
<b>Cultura Geral/Conhecimento</b>	2772:20:42	8,99
<b>Desporto</b>	291:50:35	0,94
<b>Diversos</b>	98:41:28	0,31
<b>Entretenimento</b>	7956:08:01	25,8
<b>Ficção</b>	6405:38:59	20,77
<b>Informação</b>	7834:35:28	25,4
<b>Juventude</b>	3344:15:29	10,85
<b>Outros</b>	02:25:21	0,01
<b>Publicidade</b>	2026:30:24	6,58
<b>Total</b>	30841:01:11	100



Os efeitos da pandemia por SARS-CoV-2, nomeadamente os períodos de confinamento obrigatório, levaram a uma maior demanda por conteúdos audiovisuais, ao mesmo tempo que impactaram as rotinas produtivas. Assim, de 2019 para 2020 observou-se um aumento no número total de horas transmitidas nos canais generalistas em sinal aberto, em especial devido ao incremento da oferta de programas informativos (+12%) e de entretenimento (+10%). Fruto da sua natureza e necessidades de realização/produção, os géneros Esporte e Ficção foram os mais afetados, com o primeiro a registar uma queda de quase 60% em relação ao ano anterior e o segundo a registar uma queda de 4,2%. Já no que respeita à publicidade, embora se tenha identificado uma diminuição de investimento, os canais generalistas em sinal aberto registaram um aumento do número total de horas em cerca de 4% em relação a 2019.

## 1.2. TV Paga e as Plataformas de VoD

Como identificado, e contrariando a tendência verificada em anos anteriores, a oferta de canais pagos apresentou um decréscimo de *share* de 5,5% face a 2019, representando 37,2% do *share* total de audiências em 2020. Dessa oferta, o canal CMTV manteve-se na liderança, com 4,2%, seguido pelos canais Globo e SIC Notícias, com um *share* de 2,3% e 2,2% respectivamente. Este decréscimo está relacionado com o aumento do visionamento de canais não auditados e da utilização do televisor para outros serviços como *streaming* e consolas, que registou um *share* de 13,2%, crescendo 1,4% relativamente ao ano anterior. De acordo com os dados da Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom)<sup>5</sup>, o número de assinantes de televisão por subscrição cresceu em 4% face ao ano de 2019.

Quanto às operadoras desse tipo de serviço em Portugal, a MEO ganhou a liderança em relação à NOS, sua concorrente directa e

5 Anacom. Recuperado em 10 Abril 2021 de [https://www.anacom.pt/streaming/TVS2020.pdf?contentId=1603681&field=ATTACHED\\_FILE](https://www.anacom.pt/streaming/TVS2020.pdf?contentId=1603681&field=ATTACHED_FILE)

líder dos anos anteriores (40% contra 39%). As operadoras Vodafone e Nowo permaneceram em terceiro e quarto lugar, com 17,3% e 3,5% do total de subscritores respectivamente.

Relativamente à tecnologia de fibra óptica, esta apresentou um crescimento de 4,9% face a 2019, mantendo-se a tecnologia com maior número de clientes, ultrapassando 50% do total de assinantes (51,6%) dos diferentes tipos de oferta de televisão por subscrição.

### **Quadro 2. Canais de televisão paga em Portugal**

<b>10 Canais de TV Paga mais vistos em 2020</b>
1) CMTV (Generalista), 2) Globo (Generalista), 3) SIC Notícias (Informação), 4) Hollywood (Ficção), 5) FOX (Ficção), 6) TVI 24 (Informação), 7) Disney Channel (Infantil), 8) Cartoon Network (Infantil), 9) FOX Movies Portugal (Ficção), 10) FOX Life (Ficção)

Fonte: Obitel Portugal/ Meios e Comunicação

O Quadro 2 apresenta o TOP 10 dos canais de televisão paga, onde predominam canais de ficção (4), com uma oferta igualitária (2) de canais generalistas, de informação e infantis. Ao longo do ano de 2020 nenhum destes canais apresentou ficção nacional em estreia.

**Quadro 3. VoD em Portugal**

<b>Principais plataformas de VoD activas em 2020</b>	<b>Total</b>
Netflix, Prime Video (Amazon), Disney+ (The Walt Disney Company), HBO Portugal (WarnerMedia), Apple TV+ (Apple), RTP Play (RTP), TVI Player (TVI), OPTO (SIC), Mubi, Filmin, NOS Play	11

Fonte: Obitel Portugal

No Quadro 3 são apresentadas as principais plataformas VoD em Portugal, não incluindo canais de Youtube de qualquer tipo de operador. Segundo o Observatório Europeu do Audiovisual (OEA)<sup>6</sup>, seis das plataformas apresentadas correspondem às que têm maior presença nos 28 países da União Europeia – Netflix, Prime Video, Disney+, HBO, Apple TV+ e Mubi – e as restantes são plataformas associadas a canais nacionais de televisão aberta (RTP Play, TVI Player e OPTO). Das plataformas apresentadas, apenas duas têm um serviço de subscrição gratuito - RTP Play e TVI Player, sendo a última paga em territórios internacionais - e as restantes (9) são serviços de subscrição pagos.

6 Observatório Europeu do Audiovisual. Recuperado em 12 Abril 2021 de <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>

### 1.3. Produtoras Independentes

O mercado da produção independente é reduzido, devido ao número de estações televisivas que exibem ficção nacional e, só recentemente, com o desenvolvimento de um sistema de co-produções, que antecipou a directiva europeia, é que foi possível alguma visibilidade além-fronteiras no formato séries. A discussão da Directiva Europeia “Serviços de Comunicação Audiovisual a pedido” em Bruxelas e a consequente transposição para a lei nacional, em especial sobre as quotas de produção europeia e sobre o pagamento de uma taxa, levou os canais por subscrição, assim como as plataformas de *streaming*, a reagirem. No entanto, com o ano marcado pela pandemia, muitas das produções viram o seu arranque adiado.

O universo destas produtoras independentes é composto por multinacionais e por produtoras locais de média e pequena dimensão e que agem quase todas de acordo com os segmentos de especialização produtiva. Sem nenhum tipo de vínculo substantivo aos canais televisivos, as produtoras independentes que se dedicam à ficção prescindem dos seus direitos de propriedade, que são apropriados pelas estações que celebram contratos de obra de encomenda, com a excepção das obras apoiadas pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA).

O Instituto público apoia financeiramente as produtoras independentes essencialmente em três fases: escrita e desenvolvimento, suportes de demonstração e produção. Neste último, é pedido, no momento da candidatura, a apresentação de um contrato prévio com um operador de televisão nacional que se comprometa a transmitir e financiar o projeto, ainda que de forma minoritária. Assim, para o desenvolvimento dos projectos, as produtoras encontram-se logo no momento de concepção dependentes de um cliente e dos seus interesses.

### 1.4. Fontes de Financiamento

Os apoios do Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), acima identificados, são conferidos à produção audiovisual e multime-

dia desde 2014. Até esse ano, apenas o cinema podia ser beneficiário de apoios estatais, continuando, contudo, a desigualdade das dotações (para além de outros apoios, 20% do montante total destina-se aos concursos no âmbito do audiovisual e multimedia e 80% ao cinema). A nova Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei 74/2020) vem reforçar estes apoios ao obrigar as plataformas de *streaming* a pagarem uma taxa correspondente a 1% do montante dos seus proveitos relevantes, valor esse posteriormente distribuído pelo ICA através dos concursos anuais, assim como a obrigatoriedade de investimento em produção em língua portuguesa no valor anual de 4 milhões de euros. Ainda no âmbito oficial, destaca-se o MEDIA (Europa Criativa), programa de apoio aos setores cultural e criativo da União Europeia; o IBERMEDIA, programa de incentivo ao desenvolvimento de longas-metragens e ficção no espaço Ibero-Americano. Destaca-se, também, a obrigação legal de executar um investimento direto anual em obras cinematográficas e audiovisuais de produção independente por parte do serviço público de media português, RTP, levando à abertura de concursos e, em consequência, à produção e transmissão de séries e minisséries de produção nacional. O *soft sponsoring/product placement* é outra das fontes de financiamento, identificando-se, nos últimos anos, um recurso crescente por parte dos operadores de televisão, quer em programas de entretenimento, quer em programas de ficção. Nos últimos cinco anos, o retorno do investimento para as marcas passou dos 471 milhões de euros para 862,9 milhões de euros<sup>7</sup>. Para além de contribuir financeiramente para a produção, permite contornar fenómenos de comportamento das audiências como o *zapping*, fruto da supressão dos clássicos *breaks* publicitários. Em 2020, este recurso/estratégia não teve impacto significativo sobre o investimento em ficção, uma vez que não se verificou um aumento de horas de produção, nem de preços.

7 Meios e Publicidade. Recuperado em 18 Abril 2021 de <https://www.meiosepublicidade.pt/2020/02/os-canais-programas-captam-investimento-soft-sponsoring-portugal/>

### 1.5. Políticas de Comunicação

O ano de 2020 fica marcado pela transposição para a lei nacional da Diretiva Europeia “Serviços de Comunicação Audiovisual a Pedido”. Aprovada em 2018 pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho Europeu, transposta para a legislação nacional em outubro de 2020 e promulgada pelo Presidente da República Português em novembro, esta diretiva tem como objetivo regulamentar a oferta de serviços de comunicação audiovisual entre os Estados Membros, incluindo canais por subscrição, plataformas de partilha de vídeo e serviços de *Video on Demand*. Até agora, estas entidades de produção/distribuição de conteúdos sem base em Portugal não estavam obrigadas a contribuir para o desenvolvimento de obras europeias e nacionais, nem à sua exibição. Embora o processo de transposição tenha gerado polémica entre os profissionais do setor da televisão e do audiovisual, fruto de entendimentos diferentes sobre as obrigações, chegou-se a uma formulação, destacando-se as seguintes obrigações<sup>8</sup>: i) pagamento de uma taxa de 1% do montante dos proveitos relevantes por parte dos operadores dos serviços audiovisuais a pedido por subscrição e serviços de plataformas de partilha de vídeos; ii) quota mínima de 30% de obras europeias nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, garantindo-lhes uma posição proeminente e dedicando pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos; iii) obrigação de investimento em cinema e em audiovisual, tal como já estava previsto para os operadores de televisão.

Também em 2020, e fruto do desenvolvimento de um ecossistema mediático tecnologicado que tem levado à implementação de um clima infodémico - aumento de circulação de desinformação, flagelo reconhecido pela própria Organização Mundial de Saúde - nomeia-

8 Diário da República Eletrónico-Lei 74/2020. Recuperado em 18 Abril 2021 de <https://dre.pt/home/-/dre/148963298/details/maximized>

se a resolução do Parlamento Europeu sobre o reforço da liberdade dos meios de comunicação social, tendo como objetivos lidar com a proteção dos jornalistas, com os discursos de ódio, com a desinformação e com o papel das plataformas. Por fim, e em consequência dos impactos da pandemia por Sars-Cov-2, destaca-se o apoio concedido pelo Governo a grupos económicos e meios de comunicação social, no valor de 15 milhões de euros, através de um programa de compra antecipada de publicidade institucional, para além de outras linhas de crédito e apoio. Também o serviço público de media anunciou um pacote de apoio aos produtores independentes, prevendo um reforço de investimento em produtos audiovisuais e a antecipação de uma consulta de conteúdos (apresentação direta de projetos).

### **1.6. Infraestrutura de conectividade digital e móvel**

O Índice de Digitalização da Economia e da Sociedade (DESI)<sup>9</sup> publicado em junho de 2020 pela União Europeia revela que Portugal ocupa a 19.<sup>a</sup> posição de entre os 28 Estados-Membros, em especial devido às desigualdades no uso de banda larga entre as zonas rurais e urbanas, ao facto de 22% da população portuguesa nunca ter tido acesso à internet e ao facto de o setor das tecnologias de informação e comunicação ter um peso inferior a 3% no total da economia portuguesa. O mesmo relatório dá conta, no entanto, de que mais de 80% dos serviços de administração pública estão disponíveis online e de que mais de 50% do total dos agregados familiares tem acesso à internet. Em face dos impactos da pandemia por Covid-19 na transformação digital e como esta pode ser fundamental na recuperação económica e social dos Estados-Membros no período pós-pandemia, a resolução “Construir o Futuro Digital na Europa” ganhou um novo

9 Índice de Digitalização da Economia e da Sociedade (DESI). Recuperado em 18 Abril 2021 de <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

ímpeto e impacto na identificação da digitalização como um ponto fulcral das sociedades.

De acordo com o Bareme 2020 realizado pela Marktest<sup>10</sup>, o acesso à internet por parte dos indivíduos com 15 ou mais anos subiu muito ligeiramente de 2019 para 2020 (+1%), com a plataforma mobile phone a liderar o crescimento no acesso por parte de todas as faixas sociodemográficas. Por sua vez, o uso do tablet estagnou, verificando-se, inclusive, uma diminuição de utilização por parte dos mais novos.

Por fim, e na linha de meios para a recuperação pós-Covid 19, destaca-se a 5.<sup>a</sup> Geração Móvel (5G), uma tecnologia que se mostra revolucionária, ao suportar 1000 vezes mais tráfego do que as redes existentes e a uma velocidade 10 a 20 vezes mais rápida do que a 4.<sup>a</sup> Geração Móvel (4G). Para além destas potencialidades, identificam-se outras com impacto em matérias de segurança, saúde pública (monitorização médica remota, por exemplo), tal como na utilização de veículos autónomos, cidades inteligentes ou agricultura de precisão. Tal como em outros países, o braço de ferro entre o regulador (ANACOM) e os operadores têm contribuído para o atraso da implementação da tecnologia. Neste momento, continuam a decorrer os leilões para a atribuição de direitos de utilização de frequências.

## 2. Análise do Ano: a Ficção de Estreia Nacional e Iberoamericana

**Tabela 1. Ficção exibida em 2020 (nacionais e importadas; estreia e reposição; coproduções)**

<p><b>TÍTULOS INÉDITOS NACIONAIS – 19</b></p> <p><b>RTP1 – 5</b></p> <p><i>A Espia</i> (série)  <i>A Herdade</i> (minissérie)  <i>Crónica dos Bons Malandros</i> (série)  <i>O Atentado</i> (série)  <i>O Mundo não Acaba Assim</i> (série)</p> <p><b>RTP2 - 2</b></p> <p><i>A Rede</i> (série)  <i>Quarenteens</i> (série)</p>	<p><b>TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 4</b></p> <p><b>SIC – 4</b></p> <p><i>A Dona do Pedaco</i> (telenovela)  <i>Amor de Mãe</i> (telenovela)  <i>Eta Mundo Bom!</i> (telenovela)  <i>Totalmente Demais</i> (telenovela)</p> <p><b>TÍTULOS EM REPETIÇÃO/REPOSIÇÃO – 62</b></p> <p><b>RTP1 – 12</b></p>
---	---

10 Bareme 2020. Recuperado em 22 Abril 2021 de <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~269e.aspx>

TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES - 19	TÍTULOS EM REPETIÇÃO/REPOSIÇÃO – 62
<b>SIC – 7</b>	<b>RTP1 – 12</b>
<p><i>Esperança</i> (unitário)  <i>Golpe de Sorte: a história da Maria do Céu</i> (telefilme)  <i>Golpe de Sorte IV</i> (série)  <i>Nazaré</i> (telenovela)  <i>Nazaré: especial Natal</i> (minissérie)  <i>Patrões Fora</i> (sitcom)  <i>Terra Brava</i> (telenovela)</p>	<p><i>3 Mulheres</i> (série)  <i>Bem-Vindos a Beirais</i> (série longa)  <i>Conta-me como Foi</i> (série)  <i>Idiotas, ponto.</i> (série)  <i>Luz Vermelha</i> (série)  <i>Miúdo Graúdo</i> (série)  <i>O nosso Cônsul em Havana</i> (série)  <i>O Sábio</i> (série)  <i>Solteira e boa Rapariga</i> (série)  <i>Terra Nova</i> (série)  <i>Verão M</i> (série)  <i>Voo Direto</i> (série)</p>
<b>TVI – 5</b>	<b>RTP2 – 6</b>
<p><i>Ai a Minha Vida</i> (sitcom)  <i>Amar Demais</i> (telenovela)  <i>Bem me Quer</i> (telenovela)  <i>Na Corda Bamba</i> (telenovela)  <i>Quer o Destino</i> (telenovela)</p>	<p><i>A Criação</i> (série)  <i>Aqui tão Longe</i> (série)  <i>Lusitana Paixão</i> (telenovela)  <i>Os Nossos Dias</i> (soap opera)  <i>Sara</i> (série)  <i>Sinais de Vida</i> (série)</p>
<b>SIC – 21</b>	<b>SIC – 21</b>
<p><i>Amor à Vida</i> (telenovela-Brasil)  <i>Viver a Vida</i> (telenovela-Brasil)  <i>ON11CE</i> (série infanto-juvenil)  <i>A hora da Liberdade</i> (telefilme)  <i>Alta Fidelidade</i> (telefilme)  <i>Amo-te Teresa</i> (telefilme)  <i>Aniversário</i> (telefilme)  <i>Anjo Caído</i> (telefilme)  <i>Até Amanhã Camaradas</i> (telefilme)  <i>Capitão Roby</i> (série)  <i>Camilo, o Presidente</i> (sitcom)  <i>Facas e Anjos</i> (telefilme)  <i>Golpe de Sorte - um Conto de Natal</i> (telefilme)  <i>Jogo da Glória</i> (telefilme)  <i>Monsanto</i> (telefilme)  <i>O Crime do Padre Amaro</i> (minissérie)  <i>O Espírito da Lei</i> (série)  <i>O Segredo</i> (série)  <i>Rainha das Flores</i> (telenovela)  <i>Um Passeio no Parque</i> (série)  <i>Uma Aventura</i> (série infanto-juvenil)</p>	<p><i>Amor à Vida</i> (telenovela-Brasil)  <i>Viver a Vida</i> (telenovela-Brasil)  <i>ON11CE</i> (série infanto-juvenil)  <i>A hora da Liberdade</i> (telefilme)  <i>Alta Fidelidade</i> (telefilme)  <i>Amo-te Teresa</i> (telefilme)  <i>Aniversário</i> (telefilme)  <i>Anjo Caído</i> (telefilme)  <i>Até Amanhã Camaradas</i> (telefilme)  <i>Capitão Roby</i> (série)  <i>Camilo, o Presidente</i> (sitcom)  <i>Facas e Anjos</i> (telefilme)  <i>Golpe de Sorte - um Conto de Natal</i> (telefilme)  <i>Jogo da Glória</i> (telefilme)  <i>Monsanto</i> (telefilme)  <i>O Crime do Padre Amaro</i> (minissérie)  <i>O Espírito da Lei</i> (série)  <i>O Segredo</i> (série)  <i>Rainha das Flores</i> (telenovela)  <i>Um Passeio no Parque</i> (série)  <i>Uma Aventura</i> (série infanto-juvenil)</p>
<b>TVI – 23</b>	<b>TVI – 23</b>
<p><i>Maria Madalena</i> (série-México)  <i>A Casa é Minha</i> (sitcom)  <i>A Outra</i> (telenovela)  <i>Belmonte</i> (telenovela)  <i>Campeões e Detetives</i>  <i>Casos da Vida</i> (unitários)  <i>Destinos Cruzados</i> (telenovela)  <i>Detetive Maravilha</i> (série infanto-juvenil)  <i>Doce Tentação</i> (telenovela)  <i>Espírito Indomável - a série</i> (série)  <i>Filmes TVI</i> (telefilme)  <i>Inspector Max</i> (série)  <i>Louco Amor</i> (telenovela)  <i>Mar de Paixão</i> (telenovela)</p>	<p><i>Maria Madalena</i> (série-México)  <i>A Casa é Minha</i> (sitcom)  <i>A Outra</i> (telenovela)  <i>Belmonte</i> (telenovela)  <i>Campeões e Detetives</i>  <i>Casos da Vida</i> (unitários)  <i>Destinos Cruzados</i> (telenovela)  <i>Detetive Maravilha</i> (série infanto-juvenil)  <i>Doce Tentação</i> (telenovela)  <i>Espírito Indomável - a série</i> (série)  <i>Filmes TVI</i> (telefilme)  <i>Inspector Max</i> (série)  <i>Louco Amor</i> (telenovela)  <i>Mar de Paixão</i> (telenovela)</p>

<b>TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES - 19</b>	<b>TÍTULOS EM REPETIÇÃO/ REPOSIÇÃO - 62</b>  <b>TVI-23</b> <i>Morangos com Açúcar VII: vive o teu Verão</i> (série juvenil) <i>Morangos com Açúcar VIII: vive o teu Verão</i> (série juvenil) <i>Mundo ao Contrário</i> (telenovela) <i>O Amor é um Sonho</i> (telenovela) <i>O Bando dos 4</i> (série infanto-juvenil) <i>Onde está Elisa?</i> (série) <i>Portal do Tempo</i> (série) <i>Prisioneira II</i> (telenovela) <i>Saber Amar</i> (telenovela) <i>Santa Bárbara - a série</i> (série)  <b>TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 19</b> <b>TOTAL DE TÍTULOS EM REPETIÇÃO/REPOSIÇÃO: 62</b> <b>TOTAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 81</b>
---	---

Fonte: Obitel Portugal / Markttest MediaMonitor

Em 2020, Portugal volta a oferecer o mesmo número de títulos inéditos do que em 2018 (19). Os canais comerciais ofereceram o mesmo número de títulos do que em 2019, enquanto que a RTP1, contrariando a tendência, apresentou menos 3 títulos do que em 2019. A RTP2, segundo canal do Serviço Público de Media, que não havia oferecido títulos em estreia em 2019, entra na tabela com a transmissão de duas séries. Por outro lado, o canal por subscrição CMTV que havia feito uma incursão pela produção e transmissão de uma telenovela nacional em 2019, descontinuou a estratégia por falta de audiência. Se de 2018 para 2019 o número de títulos em repetição/reposição já tinha sofrido um incremento, em 2020 observa-se uma nova subida devido, acima de tudo, à necessidade de diminuição do custo de grelha. Dos quatro canais analisados, a SIC foi o que registou a maior subida, com mais 61% de títulos em reposição do que em 2019. Não obstante ter mantido o mesmo número de estreias (7), apenas duas foram telenovelas e vindas já de 2019, levando à necessidade de preenchimento dos *slots*.

No que respeita os produtos importados do espaço Ibero Americano, observa-se uma subida (de 3 para 4 títulos): telenovelas transmitidas em horário nobre/noite pelo canal comercial, SIC.

**Tabela 2. A Ficção de Estreia exibida em 2020: País de Origem**

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
<b>NACIONAL (total)</b>	<b>19</b>	<b>82.6</b>	<b>1242</b>	<b>76.6</b>	<b>794:19:21</b>	<b>75.8</b>
<b>PAÍSES OBITEL (total)</b>	<b>4</b>	<b>17.4</b>	<b>380</b>	<b>23.4</b>	<b>252:59:13</b>	<b>24.2</b>
Argentina	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Brasil	4	17.4	380	23.4	252:59:13	24.2
Chile	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Colômbia	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Equador	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Espanha	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
EUA (produção hispânica)	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
México	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Peru	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Portugal	19	82.6	1246	76.8	794:56:33	75.9
Uruguai	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Venezuela	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>COPRODUÇÕES (total)</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>0:00:00</b>	<b>0.0</b>
Coproduções brasileiras	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
Coproduções entre países Obitel	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>23</b>	<b>100.0</b>	<b>1622</b>	<b>100.0</b>	<b>1047:18:34</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Obitel Portugal / Markttest MediaMonitor

A queda no número de títulos nacionais em estreia teve impacto no número de capítulos/episódios (-42%) e no volume de horas transmitidas (-22.5%). Já os títulos importados, todos oriundos do Brasil, conseguiram suplantar o número de inserções de 2019 (+18%) e, em consequência, o número total de horas (+21%).

**Tabela 3. Formatos da Ficção Nacional e Iberoamericana**

Formato	Nacionais					
	Tít.	%	C/E	%	H	%
<b>Telenovela</b>	6	31.6	1074	86.5	709:10:56	89.3
<b>Serie</b>	6	31.6	145	11.7	68:39:10	8.6
<b>Minissérie</b>	3	15.8	12	1.0	8:23:39	1.1
<b>Telefilme</b>	1	5.3	1	0.1	1:37:39	0.2
<b>Unitário</b>	1	5.3	1	0.1	0:57:24	0.1
<b>Docudrama</b>	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0
<b>Sitcom</b>	2	10.5	9	0.7	5:30:33	0.7
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.0</b>	<b>1242</b>	<b>100.0</b>	<b>794:19:21</b>	<b>100.0</b>

Formato	Ibero-americanos					
	Tít.	%	C/E	%	H	%
<b>Telenovela</b>	4	100.0	380	100.0	252:59:13	1.0
<b>Serie</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Minissérie</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Telefilme</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Unitário</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Docudrama</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Sitcom</b>	0	0.0	0	0.0	0:00:00	0.0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>	<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>252:59:13</b>	<b>1.0</b>

Fonte: Obitel Portugal / Markttest MediaMonitor

Em 2020, observa-se uma maior diversidade de formatos do que em 2019, registando-se uma diminuição do número de telenovelas (de 10 para 6), assim como de séries (de 8 para 7) e de telefilmes (de 2 para 1), mas um aumento de minisséries (de 1 para 3). No que respeita o formato série, interessa observar a integração de duas tendências em termos estruturais: por um lado, a série por temporada e, por outro lado, a série limitada, isto é, pensada num arco narrativo único

e fechado (*Crónicas dos Bons Malandros*, RTP). Tendo em conta o contexto pandémico, mostra-se igualmente interessante a transmissão de duas séries sobre a temática pela estação de serviço público: *O Mundo não Acaba Assim* - múltiplas histórias paralelas desenroladas em videochamada e produzidas em casa dos atores e *Quarenteen*, um conteúdo destinado ao público infanto-juvenil.

Destaca-se, também, a oferta da sitcom e do unitário. Este último formato, sem grande tradição em Portugal, foi usado pela SIC para estreiar um dos “títulos-estrela” da nova plataforma de *streaming* OPTO - a série *Esperança*, permitindo à audiência o visionamento do 1.º episódio em televisão aberta e despertando o interesse pela subscrição. Em paralelo, o canal comercial seguiu a estratégia de construção de histórias paralelas às originais envelopadas de novos títulos/formatos, contribuindo para a renovação da oferta, mas capitalizando quer as estruturas de produção já montadas e adaptadas ao cenário pandémico, quer os sucessos já garantidos (o telefilme *Golpe de Sorte: a história da Maria do Céu* e a minissérie *Nazaré: especial Natal*). Destaca-se, igualmente, o regresso da sitcom, formato de base cômica e com tradição no ecrã português, mas com pouca expressão nos últimos anos. *Patrões Fora* (SIC) decorre no cenário do *talk show* da manhã - *Casa Feliz* - numa espécie de *crossover* de *plots/géneros* (ficção e entretenimento) e potenciando a audiência, e *Ai a Minha Vida* (TVI), um decalque da famosa sitcom brasileira *Sai de Baixo*, mas que, devido à pandemia por Covid-19, não pode ter público nem pode ser transmitido em direto.

**Tabela 4. Os dez títulos mais vistos**

	Título	Canal	Produtora	Formato / Gênero	Nº de cap./ep. (2020)	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>Nazaré</i>	SIC	SP Televisão	Telenovela/ Dramedia	250	Prime Time	14,6	27,1
2	<i>Terra Brava</i>	SIC	SP Televisão	Telenovela/ Melodrama	266	Prime Time	12,7	27,6
3	<i>Patrões Fora</i>	SIC	Coral Europa	Sitcom/ Humor	3	Prime Time	12,2	22,5
4	<i>Quer o Destino</i>	TVI	Plural Entertainment	Telenovela/ Melodrama	229	Prime Time	11,5	21,9
5	<i>Bem Me Quer</i>	TVI	Plural Entertainment	Telenovela/ Melodrama	58	Prime Time	11,1	21,3
6	<i>Amar Demais</i>	TVI	Plural Entertainment	Telenovela/ Melodrama	89	Prime Time	9,2	20,9
7	<i>Éta Mundo Bom</i>	SIC	TV Globo	Telenovela/ Melodrama	106	Acess	8,6	20,4
8	<i>Golpe de Sorte IV</i>	SIC	Coral Europa	Série/ Dramedia	81	Prime Time	7,6	21,3
9	<i>Na Corda Bamba</i>	TVI	Plural Entertainment	Telenovela/ Melodrama	148	Prime Time	7,5	16,2
10	<i>Crónica dos Bons Malandros</i>	RTP	Ukbar Filmes e Moonshot Pictures	Minissérie/ Humor	4	Prime Time	6,0	10,9

Fonte: Obitel Portugal / Markttest MediaMonitor

Em 2020, destaque para a SIC que continua a liderar o *ranking* de preferência na ficção conquistando não só o *top* três da tabela superior, mas um total de cinco produtos, entre os mais visionados pelos portugueses, sendo a telenovela *Nazaré* a mais vista em Portugal em 2020. A TVI, surge logo de seguida com quatro títulos, o mesmo número conseguido em 2019.

Contrariamente ao que assistimos no ano transato, em 2020 a telenovela *Eta Mundo Bom*, uma produção brasileira, conseguiu entrar para a tabela dos dez títulos mais bem classificados, evidenciando que os portugueses continuam a visionar conteúdos de ficção não nacionais e, neste caso, em horário sem ser o de *prime time*, onde a maioria do formato é exibido. Também em 2019 o canal público de televisão não conseguiu figurar no *top ten*, porém no ano passado a

minissérie *Crónica dos Bons Malandros*, uma adaptação de uma obra literária dos anos 1980, que contou as aventuras de um mítico bando de ladrões que empreendeu um famoso assalto na década de 80 no Portugal pós-revolucionário, conquistou o público português, entrando para a última posição da tabela.

No que concerne o formato, continua a prevalecer a telenovela (com 7 títulos), observando-se, no entanto, uma maior diversidade, com a oferta de uma série, uma minissérie e uma sitcom. Quanto ao género, o destaque vai para a introdução do dramedia, uma fusão de drama e comédia comumente utilizada na indústria para definir um novo género híbrido, que não tem como objetivo a repetição dos géneros visíveis no modelo clássico de folhetim, em que o melodrama tem nos personagens picarescas o seu alívio cómico, mas sim a criação de uma síntese. Dramedia autonomizou-se enquanto género caracterizado pela mescla de elementos dissonantes, mas com a capacidade de criar uma nova ordem de sentido e, em consequência, um novo conceito de catalogação.

**Tabela 5. Perfil da audiência dos dez títulos mais vistos: género, idade, nível socioeconómico**

Títulos		Canal	Género %		Nível Socioeconómico %				
			Mulheres	Homens	A	B	C	D	E
1	<i>Nazaré</i>	SIC	61,4	38,6	1,8	9,8	15,6	42,8	29,9
2	<i>Terra Brava</i>	SIC	62,2	37,8	1,5	9,5	16,0	42,7	30,3
3	<i>Patrões Fora</i>	SIC	59,7	40,3	2,5	14,2	16,1	40,2	26,9
4	<i>Quer o Destino</i>	TVI	61,6	38,4	3,7	5,4	13,8	44,5	32,7
5	<i>Bem Me Quer</i>	TVI	61,5	38,5	2,0	6,6	13,2	42,8	35,5
6	<i>Amar Demais</i>	TVI	61,2	38,8	2,1	5,7	13,5	41,7	36,9
7	<i>Éta Mundo Bom</i>	SIC	64,9	35,1	2,4	9,5	13,1	43,5	31,5
8	<i>Golpe de Sorte IV</i>	SIC	63,2	36,8	1,3	9,7	17,6	44,3	27,1
9	<i>Na Corda Bamba</i>	TVI	62,1	37,9	1,8	4,3	14,6	45,4	33,9
10	<i>Crónica dos Bons Malandros</i>	RTP	54,3	45,7	2,4	14,7	17,5	41,5	23,8

Títulos		Canal	Franjas de Idade %								
			4 a 14	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 a 74		
1	<i>Nazaré</i>	SIC	6,1	7,9	7,8	10,9	15,9	20,3	17,4	13,7	
2	<i>Terra Brava</i>	SIC	5,1	6,9	6,8	10,5	15,7	21,8	17,8	15,5	
3	<i>Patrões Fora</i>	SIC	6,2	7,3	6,3	12,7	15,0	21,0	17,7	13,7	
4	<i>Quer o Destino</i>	TVI	5,0	6,5	10,5	10,1	11,9	19,6	17,6	18,8	
5	<i>Bem Me Quer</i>	TVI	5,2	7,9	9,5	8,8	12,1	19,8	19,8	16,9	
6	<i>Amar Demais</i>	TVI	4,1	6,4	9,5	8,8	11,7	22,8	19,4	17,4	
7	<i>Éta Mundo Bom</i>	SIC	4,6	7,6	5,8	9,7	17,0	24,0	16,1	15,2	
8	<i>Golpe de Sorte IV</i>	SIC	4,8	6,7	7,7	13,8	15,1	22,1	15,6	14,3	
9	<i>Na Corda Bamba</i>	TVI	5,0	6,1	8,9	10,9	12,0	20,0	19,5	17,5	
10	<i>Crónica dos Bons Malandros</i>	RTP	1,9	3,6	4,8	6,7	9,9	18,2	22,6	32,3	

Fonte: Obitel Portugal / Markttest MediaMonitor

Para o género feminino a telenovela continua a ser o formato de eleição, conquistando em todos os títulos a preferência, enquanto os homens mantêm uma percentagem bastante estável entre os conteúdos pertencentes ao *top ten* (38%). De referir que a única grande diferença observa-se na percentagem de homens que visionou a minissérie *Crónica dos Bons Malandros*, na RTP, título onde a percentagem entre os dois géneros mais se aproximou (uma diferença de 8,6%, com o género feminino a liderar com 54,3%).

No que concerne ao nível socioeconómico, as classes D e E são as que continuam a preferir a telenovela para visionamento em *prime time*. Seguindo a mesma tendência do ano transato, as diferenças entre nível socioeconómico, antes observadas, entre a SIC e a TVI esbateram-se por completo, sendo da TVI a telenovela que conseguiu conquistar uma maior franja de espectadores de classe A, com *Quer o Destino*.

Na análise aos resultados referentes às faixas etárias, o formato telenovela continua a ser o preferido junto de um público mais transversal, ou seja, essencialmente, familiar. Os melhores resultados continuam a ser observados para as faixas etárias de mais de 55 anos. *Patrões Fora* (SIC) foi o título que mais conquistou audiência junto de uma população mais jovem e *Crónica dos Bons Malandros* (RTP) foi a produção que mais agradou a uma audiência mais sénior.

### **3. Monitoramento VoD em 2020**

Num ano marcado pela pandemia de Covid-19, os novos modelos de consumo de ficção mantêm-se como uma tendência crescente, com uma oferta de serviços streaming cada vez mais vasta. Esta tendência verifica-se numa escala global, de acordo com os dados do Barómetro de Telecomunicações da Marktest<sup>11</sup>, com a Netflix a registar mais de 15 milhões de novos subscritores no período entre os meses de Fevereiro e Abril. O mesmo serviço contou com mais 800 mil subscritores no território português durante esse período de tempo.

Em Portugal, o ano de 2020 ficou ainda marcado pelo lançamento das plataformas Disney+ e OPTO (plataforma associada ao canal generalista SIC), ambas incluídas no Quadro 3. Juntamente com a OPTO, destacamos a plataforma RTP Play por serem as únicas com estreias nacionais no ano de 2020.

#### **3.1. Mercados dos Sistemas de VoD**

Segundo o Observatório Europeu do Audiovisual (OEA), referido no ponto 1.2, no ano de 2020 Portugal conta com 14 serviços de SVoD, com cerca de 1,4 milhões de subscritores (cerca de 10% da população portuguesa) num mercado que se mantém liderado pela Netflix, que continua a ser a plataforma com mais impacto, contando

11 Marktest Portugal. Recuperado em 10 Abril 2021 de <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~262d.aspx>

com 47% dos subscritores, seguida da Apple TV+ (21%) e Prime Video (13%). O aumento de subscritores da plataforma Apple TV+ face aos valores do ano passado deve-se ao facto da oferta da subscrição do serviço perante a compra de um dispositivo Apple.

O impacto referido também se traduziu num maior número de receitas no mercado dos operadores, como refere o relatório da Obercom “Impacto do Coronavírus e da crise pandémica no Sistema mediático português e global”<sup>12</sup>, com a Vodafone a ter uma subida de 8% face às receitas dos anos anteriores.

Dados publicados na plataforma Statista<sup>13</sup>, indicam que as receitas dos serviços de VoD atingiram os 52,6 milhões de euros em 2020, e estima-se que as receitas atinjam os 62 milhões de euros em 2021, com um aumento de 15,1% face ao ano anterior. Conforme dados da mesma plataforma, é expectável um aumento gradual das receitas (de 5,8%), que deverão atingir os 78 milhões de euros em 2025.

### 3.2. Análise do VoD em 2020

No ano de 2020 verificou-se uma diminuição da oferta de títulos ibero-americanos de ficção, por consequência da pandemia global de Covid-19 que teve impacto em inúmeras produções audiovisuais à escala global. Em Portugal, as plataformas VoD apresentaram um total de 36 produções em estreia, quatro das quais coproduções. Estes números, apresentados na Tabela 6, reforçam o domínio da Netflix que é a OTT com maior oferta, com 18 títulos em estreia. Seguem-se as plataformas HBO Portugal (9), Prime Video (4), OPTO (3) e RTP Play (2). No que diz respeito a títulos portugueses, a oferta foi de cinco produções nacionais e uma em regime de coprodução com Espanha (a série *Auga Seca*), com destaque para a plataforma OPTO que se

12 Obercom. Recuperado em 10 Abril 2021 de [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid\\_III\\_FINAL.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid_III_FINAL.pdf)

13 Statista. Recuperado em 10 Abril 2021 de <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/video-streaming-svod/portugal>

inseriu como um novo *player* no panorama do VoD nacional, como será referido no ponto 6.

**Tabela 6. Ficções nacionais e ibero-americanas exibidas em 2020 em sistema VoD**

TÍTULOS NACIONAIS DE ESTREIA	TÍTULOS IBERO-AMERICANOS DE ESTREIA	COPRODUÇÕES
<p><b>RTP Play – 2</b></p> <p>1. <i>Dolores</i> (série) 2. <i>Instaverso</i> (série)</p> <p><b>OPTO – 3</b></p> <p>1. <i>A Generala</i> (série) 2. <i>Esperança</i> (série) 3. <i>O Clube</i> (série)</p>	<p><b>Prime Vídeo – 3</b></p> <p>1. <i>Caronte</i> (série - Espanha) 2. <i>El Cid</i> (minissérie - Espanha) 3. <i>Como Sobrevivir Soltero</i> (série - México)</p> <p><b>HBO Portugal – 8</b></p> <p>1. <i>El Embarcadero</i> (série - Espanha) 2. <i>El Ministerio del Tiempo</i> (série - Espanha) 3. <i>En Casa</i> (antologia - Espanha) 4. <i>Escenario 0</i> (série - Espanha) 5. <i>Patria</i> (série - Espanha) 6. <i>Por H o por B</i> (série - Espanha) 7. <i>Veneno</i> (minissérie - Espanha) 8. <i>30 Monedas</i> (série - Espanha)</p> <p><b>Netflix – 16</b></p> <p>1. <i>3%</i> (série - Brasil) 2. <i>A Coisa Mais Linda</i> (série - Brasil) 3. <i>Alta Mar</i> (série - Espanha) 4. <i>Boca a Boca</i> (série - Brasil) 5. <i>Casi Feliz</i> (série - Argentina) 6. <i>El Desorden que Dejas</i> (série - Espanha) 7. <i>El Robo del Siglo</i> (série - Colômbia) 8. <i>Elite</i> (série - Espanha) 9. <i>La Casa de las Flores</i> (série - México) 10. <i>La Casa de Papel</i> (série - Espanha) 11. <i>Las Chicas del Cable</i> (série - Espanha) 12. <i>Los Favoritos de Midas</i> (minissérie - Espanha) 13. <i>O Sabor das Margaridas</i></p>	<p><b>Prime Vídeo – 1</b></p> <p>1. <i>El Presidente</i> (série - Argentina, Chile, EUA)</p> <p><b>HBO Portugal – 1</b></p> <p>1. <i>Auga Seca</i> (série - Espanha, Portugal)</p> <p><b>Netflix – 2</b></p> <p>1. <i>Alguien Tiene que Morir</i> (minissérie - Espanha, México) 2. <i>Selena: la serie</i> (série - México, EUA)</p>

<b>TÍTULOS NACIONAIS DE ESTREIA</b>	<b>TÍTULOS IBERO-AMERICANOS DE ESTREIA</b>	<b>COPRODUÇÕES</b>
	( <i>minissérie – Espanha</i> ) 14. <i>Puerta 7 (série – Argentina)</i> 15. <i>Valeria (série – Espanha)</i> 16. <i>Vivir Sin Permiso (série – Espanha)</i>	
<b>Total: 5</b>	<b>Total: 27</b>	<b>Total: 4</b>
<b>TOTAL GERAL: 36</b>		

Fonte: Obitel Portugal

**Tabela 7. Ficção de estreia em VoD em Portugal em 2020: países de origem**

<b>País</b>	<b>Títulos</b>	<b>%</b>
<b>NACIONAL (total)</b>	<b>5</b>	<b>13,8</b>
<b>PAÍSES OBITEL (total)</b>	<b>27</b>	<b>75,1</b>
Argentina	2	5,6
Brasil	3	8,4
Chile	0	0,0
Colômbia	1	2,7

Fonte: Obitel Portugal

Como se pode identificar na tabela 7, cinco dos doze países Obitel tiveram produções em estreia nos catálogos portugueses (41,7%), sendo Espanha o país com maior oferta (19), seguindo-se o Brasil (3), Argentina e México (2) e Colômbia (1). Os restantes países – Chile, Equador, EUA, Peru, Uruguai e Venezuela – não tiveram produções em estreia em Portugal, mas o Chile e os EUA participaram em coproduções com as séries *El Presidente* (uma coprodução Argentina, Chile e EUA) e *Selena: la serie* (uma coprodução México e EUA).

#### 4. Ficção e Participação das audiências em ambiente digital

Na sequência do que tem vindo a acontecer em anos anteriores, a participação das audiências de ficção televisiva portuguesa em ambiente digital verificou-se predominantemente através da gestão e manutenção de contas nas redes sociais digitais dos principais títulos em emissão. Desta forma, tal como em 2019, todas as telenovelas e séries dos diferentes canais possuem uma conta de Facebook ou Instagram onde se promovem os desenvolvimentos na trama, imagens e vídeos de *backstage* e se colocam perguntas abertas com vista à interação com as audiências. Embora estas contas sejam de cariz assumidamente “oficial”, destaca-se, tal como no ano passado, o caso da telenovela da SIC *Terra Brava*, em que a atriz Sara Matos continuou a produzir conteúdos para o Instagram enquanto “Elsa Santino”, a personagem que representa na telenovela. Para além da habitual promoção da trama e interação com a audiência, a atriz apresentou também excertos de pontos de vista alternativos a cenas que surgiam na emissão regular, como a sua própria reacção enquanto Elsa Santino a determinados acontecimentos dramáticos. Foi também através deste registo que a personagem lançou um *videoclip* no Youtube em conformidade com o sucedido na trama.

No entanto, com o surgimento da pandemia em 2020 e a drástica mudança de paradigma sociocultural no mundo inteiro, os principais provedores de conteúdos audiovisuais em Portugal viram-se obrigados a reformular a oferta presente e futura face aos desafios desta nova realidade. Assim, tendo em conta os constrangimentos inerentes ao distanciamento social, proibição de circulação entre concelhos e dever geral de recolhimento, vulgo confinamento, os meios digitais assumiram de imediato um papel crucial não só na garantia do fornecimento de conteúdos num formato *on demand*, como na própria apresentação de novos tipos de oferta de cariz exclusivamente digital. O canal RTP Memória, anteriormente vocacionado para a emissão de conteúdos clássicos e de arquivo, foi totalmente reestruturado para

emitir aulas de ensino à distância, a par com uma forte componente *online*. De forma semelhante, as artes rapidamente abraçaram o ambiente digital como alternativa ao encerramento de espetáculos ao vivo. Assim, para além da criação de salas de espetáculo *online*, como foi o caso do Teatro Nacional D. Maria II, a própria RTP acelerou um projecto em fase de desenvolvimento - RTP Palco - para o lançar em resposta aos constrangimentos criados pela pandemia. O RTP Palco é uma oferta digital de conteúdos *on demand* vocacionada para a cultura e artes performativas, como gravações de espetáculos de dança, música e teatro, entre outros. Não sendo estes conteúdos de natureza estritamente televisiva, é relevante notar que a plataforma em tudo se assemelha a qualquer outra de VoD digital, a par com o RTP Play ou o Netflix, apresentando até produções originais. De resto, o ano de 2020 foi marcado precisamente pelo aumento significativo da oferta de conteúdos digitais e *on Demand* como uma alternativa de consumo viável face ao contexto de confinamento.

Perante esta tendência, e devido também aos constrangimentos de produção que levaram ao confinamento de actores, autores e equipas técnicas, verificou-se um acrescido interesse na ficção de cariz digital, como foi o caso dos projectos “Hashtag Quarentena” (@hashtagquarentena) e “Chamadas Para a Quarentena” (@chamadas-paraaquarentena). Ambos assentavam num formato de série em que se assumia a situação de confinamento e os actores - muitas vezes representando-se a si próprios - interagiam por videochamada. Estes episódios eram disponibilizados nas redes sociais digitais como o Facebook e o Instagram, criando um público próprio de forma orgânica através de mecanismos de viralidade. No caso de “Chamadas Para a Quarentena”, o conceito da série foi adquirido pela RTP e adaptado para a emissão em sinal aberto com o título *O Mundo Não Acaba Assim*. Este é um caso raro de transmedialidade do digital para o FTA que ilustra a relevância que este meio tomou em resposta à pandemia.

## 5. O Mais Destacado do Ano

Num ano tão marcado pelas consequências (na produção e no consumo) de uma pandemia mundial, onde se assistiu a uma maior permeabilidade a novos formatos e plataformas de conteúdos, a estratégia dos canais FTA teve de sofrer atualizações, permitindo-se reflectir e agir sobre o que há muito se adivinhava: a inevitabilidade de uma mudança do paradigma que se concretiza no médio prazo, relativamente ao consumo televisivo, evidenciando uma aposta não linear e descentralizada. Aliás, como já defendia Amanda Lotz (2018):

Mais do que matar a televisão, a distribuição por internet melhorou manifestamente a forma como a visionamos. Fundamentalmente, a distribuição por internet tem capacidades que o sistema linear de televisão, o cabo e o satélite não têm. A televisão distribuída por internet permite um acesso *on demand* por parte das audiências. Esta capacidade está a forçar a reinvenção do negócio televisivo, construído com base na organização de programas em grelha. As mudanças no negócio da televisão mudam a essência dos programas e o que as audiências podem ver.<sup>14</sup> (p.5)

Desta forma, escolhemos para o mais destacado do ano as estratégias de produção local dos novos serviços de *streaming* das estações FTA que operam em território português.

A OPTO, a plataforma da SIC, lançada em finais de novembro de 2020, teve como atrativo de adesão os títulos exclusivos que apresenta, e que marcaram esta nova estratégia de distribuição, assim

14 Tradução livre de: “Rather than killing television, internet distribution markedly improved how we watch. Crucially, internet distribution has capabilities that broadcasting, cable, and satellite lack. Internet-distributed television allows audiences on-demand access. This capability is forcing a reinvention of television businesses that were built on scheduling programs. Changes in the business of television change what shows are made and what audiences can watch.”

como todo um catálogo de três décadas de programas, que está agora disponível para visionamento. Entre os novos conteúdos destaca-se a série *A Generala*, que recebera apoio do Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), situação que não ocorria há largos anos para uma produção da estação privada; o documentário da autoria do humorista Bruno Nogueira, *Como é que o Bicho Mexe - O Natal de Maio*; sketches do humorista Ricardo Araújo Pereira; o documentário autobiográfico do chef de cozinha Ljubomir Stanisic; a série dramática *O Clube*, sobre a noite lisboeta; e *Esperança*, uma série, de César Mourão, o humorista que se transfere do generalista para o serviço de *streaming* com uma obra assumidamente narrativa e num registo que mescla drama e humor.

O serviço de streaming da SIC tem uma versão premium, exclusiva para assinantes - com uma mensalidade de 9,99€ para o cliente internacional e de 3,99€ para o que se encontra em território nacional - e outra gratuita, mostrando como, pela primeira vez em Portugal, se pensou numa plataforma de distribuição com conteúdos feitos exclusivamente para ambiente digital. No serviço Premium é possível aceder a programas e séries exclusivas, antestreias de episódios de telenovelas que passam na SIC e a informação “à medida”, com noticiários diários com a duração de 10, 15 ou 20 minutos.

Em relação à assinatura “paga” vs “não paga” dos operadores nacionais identificamos três estratégias nacionais muito distintas: RTP Play, que opera segundo um modelo gratuito, em parte por pertencer ao serviço público de media português e não sofrer da mesma pressão comercial do que os privados, uma vez que parte significativa do seu orçamento decorre da chamada taxa de televisão (valor pago pelos contribuintes na factura da electricidade) e por ser essa a génese do modelo “repositório/arquivo” que compete ao serviço público; TVI Player, que se desenvolve segundo uma estratégia mista, gratuita para o público em território nacional, e paga para quem o acessa internacionalmente a 3,99 Euros; OPTO que se rege pelo modelo

SVoD, Subscrição de Vídeo On Demand puro, numa clara alusão à estratégia de produção da Netflix, que implica o pagamento de um valor mensal fixo, mas também o investimento em produções exclusivas para a plataforma.

O lançamento desta plataforma constitui-se como mais um passo na estratégia do audiovisual em Portugal contribuindo, tal como a transposição da Diretiva Europeia para a legislação nacional, como oportunidades de crescimento do mercado, dinamizando o setor das produtoras independentes e oferecendo títulos em língua portuguesa com características concorrenciais.

## **6. O Tema do Ano: Ficção em tempos de pandemia em Portugal**

Em Março de 2020 o governo português decretou estado de emergência, o que provocou uma alteração nas práticas comunicacionais e de consumo mediáticos dos portugueses. Segundo o estudo da Obercom (Julho de 2020), “Pandemia e consumos mediáticos”<sup>15</sup>, notou-se um aumento no grau de utilização das plataformas de *streaming* pagas, sendo que 20,3% dos inquiridos afirma ter subscrito um novo serviço de informação ou entretenimento que não dispunha antes, o que mostra que houve uma aceleração do processo que já estava em andamento, e que se prende com a alteração de dieta de média dos portugueses em linha com o que está a suceder em todo o mundo.

A chegada das plataformas alterou práticas sociais, fragmentou o visionamento, fez aumentar os preços de produção e reformulou circuitos de distribuição. As plataformas reinventaram práticas de visualização e desencadearam um novo conceito, binge watching, que consiste em assistir aos conteúdos oferecidos de forma continuada ou compulsiva, que poderá ter sido acentuado no período de pandemia,

15 Obercom. Recuperado em 17 Abril 2021 de [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid\\_III\\_FINAL.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid_III_FINAL.pdf)

em que a oferta cultural e recreativa esteve muito restrita, quer na oferta, quer no consumo. E todas estas mudanças ocorreram em pouco mais de uma década, com os últimos cinco anos em grande aceleração, registando-se um significativo aumento de produção de conteúdos em diferentes geografias, à medida que novos mercados eram conquistados, e com o tempo médio de visionamento a aumentar, à medida que também aumenta a facilidade de acesso que temos aos conteúdos através de múltiplos ecrãs.

Em 2007, a Netflix inovou no mercado mediático ao oferecer um serviço de streaming pago, com a redefinição do seu algoritmo de modo a apresentar tendências e propostas de conteúdos aos seus consumidores. Em 2011, esta plataforma anunciou o arranque de produções originais que mudaria o mercado e a forma como se distribui conteúdos. Atualmente, assistimos a um crescimento gradual de diversas plataformas de streaming, e inclusive das suas produções originais, de modo a distinguirem-se e concorrerem com a vanguardista Netflix. Para falar dos mais relevantes no mercado nacional, a HBO, Amazon Prime Video e Disney + tornaram-se fortemente concorrenciais, num mercado cada vez mais globalizado, com conteúdos produzidos largamente nos Estados Unidos, mas com uma importância crescente das periferias, com destaque para as séries e filmes em língua espanhola. A indústria do entretenimento ganhou uma dimensão que a tornou muito relevante para as economias nacionais. Em apenas 5 anos foram gastos 650 biliões em programas e aquisições, segundo o *The Economist*, e no último ano o investimento ascendeu a 100 milhões, valor só comparável ao da indústria petrolífera.

Apesar de a pandemia ter influenciado o aumento das subscrições dos serviços de streaming, assistimos a um poder de retenção dos conteúdos digitais visto que 84,4% dos inquiridos afirmaram que não vai suspender as subscrições feitas durante o período de confinamento<sup>16</sup>.

16 *op. cit.*

O destaque nacional nas plataformas internacionais vai para a série *Glória*, que foi o primeiro projeto português original da Netflix. Com realização de Tiago Guedes e argumento original de Pedro Lopes, o thriller passado durante a Guerra Fria teve produção da SPi, do Grupo SP Televisão e coprodução da RTP. A série, cuja acção se centra na aldeia da Glória do Ribatejo onde se encontra o centro de transmissões americano RARET, que emite propaganda ocidental para o Bloco de Leste, é o palco perfeito para uma história de espionagem de alto risco que pode mudar o curso da história portuguesa e mundial. *Glória* constituiu-se, assim, como um projeto que pretende reforçar a visão estratégica de expansão internacional que várias produtoras portuguesas têm vindo a desenvolver, num momento igualmente importante para o mercado audiovisual português, uma vez que a série marca um novo ciclo, posicionando Portugal na rota das grandes produções internacionais que a Netflix tem vindo a preconizar.

Também pela primeira vez, em 2020, a Netflix e o Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) lançaram um concurso de “Escrita e Desenvolvimento de Argumento” destinado a autores e argumentistas residentes em Portugal. Em comunicado, o ICA referiu que esta parceria serviu para impulsionar a produção audiovisual portuguesa, num momento em que o sector audiovisual português estava a ser fortemente afectado pela pandemia da Covid-19, ao mesmo tempo que se antecipa a transposição da Diretiva Europeia “Serviços de Comunicação Audiovisual a pedido”, aprovada em finais de 2018, que contempla que os serviços de streaming, como é o caso da Netflix, precisem de ter, no mínimo, 30% do catálogo de séries e documentários composto por obras europeias.

Outro marco importante do ano transacto foi a assinatura da segunda temporada da série luso-espanhola *Auga Seca*, uma coprodução da Portocabo com a portuguesa SPi e que vai estreiar nas plataformas da HBO Portugal e Espanha Original. O drama policial, emitido pela RTP e pela TV Galicia, teve uma segunda janela de exibição em

2020 na HBO, que, desta forma, passou a integrar a primeira temporada no seu portfólio de conteúdos nos dois mercados. Os resultados foram muito positivos junto dos assinantes da plataforma, o que levou ao investimento directo na série para uma segunda temporada, ficando a plataforma com a primeira janela de exibição.

E o ano de 2020 fica, igualmente, marcado pela presença de 118 filmes portugueses no catálogo do Filmin, plataforma de vídeo on demand com um vasto catálogo de filmes independentes. A Filmin é uma plataforma de origem espanhola, presente no território português desde 2016, mas que conta no seu catálogo com 125 filmes, entre curtas e longa metragens de ficção e não-ficção, o que é mais uma prova da vitalidade e crescimento do sector audiovisual português e da sua crescente capacidade de encontrar novas formas de distribuição - tão necessárias, como percebemos por este ano pandémico, quanto inevitável.

Como contraponto a esta dinâmica acelerada de oferta e procura de conteúdos em streaming, identificam-se os novos desafios colocados pelos efeitos da pandemia. Embora estejam a ser superados pela indústria audiovisual, foram particularmente gravosos para as produtoras que se dedicam à ficção. A 2 de março de 2020 foi oficialmente confirmado o primeiro caso de Covid-19 em Portugal e, menos de duas semanas depois, a produção de séries e telenovelas parou, não porque houvesse uma proibição governamental, como aconteceu com outros sectores de actividade, mas porque a informação sobre os meios de transmissão ainda eram escassos, assim como a forma de nos protegermos do vírus, pelo que as produtoras tomaram medidas preventivas com o objetivo de proteger os seus profissionais. Entre os meses de março a abril muitas das empresas recorreram ao lay-off e, nos meses seguintes, tentaram retomar a atividade, sobretudo os projectos que se encontravam a meio, com os restantes projectos que se encontravam em pré-produção a sofrerem adiamentos. Antes da pandemia, as indústrias culturais e criativas europeias tinham tido um crescimento

constante desde o ano de 2013, com o audiovisual a crescer entre os 0,3% e os 3% ao ano, e um turnover de 643.000 mil milhões de euros em 2019, com o audiovisual a contribuir com 119.000 mil milhões, e que se deveu ao aumento da produção de cinema, mas sobretudo ao desenvolvimento das plataformas de streaming<sup>17</sup>. No caso português, o mercado encontrava-se estável, com um investimento constante das estações FTA e com as plataformas a fazerem as primeiras apostas em Originals. A pandemia veio agravar os custos em cerca de 20%, segundo dados preliminares ainda não publicados pela APIT (Associação de Produtoras Independentes de Televisão), o que se apresenta em linha com os congéneres europeus.

Apesar deste cenário, que acelerou a dinamização da oferta/procura das plataformas de streaming, o negócio da televisão tem mudado, mas não enfraqueceu (Lotz, 2018). Na verdade, e como defendem os investigadores Joke Hermes e Annette Hill (2020):

O Corona reconsolidou a televisão como um contador de histórias privilegiado e como uma plataforma de cidadania cultural. Isto não teria sido possível caso o medium não tivesse sido domesticado como um contínuo criador e contador familiar de histórias, oferecendo uma segurança ontológica que nos ajuda a lidar com o mundo real. Num contexto de confinamento, mais do que nunca, a televisão providencia a ligação necessária entre o íntimo e o público, transformando a esfera doméstica num espaço de infinitos pontos de encontro, perspetivas, considerações e entendimentos. A televisão desfaz o distanciamento social. (p. 659)<sup>18</sup>.

17 Rebuilding Europe: the cultural and the creative economy before and after the Covid-19 Crisis. Recuperado em 4 Maio 2021 de <https://www.rebuilding-europe.eu/>

18 Tradução livre de: “Corona has re-consolidated television as master storyteller and as platform for cultural citizenship. Television could not have done this if the medium had not been domesticated as ‘family’ maker and teller of never-ending stories that offer ontological security and allow us to cope. In lockdown, even more than ordinarily, this provides the necessary link from the intimate to the public; transforming the domestic into a space for endless meetings, viewpoints, considerations as well as allegiances. Television undoes social distance.”

## Referências e Fontes:

Hermes, J., Hill, A. (2020). Television's undoing social distancing. In *European Journal of Cultural Studies*. Vo 23(4). 655-661

Lotz, A. (2018). *We now disrupt this broadcast: how cable transformed television and the internet revolutionized*. EUA: MIT Press

Anacom. [https://www.anacom.pt/streaming/TVS2020.pdf?contentId=1603681&field=ATTACHED\\_FILE](https://www.anacom.pt/streaming/TVS2020.pdf?contentId=1603681&field=ATTACHED_FILE)

Diário da República Eletrónico-Lei 74/2020. <https://dre.pt/home/-/dre/148963298/details/maximized>

Obercom em Índice de Digitalização da Economia e da Sociedade (DESI) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

The Economist, <https://www.economist.com/weeklyedition/2019-11-16>

Marktest Portugal. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~262d.aspx>

Marktest. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~262d.aspx>

Meios e Publicidade. <https://www.meiosepublicidade.pt/2021/01/audiencias-tv-2020-consumo-cresce-18-ano-pandemia-share-da-sic-sobe-tvi-rtp1-descem-face-2019/>

Meios e Publicidade. <https://www.meiosepublicidade.pt/2021/01/audiencias-tv-2020-consumo-cresce-18-ano-pandemia-share-da-sic-sobe-tvi-rtp1-descem-face-2019/>

Meios e Publicidade. <https://www.meiosepublicidade.pt/2020/02/os-canais-programas-captam-investimento-soft-sponsoring-portugal/>

Obercom. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid\\_III\\_FINAL.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2021/02/Covid_III_FINAL.pdf)

Observatório Europeu do Audiovisual. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>

Rebuilding Europe: the cultural and the creative economy before and after th Covid-19 Crisis. <https://www.rebuilding-europe.eu/>

Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/video-streaming-svod/portugal>

