



Parecer ao

**Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público
e do
Projeto Estratégico 2021**

Vem o **Conselho de Opinião (CO)** da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP, S.A.), ao abrigo da alínea d) do artigo 32º da Lei nº 38/2014, de 9 de julho, conjugada com o nº 4 da Cláusula 29ª, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT), pronunciar-se e dar **Parecer** sobre o **Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico em 2021**, o que faz nos seguintes termos:

I

Introdução

1. O exercício da análise ao Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico (RCOSPPE), para emissão de parecer, tem em conta, entre muitos outros fatores e circunstâncias que a seu tempo referiremos, o facto de o Conselho de Administração da RTP apresentar objetivos e metas sobretudo qualitativas e demasiado genéricas em geral, o que torna difícil fazer uma avaliação aprofundada sobre o seu cumprimento.
2. Para o Conselho de Opinião (CO), aproximando-se o processo de revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) – assunto sobre o qual o CO se pronunciará logo que para tal lhe seja solicitado parecer – entende o CO que deve ser aproveitada esta oportunidade para transmitir sugestões que têm em conta o seu acompanhamento nos últimos anos de aplicação do atual modelo.
3. Em termos de concessão dos serviços públicos da rádio e televisão à RTP, S.A., o Estado Português dividiu o atual Contrato de Concessão em quatro grandes pilares, para além das justificações legais que permitiram a concessão, a saber:
 - a. o elenco dos princípios comuns da política pública geral aos serviços de rádio e televisão;



Conselho de Opinião

- b. as obrigações de execução geral e própria para os diversos serviços de programas de rádio e televisão;
 - c. os meios de acompanhamento, controlo e fiscalização do cumprimento das obrigações;
 - d. as condições e garantias de financiamento para o cumprimento das obrigações contratualizadas.
4. Há agora que ir mais longe, aumentando a eficácia da RTP, S.A. articulando eficazmente o Contrato de Concessão com as Linhas de Orientação Estratégia (LOE) do CGI e o Projeto Estratégico do CA.
5. No relatório, o CA repetiu, na parte não financeira do Projeto Estratégico, partes do seu Relatório e Contas, o que, sendo injustificável, dado que os princípios e finalidades dos dois documentos são diferentes, torna redundante e repetitiva a nossa avaliação.

Um Relatório e Contas anual deve permitir uma avaliação das atividades correntes da empresa, sendo de natureza sobretudo empresarial, enquanto um Relatório de um Projeto Estratégico deve, entre outros aspetos, permitir a avaliação do cumprimento das metas e objetivos traçados pelo seu CA, nas vertentes qualitativas e quantitativas.

6. As questões colocadas pelo CO ao longo destes últimos seis anos nunca se prenderam com os princípios das políticas públicas que definem e/ou enquadram as obrigações de serviço público, mas sim com a avaliação (ou a sua ausência) de cumprimento dessas mesmas obrigações, quer em termos qualitativos quer quantitativos.
7. A experiência veio ditar que a execução do cumprimento das obrigações terá, necessariamente, que ser articulada formalmente com as Linhas de Orientação Estratégica (LOE), da responsabilidade do Conselho Geral Independente (CGI), nos Projetos Estratégicos (PE) da responsabilidade dos Conselhos de Administração (CA), que mais não são do que planos plurianuais de atuação.



Conselho de Opinião

8. A não definição de um modelo estrutural articulado entre as obrigações e o modo, temporal e sistemático, do seu cumprimento, acaba por criar indefinições e vazios de avaliação que têm condicionado o desenvolvimento de um melhor e mais dinâmico serviço público de rádio e televisão, assim como de multimédia, matéria insuficientemente desenvolvida no atual Contrato de Concessão.
9. O modelo fará todo o sentido se se articularem as obrigações do CCSPRT com a exigência das LOE e estas vierem a ser consolidadas no Projeto Estratégico, apresentado como instrumento de rigor e de objetivos e metas quantitativas e qualitativas das ações a desenvolver.
10. Se tal acontecer, a resposta dada pelos Relatórios terá, naturalmente, que ser diversa da atual, tanto na Rádio como na Televisão, ou na área de Multimédia.
11. Complementarmente, deverá ser desenvolvido um Contrato de Objetivos para o CA, que articule a eficiência empresarial e financeira com objetivos de desenvolvimento de um melhor Serviço Público de *Media*, ao serviço dos cidadãos que pagam a CAV Contribuição para o Audiovisual (devida pelos consumidores domésticos de eletricidade desde 2003).
12. Melhorando a articulação do Contrato de Concessão com os Projetos Estratégicos, clarificando a definição de obrigações específicas, assim como definindo objetivos e metas quantitativas e qualitativas, será muito mais fácil e profícuo ao CGI e ao CO avaliarem o que se fez e/ou o que não se fez, apresentando as razões e as explicações para isso.
13. Uma lógica de existência de um novo modelo de avaliação facilitaria o acompanhamento, o controlo, a fiscalização, em suma, a avaliação do cumprimento das obrigações de serviço público, quer pelo CO, CGI ou ERC.
14. O atraso com que são produzidos os Relatórios e os Pareceres ao cumprimento das obrigações de serviço público acaba por torná-los pouco úteis, uma vez que não permitem atempadas correções de rota.



Conselho de Opinião

15. Tendo o CCSPRT um horizonte de médio/longo prazo, os Projetos Estratégicos deverão ser a visão estratégica de futuro, na procura da resposta a dar aos públicos e ao tipo de oferta de conteúdos a fornecer para satisfazer e corresponder às suas necessidades, ou seja, um serviço público mais preocupado com os interesses dos diferentes públicos.
16. Na falta deste enquadramento, os objetivos e as metas deixarão de ser um desígnio relevante para o modelo de serviço público que, por outro lado, não pode encontrar uma justificação mais sustentável no Modelo de Financiamento, o quarto pilar do Contrato de Concessão.
17. A adaptação do projetado para ter uma melhor resposta no Modelo de Financiamento precisa de encontrar a sua sustentabilidade em formas estáveis e claramente definidas dos objetivos de serviço público.
18. A título de exemplo, veja-se a questão dos recursos humanos quanto ao equilíbrio de necessidades e qualidade técnica com os objetivos programados, não se podendo repetir que, quando escasseiam os meios financeiros, os recursos a sacrificar são, muitas vezes, na RTP Internacional, na RTP África, na RTP2, na Rádio ou na Cooperação.
19. O mesmo se passa com a produção independente de ficção, no jogo permanente de qualidade *versus* quantidade (menor quantidade de séries para uma melhor exigência de qualidade).
20. Será, pois, na janela de oportunidade de mudança/revisão do Contrato de Concessão e da sua articulação com as Linhas de Orientação Estratégica e os Projetos Estratégicos que se irá definir um melhor futuro do serviço público de rádio, televisão e multimédia em Portugal.



II

Apreciação na Generalidade

1. Há que ter em conta que:
 - a. se assistiu à motivação, envolvimento e determinação das pessoas que compõem a estrutura da RTP e da RDP (nos seus diferentes canais, antenas e serviços, incluindo os de multimédia), bem como dos serviços para todos os canais e antenas da RTP e da RDP;
 - b. se registou uma equilibrada e conveniente distribuição dos tempos de emissão na RTP e na RDP por macrogéneros, faltando, todavia, a sua categorização por géneros;
 - c. foram atribuídos à RTP e a programas da RTP prémios relevantes, que reconhecem uma programação que, em geral, é de boa qualidade;
 - d. em geral, na RTP, na RDP e em todos os seus serviços e programas, as quotas de difusão de obras audiovisuais em língua portuguesa preencheram os requisitos definidos no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão;
 - e. a emissão de música portuguesa na RDP Internacional corresponde à *playlist* da Antena 1, o que permite constatar a ausência de programas autónomos sobre fado, folclore e bandas de música.
2. Mas há também que ter em conta que, não obstante tudo o que foi – na sua qualidade e reconhecimento público - a produção na RTP e na RDP (como referido no ponto anterior), as audiências de televisão, rádio e WEB ficaram, em geral, aquém da concorrência e acusaram decréscimos face ao ano anterior.
3. A RTP não se destacou como referência na paisagem mediática nacional, estando longe de ter sido inovadora, de ter variado a programação (cuja qualidade global foi, em geral, boa ou satisfatória), não se modernizando e, mercê de uma política



Conselho de Opinião

errática de recursos humanos, não conseguiu nem mobilizar novos talentos nem formar e qualificar os existentes.

4. Não ficou clara e inequivocamente demonstrado que a RTP, S.A. enquanto Empresa Pública, tenha cumprido plenamente a sua obrigação de responsabilidade cultural e social perante os Portugueses – defendendo a língua portuguesa e os valores da diáspora.
5. A responsabilidade da Empresa Pública de Rádio e de Televisão, enquanto transmissora de saberes, valores e cultura, garante da defesa da Língua e Cultura Portuguesas e indutora da inclusão social, designadamente das pessoas portadoras de deficiência, como os relatórios externos referem, não foi cumprida totalmente ou foi cumprida de forma incompleta.
6. Importa dar particular destaque negativo à não modernização da Rádio que, estando mal equipada tecnicamente, não teve condições para acompanhar suficientemente as modernas tecnologias, oferecendo à Comunidade de ouvintes com deficiências auditivas, por exemplo, novos serviços e condições para uma maior interligação resultante do uso da inteligência artificial, não seguindo sequer o que se faz hoje em muitas rádios da Europa de que fazemos parte e com quem gostamos de ser comparados.
7. Em termos do cumprimento do PE, por muito esforço e imaginação que se tenha, ainda não é possível vislumbrar resultados em 2021 que permitam concluir que a Empresa Pública, no seu conjunto, criou uma nova imagem junto dos Portugueses, atingiu novos públicos de forma significativa, nomeadamente os mais jovens, apresentou novas ofertas de programação com impacto muito significativo, teve melhores níveis de audiência, ou uma melhoria de qualidade tecnológica nas suas emissões, acolhendo novos ouvintes e/ou telespectadores.
8. Concretamente, as audiências de Televisão tiveram um decréscimo de 1.3 pontos percentuais, o que representou menos 40.000 espectadores em relação a 2020.
9. A quebra de 7% face a 2020 resultou em 11,2% de *share*, o que representou uma perda de quota de mercado juntos dos maiores de 64 anos. Aliás, a quebra na RTP 1 é comum a todas as faixas horárias.



Conselho de Opinião

10. Esta situação quebra o verificado em anos anteriores.
11. A Antena 1 apresenta um acréscimo de 6.000 ouvintes, ou seja, mais 2% face a 2020.
12. Contrariamente, a Antena 2 registou uma perda de 20.000 ouvintes (menos 37%) e a Antena 3 uma perda de 1.000 ouvintes (menos 1% face a 2020).
13. A RTP Online terminou o ano com um decréscimo de 11% face a 2020, o que demonstrará que esta área carece de maior envolvimento, projetos e investimento.
14. A informação relativa ao arquivo deveria:
 - a. referir o número de horas de imagens e sons utilizadas por outros canais generalistas;
 - b. o número de horas de imagens de arquivo utilizadas nos programas da RTP, diferenciando as de produção externa e de produção interna;
 - c. conter referência ao arquivo fotográfico, sua composição e tratamento.
15. Entende-se, por isso, que não basta ter uma programação variada e com qualidade. É essencial que essa programação corresponda às expectativas e observe os interesses dos diferentes públicos.
16. A RTP, tal como todos os canais e serviços concorrentes, dispõem hoje de informação detalhada sobre as audiências de televisão e rádio (*share* - hora a hora, programas mais vistos e ouvidos, tempo de permanência dos espectadores e ouvintes nesses programas).
17. A observação criteriosa e apurada desta informação é condição essencial para assegurar uma programação que efetivamente corresponda ao que o público espera, gerando, assim, aumento não só das receitas em publicidade mas também do reconhecimento da relevância e idoneidade do serviço público de televisão e rádio.



Conselho de Opinião

18. Em resumo:

- a. a RTP, S.A. não melhorou a prestação do serviço público de rádio e televisão;
- b. a qualidade da programação e da informação em geral não foi acompanhada – como seria recomendável – por variedade;
- c. no horário nobre alargado (das 18h00 às 22h00, entre 2ª e 6ª feira, a programação na RTP 1 é quase sempre a mesma – enquanto nos concorrentes diretos se verifica variedade – o que tem impactos nas audiências, favorecendo os concorrentes (nomeadamente na informação – apesar da qualidade dos serviços de informação da RTP) e prejudicando a empresa concessionária do serviço público de televisão;
- d. não foi feito investimento na formação e qualificação dos recursos humanos da empresa, nomeadamente na informação – embora se reconheça que foi administrada formação adequada e regular aos profissionais da área técnica, para acompanhamento e melhor aproveitamento das novas tecnologias de recolha, registo e transmissão.

19. Concluindo a apreciação na generalidade, entende-se que é oportuno referir que o Conselho de Administração da RTP, S.A. :

- a. assumiu, em meados de Junho de 2022 (pouco depois de ter apresentado o Orçamento da RTP para o exercício de 2022), durante uma audiência com a Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, que “provavelmente, a RTP, depois de muitos anos, vai ter prejuízos”;
- b. tornou pública a declaração de que “neste momento, contamos com uma situação que é de não aumento das receitas, quer por via da CAV, quer por outras vias, para o ano de 2022” (transcrição textual de notícias publicadas na Comunicação Social).

20. A este respeito, o CO considera que, tendo o CA assumido, a meio do exercício, que a RTP apresentará prejuízo de exploração em 2022, deverá o CA ter em conta o seguinte:



Conselho de Opinião

- a. O CO defendeu que a CAV deve ser mantida na sua configuração atual e, a ser aumentado o seu valor, esse aumento deverá ter em conta apenas e só a inflação real;
- b. As receitas podem ser aumentadas se a qualidade da programação se mantiver ou melhorar e se a sua variedade aumentar, o que teria efeitos imediatos na receita publicitária;
- c. Se vier a ser considerada a necessidade de reduzir as despesas, essa redução não pode atingir:
 - i. os salários dos trabalhadores e nenhum dos seus direitos e benefícios;
 - ii. o investimento na formação e qualificação dos recursos humanos;
 - iii. a aposta na qualidade e na variedade da programação;
 - iv. a aposta na melhoria da identidade, valores e critérios de programação e conteúdos de todos os canais e serviços de rádio e televisão, nomeadamente a RTP 2 e a RTP 3;
- d. O aumento do tempo para publicidade no horário nobre na RTP 1 deve ser objeto de discussão em sede do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.

III

Apreciação na Especialidade

1. O Relatório apresenta melhorias no grafismo e no domínio estético, nomeadamente na parte inicial (RTP em números), continuando a preocupar-se mais com a imagem do que com os conteúdos e o seu desenvolvimento exaustivo.
2. Quanto ao cumprimento das obrigações de serviço público não financeiros, há alguns aspetos a ressaltar:



Conselho de Opinião

- a. Há uma abrangência da designação “RTP”, mas é diferente conhecer o “universo RTP” e o que se passa em cada um dos serviços de programas;
- b. Na distribuição do tempo de emissão por origem de produção, a produção interna representa mais de metade da emissão da RTP;
- c. Quanto à promoção da diversidade cultural e os interesses das minorias, falta uma melhor sistematização, assim como desenvolver mais aspetos da sua efetiva concretização;
- d. Ocorreu modernização tecnológica no Centro de Produção do Norte, com o reequipamento de dois estúdios e a aquisição de material HD;
- e. Da descrição efetuada, no documento em análise, bem como nos gráficos apresentados, conclui-se que, em relação à RTP Açores e à RDP Açores foram cumpridas as obrigações de serviço público. Curiosamente, a informação vertida neste Relatório em termos de dados económicos e financeiros é mais exaustiva do que aquela que tinha sido incluída no Relatório e Contas de 2021, evidenciando um enorme desequilíbrio nos custos de exploração entre “gastos com pessoal” (cerca de 62%) e “outros custos” (cerca de 18%, onde se inclui a grelha). Considerando que a Informação ocupa a maior fatia da emissão da RTP Açores (44,71%) e é, por natureza e excelência, o elemento que pode promover a coesão interna, seria interessante disponibilizar elementos que permitissem analisar, em detalhe, a presença de conteúdos informativos de cada uma das ilhas no conjunto da Informação regional, bem como perceber como é que a informação é coberta nas seis ilhas que não dispõem de delegações quer da rádio, quer da televisão. A descontinuidade territorial, nos Açores, deveria exigir que as ilhas fossem todas cobertas por pessoal do quadro, em vez de correspondentes, em alguns casos, pagos à peça. Só assim se assegura a coesão regional e também nacional e é esse um dos papéis, porventura o mais importante, do serviço público de rádio e televisão.



IV

Outras Apreciações

O Conselho de Opinião, complementarmente às observações anteriores, recomenda reflexão sobre o seguinte:

Página 55 - Apesar da informação ocupar uma parte significativa dos conteúdos, incluindo em comparação com outros operadores, esta constitui uma das áreas mais frágeis da RTP em termos de impacto público, quantificável pelo fraco desempenho nas audiências. Neste sentido, será oportuno promover uma análise crítica face ao desajustamento que existe entre o investimento neste formato e as audiências alcançadas.

Página 126 - O relatório evidencia o investimento em horas e recursos financeiros na área do desporto, sendo esta que tem o maior peso em termos de investimento.

Página 48 - O número de horas ocupado pelo entretenimento no tempo de emissão da RTP 1 permite analisar a estratégia e prioridades de programação e produção de conteúdos, mas observando-se uma evidente lacuna de informação sobre a produção interna e externa; será importante, no futuro, ter informação discriminada sobre os valores de investimento de produção (não informativa) própria e subcontratada.

Página 153 - Relativamente à *Inovação e Desenvolvimento Tecnológico*, também são apreciáveis, face aos constrangimentos orçamentais existentes, os níveis de intervenção realizados. Para uma melhor análise desta dimensão, sugere-se uma melhor definição do que se considera ser inovação (incremental, disruptiva; produto, marketing, modelo de negócio, produtos, processos, organização, por exemplo) e diferenciar essas ações face ao desenvolvimento tecnológico. Neste âmbito, será oportuno quantificar os investimentos neste domínio; e também poderá fazer sentido solicitar a adesão a processos de obtenção de selos de acreditação de qualidade.

Página 159 - A RTP contratou os serviços de uma empresa - Ipsos/Apeme - para desenvolver um estudo qualitativo que permite identificar a opinião de diferentes públicos sobre a qualidade e o valor social da programação e o respetivo índice de satisfação. Trata-se de uma boa iniciativa, geradora de informação relevante para orientar a programação e, em certa medida, avaliar o impacto público da estratégia de programação que está a ser



Conselho de Opinião

implementada. As conclusões do estudo são elogiosas para o trabalho da RTP, pelo que se justifica, naturalmente, enaltecer o trabalho realizado pelos profissionais da RTP. Contudo, apesar de se tratar de um estudo qualitativo, pode dizer-se que se observa uma inconsistência com os estudos quantitativos, nomeadamente as audiências. Esta circunstância pode merecer uma reflexão entre a (i) avaliação positiva aportada por esse estudo e os (ii) dados de audiência reportados regularmente para GFK sob encomenda da Comissão de Análise de Meios (CAEM).

Página 249 - Propõe-se a desagregação das receitas em publicidade, nomeadamente: publicidade comercial, publicidade institucional e publicidade digital. Este procedimento permitirá avaliar melhor o impacto e o papel dos conteúdos publicitários no modelo de negócio da empresa e também nos públicos.

Página 315 - Os indicadores de eficiência apresentam valores que remetem para uma preocupação com a racionalidade da gestão e organização da empresa. Porém, a este propósito, fará sentido incluir outros indicadores fundamentais como, por exemplo, informação quantificada sobre a relação entre o custo/investimento nos grandes formatos e o resultado das audiências gerais por programa; ou seja, este indicador também permitirá avaliar melhor a relação custo / benefício do investimento da programação, embora, no contexto do serviço público de *media*, deverá ser apenas mais uma métrica de análise (meramente indicativa) e não a principal.

V

Conclusão

O Conselho de Opinião não aprofunda nem detalha a apreciação a todas as referências do Relatório a matérias de natureza económica e que contenham considerações e avaliações financeiras.

Trata-se de assunto que os Órgãos Sociais da RTP (Conselho Geral Independente e Conselho Fiscal) e a tutela governamental (Ministérios das Finanças e da Cultura) apreciaram ou apreciarão.

O Conselho de Opinião da RTP recomenda:

- 1. Que seja acelerada a conclusão do processo de revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT), em que se assuma a clarificação das metas e objetivos da Rádio, da Televisão e da Multimédia, enquanto compromisso de prestação de Serviço Público de Media aos Portugueses;**
- 2. Tendo o CCSPRT um horizonte de 16 anos, os Projetos Estratégicos deverão ser o reflexo de uma visão estratégica de futuro, na procura de resposta a dar aos públicos e ao tipo de oferta de conteúdos a fornecer para as suas necessidades, ou seja, um serviço público mais preocupado com os interesses dos diferentes públicos;**
- 3. Se implementem e desenvolvam novos modelos de avaliação do cumprimento das obrigações de Serviço Público, que permitam conhecer o programado e o executado, bem como o custo do serviço prestado;**



Conselho de Opinião

4. O acionista Estado assuma as responsabilidades de pagamento das suas obrigações financeiras para a Empresa Pública, inclusive as de aumento de capital, dando-lhe total liberdade na assunção da escolha dos instrumentos e meios para o cumprimento das suas obrigações, dentro dos limites do quadro legal existente, impondo, porém, a exigência de transparência nas regras de contratação dos meios e serviços que o permitirão;
5. Modernizar a RTP Madeira e a RDP Madeira, a exemplo do que verificou nos Açores, para bem cumprir os seus objetivos;
6. Deverá ser desenvolvida uma reflexão estratégica que permita avaliar as necessidades futuras de prestação de Serviço Público de *Media* em Portugal, de acordo com as necessidades dos diferentes tipos de públicos que deve servir e o atual quadro de evolução internacional, nomeadamente no âmbito da União Europeia.

Lisboa, 8 de Julho de 2022

A Vice-Presidente do Conselho de Opinião

(Deolinda Machado)