



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

**Relatório de Avaliação do Cumprimento do
Projeto Estratégico para a RTP e Parecer sobre as
Obrigações Legais de Investimento em Produção
Audiovisual e Cinematográfica Independente
2021**



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Índice

1. INTRODUÇÃO	3
2. METODOLOGIA DO RELATÓRIO	4
3. AVALIAÇÃO GLOBAL	5
4. AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO PROJETO ESTRATÉGICO	8
5. CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES RELATIVAS À PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.....	15
6. AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO.....	17
7. AVALIAÇÃO ESPECÍFICA	19
ANEXO	24



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

1. Introdução

O Conselho Geral Independente (CGI) da RTP S. A. é o órgão de supervisão e fiscalização do cumprimento das obrigações de serviço público de rádio e televisão, previstas no [Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão](#) (CCSPRT) celebrado entre a Sociedade e o Estado.

Compete ao CGI escolher o Conselho de Administração (CA) e aprovar o seu [Projeto Estratégico](#).

O CGI procede anualmente à avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico para a sociedade, bem como à sua conformidade com o Contrato de Concessão, devendo esta avaliação ser objeto de ampla divulgação pública.

O Conselho de Administração iniciou o seu mandato em 1 de junho de 2021, após aprovação do Projeto Estratégico para 2021-2023, delineado em consonância com as [Linhas de Orientação Estratégica](#) definidas pelo CGI.

O atual Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) foi outorgado em 6 de março de 2015, não tendo ainda sido revisto.

O presente relatório abrange a avaliação anual do cumprimento do Projeto Estratégico em 2021, o primeiro do triénio 2021/2023, e da sua conformidade com o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT), assim como do cumprimento das obrigações relativas à produção audiovisual e cinematográfica independente, sendo incidentalmente referidos desenvolvimentos de aspetos em análise para além do período considerado.

O CGI, nesta sua avaliação, levou em linha de conta o contexto excecional de vida do país, tendo em conta as novas vagas de pandemia COVID 19 em 2021 nas quais a economia nacional enfrentou complexos desafios, obrigando a que um terço dos trabalhadores da RTP, mais de 600 pessoas, se mantivesse a laborar em regime de teletrabalho, obrigando, mais uma vez, a atividade da RTP a lidar com desafios únicos para os conteúdos, para as plataformas de distribuição, e, até mesmo, para os métodos de trabalho, alterando projetos e o planeamento previstos, sendo de salientar neste quadro o grande empenho de todos os trabalhadores.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Para a avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico do CA, foram consideradas as orientações definidas, as medidas tomadas e as atividades de gestão desenvolvidas no ano de 2021.

O CGI assume, no âmbito deste Relatório de Avaliação anual, tal como em todas as intervenções que relevam das suas competências legais, como critério de fiscalização e supervisão da atividade da Empresa, o cumprimento do interesse público, enquanto interesse ótimo da universalidade dos cidadãos que pagam a Contribuição para o Audiovisual (CAV).

2. Metodologia do relatório

São pressupostos legais de elaboração deste relatório duas análises prévias da atividade da empresa em 2021, que o CGI deverá considerar: 1) a Auditoria anual promovida pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), e 2) o Parecer do Conselho de Opinião (CO) da RTP referente ao Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico.

O Conselho de Opinião (CO) da RTP tornou público o seu Parecer ao Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico em 8 de julho de 2022. O CGI entendeu ser mais adequado não aguardar a Deliberação da ERC, cujo prazo legal de divulgação não se encontra previsto na legislação em vigor, para não diferir mais a apresentação deste relatório.

Em 21 de fevereiro de 2022, a RTP S.A. lançou o Procedimento de Consulta Prévia n.º 38/22 no intuito da aquisição de um estudo de avaliação do cumprimento do projeto estratégico para a sociedade e sua conformidade com o Contrato de Concessão e Estratégia da RTP no que respeita às suas obrigações legais de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente em 2021. O CGI convidou quatro empresas (Accenture, Deloitte Business Consulting, Boston Consulting e Ernst & Young), tendo respondido ao convite apenas uma (Deloitte Business Consulting). Após receção da proposta, e considerados os critérios constantes no caderno de encargos, um júri constituído por todos os membros do CGI e o seu Diretor do Secretariado Técnico, aprovou a proposta apresentada pela Deloitte Business Consulting, a qual foi adjudicada em 16 de março de 2022.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

A análise do Estudo da Deloitte Business Consulting teve por base os princípios definidos no Caderno de Encargos referente à Consulta Prévia n.º 38/22.

O Estudo da Deloitte Business Consulting para 2021 abrange os objetos de avaliação cometidos por lei ao CGI, a análise do cumprimento do Projeto Estratégico para a RTP, e a sua conformidade com o contrato de concessão no que respeita às obrigações legais de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente e outras obrigações legais.

O Estudo da Deloitte Business Consulting foi definitivamente recebido pelo CGI em 13 de dezembro de 2022. A sua versão final é incluída em anexo, devendo ser considerada parte fundamental da avaliação do CGI.

Na análise a que procedeu, o CGI teve em linha de conta o teor das reuniões com diferentes entidades externas e internas da RTP, nomeadamente, o Conselho de Administração.

3. Avaliação global

A RTP cumpriu na generalidade as disposições e as obrigações vertidas no Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão e as linhas de orientação definidas no Projeto Estratégico, conforme a análise feita, tendo em conta o referido no ponto 2 desta avaliação.

A RTP seguiu as linhas de orientação estratégicas estabelecidas pelo CGI, no caminho que foi traçado e desenvolvido para a execução das mesmas, ao nível do investimento na qualidade e na inovação de conteúdos, quer na rádio, quer na televisão, na aposta no digital e nas novas gerações, no reforço do contributo para a cultura e indústrias criativas, no aprofundamento do valor da universalidade e na afirmação de uma empresa de referência no sector, tanto ao nível dos conteúdos como das boas práticas empresariais. De destacar, num contexto de pandemia e respetivos constrangimentos, a continuidade da capacidade de resposta da RTP nos diversos serviços de programas de rádio, de televisão e nas plataformas digitais, no reforço de novos conteúdos informativos, de entretenimento e educativos,



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

refletindo a adaptação das respetivas grelhas de serviços de programas e de oferta de conteúdos a esse contexto excecional.

A RTP cumpriu a totalidade das suas obrigações de investimento em produção nacional independente, bem como outras obrigações legais relacionadas, os seus compromissos internacionais e a coprodução com outros países.

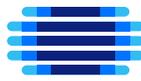
A RTP consolidou a trajetória de sustentabilidade económica, num ano em que manteve um relevante investimento tecnológico, tendo o total de investimentos atingido 6,7 milhões de euros, ainda que com um pequeno decréscimo de cerca de 6% face ao ano anterior, nomeadamente nos Centros Regionais dos Açores e da Madeira, no Centro de Produção Norte e na migração da televisão para alta definição.

Há, contudo, aspetos, já assinalados em relatórios anteriores, que podem e devem ser corrigidos ou melhorados, designadamente:

- Cumprimento, em falta desde 2017, na RTP2, das obrigações relacionadas com as quotas de difusão de obras audiovisuais, dos serviços de programas de televisão, programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas de produção originária em língua portuguesa, conforme o previsto na Lei da Televisão;
- Cumprimento do Plano Plurianual da ERC, referente às acessibilidades dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido, por forma a garantir o acesso mais alargado aos conteúdos de públicos com necessidades especiais;
- Elaboração e divulgação, no sítio da RTP, do Relatório Anual de Sustentabilidade.

Para além dos mencionados ao longo deste Relatório, há ainda outros aspetos que podem ser melhorados, conforme nalguns casos é referido no Estudo da Deloitte:

- Consolidar as sinergias criadas entre as equipas da rádio e da televisão;
- Consolidar a criação do mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador, no que respeita à tecnologia digital multiplataforma;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- Desenvolver a estratégia para a criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos;
- Desenvolver soluções de *middleware* que permitam simplificar os processos transversais de gestão e distribuição de conteúdos nas plataformas não convergentes da RTP;
- Desenvolver e preparar as equipas com capacidade rápida de ação, usando tecnologia e formação que permita a incorporação da tecnologia de *Mobile Journalism* (MOJO) na empresa;
- Melhorar os desafios relacionados com a igualdade de género de forma transversal nas várias funções e categorias profissionais;
- Aproveitar o término das restrições impostas pela pandemia para reforçar a formação técnica;
- Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital;
- Desenvolver a criação de bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos;
- Desenvolver o processo de alinhamento entre o Modelo de Carreiras e a Avaliação de Desempenho dos colaboradores;
- Cumprir sempre os limites de tempo de publicidade comercial na RTP1;
- Manter e reforçar o desenvolvimento de políticas, no âmbito dos recursos humanos, que acompanhem os desafios do sector, assim como uma formação e adaptação intensiva dos colaboradores, desenvolvendo novas competências, bem como a aposta em estágios profissionais para retenção de talentos;
- Desenvolver instrumentos de avaliação, qualitativa e quantitativa, incluindo os de autoavaliação, que permitam acompanhar de forma sistemática o desenvolvimento e o cumprimento das metas e diversas obrigações de serviço público de rádio e televisão, conforme referem diferentes pareceres do Conselho de Opinião;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- Desenvolver uma reflexão estratégica que permita avaliar as necessidades futuras de prestação do Serviço Público de Média em Portugal, de acordo com as necessidades dos diferentes tipos de públicos, que deve servir o atual quadro de evolução internacional, nomeadamente no âmbito da diáspora portuguesa, da lusofonia e da União Europeia.

4. Avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico

Genericamente, a RTP cumpriu as orientações definidas no seu Projeto Estratégico bem como as obrigações de Serviço Público. O ano ficou marcado, sobretudo, pelos seguintes fatores: no segundo ano de pandemia, mantiveram-se, e agravaram-se até, os condicionamentos à Informação, com estados de emergência a cruzarem-se por vezes com exigências redobradas no trabalho informativo, desafios únicos para os conteúdos, para as plataformas de distribuição e, até mesmo, para os métodos de trabalho, com equipas inteiras da RTP a serem deslocadas para teletrabalho; a cobertura das eleições presidenciais e autárquicas, debates alargados com todos os candidatos nos concelhos capitais de distrito; o acompanhamento da crise política que conduziu à dissolução da Assembleia da República; a cobertura da Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia; a continuidade do projeto #EstudoEmCasa, em parceria com o Ministério da Educação, com sítio e aplicação móvel dedicada, na área do Ensino, Educação e Entretenimento Infantil e Juvenil, que continuou ao longo do ano com aulas de ensino básico, secundário e profissional; o investimento na renovação tecnológica dos centros de produção e delegações; o investimento em tecnologia digital multiplataforma e desenvolvimento de plataformas; a continuidade da realização de ações de promoção da área audiovisual e de produção independente, bem como um apoio aos artistas nacionais; a consolidação da trajetória de sustentabilidade económica e financeira.

Neste exercício, são também de destacar outras iniciativas e projetos, conforme nalguns casos é referido no Estudo da Deloitte:

- O reforço das políticas de apoio às indústrias criativas durante a pandemia, que permitiram à RTP demonstrar o seu compromisso no desenvolvimento da produção



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

independente e no apoio ao cinema nacional, indo para além das suas obrigações nesta conjuntura tão desafiante para o sector;

- O apoio ao cinema português e à produção independente, sendo de realçar o lançamento de duas novas consultas de conteúdos RTP, cinematográfica e audiovisual, dando uma nova oportunidade aos produtores independentes de apresentarem novos projetos nas diversas áreas de conteúdos: das séries aos documentários, dos magazines à animação;
- O aumento do número de conteúdos adquiridos, com uma menor concentração de investimento no *top 5*, dada a preocupação da RTP em dar oportunidade a produtores emergentes;
- O aumento do número de produtores independentes nacionais contratados;
- O desenvolvimento do projeto de reorganização da empresa para a estratégia e obtenção de eficiências operacionais, RE7, que visa reestruturar o organograma da empresa e a alocação de responsáveis a diferentes áreas temáticas, como a Informação, o Entretenimento ou a Ficção Nacional, substituindo a segregação de funções por serviço de programas;
- A aposta em conteúdos adequados aos mais jovens, como “Scroll”, disponível na RTP2, RTP Internacional, na RTP Play e em formato *podcast*;
- A emissão das séries de ficção “Glória”, “3 Caminos” e “Pôr-do-Sol”, esta última que se traduziu no maior sucesso da RTP Play, com um alcance de 1 milhão de visitas, 2,5 milhões de visualizações e mais de 250 mil visitantes;
- A criação de conteúdos de formatos inovadores, nomeadamente, na Antena1, o programa semanal “A Escala do Clima”, com emissão rádio e *podcast*, que se propõe olhar para a questão da emergência climática;
- A transmissão do “Festival da Canção Infantil da Madeira” e vários concertos com artistas madeirenses, realizados pela RTP Madeira em parceria com a Assembleia Legislativa da Madeira;
- A transmissão do “Concerto de Laureados – Margarida Magalhães de Sousa”, em homenagem à pianista e pedagoga açoriana no centésimo ano do seu aniversário, pela RTP Açores;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- A aposta feita nas séries de ficção “n00b”, “Barman” e “5Starz”, conteúdos escritos, realizados e produzidas por novos talentos do audiovisual, que ganharam a oportunidade de lançar as suas obras criativas através do RTP Lab;
- A evolução da performance multiplataforma do programa “Zig Zag”;
- A realização e emissão de programas durante os picos da Covid-19, adaptados à função didática e informativa, abordagem transversal em todos os serviços de programas de rádio e televisão, bem como nas plataformas digitais;
- As parcerias culturais, as iniciativas solidárias e a divulgação de campanhas, as parcerias desenvolvidas no âmbito do combate à desinformação, à educação, à literatura, à ciência, ao cinema, à música, à moda, ao desporto, à dança e tecnologia, bem como a divulgação de museus e exposições em vários locais do país, com particular relevância em ano de pandemia, numa abrangência que não somente envolveu os serviços de programas de rádio e televisão, nacionais e internacionais, como também as plataformas digitais em linha;
- As coproduções nacionais e internacionais, realizadas com a HBO na série “Auga Seca – 2ª temporada”, com a HBO e TV Galiza para a criação da série de ficção “Crimes Submersos”, com a France Télévisions para a realização da série “Herança de Aristides”, com a Televisão Central da China (CCTV) na série documental “Ni Hao China”, com a Caracol Studios para a coprodução da série “Evadidos” e com a David e Golias para a série “3 Mulheres”;
- O reforço das parcerias estabelecidas com Universidades, Institutos Politécnicos e outras organizações relevantes, no domínio na inovação;
- O reconhecimento da qualidade e independência da informação da RTP, que permitiu alcançar um grau de confiança superior por parte dos portugueses;
- A disponibilização dos conteúdos em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto, nomeadamente, “Euro 2020”, “Jogos Olímpicos”, “Jogos Paralímpicos de Tóquio”, “Volta a Portugal em Bicicleta”, “Mundial de Futebol de Praia”;
- O investimento na área específica de concertos da Antena2, que consistiu na cooperação em cerca de 257 eventos;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- A disponibilização de mais de 80 novos conteúdos na RTP Palco, a plataforma digital de conteúdos nas mais diversas artes performativas;
- A realização de vários investimentos tecnológicos no Centro Regional dos Açores e da Madeira, e no Centro de Produção Norte, no sentido de reequipar as infraestruturas de produção;
- O reforço das relações entre a Antena1 e as rádios locais por meio do incremento da partilha de conteúdos;
- A produção de conteúdos para as plataformas digitais da Antena3, com forte pendor documental, como a série “Disco Externo” e “Rebobinar Depois de Ver”, e a estreia do programa “Primeira Vez”;
- A contínua participação em diversas campanhas de carácter cívico e humanitário, da RTP África, designadamente na prevenção do HIV Sida, COVID-19, participação em recenseamentos eleitorais, entre outras dedicadas aos cidadãos dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP);
- A emissão do programa “Conversas ao Sul” na RTP África e cedência da gravação do programa aos operadores de televisão dos PALOP;
- A transmissão dos principais jogos do campeonato nacional de futebol nos serviços de programas internacionais de rádio e televisão;
- O reconhecimento da RTP, na qualidade dos seus conteúdos e dos seus colaboradores, não só pelo público, mas também por entidades externas, através de prémios e nomeações.

No âmbito do equilíbrio financeiro e da sustentabilidade económica, verificou-se, neste exercício, um EBITDA¹ positivo de 14,093 milhões de euros, assim como uma Margem EBIDTA positiva de 6,3%, registando, no entanto, um decréscimo de 23% face a 2020, em resultado da retoma parcial da empresa aos eventos televisivos muito limitada em 2020, devido à pandemia Covid-19. Os Fornecimentos e Serviços Externos atingiram 36,468 milhões de euros, reduzindo 2,6% face a 2020. Os gastos com pessoal atingiram 90,499 milhões de euros, 3,3% acima face a 2020: devido em grande parte à integração, no último quadrimestre,

¹ Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (Resultado antes de juros, impostos, amortizações e depreciações).



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

de 73 prestadores de serviços decorrente do Programa de Regularização Extraordinária de Vínculos Precários na Administração Pública (PREVPAP), dando cumprimento aos despachos n.º 374/2020-SET, de 23 de julho de 2020, e n.º 590/2020-SET de 2 de outubro 2020. Os gastos operacionais atingiram 209,119 milhões de euros, 3,7% acima do ano anterior, verificando-se um aumento de 7,489 milhões de euros: os custos de grelha aumentaram 5,6 milhões de euros (7,6%), devido à pandemia e consequente adiamento para 2021 de grandes eventos desportivos de 2020, como o EURO 2020 e os Jogos Olímpicos. As receitas comerciais atingiram 41,679 milhões de euros, dos quais 20,572 milhões foram em publicidade, aumentando 6% face a 2020.

No ano em análise, a RTP atingiu resultados económicos sustentáveis, apesar de ter reduzido o seu EBITDA em 23% face a 2020, atingindo o valor de 14,093 milhões de euros, assim como reduziu o seu Resultado Líquido do Período em 68% face a 2020, atingindo o valor de 0,985 milhões de euros. Estes valores devem ser interpretados à luz do resultado da retoma parcial da empresa aos eventos televisivos, muito limitada em 2020, devido à pandemia COVID-19, que originou, ainda em 2021, limitações significativas à sua atividade regular.

Deve, no entanto salientar-se a importância, para uma gestão sustentável da empresa, do cumprimento do previsto na legislação em vigor, que aprova o modelo de financiamento do serviço público de radiodifusão e de televisão, no que respeita à atualização dos valores da Contribuição para o Audiovisual (CAV), conforme a taxa anual de inflação, através da Lei do Orçamento de Estado, o que não acontece desde 1 de janeiro de 2017.

No âmbito da gestão e transparência, verifica-se o cumprimento dos pontos com maior relevância, constatando-se, contudo, oportunidades de melhoria, conforme nalguns casos é referido no Estudo da Deloitte.

Das medidas levadas a cabo, destacamos:

- A continuidade do Grupo de Gestão de Crise na RTP, com o objetivo de combater a pandemia e prevenir potenciais contágios e surtos dentro das instalações da RTP;
- A difusão de informação entre a gestão e trabalhadores sobre as práticas laborais no âmbito da pandemia como o reforço da limpeza, a instalação de

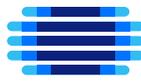


RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

painéis acrílicos, a distribuição de máscaras, a realização de testes Covid-19, e o acompanhamento de operações exteriores por técnicos de Higiene e Segurança no Trabalho;

- A publicação do Regulamento de Recrutamento Interno e Mobilidade, com o objetivo de catalisar uma cultura de coresponsabilização das estruturas da empresa e das políticas de recursos humanos, em articulação com a Academia RTP;
- A publicação do Regulamento de Recrutamento e Seleção de Candidatos Externos, promovendo o rejuvenescimento dos recursos humanos e a garantia que os trabalhadores recrutados possuem as competências mínimas requeridas e adequadas às necessidades da organização;
- A publicação do Regulamento dos Processos de Reenquadramento, no sentido de formalizar e robustecer o processo de reenquadramentos e reclassificações;
- A elaboração do Plano para a Igualdade de Género, que pressupõe a existência de ações que ambicionem introduzir mudanças organizacionais no âmbito da igualdade, no sentido de colmatar os desequilíbrios que possam existir;
- A iniciação da elaboração do Código de Assédio Laboral;
- A análise de adequação da categoria e nível de desenvolvimento às funções exercidas pelos trabalhadores, tendo sido registados, em 2021, 70 reenquadramentos e 23 reclassificações, previstos no protocolo do acordo 2019 firmado com os sindicatos;
- A realização de novas admissões, sendo 53% de mulheres, verificando-se a existência de proatividade por parte da RTP em equilibrar a distribuição de cargos por géneros na organização;
- A colaboração com o Grace, empresa sem fins lucrativos que atua nas áreas da responsabilidade social e sustentabilidade;
- A colaboração com a Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão, no âmbito da “Carta Portuguesa para a Diversidade”;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- A parceria com a Professional Women Network e a iGen, relativamente à temática da igualdade de género;
- As interações com Sindicatos e a Comissão de Trabalhadores da empresa, resultando neste último caso um acordo de adaptação dos postos de trabalho para colaboradores portadores de necessidades especiais, bem como o incremento de apoio àqueles que se encontravam em teletrabalho, em termos de mobiliário e sistemas de telecomunicações;
- O lançamento do sítio “ADN” na Intranet, com o intuito de estimular a proximidade entre colaboradores, por meio de partilhas de sugestões em áreas como leitura, música, gastronomia, cinema, e dicas de saúde e bem-estar;
- A associação ao evento internacional de ficção ON SERIES, montra das novas séries e projetos de televisão nacional e, seguidamente, de um evento que reuniu profissionais do sector nacionais e internacionais, que, pela primeira vez, teve lugar em Lisboa.

Contudo, há oportunidades de melhoria que devem ser consideradas, conforme nalguns casos é referido no Estudo da Deloitte:

- Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos;
- Agregação do conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais, através da criação de um método para contabilizar a produção, de modo a acompanhar a sua evolução e a facilitar a análise destes mesmos conteúdos;
- Implementação de um inquérito periódico pela RTP, com o intuito de quantificar a satisfação dos colaboradores;
- Criação de um programa de reconhecimento com o objetivo de aumentar a notoriedade da RTP;
- Implementação de medidas no sentido de incentivar e incrementar a formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

entretenimento, bem como para o desenvolvimento geral dos colaboradores;

- Desenvolvimento de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática;
- Desenvolvimento de uma efetiva avaliação de funções dos diferentes recursos humanos, visando uma melhoria de desempenho organizacional, e o redesenho de categorias e carreiras, que permita enfrentar melhor os desafios estratégicos;
- Desenvolvimento de um modelo de acompanhamento que promova a realização de interações com o Conselho de Opinião;
- Explorar a possibilidade de criação de projetos em conjunto com os Provedores do Telespectador e do Ouvinte;
- Criação de novos indicadores de eficiência que permitam aumentar a qualidade de monitorização eficaz dos objetivos do Projeto Estratégico.

O Relatório e Parecer do Conselho Fiscal referente ao Relatório e Contas de 2021 conclui que o relatório de gestão referente ao exercício de 2021 da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. está de acordo com as disposições contabilísticas, legais e estatutárias. O Conselho Fiscal é igualmente de parecer favorável à proposta de aplicação de resultados formulada pelo Conselho de Administração e constante no Relatório de Gestão. Também as demonstrações financeiras, o relatório do governo societário e a Certificação Legal de Contas satisfazem as disposições legais e estatutárias em vigor.

5. Cumprimento das obrigações relativas à produção audiovisual

Em 2021, tendo como base o Estudo da Deloitte, que se anexa, a RTP cumpriu na totalidade as suas obrigações referentes ao cumprimento em produção audiovisual e cinematográfica independente, previstas no Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão e demais legislação em vigor.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Constata-se que a RTP ultrapassou, em 2021, em cerca de 45,1 %, as suas obrigações de investimento em Produção Nacional de Obras Cinematográficas e Audiovisuais Independentes, tendo investido 18,398 milhões de euros, acima dos 12,683 milhões de euros a que estava obrigada, tendo em conta as receitas da CAV de 2020. O montante de 5,72 milhões de euros acima das obrigações legalmente previstas justifica-se ao abrigo do programa RTP de reforço do apoio à produção independente, lançado no âmbito da pandemia Covid-19, para proteção desta indústria, particularmente fragilizada neste período, o que torna ainda mais significativa a política de apoio à produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais independentes que vem seguindo.

Conclui-se que a RTP tem conseguido dinamizar o mercado da produção audiovisual independente, mantendo o seu papel promotor e dinamizador do sector, com diversas ações de promoção. É de sublinhar que a Consulta de Conteúdos em 2021 teve um aumento do número de produtores contratados e um simultâneo aumento do número de conteúdos adquiridos, registando-se uma menor concentração do seu investimento no *top 5* de produtores. Importa também assinalar algumas iniciativas que se mantiveram no decorrer de 2021.

Dessas medidas, destacamos:

- A realização de duas consultas, uma de conteúdos cinematográficos e outra de conteúdos audiovisuais que serão submetidos ao ICA e alvo de contratações diretas pela RTP, instrumento fundamental na relação entre a RTP e o mercado audiovisual, permitindo uma melhor análise do potencial do mercado em criação de projetos de ficção, animação, documentários e magazines;
- A continuidade das políticas de apoio às indústrias criativas durante a pandemia, que permitiram à RTP demonstrar o seu compromisso no desenvolvimento da produção independente e no apoio ao cinema nacional;
- O reforço dos espaços de programação de cinema, ficção e documental e a divulgação de iniciativas que promovem o sector, como ciclos de cinema nos diferentes serviços de programas televisivos, bem como na aposta na ficção histórica;
- A divulgação em antena, com cerca de 3.001 *spots*, de filmes em exibição nas salas de cinema;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

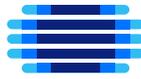
Em 2021 continuou a haver uma aposta em coproduções internacionais, com o investimento em novos conteúdos, nos seus serviços de programas televisivos.

6. Avaliação do Cumprimento das obrigações de Serviço Público de Rádio e Televisão

Da análise feita ao cumprimento das obrigações consignadas no Contrato de Concessão, no ano de 2021, constata-se que a RTP cumpriu na generalidade as obrigações específicas, não só no âmbito dos conteúdos, mas também nas demais obrigações. Destaca-se a pronta adaptação da programação dos vários serviços de programas, quer na rádio, quer na televisão e no digital, nas novas vagas de pandemia COVID-19 em 2021; o apoio e a colaboração com entidades públicas na divulgação de campanhas para a prevenção e o bem-estar da população, ajudando a divulgar dezenas de campanhas e novos serviços de digitalização dos serviços do Estado; a continuidade do projeto “#EstudoEmCasa”, em parceria com o Ministério da Educação, com sítio e aplicação móvel dedicada; o contributo para a cultura e indústrias criativas; o contributo para a música portuguesa, mantendo uma forte aposta na divulgação da música e dos músicos portugueses.

De realçar, também, a cooperação ativa no âmbito da União Europeia de Radiodifusão/European Broadcasting Union (UER/EBU); a associação às Instituições de carácter cultural e artístico; o apoio e a colaboração com entidades públicas na divulgação de campanhas para a prevenção e o bem-estar da população.

O CGI considera muito positivo que se tenha dado continuidade, em 2021, à efetivação dos estudos qualitativos referentes à perceção do público, desenvolvidos em anos anteriores, que permitem conhecer a opinião deste em relação à programação de rádio, de televisão e também de multimédia, sendo a RTP1 considerada um dos serviços de programas que divulgou informação mais adequada durante o período pandémico. Os níveis de notoriedade mantiveram-se constantes no que respeita à televisão e ao *online*, enquanto a rádio, apesar de uma redução pouco significativa, manteve uma tendência de crescimento no contacto da última semana e no contacto do último dia, conforme identifica o Estudo da Deloitte.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Embora a RTP tenha, de uma forma genérica, atingido patamares aceitáveis quanto às obrigações previstas no CCSPRT, o CGI não pode deixar de, e mais uma vez, reiterar e sublinhar a imperiosa necessidade do cumprimento das exigências inerentes ao Serviço Público, nomeadamente no que concerne a:

- Completo cumprimento do Plano Plurianual da ERC, referente às acessibilidades dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido: terá de ficar garantido o acesso mais alargado de públicos com necessidades especiais aos conteúdos;
- Obrigação de emissão de programas em língua portuguesa e programas criativos originalmente em língua portuguesa na RTP2: o continuado incumprimento destas metas não é admissível;
- Tempo reservado à publicidade na RTP1: exige-se que seja escrupuloso o cumprimento destes limites temporais;
- Grelha de programação: maior e melhor emissão própria, coerente e diversificada, nos serviços de programas regionais, com elevados padrões de qualidade, sucessivamente superados, tendo em vista acrescentar património ao existente, em lugar dos conteúdos efémeros, evitando a emissão em simultâneo da RTP3 e reforçando a sua identidade, nomeadamente com uma informação de proximidade;
- Privilegiar nos seus diferentes serviços de programas os conteúdos próprios e exclusivos para crianças e públicos juvenis; valorizar a cultura (literatura, arte visual, teatro, cinema, dança...) e património portugueses; quando possível, não centralizar toda a informação desportiva em eventos futebolísticos; promover em todos os âmbitos uma informação isenta, independente,, plural, fiável e validada, facilmente distinguível do espaço de comentário, assegurando o direito de resposta e a equidade, fazendo eco das diferentes sensibilidades políticas e sociais, no respeito pelos valores da Constituição e do estado de direito democrático;
- O estrito cumprimento do Guia Ético e Editorial da RTP, nomeadamente mediante serviços noticiosos com uma informação independente, rigorosa e plural, respeitando as regras éticas, previstas não apenas nesse Guia como no Código Deontológico do Jornalista;



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- Levar em linha de conta as Deliberações emitidas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nomeadamente no referente ao direito de resposta e a uma adequada cobertura noticiosa, dotada de rigor informativo, que respeite o pluralismo no caso dos partidos políticos e que cubra de forma diversificada e plural diferentes matérias com interesse informativo.

7. Avaliação específica

O Estudo solicitado à Deloitte, que se anexa, reflete a análise detalhada do cumprimento do Projeto Estratégico para a RTP e a sua conformidade com o Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão. Neste âmbito, foram desenvolvidos três estudos e respetivos indicadores: o capítulo (A) Cumprimento das obrigações legais de Investimento em Produção Audiovisual e Cinematográfica Independente, o capítulo (B) sobre o Nível de performance do Projeto Estratégico do Conselho de Administração, e o capítulo (C) sobre o Cumprimento das outras obrigações legais. Se bem que as análises deste estudo reflitam o exercício de 2021, foram incluídos, sempre que possível e justificável, dados dos três anos anteriores, o que possibilita comparar a evolução de alguns indicadores. Relativamente aos indicadores constantes nos três estudos, foram avaliados 166 indicadores, conforme sumariado na grelha abaixo.

Como evidenciado ao longo do Relatório, a RTP, relativamente ao Capítulo A, cumpriu todas as suas obrigações de investimento em produção cinematográfica e audiovisual nacional independente e outras obrigações legais associadas; no Capítulo B, atingiu um nível de performance elevado em 99% dos indicadores avaliados, tendo atingido um nível de performance moderado em 1% dos indicadores avaliados; no que respeita ao Capítulo C, cumpre todas as suas obrigações de quotas de difusão de música portuguesa nos serviços de programas de Rádio, e cumpre moderadamente a generalidade das suas obrigações de quotas de difusão de obras audiovisuais nos serviços de programas de Televisão e no âmbito do Plano Plurianual relativo às acessibilidades dos serviços de programas televisivos para pessoas com necessidades especiais.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Em síntese, a RTP cumpriu, na totalidade, as obrigações de investimento em produção independente e cumpriu, genericamente, as linhas de orientação estratégica definidas no seu Projeto Estratégico e no cumprimento de outras obrigações legais.

Os estudos foram classificados por nível de cumprimento, para os indicadores referentes aos investimentos em produção audiovisual e cinematográfica independente e outras obrigações legais, e por nível de performance, para os indicadores referentes aos objetivos estratégicos, sendo que, dos 166 indicadores analisados nos três estudos, foram medidos 130, dos quais 125 cumprem na totalidade ou têm nível de performance elevado (96%), cinco cumprem moderadamente ou têm nível de performance moderado (4%), não havendo nenhum em incumprimento ou de performance baixo.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Os quadros seguintes resumizam a avaliação dos indicadores:

Avaliação dos indicadores - Estudo A

Avaliação	Indicador
Cumpre	13
Cumpre Parcialmente	0
Não Cumpre	0
Não avaliado	0
Não avaliado (Covid-19)	0
TOTAL	13

Avaliação dos indicadores - Estudo B

Avaliação	Indicador
Nível de Performance Elevado	104
Nível de Performance Moderado	1
Nível de Performance Baixo	0
Não avaliado	32
Não avaliado (Covid-19)	4
TOTAL	141

Avaliação dos indicadores - Estudo C

Avaliação	Indicador
Cumpre	8
Cumpre Parcialmente	4
Não Cumpre	0
Não avaliado	0
Não avaliado (Covid-19)	0
TOTAL	12



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Avaliação global dos indicadores - Estudo A, B e C

Avaliação	Indicador
Cumpre / Nível de Performance Elevado	125
Cumpre Parcialmente / Nível de Performance Moderado	5
Não Cumpre / Nível de Performance Baixo	0
Não avaliado	32
Não avaliado (Covid-19)	4
TOTAL	166

Nota:

Indicadores para medição das obrigações referentes aos investimentos em produção audiovisual e cinematográfica independente e outras obrigações legais:

- **Cumpre:** Indica que o nível de cumprimento da RTP é total
- **Cumpre parcialmente:** Indica que o nível de cumprimento da RTP é parcial
- **Não Cumpre:** Indica que o nível de cumprimento da RTP é reduzido

Indicadores para medição dos objetivos estratégicos:

- **Nível de performance elevado:** Considera que o desempenho da RTP é adequado e realizado com qualidade, existindo reduzidas (ou ausência) de oportunidades de melhoria
- **Nível de performance moderado:** Considera que o desempenho da RTP é adequado embora não seja na totalidade, existindo oportunidades de melhoria
- **Nível de performance baixo:** Considera que o desempenho da RTP é desadequado e/ou realizado com pouca qualidade, existindo várias oportunidades de melhoria
- **Não Avaliado:** Considera que:
 1. nos casos de indicadores recorrentes, não é possível levantar informação para avaliar o indicador;
 2. nos casos de indicadores não recorrentes, pela natureza da ação que avaliam, estes apenas podem ser cumpridos no horizonte dos 3 anos, pelo que apenas serão avaliados posteriormente.
- **Não Avaliado (Covid-19):** Considera que a avaliação de desempenho da RTP não é aplicável porque não foi razoável analisar o resultado do indicador devido à situação pandémica.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Lisboa, 15 de dezembro de 2022

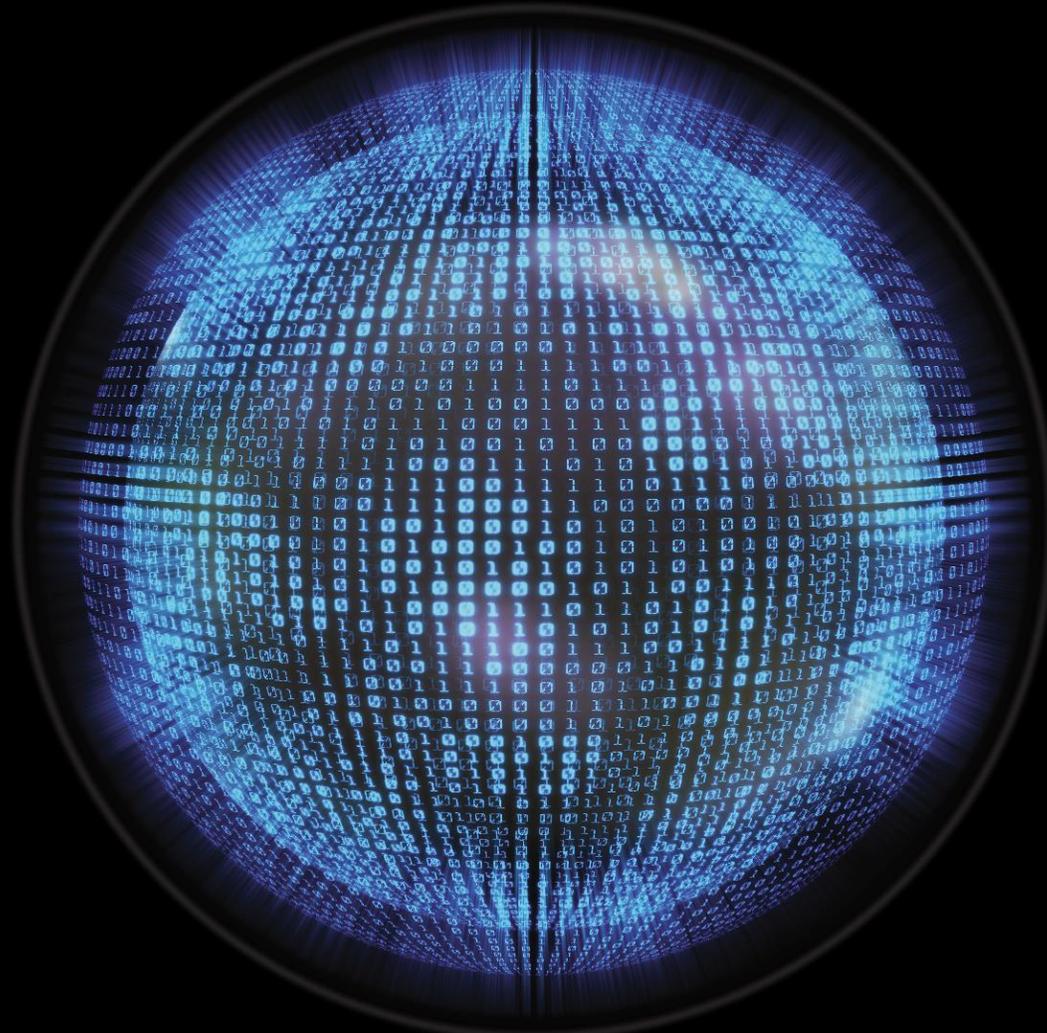


RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Anexo

Estudo de Análise do Cumprimento do Projeto Estratégico e Obrigações de Investimento em Produção Independente em 2021 (Deloitte)



Estudo de Análise do Cumprimento do Projeto Estratégico e Obrigações de Investimento em Produção Independente em 2021

Lisboa, outubro 2022

Agenda

1	Nota Introdutória	3
2	Nota Metodológica	5
3	Critérios de Avaliação	9
4	Estudos	
A	Avaliação do investimento em produção audiovisual e cinematográfica	10
B	Avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico da RTP	30
C	Avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico da RTP	224
5	Listagem e síntese de indicadores	244
6	Glossário	263

Nota Introdutória

Âmbito do Estudo

O presente estudo consiste na análise do cumprimento do Projeto Estratégico 2021-2023 para a Rádio e Televisão de Portugal, doravante designada por RTP, e a sua conformidade com o contrato de concessão (CCSPRT) no que respeita às suas obrigações legais de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente, com duas dimensões fundamentais (A. Investimento em Produção Audiovisual e Cinematográfica Independente e B. Cumprimento do Projeto Estratégico do Conselho de Administração), previamente definidas e validadas pelo Conselho Geral Independente (CGI), e uma terceira dimensão (C. Cumprimento das Obrigações do Serviço Público), que consiste apresentação da análise efetuada pela RTP no que respeita ao cumprimento das suas obrigações legais no que respeita às quotas de difusão de obras audiovisuais (Televisão) e quotas de difusão de música portuguesa, bem como com o Plano Plurianual definido pela ERC, no que respeita a Acessibilidades.

Ano em Análise

As análises apresentadas são referentes ao ano de 2021, sendo que, por motivos de robustez e capacitação do CGI de dados que permitam uma análise com base comparativa, foram incluídos, sempre que disponibilizados, os dados referentes aos anos de 2018, 2019 e 2020. O presente relatório apresenta a avaliação de 2021 tendo por base o grau de cumprimento do investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente e o nível de performance da organização para os objetivos estratégicos definidos para o triénio 2021-2023 pelo Conselho de Administração da RTP. O projeto estratégico entrou em vigor a 1 de junho de 2021, data do início de funções do atual CA, pelo que embora a avaliação incida sobre a totalidade do ano de 2021, a sua implementação apenas foi possível em pouco mais de metade do ano (7 em 12 meses).

Limitações do Estudo

Destacam-se como limitações da realização do estudo:

- O nível de profundidade das análises realizadas encontra-se dependente da disponibilização de informação por parte da RTP, assim como do tipo e detalhe atribuído à mesma;
- Os dados apresentados têm por base a partilha das unidades orgânicas ou a sistematização em relatórios institucionais partilhados, não consistindo em informação extraídas do sistema de fonte;
- No que se refere à informação de anos anteriores ao período em análise (ex.: 2018, 2019 ou 2020), a mesma não foi considerada em situação de disparidade de fontes ou de metodologias de recolha de informação, face às utilizadas para de 2021;
- A pandemia mundial, com seu início em 2020 e com consequências também em 2021, implicou ajustes na concretização de determinadas ações delineadas no Projeto Estratégico 2021-2023

Nota Introdutória

Credibilidade da Informação

A informação disponibilizada pelas diferentes unidades orgânicas da RTP, assim como a disponível nos diferentes documentos partilhados, foi considerada credível e exaustiva, não tendo sido âmbito do estudo, uma auditoria ou qualquer outra forma de certificação da mesma. É necessário destacar que, nos casos de identificação de incongruência dos dados, foi solicitada a retificação dos mesmos, para posterior inclusão na análise.

Responsabilidades / Disclaimer

A responsabilidade da Deloitte relativamente aos Estudos A e B encontra-se limitada à identificação, documentação e comunicação apropriada das conclusões do seu trabalho ao CGI e, consequentemente, a decisão de implementação e operacionalização das oportunidades de melhoria é da sua exclusiva responsabilidade.

A Deloitte colaborou com o CGI na elaboração de um estudo de análise do cumprimento das obrigações da RTP e do seu Conselho de Administração. Como resultado desta colaboração foi produzido um documento, cujo âmbito e objetivos são da responsabilidade do CGI. É, ainda, da responsabilidade do CGI, a validação da adequabilidade e suficiência das metodologias e procedimentos adotados pela Deloitte para a concretização dos objetivos e âmbito por ele definidos.

O documento resultante do referido estudo baseou-se na informação disponibilizada pelo CGI, pela RTP e seus colaboradores, bem como em informação pública disponível de diversas fontes nacionais e internacionais. Toda a informação fornecida no decurso do trabalho foi considerada fidedigna e completa, pelo que a Deloitte não se responsabiliza por eventuais erros ou omissões que a mesma possa conter.

Sublinhar que, em virtude da natureza própria das projeções e do carácter de incerteza que encerra qualquer informação baseada em expectativas futuras, existem normalmente disparidades, eventualmente significativas, entre os resultados previstos e os efetivos, dado que as circunstâncias e acontecimentos frequentemente não ocorrem conforme previsto, nem são eles previsíveis.

Neste sentido, não se assume qualquer responsabilidade pela atualização dos resultados do trabalho em virtude de factos externos ou que ocorram em data posterior à sua realização e entrega.

Relativamente ao Estudo C, a responsabilidade da Deloitte encontra-se limitada à documentação e apresentação das análises efetuadas pela RTP, tendo este por base a informação disponibilizada pela RTP. Toda a informação fornecida no decurso do trabalho foi considerada fidedigna e completa, pelo que a Deloitte não se responsabiliza por eventuais erros ou omissões que a mesma possa conter.

A preparação do Estudo C para o CGI é isenta de uma auditoria ou qualquer outra forma de certificação com o objetivo de expressar uma opinião formal, pelo que a Deloitte não expressa essa opinião.

A Deloitte, ou os seus colaboradores, exoneram-se expressamente de toda a responsabilidade relacionada com a informação, com os seus erros e omissões. Nenhuma informação estabelecida ou referida neste Estudo, ou outra informação fornecida, quer escrita quer oralmente, forma base para qualquer tipo de obrigação ou garantia.

Nota Metodológica (I/IV)

A presente análise decorre da necessidade do CGI realizar um estudo do cumprimento das obrigações do serviço público de rádio e televisão em 2021.

A realização do estudo de análise do cumprimento do Projeto Estratégico para a sociedade e à sua conformidade com o contrato de concessão e estratégia da RTP no que respeita às suas obrigações legais de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente, teve a duração de cinco semanas (início a 19 de Setembro e fim a 21 de Outubro).

A análise realizada teve por base as dimensões fundamentais definidas no Caderno de Encargos associado à Consulta Prévia N.º 38/22. Enunciam-se de seguida as dimensões âmbito de análise:

- A. Cumprimento das obrigações legais de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente;
- B. Cumprimento do Projeto Estratégico do Conselho de Administração subordinado às Linhas de Orientação Estratégica do CGI, nos seguintes campos de análise:
 - 1. Análise do rigor e pluralismo da informação;
 - 2. Análise da promoção e difusão de conteúdos de qualidade e inovadores;
 - 3. Análise da aposta nas novas plataformas digitais;
 - 4. Análise da promoção do acesso ao conhecimento, da literária mediática e da formação crítica das gerações mais jovens;
 - 5. Análise da proximidade aos cidadãos e abertura à sociedade e ao mundo.

Nota Metodológica (II/IV)

De modo a garantir a avaliação de desempenho das dimensões supramencionadas, foi definida uma metodologia de avaliação suportada numa grelha de avaliação de indicadores, para cada um dos estudos realizados. A metodologia de avaliação, validada pelo CGI no âmbito de análise dos estudos previstos no Caderno de Encargos, contemplou as seguintes etapas:

- Definição de Indicadores: Elaboração do conjunto de indicadores e respetivas métricas de desempenho, bem como a atribuição dos níveis de criticidade e de recorrência da ação implícita para cada indicador;
- Adequação dos Indicadores : Ajuste dos indicadores de avaliação aos diferentes objetivos estratégicos e respetivas iniciativas para concretização dos objetivos;
- Recolha e Análise de Informação: Recolha de informação e dados necessários à avaliação dos indicadores definidas, tendo por base informação disponibilizada pela legislação, regulador e RTP;
- Avaliação: Sistematização e análise dos resultados obtidos de modo à realização da avaliação global de cada estudo e posterior identificação de considerações relevantes e de oportunidades de melhoria.

Nota Metodológica (III/IV)

No âmbito da análise efetuada foram conduzidas reuniões formais para recolha de informação e vários outros momentos informais de contacto com os Órgãos/Direções da RTP para obtenção de dados relevantes para os estudos. Relativamente ao processo de recolha de informação, foram contactados, presencialmente ou com recurso a meios de contacto (e-mail e telefone), os seguintes interlocutores:

- Conselho Geral Independente;
- Conselho de Administração;
- Conselho de Opinião;
- Comissão de Trabalhadores
- Direções:
 - Marketing Estratégico e Comunicação
 - Comercial
 - Multimédia
 - Financeira
 - Compras e Património
 - Recursos Humanos
 - Engenharias, Sistemas e Tecnologia
 - Desenvolvimento de Conteúdos
 - Informação Televisão
 - Informação Rádio
 - RTP1
 - RTP2
 - RTP3
 - RTP Internacional
 - RTP África
 - RTP Memória
 - RTP Madeira
 - RTP Açores
 - Antena 1
 - Antena 2
 - Antena 3
 - RDP Internacional
 - RDP África
 - Centro Regional dos Açores
 - Centro Regional da Madeira
 - Produção
 - Emissão
 - Jurídica
 - Auditoria Interna
 - Relações Institucionais e Arquivo
 - Planeamento de Controlo e Gestão

Nota Metodológica (IV/IV)

O resultado final da análise realizada ao cumprimento do Projeto Estratégico e obrigações referentes aos investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente em 2021 encontra-se vertido no presente documento. Este relatório consubstancia a classificação do conjunto de indicadores e contempla os racionais de suporte associados às classificações atribuídas a cada indicador.

Critérios de avaliação

De modo a endereçar a metodologia de análise do cumprimento das obrigações referentes aos investimentos em produção audiovisual e cinematográfica independente e do projeto estratégico, em 2018, foi proposto um modelo de avaliação das obrigações/ objetivos estratégicos da RTP através de indicadores.

Medição das obrigações referentes aos investimentos em produção audiovisual e cinematográfica independente e outras obrigações legais

O nível dos indicadores de avaliação refere-se ao cumprimento das suas obrigações durante o ano 2021. Foram seguidos os seguintes critérios de avaliação:

- Cumpre: Indica que o nível de cumprimento da RTP é total
- Cumpre parcialmente: Indica que o nível de cumprimento da RTP é parcial
- Não Cumpre: Indica que o nível de cumprimento da RTP é reduzido

Avaliação as ações do projeto estratégico

O nível dos indicadores de avaliação refere-se à avaliação da performance da RTP durante o ano 2021. Foram seguidos os seguintes critérios de avaliação:

- Nível de Performance Elevado: Considera que o desempenho da RTP é adequado e realizado com qualidade, existindo reduzidas (ou ausência) de oportunidades de melhoria;
- Nível de Performance Moderado: Considera que o desempenho da RTP é adequado, embora não seja na totalidade, existindo oportunidades de melhoria;
- Nível de Performance Baixo: Considera que o desempenho da RTP é desadequado e/ou realizado com pouca qualidade, existindo várias oportunidades de melhoria;
- Não Avaliado: Considera que:
 - 1. nos casos de indicadores recorrentes, não é possível levantar informação para avaliar o indicador;
 - 2. nos casos de indicadores não recorrentes, pela natureza da ação que avaliam, estes apenas podem ser cumpridos no horizonte dos 3 anos, pelo que apenas serão avaliados posteriormente.
- Não Avaliado por COVID-19: Considera que a avaliação de desempenho da RTP não é aplicável porque não foi razoável analisar o resultado do indicador devido à situação pandémica.

ESTUDO A | Investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente

O presente estudo tem como objetivo a análise e avaliação do cumprimento das obrigações referentes ao investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente previstas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão e a legislação em vigor, assim como uma análise da diversificação dos produtores independentes contratados, atividades de promoção do setor realizadas pela RTP em 2021 e impacto no mercado de produtores independentes.

VISÃO GLOBAL

Categorias de Obrigações

A.1. Produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais independentes

A.2. Respeito pelos compromissos internacionais e a coprodução com outros países

Avaliação

“Cumpre”

100%

“Cumpre Parcialmente”

0%

“Não Cumpre”

0%

Considerações Relevantes

A avaliação efetuada revela que a **RTP cumpriu 100% das obrigações** referentes ao investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente previstas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão e na legislação em vigor, tal como das obrigações relativas à diversificação dos produtores independentes contratados, atividades de promoção do setor realizadas pela RTP e impacto no mercado de produtores independentes.

De seguida é apresentado o detalhe relativamente a cada uma das obrigações identificadas.

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 11 | Medidos 11

Não cumpre	Cumprimento Parcialmente	Cumprimento
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

Não aplicável:

No contexto do Estudo A, não existem diferentes tipos de indicadores

Observações

Num ano de transição entre o período pandémico para pós-pandémico, no qual a economia nacional enfrentou complexos desafios, potenciando decréscimos no nível de investimento, a RTP garantiu o equilíbrio orçamental e o cumprimento das suas obrigações legais, nomeadamente no que diz respeito ao investimento na produção de obras cinematográficas e audiovisuais independentes, no qual foi possível solidificar a sua política de promoção, com 18,4 M€ investidos, 45,1% acima da sua obrigação legal, o que se justifica ao abrigo do programa RTP de reforço do apoio à produção independente, lançado no âmbito da pandemia Covid-19, para proteção desta indústria, particularmente fragilizada neste período.

Para além do aumento no número de produtores contratados, houve em paralelo o aumento do número de conteúdos adquiridos, tendo estes sido acompanhados de uma menor concentração do investimento no *top 5*, dado este representativo da crescente preocupação da RTP em dar oportunidade a produtores emergentes.

Além da divulgação de promoções e da promoção gratuita de obras cinematográficas e audiovisuais nacionais, as Consultas de Conteúdos revelam ser um instrumento fundamental na relação entre a RTP e o mercado audiovisual, permitindo alcançar sinergias entre as necessidades de projetos da empresa com os financiamentos necessários aos produtores, que neste ano culminaram em 36 contratos diretos e 18 contratos ICA. Apesar de em 2021 a avaliação ainda se ter regido pelo Decreto-Lei nº25/2018 de 24 de abril e pelo CCSPT de 2015, numa ótica de preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do CCSPT e do novo Decreto-Lei nº 74/2021, de 25 de agosto, que entra em vigor a 1 de janeiro de 2022, conforme o disposto no Artigo 43º, que abrangerá os valores em questão, será ainda importante analisar possíveis implicações futuras em termos de obrigações e financiamento.

Oportunidades de Melhoria

Não foram identificadas oportunidades de melhoria.

LISTAGEM DE INDICADORES

Performance

A1.1.	Investimento direto igual ou superior a 8% das receitas anuais provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio			●
A1.2	Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas			●
A1.3.	Alocação de um mínimo de 75% do montante anterior para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos			●
A1.4.	Alocação não superior a 50% do montante anterior para participar em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas			●
A1.5.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios no documento informativo estratégico e respetiva divulgação			●
A1.6.	Alocação não superior a 10% do valor do investimento mínimo obrigatório nos tipos de obras - programas culturais, programas didáticos, programas musicais e promoção			●
A1.7.	Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP			●
A1.8.	Disponibilização dos relatórios anuais, referentes aos investimentos de 2021 para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC			●
A1.9.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios nos relatórios			●
A1.10.	Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas			●
A1.11.	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente			●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

A 1.1. Investimento direto igual ou superior a 8% das receitas anuais provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio

Resultado 2021

Tendo a obrigação legal do investimento em produção portuguesa e independente num valor mínimo de 8% das receitas anuais provenientes da Contribuição para o Audiovisual (CAV), excluindo a receita destinada exclusivamente ao serviço da rádio, em 2021, a RTP teria de investir pelo menos 12.683.128,03 €.

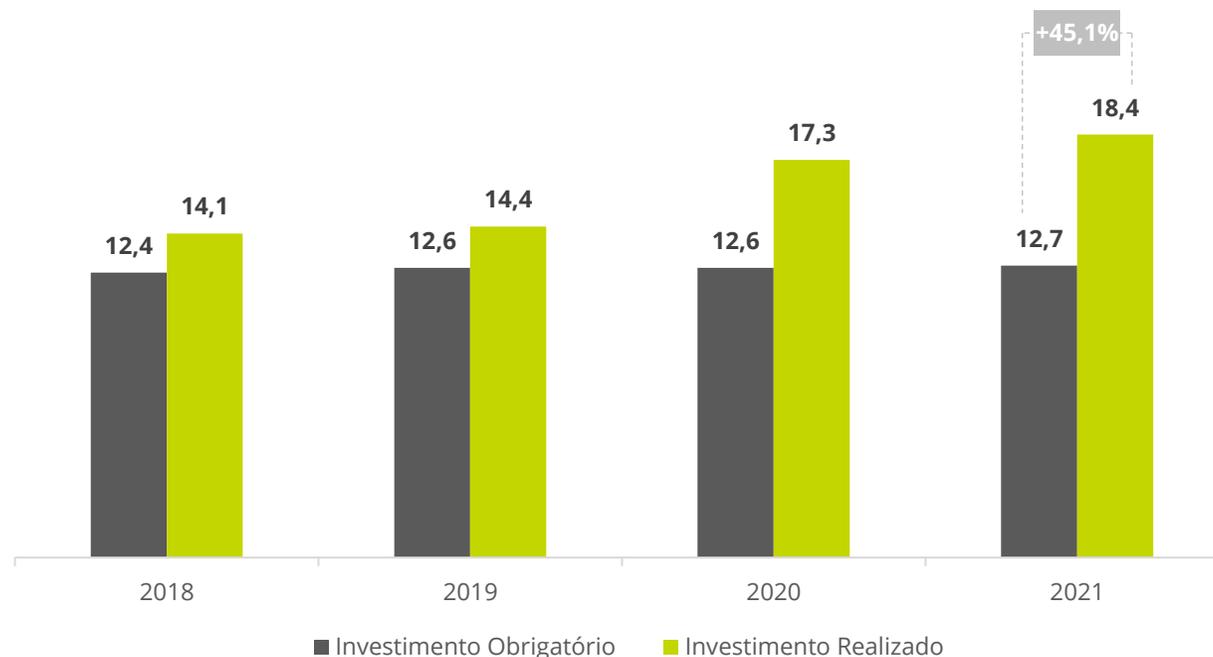
Em 2021, com um investimento de **18.398.210,99 €** no setor, a RTP **excedeu esta obrigação** em **45,1%** (cerca de 5,72 milhões de €), assistindo-se a um **aumento** de investimento de **1.114.251,76 €** face a 2020, ano este onde também já se tinha excedido consideravelmente o valor obrigatório de investimento.

Considerações Relevantes

De notar que, enquanto em 2020 as políticas de apoio às indústrias criativas decorrentes da pandemia representam uma das razões para o crescente investimento desse ano, o aumento em 2021 pode justificar-se ao abrigo do programa RTP de reforço do apoio à produção independente, lançado no âmbito da pandemia Covid-19, para proteção desta indústria, particularmente fragilizada neste período, como também pela retoma de outros projetos, apostas e iniciativas que transitam de 2020 e que, em virtude do período de COVID-19, tiveram que ser adiadas.

Análise Comparativa

Investimento igual ou superior a 8% das receitas anuais provenientes da CAV, excluída a receita destinada exclusivamente ao serviço da rádio (M€) | 2018 - 2021



Nota: Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE, constam de informação ainda não validada pelo ICA

A 1.2. Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas

Resultado 2021

Do valor do investimento direto na produção cinematográfica e audiovisual independente a que está obrigada, a RTP deve alocar, pelo menos, 25% a obras cinematográficas (cofinanciadas e não cofinanciadas pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA)).

Sendo que, em 2021, foram investidos **3.229.407,24 €**, a RTP **supera a sua obrigação** de 3.170.782,01 € em **1,85%** (ou 58.625,23 €), cumprindo com o estipulado na Cláusula 20.^a do CCSPRT.

Considerações Relevantes

Em 2021, e embora com valores acima da obrigação legal, o investimento neste setor corresponde ao valor mais baixo verificado nos últimos 4 anos e, em comparação com o ano anterior, há um **decréscimo** de **1.297.827,81 €**, regressando a valores mais próximos dos assistidos em 2018 e 2019.

Apesar do valor de investimento ter decrescido de 2020 para 2021, houve um ligeiro **aumento no número total de obras cinematográficas às quais este foi alocado**, quer cofinanciadas pelo ICA quer nas não cofinanciadas.

Análise Comparativa

Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas | M€, 2018 - 2021



Número de obras em que foi feito investimento | 2020 e 2021

	2020		2021	
	c/ apoio ICA	s/ apoio ICA	c/ apoio ICA	s/ apoio ICA
Documentários	7	1	12	1
CM	9	21	9	39
LM	21	48	26	38
Séries e Minisséries	6	-	1	-
Promoção	7	-	8	-
Total	51	70	55	78

A 1.3. Alocação de um mínimo de 75% do montante investido em obras cinematográficas para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos

Resultado 2021

De acordo com a Cláusula 20.^a do Contrato da Concessão da RTP, deverá ser alocado um mínimo de 75% do investimento anterior em cinema a obras que venham a ser cofinanciadas pelo ICA, percentagem essa que corresponde a um objetivo de 2.378.068,51 €.

Tendo investido um total de **2.860.257,24 €**, distribuído por participações financeiras e por aquisição de direitos de difusão, a **obrigação foi superada em 20,3%**, traduzindo-se em 482.188,73 €.

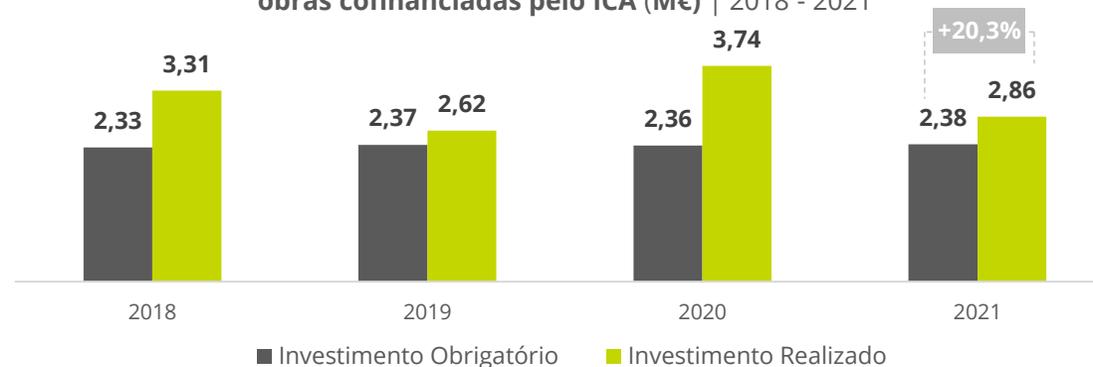
Considerações Relevantes

Comparativamente ao ano de 2020, e à semelhança do critério anterior, também aqui se pode ver um **decréscimo** no investimento de **884.002,81 €**.

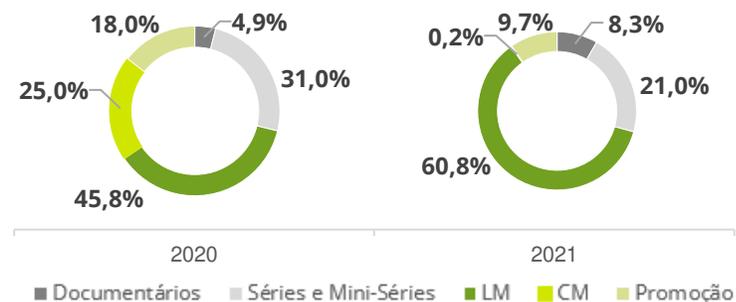
Atentando no gráfico correspondente à distribuição de investimento, a maior diferença percentual deu-se no valor atribuído à **Curta-Metragem**, que tinha representado 25% em 2020 e apenas 0,2% em 2021.

Análise Comparativa

Alocação de pelo menos 75% do valor de investimento anterior a obras cofinanciadas pelo ICA (M€) | 2018 - 2021



Distribuição do Investimento (%) | 2020 e 2021



A 1.4. Alocação não superior a 50% do montante alocado a obras cofinanciadas pelo ICA para participação em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas

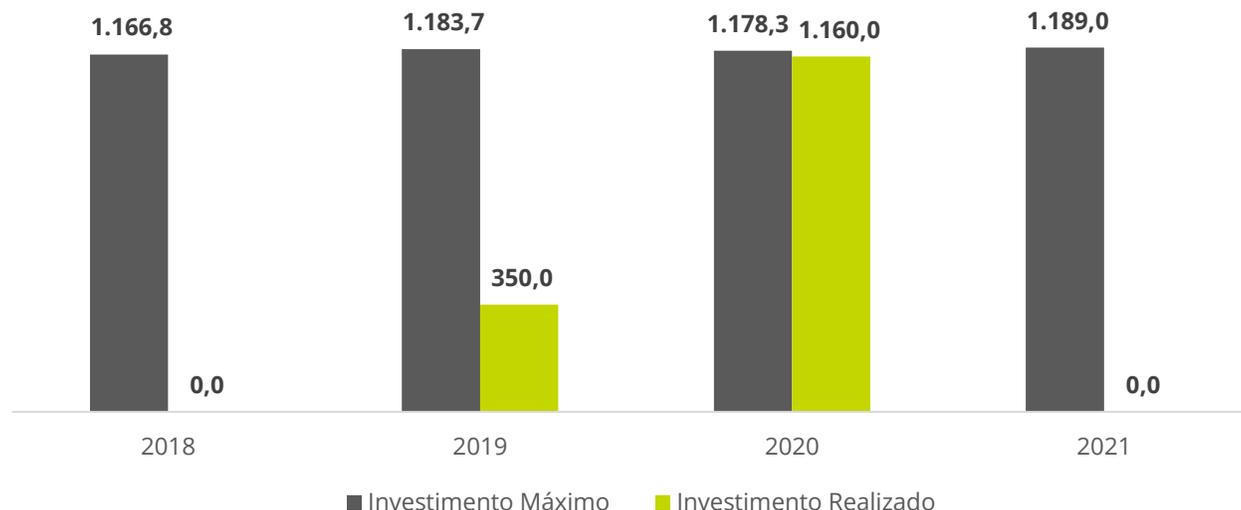
Resultado 2021

De acordo com o CCSVRT, apesar de não ser obrigada a investir neste tipo de obras, a RTP tem um limite máximo de 50% do investimento em produção cinematográfica independente cofinanciada pelo ICA para participação em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas.

Sendo assim, o valor máximo permitido corresponde a 1.189.127,12 €, contudo, no ano em análise **não foi feito nenhum investimento** neste âmbito, ao contrário do ano de 2020 onde se investiu em 6 minisséries de ficção no valor de 1.160.000,00 €.

Análise Comparativa

Alocação não superior a 50% do montante anterior para participar em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas (mil €) | 2018 - 2021



A 1.5. Apresentação dos conteúdos obrigatórios no documento informativo estratégico e respetiva divulgação

Resultado 2021

A RTP tem por obrigação a divulgação anual ao ICA de um **documento informativo estratégico**, no qual deve constar o montante, as metodologias, os critérios e os processos de seleção para o investimento direto na produção cinematográfica independente adotados.

Este mesmo documento **foi elaborado** em 2021, contendo todos os conteúdos impostos no CCSPRT, nomeadamente o detalhe do montante por tipo de obra financiada e a descrição das consultas de conteúdos.

De notar que os valores presentes no documento da RTP são ainda preliminares, carecendo de validação pelo ICA, que ocorre em data posterior, sendo que, só depois desta ocorrer e do parecer do Conselho Geral Independente, é que poderão ser disponibilizados.

De acordo com informação fornecida pela RTP em anos prévios, o documento será **divulgado** através do RCOPSE, no seu sítio institucional.

A 1.6. Alocação não superior a 10% do valor do investimento mínimo obrigatório nos tipos de obras - programas culturais, programas didáticos, programas musicais e promoção

Resultado 2021

Segundo o Decreto-Lei n.º 25/2018 de 24 de abril, a RTP deveria em 2021 alocar um valor não superior a 10% do investimento mínimo obrigatório nos tipos de obras a programas culturais, programas didáticos e programas musicais, o mesmo se aplicando a promoções gratuitas de obras.

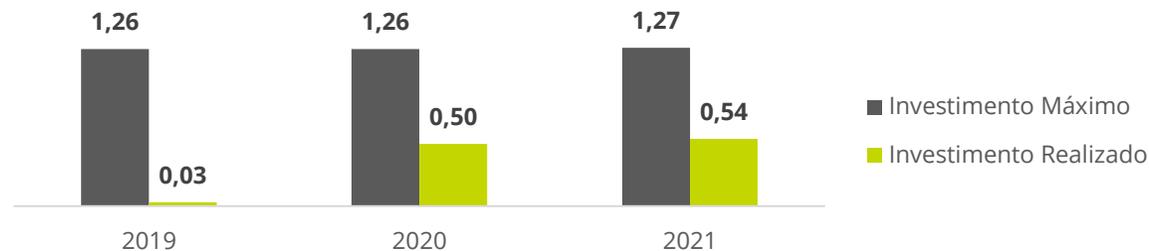
Deste modo, o valor máximo para o investimento em ambas as situações seria de 1.268.312,80 €.

Analisando o investimento em programas artísticos, culturais, didáticos e musicais, é registado um investimento de **541.524,52 €**, valor este que corresponde a **42,7%** do valor máximo permitido. A RTP investe portanto em 2021 mais 42.324,52 € que no ano de 2020, mantendo-se ainda assim dentro do limite máximo permitido, **cumprindo com a obrigação**.

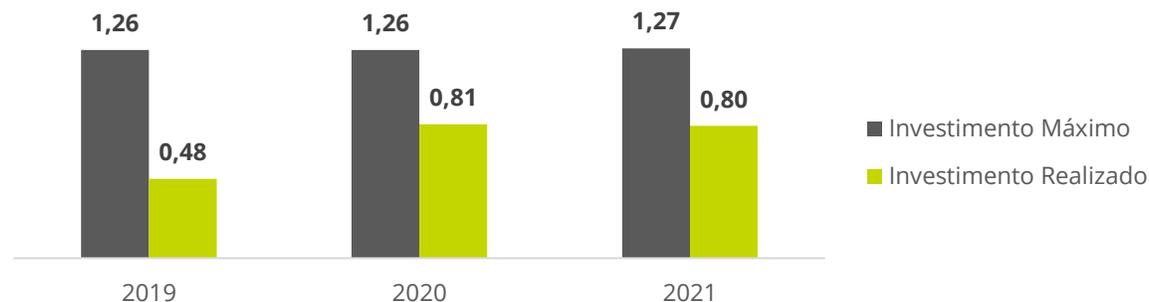
Em campanhas promocionais gratuitas, a RTP investiu um total de **803.537,23 €**, correspondente a **63,4%** do valor limite. Este valor representa uma diminuição de 10.992,95 € em relação ao ano anterior, e regista-se um **cumprimento com a obrigação**, como já tinha acontecido no ano anterior.

Análise Comparativa

Alocação não superior a 10% do valor do investimento mínimo obrigatório nos tipos de obras - programas artísticos, culturais, didáticos e musicais (M€) | 2019 - 2021



Alocação não superior a 10% do valor do investimento mínimo obrigatório em promoções gratuitas (M€) | 2019 - 2021



Fonte: Obrigações de Investimento em Produção Independente – Documento Informativo, 2021

A 1.7. Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP

Resultado 2021

De acordo com o Decreto-Lei n.º 25/2018 de 24 de Abril, é obrigatória a distinção contratual entre as diferentes contrapartidas, incluindo o respetivo âmbito e valores de investimento, decorrentes da participação da RTP. Em maior detalhe, inclui-se a nesta obrigação a coprodução, cofinanciamento, pré-compra ou outra forma de aquisição de direitos, bem como direitos cedidos, em termos de duração, territórios e suportes ou formas de exploração, designadamente para efeitos de verificação da qualidade de obra de produção independente.

Foi apurado durante entrevistas realizadas que, assim como em anos anteriores, a RTP apresenta a distinção das diferentes contrapartidas nos contratos celebrados, **cumprindo com a sua obrigação legal.**

A 1.8. Disponibilização dos relatórios anuais referentes aos investimentos para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC

Resultado 2021

Nos termos do Artigo 44º do Decreto-Lei n.º 25/2018 de 24 de Abril, até 30 de Abril de cada ano, a RTP deve submeter anualmente um relatório ao ICA com a discriminação dos valores referentes aos investimento anual em produção independente.

Tendo em conta os documentos *Excel* partilhados pela RTP, estes relatórios **foram elaborados** para o ano de 2021 e existem evidências de que foram **submetidos** ao ICA na devida plataforma disponível para o efeito a 27 de Abril do presente ano, **dentro do prazo** limite.

Considerações Relevantes

De notar que os valores presentes nos relatórios apresentados carecem ainda de validação pelo ICA em colaboração com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que ocorre em data posterior.

A 1.9. Apresentação dos conteúdos obrigatórios nos relatórios anuais de investimento

Resultado 2021

Tendo presente o DL anteriormente referido, a RTP deve garantir que constam todos os conteúdos obrigatórios nos relatórios anuais de investimento submetidos ao ICA, nomeadamente título da obra, produtor independente e dos demais titulares de direitos de autor e conexos sobre a mesma, o horário de difusão da mesma e a quantia aplicada às diferentes modalidades.

De acordo com os documentos *Excel* partilhados pela RTP anteriormente referidos, foi possível validar a correta discriminação do tipo e título da obra, produtor independente e dos demais titulares de direitos de autor e conexos sobre a mesma, o horário de difusão da mesma e a quantia aplicada às diferentes modalidades, **cumprindo** portanto com a inclusão **todos os conteúdos** previstos na legislação em vigor.

Considerações Relevantes

De lembrar que os valores presentes nos relatórios apresentados carecem ainda de validação pelo ICA em colaboração com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que ocorre em data posterior.

A 1.10. Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas

Resultado 2021 (1/2)

Como mencionado na Cláusula 19ª do CCSPRT, a RTP deve garantir uma estrutura interna de produção que potencie um mercado de produção diversificado e competitivo.

Face ao ano prévio, nota-se um **acréscimo** do número de produtores independentes nacionais contratados, com um total de **104 produtores contratados**, 4 a mais que no ano anterior.

Verifica-se, também, um **aumento do número de conteúdos adquiridos** de produtores nacionais independentes em **12,76%**, com 221 conteúdos num valor total de **32.825.813 €**.

Apesar do crescimento na contratação de produtores, à semelhança do que já tinha acontecido no ano anterior, o investimento total de médio por cada um **diminuiu** em 103.546€, ou **24,7%**.

Análise Comparativa

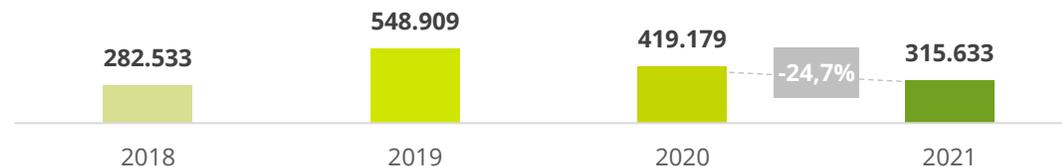
Número de produtores independentes contratados | 2018 - 2021



Número de conteúdos adquiridos de produtores independentes nacionais | 2018 - 2021



Investimento médio por produtor independente (€) | 2018 - 2021



A 1.10. Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas

Resultado 2021 (2/2)

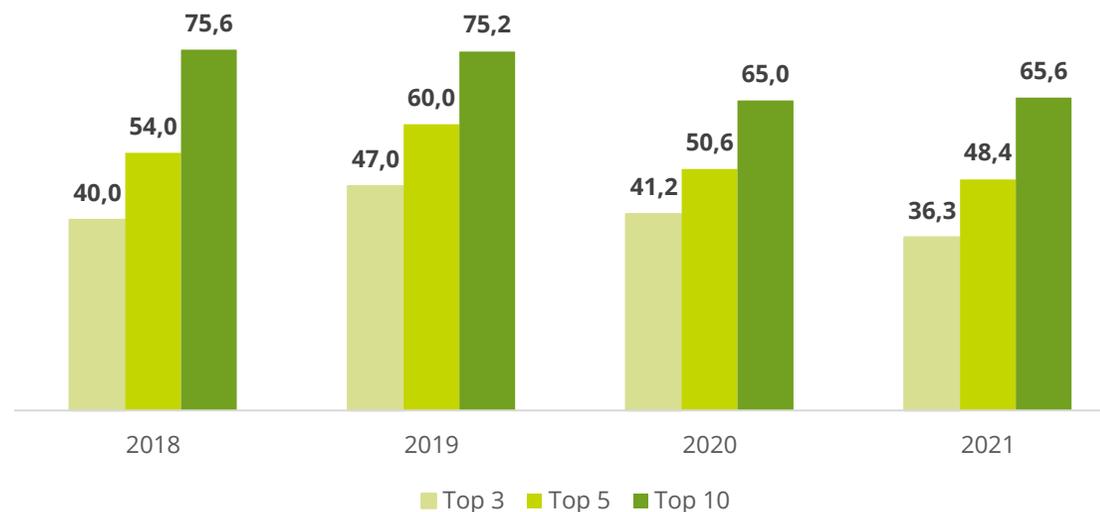
Adicionalmente, analisando a concentração do investimento empresarial em produção nacional independente contratada, conseguimos, pelo segundo ano consecutivo, observar uma **diminuição da concentração do investimento nos top 3** em **4,9 p.p.**, sendo que em 2020 o top 3 concentrava 41,2% do investimento total, em comparação com os **36,3%** do ano em análise.

No *top 5* de produtores independentes nacionais, a concentração decresceu em 2,2p.p. Apenas dentro do top10 se observou um aumento mínimo de 0,6p.p., com o valor de 2021 a representar uma concentração de 65,6% do valor total, por oposição aos 65% do ano de 2020.

Assim podemos afirmar que se mantém uma política de **diversificação de produtores** independentes, uma vez que, apesar de se terem contratado mais produtores face ao ano prévio (+4), a RTP **mantém uma distribuição do investimento dispersa pelos mesmos**.

Análise Comparativa

Distribuição do Investimento em Produção Independente Nacional
(% do Investimento Total) | 2018 - 2021



A1.11. Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente

Resultado 2021

De acordo com o ponto 2 da Cláusula 19ª do CCSPT, a RTP deverá efetuar a produção, seleção e criação de programas de forma a promover a indústria de produção criativa audiovisual independente, numa lógica aberta, transparente e não-discriminatória.

Sendo assim, à semelhança de outros anos, foi realizada a Consulta de Conteúdos tendo em vista o conhecimento prévio de obras documentais e longas-metragens de ficção que os produtores independentes pretendem submeter aos concursos do ICA, e realização de contratações diretas RTP.

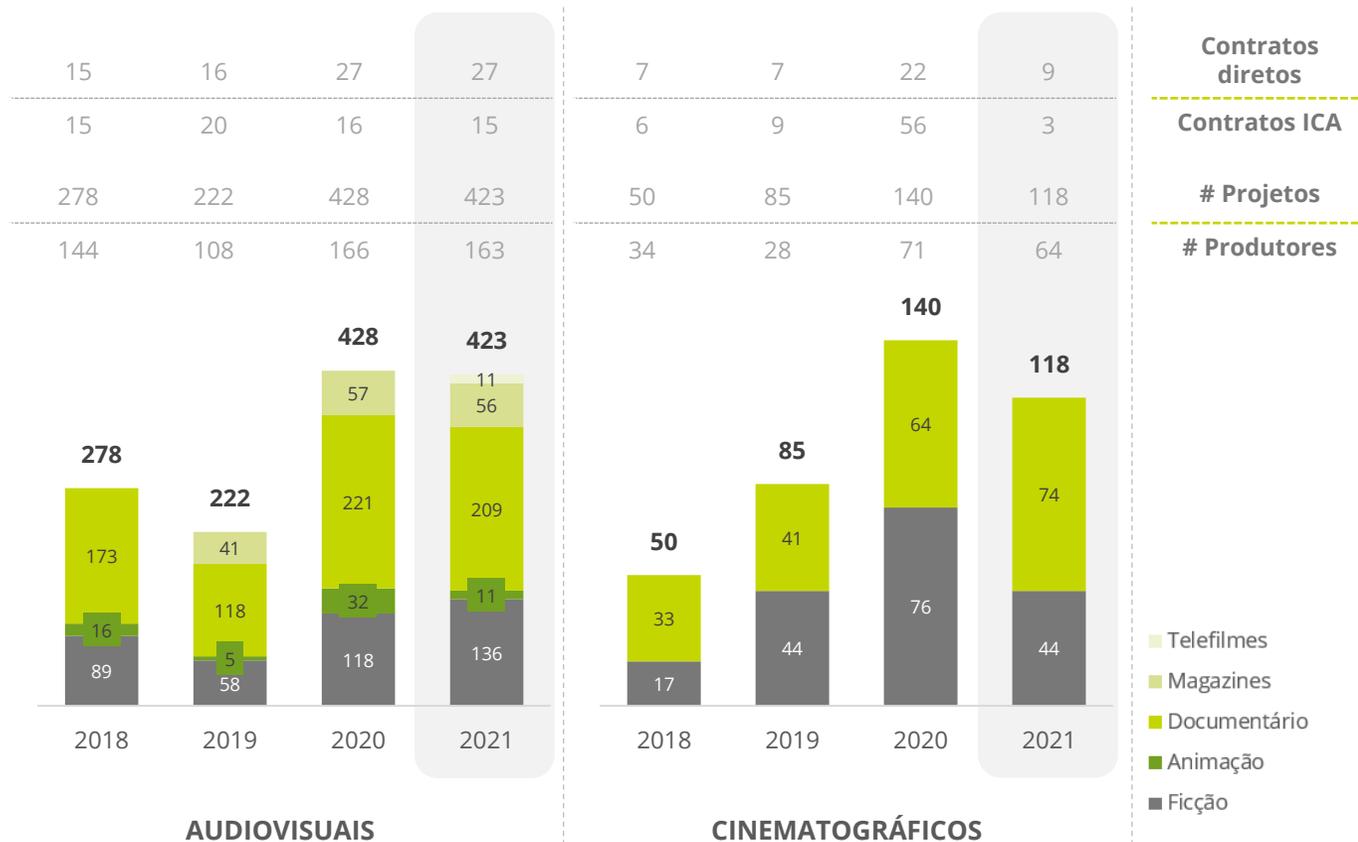
Na área dos **audiovisuais**, os valores de 2021 mantiveram-se em linha com os de 2020, com **423 projetos** submetidos de **163 produtores**. Apesar dos menos 5 projetos apresentados, o número de contratos diretos efetuados foi igual (27), havendo só menos 1 contrato ICA efetuado face ao ano anterior.

No campo dos **cinematográficos**, registou-se um **menor número** de projetos submetidos face a 2020, verificando-se também um **decrécimo** na percentagem de aceitação dos projetos propostos, tanto em contratos ICA como em contratos diretos.

Ainda no âmbito da promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente, e, fora da Consulta de Conteúdos, foram emitidos em Antena, cerca de **59.509 segundos**, num total de 3.001 spots no valor de 1.080.443,62 €, valor este calculado de acordo com o ponto 5 da Cláusula 23ª do CCSPT, e decomposto em promoções contratualizadas e outras promoções gratuitas de obras cinematográficas e audiovisuais nacionais.

Análise Comparativa

Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente (#consulta de conteúdos) | 2018 a 2021



Fonte: RCOSPPE, 2021; Fonte Interna RTP

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 2 Medidos 2		
Não cumpre	Cumpre Parcialmente	Cumpre
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

*Não aplicável:
No contexto do Estudo A, não existem diferentes tipos de indicadores*

Observações

O desempenho da RTP na categoria em análise, está em linha com a melhor *performance* prevista para os indicadores que a constituem.

Aqui destaca-se o aumento da emissão do número de conteúdos coproduzidos com outros países – 14, dois a mais face a 2020 – designadamente, Brasil, França, Holanda, Moçambique e Suíça, tendo-se traduzido em 62 horas de emissão.

Relativamente ao investimento em coprodução internacional feito em 2021, salientam-se os documentários “Pianomania”, em colaboração com Alemanha, e “Free Spirits”, colaboração com Holanda e Bangladesh com renovação para uma 3ª Temporada, e “Sim, Eu Consigo” e “A Minha Estória” na área Infantojuvenil, resultantes de uma coprodução com os Membros da União Europeia de Radiotelevisão. Na área dos Recreativos, surge “New European Song Book”, também em colaboração com os Membros UER.

Oportunidades de Melhoria

Não foram identificadas oportunidades de melhoria.

LISTAGEM DE INDICADORES

Performance

A2.1.	Transmissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa		●
A2.2.	Investimento em coprodução internacional		●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

A 2.1. Transmissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa

Resultado 2021

Em 2021, a RTP emitiu cerca de **62 horas** de conteúdos coproduzidos com outros países — especificamente europeus (França, Holanda e Suíça) —, sendo que face ao ano anterior se regista um **decrécimo de 43 horas** emitidas (cerca de **41%**). Adicionalmente, verificou-se ainda que, ao contrário do ano anterior, não foi emitido nenhum conteúdo em coprodução com a Croácia, porém Brasil e Moçambique voltaram a figurar nesta lista, tal como em 2019.

De entre os conteúdos de coprodução emitidos encontram-se:

- **“Big Cities”**, coproduzido com o Brasil;
- **“A Morte de Luís XIV”** e **“O Conde de Monte Cristo”**, coproduzidos com França;
- **“Free Spirits”** (2019 e 2020), **“New Neighbours”** (2018 e 2019) e **“Gente da Cidade”** (Temporada 19 e 20), coproduzidos com a Holanda;
- **“Gorongozza”**, coproduzido com Moçambique;
- **“Gawyan”, “Gawyan 2”, “Wismo’s Little Tales”** e **“Sim Eu Consigo II”**, coproduzidos com a Suíça.

Análise Comparativa

Emissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa | Número de horas emitidas de coproduções com outros países, 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Angola	2	-	-	-
Brasil	2	3	-	2
Croácia	-	3	1	-
França	6	-	2	7
Holanda	1	13	53	28
Moçambique	-	2	-	1
Suíça	33	24	49	24
Total	44	45	105	62

Emissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa | Número de conteúdos emitidos de coproduções com outros países, 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Angola	1	-	-	-
Brasil	1	1	-	1
Croácia	-	1	1	-
França	1	-	1	2
Holanda	1	2	5	6
Moçambique	-	1	-	1
Suíça	4	4	5	4
Total	8	8	12	14

A 2.2. Investimento em coprodução internacional

Resultado 2021

Em 2021 destaca-se a coprodução de:

- **“Free Spirits”**, documentário de coprodução já iniciado em 2020, é renovado para uma 3ª Série de 4 episódios, em colaboração com Holanda e Bangladesh;
- Ainda na área dos documentários, **“Pianomania”**, em colaboração com a Alemanha;
- Na área Infantojuvenil **“Sim, Eu Consigo”**, com 9 episódios, e **“A Minha Estória”**, com 8, resultam de uma coprodução com países Membros da União Europeia de Radiotelevisão;
- **“New European Song Book”**, na área dos Recreativos, também em colaboração com os Membros UER.

O valor investido em coprodução em 2021 perfaz um total de **30.343,99 €**.

ESTUDO B | Avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico de 2021-2023

O presente estudo tem como objetivo a análise do cumprimento do Projeto Estratégico 2021-2023, elaborado pelo atual Conselho de Administração, de acordo com as linhas de orientação definidas pelo CGI, no ano 2021.

5 PILARES ESTRATÉGICOS

01

Rigor, pluralismo
e modernidade
na informação

02

Mais **qualidade** e
inovação nos
conteúdos

03

Estar mais perto e ser
mais relevante para
todos os públicos

04

Investir em
tecnologia digital
multiplataforma

05

Organização em
sintonia com a
atualidade

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 141 | Medidos 105

Baixo	Moderado	Elevado
0%	1%	99%

Indicadores Não Recorrentes

Indicadores Totais VS Indicadores Avaliados

Total (nº)	Avaliados (nº)	Avaliados (%)
24	8	33%

Nível de Performance

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Considerações Relevantes

No ano de 2021, a RTP cumpriu na generalidade as linhas de orientação do Projeto Estratégico 2021-2023. Em termos de oferta e qualidade de conteúdos, destaca-se a veracidade da informação difundida e a transmissão de agenda inclusiva, que garantiu à RTP reconhecimento não só pelo público, que afirma a sua confiança no serviço público de media, mas também por entidades externas, através de prémios e nomeações.

Destaca-se o investimento na renovação tecnológica dos centros de produção e delegações, como a passagem de estúdios para HD e a aquisição de um novo carro de exteriores, bem o desenvolvimento das plataformas digitais, com foco na RTP Play, que passou a ser distribuída pelas operadoras NOS, MEO e Vodafone.

Em termos financeiros, a RTP manteve, à semelhança do ano anterior, resultados líquidos positivos que refletem uma preocupação com a manutenção de uma gestão equilibrada. Ainda assim, a evolução das rúbricas de receitas e custos levantam alertas sobre a sua sustentabilidade financeira do grupo.

Relativamente aos indicadores não recorrentes, isto é, ações que pela sua natureza apenas serão executadas apenas uma vez durante o período de 3 anos do Projeto Estratégico, apenas 30% foram avaliadas. Isto significa que ainda existem 16 indicadores relativos a ações não recorrentes que terão de ser cumpridas em 2022 ou 2023. Estas ações incluem desafios como a reestruturação organizacional e a revisão dos perfis dos serviços de programas.

Pilar 1. Rigor, pluralismo e modernidade na informação

01

Rigor, pluralismo e modernidade na informação

02

Mais **qualidade e inovação** nos conteúdos

03

Estar mais perto e ser mais relevante para **todos os públicos**

04

Investir em **tecnologia digital** multiplataforma

05

Organização em sintonia com a **atualidade**

AÇÕES ESTRATÉGICAS

PILAR I – Rigor, Pluralismo e Modernidade na Informação

1	Incentivar o escrutínio deontológico na atividade das áreas de informação na RTP para reforço do rigor e da confiança
2	Criar uma agenda mediática e de discussão pública própria, diversa e plural, e que inclua os grandes temas que afetam e moldam a sociedade
3	Aumentar as sinergias editoriais entre rádio, televisão e digital sempre que for entendido adequado pelas respetivas direções de informação. Quando seja do interesse de ambas as empresas, procurar sinergias entre a RTP e a Lusa, nomeadamente na gestão de espaços, garantindo a independência das marcas e a autonomia editorial das redações
4	Desafiar os responsáveis editoriais a visitar e atualizar os formatos e protagonistas com o objetivo de aumentar o interesse dos diversos públicos. Mais modernidade, agilidade, ritmo, debate, novas linguagens e temáticas.
5	Desenvolver parcerias com outros órgãos de comunicação social e instituições para o combate à desinformação
6	Desenvolver mais processos internos e barómetros e estudos externos de avaliação da qualidade dos conteúdos, nomeadamente do rigor, independência, sobriedade, pluralismo e confiança na informação, e implementar medidas de melhoria

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 17 Medidos 16		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	6%	94%

Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 2 | Medidos 1

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 7 | Medidos 7

Baixo	Moderado	Elevado
0%	14%	86%

Indicadores Relevantes Recorrentes 8 | Medidos 8

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Observações

Decorrente da avaliação das medidas tomadas à luz das ações estratégicas definidas no Pilar Estratégico I, focado na temática da Informação, é possível afirmar que a RTP trabalhou, em 2021, para a continuidade da disponibilização de uma agenda relevante e coerente com os seus princípios e valores.

Para além de conteúdos informativos partilhados com intuito da difusão de informação independente, rigorosa, pluralista e aprofundada, a RTP não só recebeu reconhecimento da qualidade da sua informação por meio de prémios dirigidos à marca, conteúdos trabalhados e colaboradores, como também foi considerada pela generalidade do público como o órgão de comunicação social de mais confiança em Portugal.

No entanto, no patamar das audiências e, conseqüentemente, do alcance da sua programação, a RTP não só se posiciona atrás dos restantes serviços de programas generalistas, verificando perdas nas percentagens de *Share* e de Audiência Acumulada de Véspera na maioria dos seus serviços de programas televisivos e de rádio, como também dispõe uma concentração do seu público na faixa etária +64 anos.

Oportunidades de Melhoria

No que toca às sinergias criadas entre equipas, a rádio e a televisão conseguiram em 2021 trabalhar em conjunto de forma positiva, complementando-se em ocasiões pontuais, partilhando conteúdo entre si. No entanto, existem oportunidades de melhoria para a criação de sinergias entre a rádio e a televisão.

LISTAGEM DE INDICADORES (I/II)

Relevância

Recorrência

Performance

1 | INCENTIVAR O ESCRUTÍNIO DEONTOLÓGICO NA ATIVIDADE DAS ÁREAS DE INFORMAÇÃO NA RTP PARA REFORÇO DO RIGOR E DA CONFIANÇA

B1.i)	Perceção da qualidade da informação RTP pelos públicos	Crítico	Recorrente	●
--------------	--	---------	------------	---

2 | CRIAÇÃO DE UMA AGENDA MEDIÁTICA, DIVERSA E PLURAL QUE INCLUA TEMAS QUE AFETAM E MOLDAM A SOCIEDADE

B2.i)	Criação de uma agenda mediática e de discussão pública	Crítico	Não Recorrente	●
B2.ii)	Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade	Relevante	Recorrente	●

3 | AUMENTAR AS SINERGIAS EDITORIAIS ENTRE CANAIS SEMPRE QUE FOR ENTENDIDO COMO ADEQUADO

B3.i)	Custo por hora transmitida em programas de informação (informação diária e informação não diária)	Relevante	Recorrente	●
B3.ii)	Custo por hora por ponto de audiência – Antenas 1, 2 e 3	Relevante	Recorrente	●
B3.iii)	Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital	Crítico	Não Recorrente	●
B3.iv)	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas televisivos	Crítico	Recorrente	●
B3.v)	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas de rádio	Crítico	Recorrente	●
B3.vi)	Reaproveitamento de conteúdos entre televisão e rádio	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (II/II)

Relevância

Recorrência

Performance

4 | DESAFIAR OS RESPONSÁVEIS EDITORIAIS A REVISITAR E ATUALIZAR OS FORMATOS E PROTAGONISTAS

B4.i)	Audiência no serviço de programas RTP3	Relevante	Recorrente	●
B4.ii)	Número de horas nas quais foram transmitidos programas de informação diária e não diária em "primeira passagem"	Relevante	Recorrente	●
B4.iii)	Lista de programas desenvolvidos na base de formatos inovadores (na área do vídeo e / ou podcasts)	Crítico	Recorrente	●

5 | DESENVOLVER PARCERIAS COM ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E INSTITUIÇÕES PARA COMBATE À DESINFORMAÇÃO

B5.i)	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista à partilha de informação credível e confiável	Crítico	Recorrente	●
--------------	--	---------	------------	---

6 | DESENVOLVER PROCESSOS INTERNOS, BARÓMETROS E ESTUDOS EXTERNOS DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS CONTEÚDOS

B6.i)	Análise dos valores da RTP na perspetiva do público	Relevante	Recorrente	●
B6.ii)	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
B6.iii)	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
B6.iv)	Participações em estudos externos para a avaliação da qualidade dos conteúdos	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

B 1. i) Perceção da qualidade da informação RTP pelos públicos

Resultado 2021 (1/2)

Segundo o Estudo de Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, conduzido pela Ipsos Apeme e lançado em 2020 (8ª vaga), a RTP, a par da SIC, foram considerados os serviços de programas que divulgaram informação mais adequada durante o período pandémico.

Com base no relatório da 9ª vaga do mesmo estudo, que abrange já o 1º trimestre de 2022, a avaliação do cumprimento percetivo da Missão de Serviço Público nas diferentes dimensões em análise (Universalidade, Independência, Excelência, Inovação e *Accountability*) subiu na generalidade dos indicadores face a 2020, para a amostra de entrevistados que costumam contactar com o universo RTP.

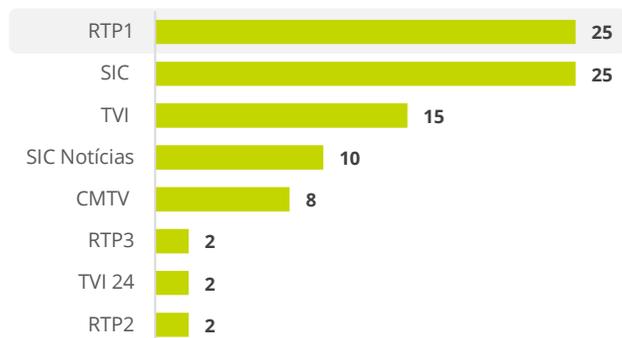
Também com base neste estudo, no que se refere ao conteúdo televisivo, e ao contexto específico da RTP, verificou-se um aumento da satisfação dos conteúdos relacionados com “comentários, entrevistas e debates” e “Notícias” em 10% e 11%, respetivamente. Para além disso, quando questionados diretamente sobre o nível de satisfação face aos conteúdos transmitidos nas várias temáticas, os entrevistados destacaram as notícias como a área onde o nível de performance é mais elevado, sendo também esta a temática que mais participantes demonstraram interesse.

Quando questionados sobre atributos específicos relativos à RTP Televisão, continuaram a dominar os conceitos “De Confiança”, “Competente”, “Responsável” e “Para todos”,

Destaque para a **confiança na informação transmitida** que foi a característica mais valorizada pelos entrevistados segundo o Estudo mencionado.

Análise Comparativa

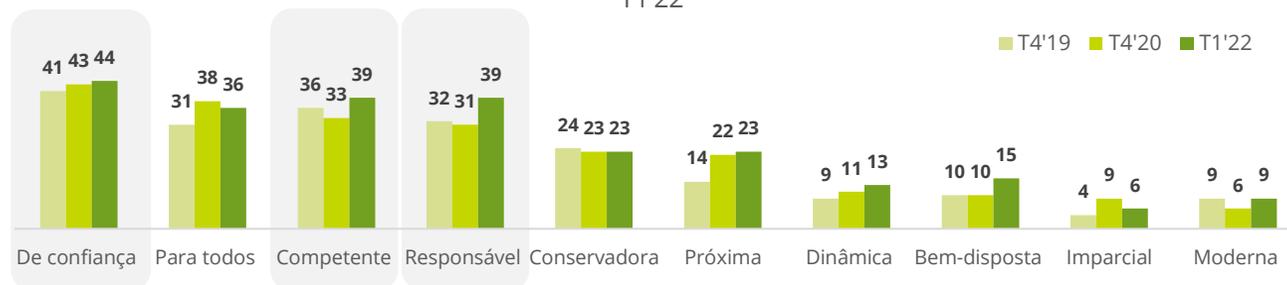
Canal Português com Melhor Informação no Início da Pandemia (#respostas) | 2020



Evolutivo da Satisfação com Conteúdos Específicos da RTP Televisão (% T3B) | T4'19 – T1'22



Evolutivo da Satisfação com Conteúdos Específicos da RTP Televisão | T4'19 – T1'22



Fonte: Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, Ipsos Apeme, 9ª vaga

B 1 . i) Perceção da qualidade da informação RTP pelos públicos

Resultado 2021 (2/2)

Analisando comparativamente os principais serviços de programas televisivos portugueses, RTP, SIC e TVI, há um destaque claro da RTP nas dimensões relacionadas com a **“Confiança”, “Competência”, “Responsabilidade” e “Para Todos”**. Já os serviços de programas concorrentes destacam-se pelo carácter vanguardista das suas emissões, bem disposto e dinâmico. Como pontos de melhoria, e conseqüente menor satisfação por parte do público, destaca-se a falta de modernidade da RTP, bem com a carência de dinamismo e de conteúdos “bem dispostos”. Relativamente à SIC e TVI, há espaço para a melhoria na criação de conteúdos “De Confiança”, e nas áreas da “Competência” e “Responsabilidade”. Finalmente, há uma clara necessidade de aposta na “Imparcialidade” na generalidade dos canais.

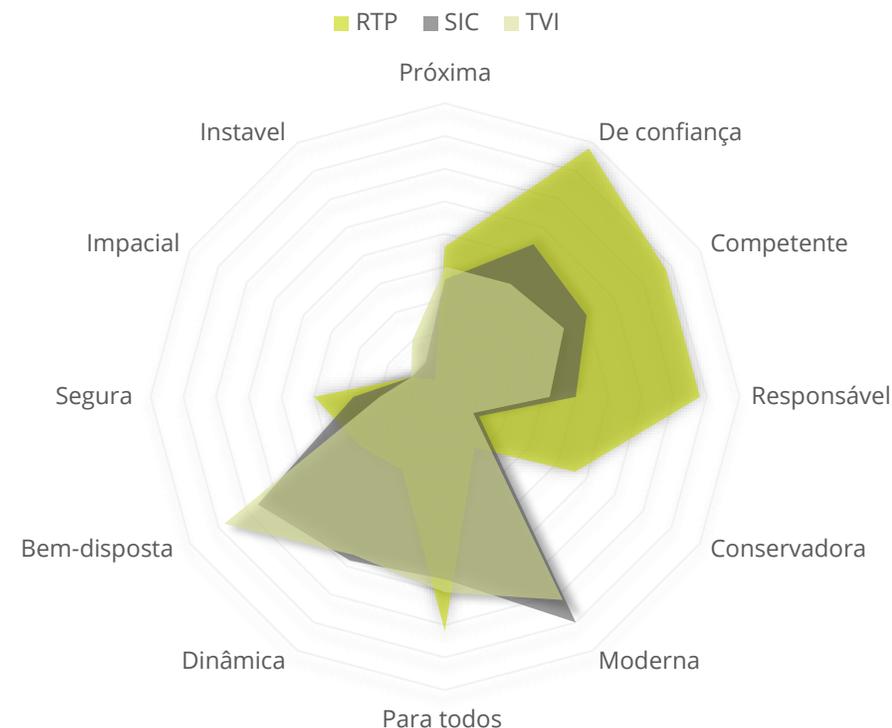
No que respeita a área da rádio, com base no estudo previamente mencionado, a Rádio Comercial e RFM são as rádios que lideram o ranking de preferências dos entrevistados, à frente da Antena 1 que surge no 5º lugar. Além disso, 61% dos ouvintes de rádio afirmam identificarem-se com alguma rádio RTP, sendo **Antena 1 aquela que congrega maiores níveis de afinidade**. Destaque ainda para o facto de, face aos diferentes géneros de conteúdos transmitidos na RDP, as “Notícias” surgirem como o género de conteúdo com níveis mais elevados de satisfação para os ouvintes.

Considerações Relevantes

O estudo de monitorização do cumprimento percetivo da MSP da RTP consiste num processo contínuo de avaliação, pelo que este se traduziu na 9ª vaga desta análise. A recolha de informação foi realizada entre os dias de 10 de Janeiro e 28 de Fevereiro de 2022, com a preocupação de manter a mesma distribuição da amostra dos anos anteriores, concretizando-se, assim, em 1013 entrevistas presenciais.

Análise Comparativa

Avaliação do cumprimento dos valores RTP, SIC e TVI pelos expectadores (#respostas) | 2022



B 2. i) Criação de uma agenda mediática e de discussão pública

Resultado 2021 (1/2)

No ano de 2021, de acordo com a informação levantada, a RTP manteve-se fiel à sua missão de criação e partilha de conteúdos relevantes com o público, com o objetivo de contribuir para a sociedade, tornando os indivíduos mais e devidamente informados, independentes nas suas decisões e opiniões, e contribuindo para a inclusão e coesão social.

Neste sentido, a RTP trabalhou, em continuidade com os anos anteriores, no sentido de disponibilizar uma agenda rica, abrangente e completa, composta por variados programas, para o alcance dos mais diversos públicos por meio de todas as suas plataformas.

Sendo a informação o centro da RTP, é de extrema relevância que a partilha do conteúdo seja feita de forma rigorosa, isenta, imparcial e nunca sensacionalista, garantindo a veracidade e relevância das notícias. Para tal, é crucial a existência de critério na seleção e redação da informação, o que implica colocar em segundo plano a celeridade com que as notícias são partilhadas.

A equipa da RTP trabalhou de forma contínua para combater este défice de rapidez na partilha de informação, tentando compensar o mesmo com a antecipação de determinados eventos sociais e divulgação dos mesmos, e com a **capacidade de gerar uma agenda única**, abrangendo temáticas não abordadas por outros serviços de informação.

Na **Informação**, esta agenda foi composta por programas como o “É ou Não É” na RTP1, ou a cobertura das Eleições Presidenciais e Autárquicas na televisão e rádio, além da informação disponibilizada nos noticiários diários.

A RTP trabalhou também no sentido de dar um contributo distintivo para a **coesão social e cultural**, com programas como o “Portugal em Direto” na Rádio, “7 Maravilhas da Gastronomia Portuguesa” na RTP1 e conteúdos sobre as Regiões Autónomas e os seus

Costumes, como a “Festa da Flor 2021” na Madeira ou o acompanhamento do “Açores Rally”, na maior cobertura de sempre realizada pela RTP Açores.

Esta tipologia de programação permite ao serviço público de rádio e televisão importantes marcos adicionais, como é exemplo o **combate à desertificação do interior** de Portugal, não só através da realização de conteúdos sobre as tradições e história de determinados locais do país que são alvo de menos atenção, através de programas como o já mencionado “Portugal em Direto” ou dos programas de *daytime* “Praça da Alegria” e “A Nossa Tarde”, como também pela a garantia de cobertura de sinal nesses mesmos lugares.

Ainda no tema da coesão social, a RTP garante outros objetivos, como a cercania com os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOPS) através do **jornalismo de proximidade**, ou a promoção da **inclusão de minorias** na sociedade através da informação dos cidadãos, como a produção e realização de um documentário integrado num programa anual da EBU, sobre os sonhos e aspirações de crianças pertencentes a minorias.

Ao longo de 2021, foram também vários os momentos de **apoio à arte**, quer fosse por intermédio do apoio aos realizadores independentes com as coproduções realizadas, da transmissão de peças de teatro nos serviços de programas, ou da promoção de artistas nacionais na rádio através de concertos e gravações, como fez por exemplo a Antena 2.

Destacamos também o **Desporto**, género no qual a RTP garante inclusão, através da emissão de varias modalidades, incluído o desporto amador – desde o Futebol, ao Andebol, Basquetebol, Voleibol, Hóquei em Patins, Natação, Motociclismo – de diversos escalões e competições, garantindo uma cobertura abrangente por meio da RTP Desporto.

Em suma, existem evidências que sugerem que a RTP **trabalhou para a continuidade e melhoria da sua agenda mediática e de discussão pública**.

B2.ii) Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade

Resultado 2021 (1/2)

O ano de 2021 foi um ano marcado por inúmeros acontecimentos relevantes em diversas áreas da sociedade, nomeadamente, na política, saúde e desporto, sendo que a RTP mobilizou os recursos para tentar promover uma cobertura exemplar nos mais diversos temas.

Na área da **Política**, destacou-se a cobertura das Eleições Presidenciais e Autárquicas nos vários serviços de programas e num formato multiplataforma. Analisando as **Eleições Presidenciais**, foram realizadas várias sondagens de opinião na RTP1 e RTP3, entrevistas com todos os candidatos em horário nobre, um frente a frente entre todos os candidatos e ainda um debate conjunto. Também na Rádio este tema teve destaque, não só por meio da cobertura noticiosa, como também por meio da criação da série especial **“A Memória das Presidenciais”**. Nas **Eleições Autárquicas**, a RTP1 realizou diversas reportagens por todo o país e ainda uma série de debates alargados com todos os candidatos aos concelhos capitais de distrito. A RTP1 e RTP3 destacaram-se como os serviços de programas que mais debates fizeram (22) e os únicos que consideraram todas as candidaturas apresentadas. Na Rádio, foi feita uma parceria com a Universidade de Aveiro para a produção de uma emissão especial que destacava aqueles que se previam como os principais desafios para os órgãos de poder nos próximos seguintes.

Destaque ainda para a emissão de conteúdos relacionados com a crise política vivida no país que conduziu à **dissolução da Assembleia da República** e a **Cobertura da Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia (PPUE)**, onde por meio de transmissão em direto, reportagens, entrevistas e debates, a RTP forneceu ao público uma cobertura completa.

No que diz respeito ao **Desporto**, os jogos Olímpicos de Tóquio, o Europeu de Futebol e a qualificação para o mundial de 2022 foram alguns dos temas que mereceram um lugar de destaque na transmissão RTP.

Relativamente ao **Europeu de Futebol**, foram realizadas reportagens nos países em que a seleção portuguesa jogou, programas especiais na grelha da RTP1 e RTP3 (**Noites de Euro** e **“RTP Euro 2020”**) e um espaço dedicado online na RTP Desporto. Houve também cobertura dos **“Jogos Olímpicos de Tóquio” e Paraolímpicos**, com reportagens feitas por enviados especiais, somando 200 horas em direto com o desempenho dos atletas portugueses, e com os melhores momentos das várias modalidades. Também a Rádio deu especial atenção a este tema, não só com a difusão de retratos de todos os atletas e equipas, como também com a criação de programas especiais como o **“Oriente Olímpico”** e **“Oriente Paralímpico”**.

Ainda dentro da temática do desporto, a RTP acompanhou outros campeonatos e torneios como o **Mundial de Andebol**, **Europeus de Judo**, **Volta a Portugal de Bicicleta** e o **Europeu de Hóquei em Patins**.

Em contexto pandémico, o tema da **Saúde** esteve naturalmente no epicentro das transmissões da RTP. Ao longo de 2021, foram feitas transmissões de informação relevante sobre a **Pandemia** como a onda de contágio, medidas de contenção e os avanços na ciência e vacinação. Foram também realizadas reportagens e entrevistas sobre os efeitos da pandemia na saúde mental dos portugueses na Antena 1 e foi ainda assinalado um ano de pandemia com o programa especial **“Um dia na Pandemia”**. Este tema foi abordado de uma forma transversal em todos os canais, nomeadamente com o programa **“COVID-19: Informação”** na RTP Açores, debates na RTP Internacional e a associação da RTP África a diversas campanhas de prevenção ao vírus.

B2.ii) Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade

Resultado 2021 (2/2)

A RTP assumiu ainda um papel relevante na transmissão dos principais **acontecimentos internacionais** na televisão portuguesa. Entre vários temas foi abordada a erupção do vulcão de La Palma, em Espanha, o lançamento da Missão Space X, da NASA, as eleições legislativas em Cabo Verde e as presidenciais em São Tomé e Príncipe.

Destaque ainda para a RTP3, que completou 20 anos num tempo exigente e peculiar. Este serviço de programas mas assegurou na sua emissão veiculando um conjunto de programas de informação diária, tais como: **“Bom dia Portugal”, “3 às 10”, “3 às 11”, “Jornal das 12”, “3 às 14”, “3 às 15”, “3 às 16”, “3 às 17”, “Jornal 18/20”, “24 Horas”, “360”, “Telejornal Açores”, “Telejornal Madeira”, “Repórter África”, ou “Zoom África”.**

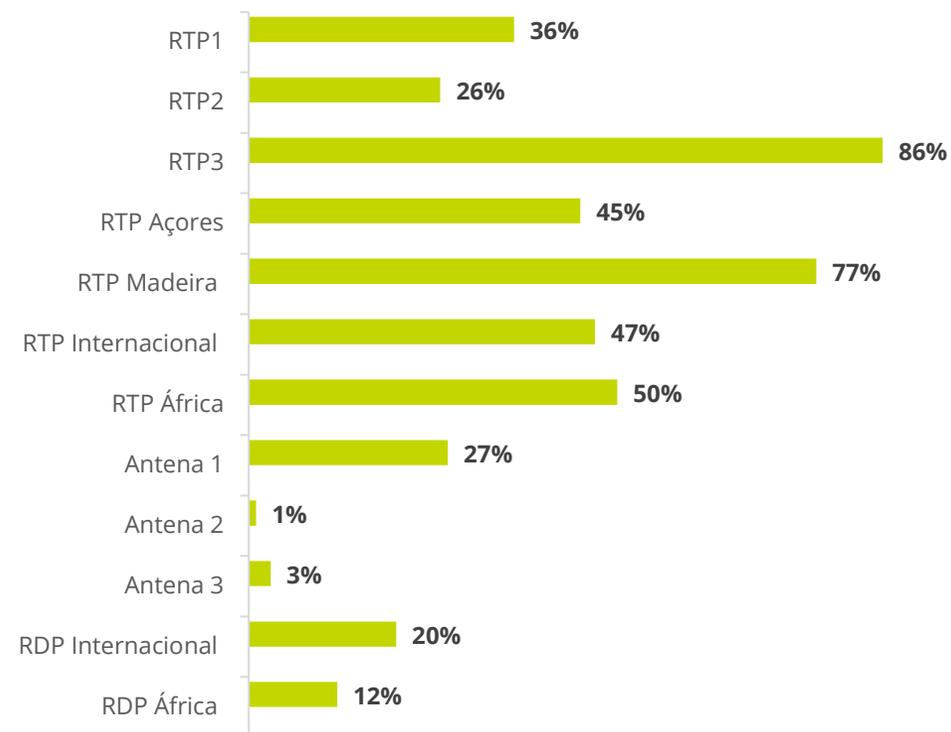
Também o **“Jornal da Tarde”** e **“Telejornal”** continuaram a afirmar-se como espaços de referência, credibilidade e confiança de todos os públicos, e nestes espaços informativos foram entrevistados grandes protagonistas da vida nacional.

Em suma, **a informação ocupou 46,24% do tempo de emissão da RTP.** Principal destaque para a RTP3 em que esta temática ocupou 86% do tempo de emissão, seguida da RTP Madeira com uma ponderação de 77%.

Por fim, a RTP realizou esforços no sentido de estimular o conteúdo informativo em formatos de tipologia distinta dos noticiários, com a criação de diferentes programas, como por exemplo **“É ou Não É”,** na Informação; **“Radar XS”** para o público infantil; **“Caminhos”** no tema da religião; **“Sociedade Civil”,** em jeito de debate; ou **“Palavra dos Diretores”,** para a comunidade residente no estrangeiro.

Análise Comparativa

Distribuição do tempo de Emissão dos serviços de programas no contexto informativo e noticioso (%) | 2021



B3.i) Custo por hora transmitida em programas de informação (informação diária e informação não diária)

Resultado 2021

No que respeita ao custo de hora transmitida em programas de informação referente ao ano de 2021, destaca-se o **aumento no custo por hora da produção de programas de informação não diária** (72% nos programas de 1ª passagem, 54% nos programas de exibição em todos os canais e 70% nos programas de exibição no canal), que se deve maioritariamente a dois canais:

- RTP1 - aumento de 140% nos programas de 1ª passagem, aumento de 119% nos programas de exibição em todos os canais e aumento em 157% nos programas de exibição no canal.
- RTP Internacional - aumento de 446% nos programas de 1ª passagem, aumento de 69% nos programas de exibição em todos os canais e aumento em 220% nos programas de exibição no canal.

No que diz respeito ao **custo por hora da produção de programas de informação diária, este manteve-se constante** face ao ano anterior.

O aumento dos custos associados à produção dos conteúdos televisivos relativos ao ano de 2021, pode advir do contexto pandémico vivido. Este fator foi mencionado como justificação para este aumento, já que constringiu em diferentes vertentes a atividade da RTP.

Apesar da situação excecional vivida durante o ano de 2021, é relevante continuar a acompanhar este indicador, uma vez que a existência de sinergias entre as várias plataformas tenderá a promover a redução do custo por hora de programa.

Análise Comparativa

Custo por hora da Produção/aquisição de programas de informação diária no total dos serviços de programas de televisão (€) | 2020 - 2021



Custo por hora da Produção/aquisição de programas de informação não-diária no total dos serviços de programas de televisão (€) | 2020 - 2021



B3.ii) Custo/hora por ponto de audiência – Antenas 1, 2 e 3

Resultado 2021

Em 2021, o custo/hora por ponto de audiência rádio atingiu o valor de **1.345€**. A Antena 2 revelou-se o serviço de programas que assumiu o valor mais elevado, representando cerca de 51% do valor total e representando um aumento de cerca de 49% face ao ano anterior.

Numa perspetiva global, este custo **aumentou em aproximadamente 20% face a 2020** e 12% face a 2019.

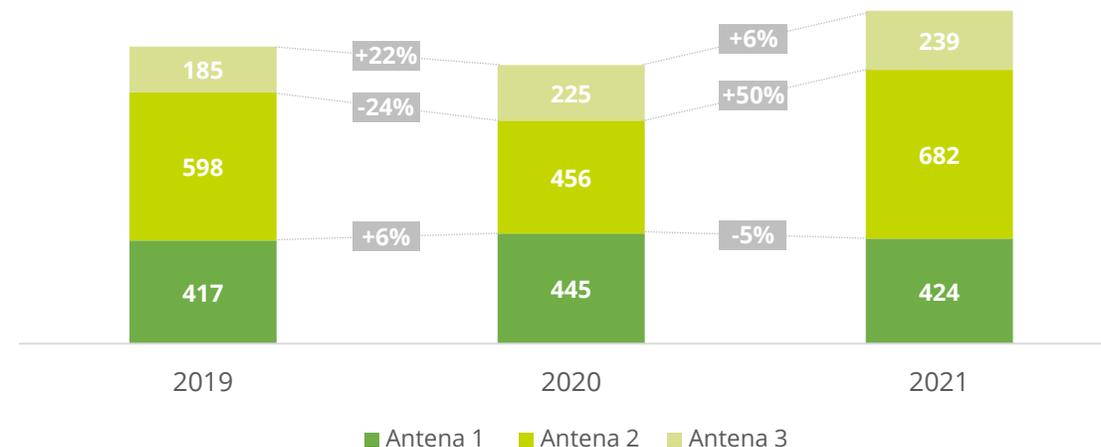
O aumento poderá ser parcialmente justificado com despesas com a componente visual dos estúdios de rádio que foram transformados em 2021, de forma a permitir a reutilização de conteúdos no canal digital, sob a forma de vídeo.

Adicionalmente, o decréscimo de audiências da rádio (ver indicador B4.i. Audiência por classe de espectador nos serviços de programas RTP1, RTP3 e Antena 1) também terá contribuído para o aumento do custo unitário.

É relevante continuar a acompanhar este indicador, uma vez que a existência de sinergias entre as várias plataformas tenderá a fazer baixar o custo por hora por ponto de audiência na rádio.

Análise Comparativa

Custo/hora por ponto de audiência Rádio (€) | 2019 - 2021



B3.iii) Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital

Resultado 2021 (1/2)

O ano de 2021 foi marcado por várias adversidades provocadas pela pandemia. Após um ano de adaptação à nova realidade, a COVID-19 permaneceu como fator determinante no constrangimento de diversas atividades ao nível da Televisão, Rádio e Digital. Não obstante, a preocupação e esforço para uma articulação das diversas redações da RTP foi algo que foi tido em consideração.

De uma forma geral, o alinhamento entre as várias áreas de atividade encontra-se ainda numa fase embrionária. Contudo, esta mobilização das capacidades físicas, técnicas e humanas é um objetivo traçado até 2023.

Rádio & Multimédia

Ao longo do ano de 2021 foram criadas várias ações no sentido de aproximar os dois meios. Destaca-se a equipa da Informação Rádio que decidiu passar a disponibilizar em Língua Gestual Portuguesa e com legendagem, na plataforma RTP Play e nas redes sociais todas as grandes reportagens da Antena 1. Além disso, a Antena 3 produziu igualmente vários conteúdos para as plataformas digitais, com forte pendor documental como a série “Disco Externo” e “Rebobinar Depois de Ver”. Destaque ainda para a estreia do programa “A primeira vez”, em colaboração com o rapper Sam The Kid, filmado em Lisboa, pensado para ser exibido nas plataformas online da estação.

Nos formatos mais extensos, foi lançado o terceiro episódio da série documental “A Implantação da República”, que foi inteiramente produzida pela equipa multimédia da Antena 3, com o apoio do Centro de Inovação da RTP.

Para além destas ações, a Antena 1 estreou uma nova série, “Visual”, para publicação exclusiva nas plataformas Facebook e Youtube, e no âmbito dos *Podcasts* criados, o programa “Teorias da Conspiração” teve presença exclusiva no Facebook.

Finalmente, foi ainda realizada em direto nas redes sociais e no RTP Play o Debate de Rádio para as Presidenciais 2021.

Televisão & Rádio

Ainda que tenham ocorrido várias parcerias entre estes dois serviços de programas, este é um processo em construção que deverá continuar a ser trabalhado no futuro. Relativamente às temáticas transmitidas de temas comuns destacam-se:

- “Honras de Panteão Nacional a Aristides de Sousa” realizados pela Antena 1 e RTP1;
- “Festival RTP da Canção 2022” que, além de ser transmitido pela RTP1, teve também destaque na Antena 1 através do conhecimento na rádio de autores e compositores (equipa Antena 1 Online fez uma parceria com a equipa Multimédia RTP para conteúdos de Televisão, recorrendo a 3 emissões de acompanhamento em direto do Festival da Canção);
- O falecimento de Jorge Sampaio, com uma emissão complexa, com recurso a conteúdos da RTP Arquivo e vários programas em memória do ex-Presidente de Portugal;
- A cobertura das Eleições Autárquicas e principais acontecimentos a nível internacional, como as eleições alemãs e as eleições presidenciais de São Tomé e Príncipe;
- A cobertura sinérgica ao nível de conteúdos desportivos, como o europeu de futebol, Jogos Olímpicos de Tóquio, entre outros campeonatos europeus e mundiais de várias modalidades.

B3.iii) Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital

Resultado 2021 (2/2)

Entre os diversos programas fruto da sinergia entre Televisão e Rádio destacam-se:

- “Visita guiada” – programa que percorre o país com o objetivo de mostrar os aspetos mais interessantes e vivos do nosso património. Este programa foi lançado na RTP2 para suportar um dos principais pilares do serviço de programas (a divulgação da cultura portuguesa) e na Antena 1 de forma a complementar o conteúdo dedicado à criação artística nacional e do conhecimento do património histórico e cultural português. As duas edições do programa são diferentes, mas obviamente com sinergias visíveis.
- “Eléctrico” – programa onde foram exibidas 42 bandas nacionais (e respetivas equipas técnicas), dando apoio aos grupos musicais num período pandémico, tão crítico para todos aqueles que trabalham na área da cultura.
- “No Ar” – programa de colaboração entre a RTP2 e a Antena 3 que apresentou 15 novas bandas portuguesas, em sessões “live on tape”, gravadas no estúdio Arda Records no Porto.
- “A Minha Geração” – conversas com protagonistas mais novos e menos conhecidos, fruto da parceria entre RTP2 e Antena 3.

A partilha entre áreas não ocorre apenas a nível de conteúdo, mas também ao nível de Recursos Humanos. Como exemplo, salientamos Tomás Anahory, que faz o programa “Olhar a Lua” transmitido na Antena 2, e simultaneamente assume responsabilidades na área do som na RTP2, e ainda, Sílvia Alves que trabalha na RTP2, mas participa paralelamente na rubrica “Há 100 anos” da Antena 2.

Televisão & Multimédia

Relativamente à Televisão e Multimédia, os mesmos alinharam-se ao nível de disponibilização de conteúdo TV em plataformas online como a RTP Play (“The Voice” e “The Voice Kids”, “Got Talent”, “Joker”, “Preço Certo”).

Apesar de ter sido desenvolvido trabalho relevante no sentido de aproximar os diversos serviços de programas de televisão, rádio e multimédia, ainda há um caminho a percorrer no sentido de consolidar e robustecer estas sinergias, tornando-se este desafio importante para o futuro da RTP. Neste sentido, a RTP deve promover um maior dinamismo e agilidade entre as várias dimensões informativas da empresa, no sentido de potenciar a metodologia de partilha de conteúdo complementar, recursos humanos e espaços, contribuindo, assim, para uma gestão mais próxima e eficiente.

B3.iv) Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas televisivos

Resultado 2021

A RTP atingiu um volume total de intercâmbios de **27.158 horas**, crescendo assim **6%** face a 2020.

No que toca aos conteúdos fornecidos, a RTP1 permanece como líder de partilha de programação, tendo alcançado uma cobertura de 49,8% dos programas fornecidos em 2021, maioritariamente para a RTP Internacional. Esta, por sua vez, ainda que não tenha visto um aumento significativo ao nível de peso relativo no universo Televisivo RTP, aumentou em 41% o volume de fornecidos face ao ano anterior. Tal verificou-se, também, com a RTP3 e RTP Madeira, que aumentaram o número de conteúdos fornecidos em 23% e 27%, respetivamente. A maioria do conteúdo fornecido aos serviços de programas das ilhas (Madeira e Açores) tem como fornecedor a RTP 3 e, no mesmo âmbito, a RTP África recebe conteúdos maioritariamente provenientes da RTP1.

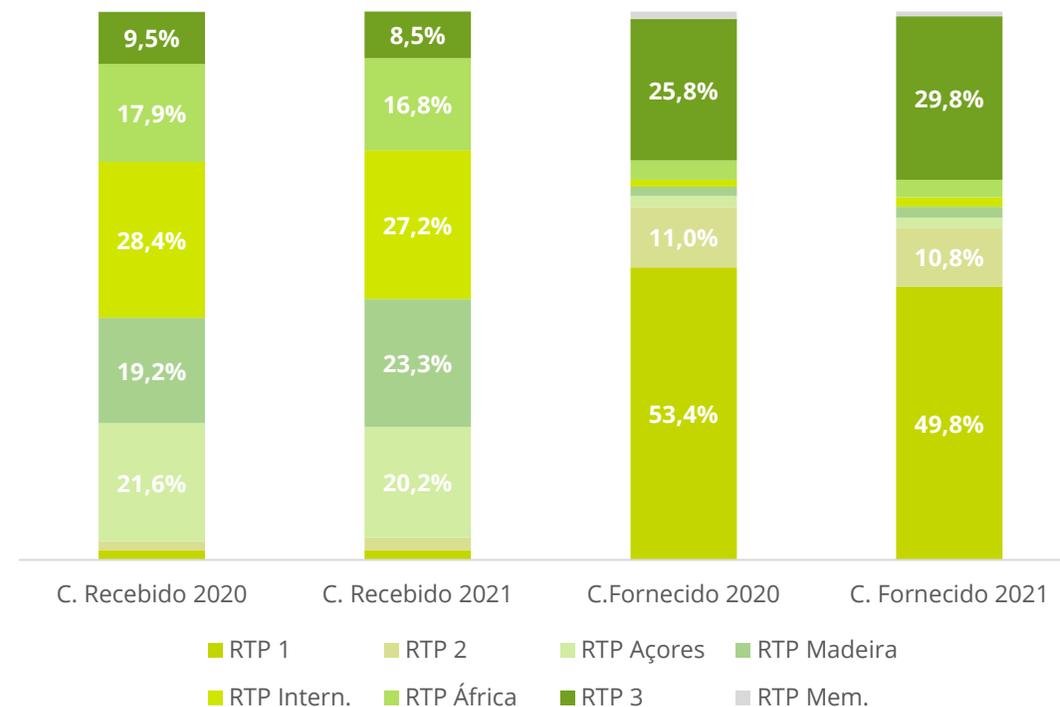
No que diz respeito ao conteúdo recebido, a RTP Internacional, RTP Madeira e RTP Açores são os serviços de programas que registaram um maior número de conteúdos recebidos em 2021. Ainda assim, a RTP2 destaca-se com um crescimento de 55% face ao ano anterior, ao nível de número de horas recebidas de programas dos serviços de programas vizinhos. Destaca-se ainda a RTP Memória, que em nada dependeu de outros serviços de programas para a transmissão de conteúdo.

Por fim, realça-se a sinergia entre a RTP1 e os serviços de programas RTP Internacional e RTP África, uma vez que foram os intercâmbios com mais horas fornecidas.

Assim, ainda que o valor de intercâmbios entre serviços de programas televisivos tenha aumentado comparativamente ao ano homólogo, é necessário continuar a trabalhar no sentido da partilha de conteúdo com os serviços de programas internacionais – RTP Internacional e RTP África – com vista ao fomentar de uma maior proximidade dos residentes em países estrangeiros à RTP e a Portugal.

Análise Comparativa

Conteúdo recebido e fornecido no âmbito de intercâmbio TV (Horas) | 2020 - 2021



B3.v) Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas de rádio

Resultado 2021

Ao longo de 2021, dada a relevância de diversos eventos ocorridos, verificou-se a complementaridade de alguns temas abordados entre serviços de programas Rádio. No entanto, a criação de intercâmbios entre serviços de programas de rádio revelou-se um tema complexo, já que, tal como mencionado nas entrevistas realizadas, as diferentes estações de rádio têm como foco o desenvolvimento de programas exclusivos para cada canal, ao invés de programas semelhantes ou complementares.

Ao nível de programas sinérgicos, destacam-se o **“Portugalex”** e **“Repórteres em construção”** com transmissão na Antena 1 e Antena 3.

Adicionalmente, as diversas rádios marcam presença em eventos como festivais, os quais são cobertos de forma estratégica pelas diferentes direções. Como exemplo, destacam-se os festivais **“WOMEX”**, **“Bons Sons”** e o **“FMM Sines”**, os quais são retratados com transmissões em direto e entrevistas na Antena 1 e 3. Ainda assim, é realizado um alinhamento prévio de forma a que não seja transmitido o mesmo concerto ou sejam entrevistados artistas repetidos.

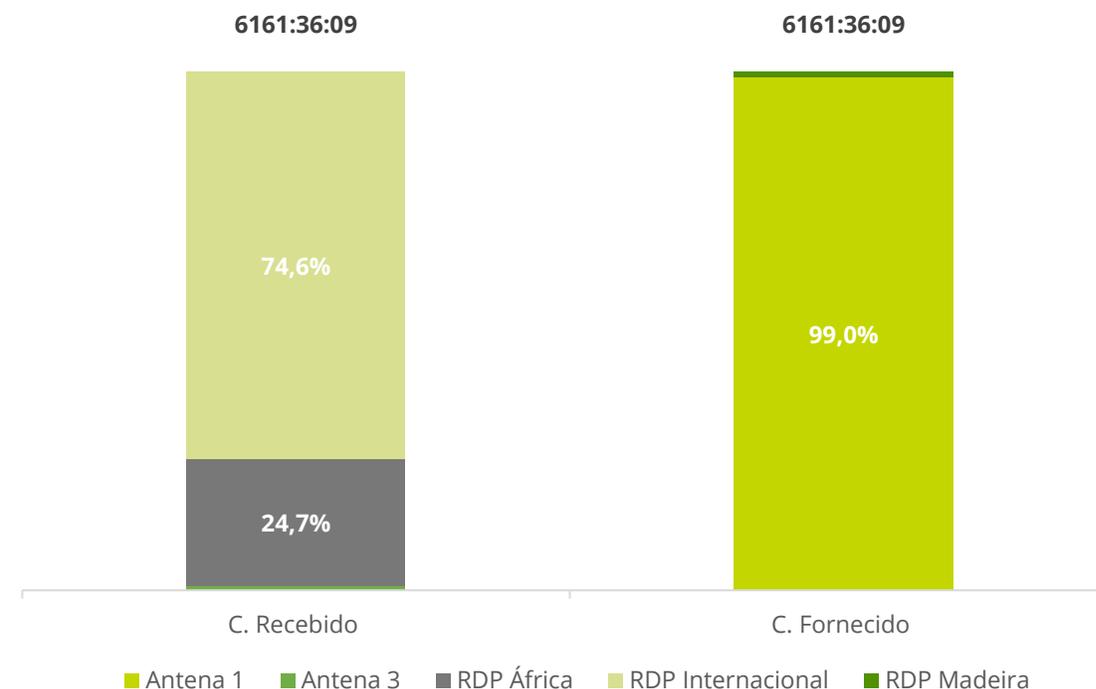
Destaque ainda para a elevada partilha de *know-how* e, ainda, de recursos humanos, como o é o caso do António Costa Santos que concilia a criação de conteúdo na Antena 2 e Antena 3.

Finalmente, há uma elevada partilha principal de conteúdos com a RDP Internacional e RDP África onde já não há canibalização entre os serviços de programas, pelo público alvo ser completamente distinto.

Em suma, foram registadas cerca de **6.161 horas** de transmissão de conteúdo fruto de intercâmbio entre os vários canais. Desta forma, é relevante que se acompanhe este indicador para que se criem as condições necessárias a um ambiente ágil e sinérgico entre as várias direções. Este estreitar das relações Intra serviço de programas deverá ser um catalisador para a consequente potencialização das ações Inter serviço de programas.

Análise Comparativa

Conteúdo recebido e fornecido no âmbito de intercâmbio Rádio (Horas) | 2021



B3.vi) Criação de sinergias entre televisão e rádio

Resultado 2021

Em 2021, no que diz respeito ao reaproveitamento de conteúdos entre rádio e televisão e às sinergias criadas entre os dois meios, registaram-se esforços de cooperação.

Exemplos desta cooperação foram as experiências duradouras com correspondentes nacionais e internacionais que colaboraram simultaneamente com a área de informação da Rádio e com a área de informação da Televisão.

Destaca-se também o programa direcionado ao público jovem, “A Minha Geração”, gravado num estúdio de rádio e emitido na RTP3 e na Antena 3. De igual modo, foram idealizados e produzidos programas inicialmente pensados para televisão, mas que eventualmente preencheram a agenda de rádio, como “Europa Minha” e “De Lisboa a Estocolmo”.

No entanto, de acordo com a informação levantada juntos dos vários intervenientes da RTP, existem ainda várias oportunidades de melhoria neste campo, dada a complexidade que advém da necessidade de adaptação dos formatos de Rádio para Televisão e vice-versa. Adicionalmente, a estrutura atual da organização que segrega as responsabilidades entre a edição de conteúdos de Rádio e de Televisão dificulta a existência de sinergias entre estes dois meios de comunicação.

B 4. i) Audiência no serviço de programas RTP3

Resultado 2021

Analisando os serviços de programas de informação, foi verificada uma quebra generalizada das *shares* dos serviços de programas informativos em 0,3 p.p..

Em linha com esta quebra generalizada da *shares* nos canais informativos, a RTP3 registou **1,4%sh, menos 0,2 p.p. que no ano anterior**, mas ainda assim manteve-se à frente da TVI24, agora CNN Portugal, (1,2%sh, com quebra de 0,3 p.p.), numa lista liderada pela CMTV¹ (4,4%sh), seguida da SIC Notícias (2,1%sh, com quebra de 0,2 p.p.). De notar também que no ano de 2021 a RTP3 obteve as suas melhores quotas junto dos targets **Masculino, 45-54 anos, Status A/B e C**. Adicionalmente, a RTP3 obteve também uma distribuição equilibrada de género, localização e *status* nas suas audiências.

De salientar ainda que, no final do ano de 2021, a entrada da CNN Portugal no mercado nacional, com capital próprio e conteúdo alimentado pela CNN Internacional, trará à RTP um novo concorrente, que poderá representar ameaças redobradas neste indicador.

É razoável afirmar que, apesar da dimensão sensacionalista associada às audiências, este indicador também pode ser um espelho de que a programação corrente corresponde às expectativas de diferentes públicos e observa os seus interesses.

Tendo em conta os resultados de 2021 que se traduziram numa perda de audiências nos principais serviços de programas de informação, mesmo num ano atípico em que se verificou um maior visionamento de televisão, considera-se fundamental continuar a apostar não só na qualidade da informação que a RTP recorrentemente demonstra ter e difundir, mas também na promoção da mesma, acompanhada de uma programação variada que capte novos públicos e mantenha os habituais.

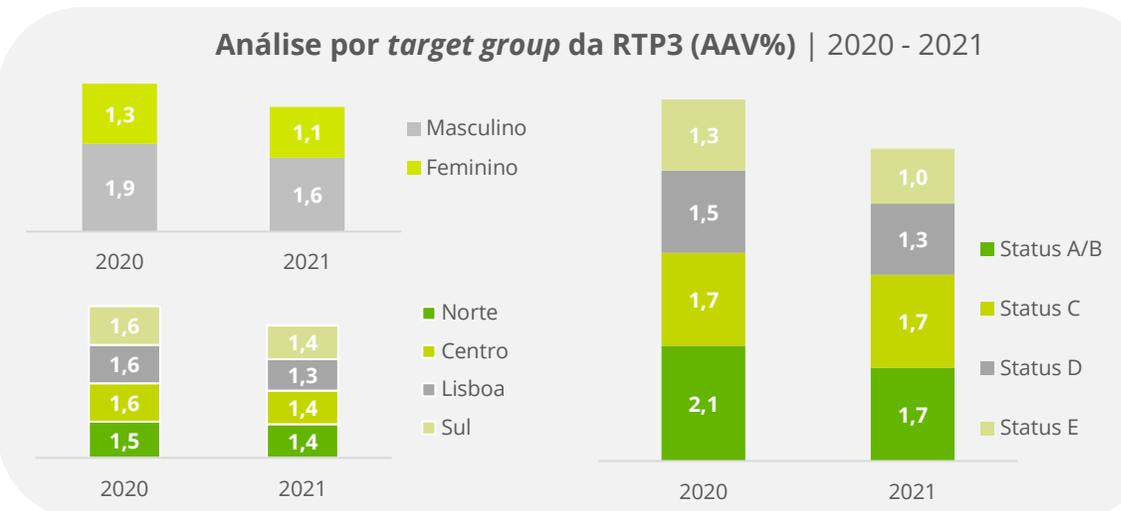
¹A CMTV é um serviço de programas generalista. Embora não sendo um serviço de programas temático informativo é efetuada de forma generalizada a análise comparativa de audiências deste serviço de programas com os serviços de programas informativos RTP3, SIC Notícias e TVI24.

Análise Comparativa

Evolução de *Share* em Serviços de Programas Informativos (%sh) | 2020 - 2021



Análise por *target group* da RTP3 (AAV%) | 2020 - 2021



Fonte: Relatório de Audiências, 2021

B4.ii) Número de horas nas quais foram transmitidos programas de informação diária e não diária em "primeira passagem"

Resultado 2021

Em 2021 foram emitidas no total **9.978 horas de informação diária em primeira passagem, um decréscimo de 1,26%** face ao ano anterior, no qual foram emitidas 10.105 horas.

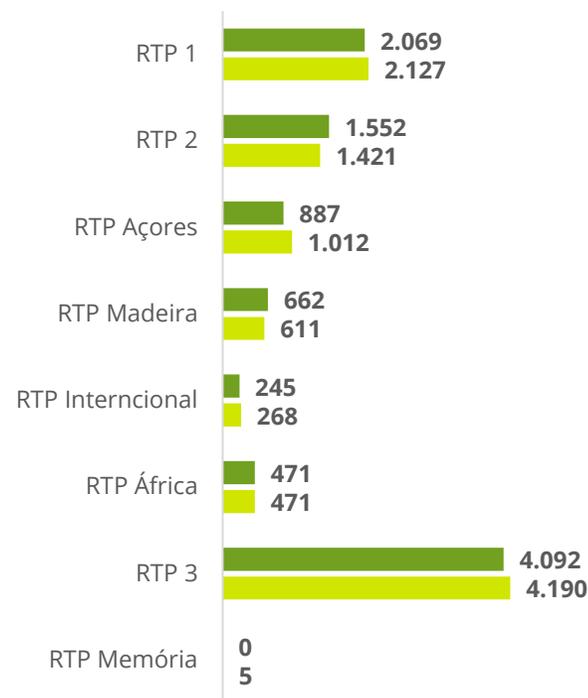
No que diz respeito à transmissão de **informação não diária em primeira passagem**, foram emitidas **2.470 horas** no total, representando um **aumento de 15,47%** comparativamente a 2020, no qual se registaram 2.139 horas. Esta percentagem é em parte reflexo do extenso incremento de horas neste indicador nos serviços de programas RTP3 e RTP Madeira.

No total, a RTP transmitiu cerca de 12.448 horas de informação (diária e não diária) em primeira passagem, um valor ligeiramente superior (2%) ao verificado no ano anterior (12.224), o que traduz uma **lógica de continuidade na criação e difusão de conteúdo informativo**.

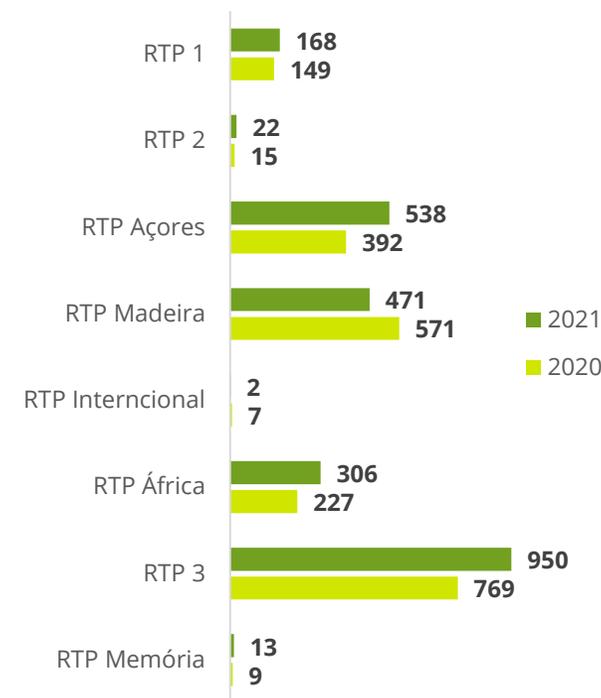
De notar que a **RTP3** continua a ser o serviço de programas onde é transmitido um **maior número de horas de informação em primeira passagem**, quer diária quer não diária.

Análise Comparativa

Transmissão de programas de informação diária em primeira passagem (Horas) | 2020 - 2021



Transmissão de programas de informação não diária em primeira passagem (Horas) | 2020 - 2021



B4.iii) Programas desenvolvidos na base de formatos inovadores (na área do vídeo e/ou podcasts)

Resultado 2021

Com os meios de comunicação em constante evolução, o consumo de informação encontra-se altamente fragmentado pelos diferentes tipos de média, desde a televisão, as plataformas online, rádio, redes sociais, imprensa, Youtube (ou outras plataformas vídeo), podcasts, entre outros. Como tal, a grande oferta de plataformas e conteúdos vem acompanhada de uma crescente exigência do público, onde as diversas formas de inovação desempenham um papel significativo na experiência dos espectadores/ utilizadores.

Dito isto, com o propósito de continuar o desenvolvimento do seu carácter moderno, a RTP tem feito um esforço no sentido de criar conteúdos em formatos diferentes do habitual. Existe inclusive uma área específica dedicada à inovação que habitualmente trabalha em conjunto com a RTP Memória, no sentido de modernizar um serviço de programas que por natureza tem um carácter mais tradicional e ligado aos arquivos, tendo a partir deste trabalho conjunto surgido por exemplo o projeto “#EstudoEmCasa”.

Na Antena 1, na procura de uma **diferenciação mais formal**, no âmbito das eleições Autárquicas, para além do acompanhamento das agendas dos principais líderes partidários, produziu-se um programa especial “**Praça do Município**” onde, em adição aos 2 grandes debates realizados sobre as eleições em Lisboa e no Porto, foram retratados 9 concelhos do continente em formato documental e de reportagem sobre as propostas das forças políticas concorrentes para problemas concretos de cada um deles. Este programa foi distinguido com **Menção Honrosa e Prémio de Jornalismo e Poder Local**.

Adicionalmente, também por iniciativa da Antena 1, foi lançado em 2021 um programa semanal com transmissão rádio e *podcast* “**A Escala do Clima**” que se propõe a olhar para a questão da emergência climática sobre diversas vertentes e, devido à sua regularidade, abrir uma janela de discussão constante sobre um dos temas mais relevantes da atualidade.

Considerando os projetos que estão a ser desenvolvidos a nível europeu por outros media de prestação de serviços públicos, como a inclusão de Inteligência Artificial na ajuda de transmissões ao vivo ou produções *cloud-based* (exemplos apresentados em relatórios da EBU), a RTP tem ainda oportunidades de melhoria.

Adicionalmente, foram realizados investimentos com vista à evolução do nível do grafismo em programas de televisão e rádio, bem como outros projetos pontuais.

B 5. i) Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista à partilha de informação credível e confiável

Resultado 2021

Durante o ano de 2021, à semelhança de outros anos, foram várias as parcerias desenvolvidas com vista ao combate à desinformação.

No âmbito da educação durante o período COVID-19, o **#EstudoEmCasa**, uma parceria entre a **RTP** e o **Ministério da Educação**, continuou a levar a todo o país, de segunda a sexta-feira, o apoio ao ensino destinado a jovens do 1º ao 12º ano de escolaridade. Numa iniciativa semelhante, a **RTP Açores** também se aliou ao **Governo dos Açores** transmitindo diariamente, até ao término do ano letivo, o programa **“Aprender em Casa”**.

A educação para os média também tem sido uma preocupação permanente nas parcerias com entidades externas, tendo a realçar o programa regular de grelha **“Ouvido Crítico, o outro lado dos média”**, com o apoio do **MIL, do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho**.

Em ano de Presidenciais e Autárquicas houve também várias iniciativas para informar com rigor e equilíbrio o público português. Os 7 candidatos às eleições Presidenciais foram convidados para o **“Debate da Rádio”**, realizado mais uma vez em conjunto com a **Renascença** e a **TSF**. Relativamente às Autárquicas, a equipa de **Informação Rádio** juntou-se à **Universidade de Aveiro** para a produção de especiais, onde se abordaram temas como a coesão territorial, a sustentabilidade, políticas urbanas ou a desertificação de territórios rurais, que mais tarde deram origem ao programa **“Portugal em Direto”**.

Relativamente à ciência, a **RTP3**, também em parceria com a **Universidade de Aveiro**, elaborou o programa **“UAU – Ciência Sem Limites”**, com o objetivo de divulgar informação científica numa linguagem acessível.

Na área da literatura, a **Antena 3** estabeleceu parceria com o jornal **Público**, para a edição quinzenal do podcast **“Grandes Leitores”**, em que a jornalista Isabel Lucas conversa com pessoas que têm uma relação intensa e profunda com a leitura.

Para além de todos os projetos referidos na área das parcerias, a RTP manteve ainda o apoio fundamental a outras instituições em áreas desde o cinema à música, moda, desporto, dança e tecnologia, bem como a divulgação de museus e exposições em vários locais do país, iniciativa de importância acrescida em ano de pandemia.

Outras Parcerias Estabelecidas



B 6 . i) Análise dos valores da RTP na perspetiva do público

Resultado 2021

A RTP tem na sua missão ser uma referência do audiovisual português, distinguindo-se pela qualidade, criação de valor através de uma oferta diversificada e capacidade de abrangência de um vasto e heterogéneo público, contribuindo desta forma para o desenvolvimento social, cultural e económico do país. É então relevante que a RTP entenda a perceção dos seus espectadores/ouvintes, de forma a poder fortalecer o vínculo com os mesmos e a ajustar as suas ações de forma a conseguir concretizar o objetivo que é transmitir os valores acima referidos.

Para tal, a RTP tem feito ao longo dos anos uma análise dos principais valores associados à marca pelo seu público. Numa amostragem de 1042 pessoas, a RTP é percetivamente associada a uma marca de **confiança, para todos, competente e responsável**, sendo estes dois últimos os que sofreram variações de maior significância desde o ano anterior.

Visto que o estudo “Trust in Media” feito em 2022 pela EBU acerca da confiança nos media revela que apenas 40% da população portuguesa apresenta um nível de alta confiança, ser este o valor mais associado à RTP faz com que a marca se destaque neste âmbito.

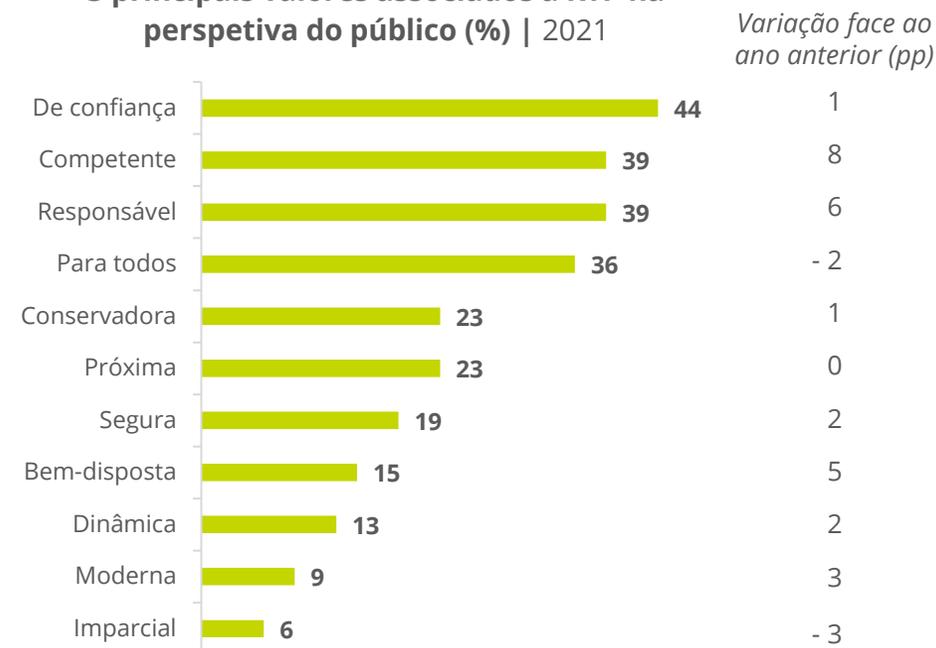
Análise Comparativa (I/II)

Índice de confiança da população portuguesa nos media (% de população) | 2022



Análise Comparativa (II/II)

3 principais valores associados à RTP na perspetiva do público (%) | 2021



B6.ii) Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP

Resultado 2021 (1/2)

Em 2021, a RTP foi, à semelhança dos anos anteriores, reconhecida diversas vezes pela qualidade e independência da informação que difunde, selecionada e tratada com rigor e critério, permitindo alcançar um grau superior de confiança por parte dos portugueses.

Para além das premiações direcionadas à empresa como um todo, também inúmeros conteúdos em diversos formatos foram galardoados com prémios por várias entidades que reconheceram nos formatos partilhados pela RTP não só a qualidade da informação, como também a importância da partilha da mesma junto dos cidadãos.

Assim, em 2021 foi mais uma vez reconhecido o esforço da RTP para alcançar o seu objetivo de tornar os cidadãos mais conscientes e independentes nas suas decisões, incrementando a sua aptidão de intervenção nas várias dimensões da vida da sociedade – política, económica, social e cultural.

De destacar o prémio atribuído pelo Digital News Report, do Reuters Institute da Universidade de Oxford, que considera a RTP a “Marca de Informação mais confiável em Portugal”.

Destaca-se também o prémio “Marca de Excelência em Portugal”, numa iniciativa promovida pela Superbrands, que realça a perceção que os portugueses têm da marca.

No total, a RTP recebeu – no âmbito da qualidade da informação – três prémios direcionados à marca, três a programas, três a reportagens, um para uma série e um para um telejornal, num total de 12 prémios.

Prémios Atribuídos à RTP

- **Prémio “Marca de Informação mais confiável em Portugal”**, pelo Digital News Report, do Reuters Institute da Universidade de Oxford
- **15º Prémio Marca de Confiança**, pela revista Seleções da Reader’s Digest
- **9º Prémio Marca de Excelência em Portugal**, numa iniciativa promovida pela Superbrands

Prémios Atribuídos a Programas da RTP

- **Prémio Melhor Programa de Informação Cultural**, no âmbito dos Troféus Impala atribuído ao programa “Portugueses Pelo Mundo”
- **Prémio de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”**, atribuído na categoria de Rádio, às reportagens “Brincar é uma Coisa Muito Séria” e “Escola sem Abraços”, atribuído pelo Fórum sobre Direitos das Crianças e dos Jovens
- **1º Prémio de Jornalismo e Poder Local**, pela Associação Nacional de Municípios Portugueses à reportagem “Até Já Madeira”
- **Prémio de “Trabalho Jornalístico”**, pela Associação Portuguesa de Museologia aos programas “Minuto 600” e “Casa do Tempo”
- **Prémio de Jornalismo Desportivo**, pelo Comité Paralímpico de Portugal à série “Oriente Paralímpico”
- **Prémio Melhor Programa de Informação** atribuído pela SPA ao “Jornal 2”

B6.ii) Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP

Resultado 2021 (2/2)

Adicionalmente, sete programas da RTP foram nomeados para três categorias dos Prémios Impala, provando a qualidade dos conteúdos informativos da RTP.

Por fim, 3 diferentes reportagens foram reconhecidas com Menções Honrosas no âmbito do jornalismo, no âmbito de temas de alta importância para a sociedade e inclusão de minorias, nomeadamente a pobreza em termos críticos de pandemia, o reconhecimento dos sobreviventes da luta contra o cancro, e os direitos humanos e integração de cidadãos com doenças mentais na sociedade.

Nomeações para Prémios

- Nomeação dos programas “Depois do Crime”, “Entre as Duas Pandemias” e “Os Dias de Quarentena” para os Prémios Impala, na categoria de **Melhor Reportagem/Documentário**
- Nomeação dos programas “Alta Fidelidade”, “Portugueses pelo Mundo” e “Primeira Pessoa” para os Prémios Impala, na categoria de **Melhor Programa de Informação Cultural**
- Nomeação do programa “Linha da Frente” para os Prémios Impala na categoria de **Melhor Programa de Informação**

Menções Honrosas

- **Menção Honrosa de Jornalismo e Poder Local**, pela Associação Nacional de Municípios Portugueses à reportagem “Pobreza, Periferia e Pandemia”
- **Menção Honrosa do Prémio de Jornalismo**, pela Fundação Gruenthal à reportagem “No Katchi – Vencer o Cancro no Tempo da Pandemia”
- **Menção Honrosa do Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração**, atribuída à reportagem “Manicómio”, de Sandra Salvado

B6.iii) Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP

Resultado 2021

Não só de forma interna, mas também externamente, o reconhecimento dos colaboradores é uma forte ferramenta para alavancar a produtividade, o desempenho, a motivação e, conseqüentemente, a felicidade no trabalho.

Para além das homenagens prestadas pela RTP aos seus trabalhadores, à semelhança dos anos anteriores, vários colaboradores da RTP foram distinguidos com prémios atribuídos por entidades externas, atestando a relevância do trabalho desenvolvido.

Destacando os prémios atribuídos especificamente pela qualidade da informação, foram reconhecidos 7 colaboradores, em 8 diferentes ocasiões.

Foram atribuídas premiações nas mais diversas áreas da informação – desde desporto, com o prémio de jornalismo desportivo distinguindo Horácio Antunes, ao internacional, com Daniela Santiago a receber o Prémio de Melhor Correspondente Estrangeira em Espanha. Na área dos direitos humanos, a Celina Faria foi atribuído o 1º lugar no Prémio de Jornalismo de Direitos Humanos e Integração.

Também na Rádio houve reconhecimento externo, com Carolina Ferreira e Miguel Soares a serem premiados com o Prémio Gazeta de Rádio pela reportagem “Goodbye Europa”, no âmbito do Brexit.

Destaque ainda para João Pedro Mendonça, merecedor de 3 diferentes prémios na área do jornalismo de desporto, e para Júlio Isidro, destacado pelo seu percurso ímpar na Rádio e Televisão Portuguesa.

Análise Comparativa

- **Prémio de Melhor Correspondente Estrangeira em Espanha** atribuído pelo Clube Internacional de Imprensa a Daniela Santiago
- João Pedro Mendonça distinguido com 3 prémios:
 - **Prémio Gazeta de Televisão**, pelo Clube dos Jornalistas, no âmbito da sua reportagem “Confinado na Aldeia”
 - **Prémio Alves dos Santos-Televisão**, pela Associação de Jornalistas de Desporto (CNID)
 - **Prémio Nacional Bento Pessoa**, atribuído pelo Ginásio Clube Figueirense, em reconhecimento do seu percurso na área do desporto enquanto jornalista
- Horácio Antunes distinguido com o **prémio de jornalismo desportivo**, pelo Comité Paralímpico de Portugal
- **1º prémio do Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração (16ª edição)** atribuído a Celina Faria
- Carolina Ferreira e Miguel Soares distinguidos com o **Prémio Gazeta de Rádio**, pelo Clube de Jornalistas, em reconhecimento da Reportagem “Goodbye Europa”
- Júlio Isidro reconhecido com o **Prémio Especial de Personalidade**, numa iniciativa promovida pela Superbrands, pelo seu percurso na Televisão Portuguesa, enquanto apresentador, autor e produtor

B6.iv) Participações em estudos externos para a avaliação da qualidade dos conteúdos

Resultado 2021

No ano de 2021 foram realizados estudos por entidades externas de modo a monitorizar e confirmar o cumprimento, por parte da RTP, com as obrigações qualitativas e quantitativas a que está sujeita, em particular as obrigações mínimas e institucionais de serviço público listadas CCSPT.

Para além da avaliação do cumprimento das obrigações de Serviço Público de Média, de cariz não financeiro, através da análise de dados estatísticos referentes à programação dos diferentes serviços de programas, existiram também colaborações no sentido de realizar estudos que permitissem avaliar a qualidade dos conteúdos distribuídos pela RTP.

No sentido de constatar a opinião de diversos públicos acerca da qualidade e valor social da programação da RTP, e respetivo índice de satisfação, a RTP recorreu à empresa **Ipos/Apeme**, que trabalhou na sequência do estudo contínuo **“Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP”**, decorrendo a oitava vaga de 11 de novembro de 2020 a 17 de fevereiro de 2021.

Ao longo de um período de 3 meses foram realizadas mais de 1.000 entrevistas, maioritariamente presenciais, com vista a levantar conclusões sobre diversos temas referentes ao serviço RTP, nomeadamente (1) índice de cumprimento percetivo da missão de serviço público, (2) índices de satisfação global com a oferta da RTP e (3) posição das marcas RTP nos rankings de preferência de serviços de programa.

Adicionalmente, foram conduzidos os estudos regulares para a avaliação do desempenho da Madeira e dos Açores, **“Estudo de Monitorização das “marcas” de televisão e rádio”**, que tiveram como base 3 diferentes dimensões e métricas de avaliação, com fim a aferir a perceção dos residentes das Regiões Autónomas do que respeita à qualidade do serviço RTP.

Para este estudo, foi considerada informação providenciada por uma amostra de 400

cidadãos de cada uma das ilhas, que somaram um total de 806 entrevistas até julho de 2021.

De considerar também o **estudo complementar de monitorização do cumprimento percetivo da missão de serviço público na ótica dos emigrantes**; uma análise realizada em vagas de 3 anos e que tem em conta médias móveis trienais, sendo o ano de 2021 considerado no bloco de 2019-2021.

À semelhança dos documentos anteriores, o objetivo desta análise é o de aferir junto dos portugueses que residem no estrangeiro a perceção de qualidade do serviço de rádio e televisão público português, através da monitorização de 7 blocos de informação, por sua vez recolhida também por meio de entrevistas.

Em suma, para além da participação em estudos externos de avaliação da qualidade dos conteúdos mencionados, não existiram intervenções da RTP noutras iniciativas que não aquelas que já vinham de anos anteriores.

Pilar 2. Mais qualidade e Inovação nos conteúdos

01

Rigor, pluralismo e modernidade na informação

02

Mais **qualidade** e **inovação** nos conteúdos

03

Estar mais perto e ser mais relevante para **todos os públicos**

04

Investir em **tecnologia digital** multiplataforma

05

Organização em sintonia com a **atualidade**

AÇÕES ESTRATÉGICAS (I/III)

PILAR II – Mais Qualidade e Inovação nos Conteúdos

1	Criar uma estrutura, desenvolver uma estratégia e implementar um plano de produção nacional e de aquisição de conteúdos para os jovens, multiplataforma, nomeadamente recorrendo a parcerias.
2	Reforçar o investimento nas plataformas já comprovadas: RTP Arena, RTP Lab, RTP Ensina e Zig Zag.
3	Reforçar as competências da área de inovação para maior consistência e modernidade nos formatos e nas linguagens visuais e sonoras e renovar os programas chave. Criar condições para produzir episódios piloto no desenvolvimento de programas.
4	Reforçar a componente familiar dos conteúdos, aumentando a qualidade e incluindo componentes formativas. Desenvolver e transmitir os grandes eventos de entretenimento, desportivos, políticos e sociais, que aglutinam as pessoas.
5	Aumentar a diversidade de géneros na programação, nomeadamente para que a língua, a literatura, o património, as preocupações ecológicas, do equilíbrio com a natureza, dos direitos dos animais e de sustentabilidade, sejam regularmente protagonistas em programas dedicados, sempre em sintonia com as pessoas a quem se dirigem.
6	Dar particular atenção aos temas ligados à ciência, tecnologia e socioeconómicos, tais como envelhecimento, natalidade, equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar, redes de creches e ainda aos temas dos adolescentes na sua relação com os pais, escola e o ambiente envolvente. Desenvolver parcerias externas para o desenvolvimento destes conteúdos.
7	Desenvolver campanhas próprias que marquem a agenda, sobre temas muito relevantes na sociedade, como por exemplo, violência doméstica, não discriminação profissional e salarial entre homens e mulheres, violência no desporto, <i>bullying</i> nas redes sociais, expansão do consumo de drogas, entre outros.

AÇÕES ESTRATÉGICAS (II/III)

PILAR II – Mais Qualidade e Inovação nos Conteúdos

8	Tratar o desporto mais transversalmente, multiplataforma, com enfoque nas seleções nacionais das várias modalidades, profissionais e amadoras, dos vários escalões e géneros. Reforçar com meios e recursos a plataforma digital RTP Desporto.
9	Proporcionar acesso a jogos de futebol relevantes enquanto serviço público, dentro de um enquadramento orçamental de grelha sustentável, bem como informação e análises proporcionais, sóbrias e objetivas, essencialmente nos serviços de programas generalistas e de informação.
10	Estabelecer processos e métricas para as produções independentes para incentivar maior qualidade, o desenvolvimento de novas produtoras, apoio mais regular às que estão em crescimento e incentivo a mais coproduções nacionais e internacionais. Criar processos de acompanhamento das produções no terreno. Apoiar iniciativas externas como prémios e encontros do setor.
11	Desenvolver parcerias com os produtores e distribuidores nacionais para explorar a possibilidade de disponibilizar um catálogo significativo de ficção portuguesa numa plataforma digital OTT.
12	Manter a prioridade na divulgação da música portuguesa ou interpretada por portugueses nas antenas de rádio: a nova, a estabelecida, a mainstream e a alternativa. Gravar mais concertos e desenvolver novos programas de música para distribuição em multiplataforma. Apoiar iniciativas externas como prémios e encontros do setor.
13	Desenvolver a plataforma RTP Palco como centro de produção e desenvolvimento de parcerias de conteúdos nas artes performativas, nomeadamente teatro e dança.
14	Dar mais profundidade e amplitude ao RTP Ensina criando novos conteúdos e fazendo novas parcerias.

AÇÕES ESTRATÉGICAS (III/III)

PILAR II - Mais Qualidade e Inovação nos Conteúdos

- | | |
|----|--|
| 15 | Continuar a desenvolver a RTP Arquivo até todo o acervo estar disponível e a desafiar os responsáveis de conteúdos e parceiros externos a desenvolverem novos produtos a partir desse arquivo. |
| 16 | Desenvolver em conjunto com os Provedores projetos de divulgação da sua atividade com mais impacto, incluindo conteúdos digitais. Aumentar as interações com o Conselho de Opinião. |
| 17 | Incentivar parcerias para divulgar conteúdos da RTP e continuar a lançar edições de livros ou outras, com curadoria editorial e que contribuam para a formação das pessoas. |

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 55 Medidos 47		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 5 | Medidos 0

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	0%

Indicadores Críticos Recorrentes 21 | Medidos 20

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 29 | Medidos 27

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Observações

Na sua generalidade, as ações estratégicas delineadas no Pilar Estratégico 2 tiveram uma performance elevada.

No âmbito da abordagem junto do público Infantojuvenil, a RTP manteve nos serviços de programas a componente habitual de formatos dedicados às crianças, com ênfase na programação da RTP2, e no programa Zig Zag, que se estende da televisão, para o digital e rádio, por meio da Antena 1. A RTP desenvolveu também parcerias que permitiram a produção de conteúdo para os mais jovens, mantendo na maioria dos formatos uma componente formativa – através de documentários, debates, entre outros. Ainda nesta componente, manteve-se o investimento na solução RTP Ensina, de forma a consolidar a oferta nesta plataforma, bem como naquelas 100% digitais –RTP Lab, RTP Palco e RTP Arena.

Quanto à diversidade de programação, a RTP cumpriu com as ações delineadas, englobando não só as temáticas socioeconómicas, das ciências e da tecnologia no seu conteúdo, como também aproveitando o regresso das competições desportivas para reforçar a componente do desporto de uma forma transversal aos serviços de programas e plataformas digitais, com ênfase na RTP Desporto.

Ao longo de 2021, e apesar das condicionantes impostas pela pandemia, foram realizadas ações de promoção da área audiovisual e de produção independente, bem como um apoio aos artistas nacionais.

Destacar que as ações classificadas como não recorrentes, isto é transformacionais, previstas no projeto estratégico, não foram concluídas em 2021. No entanto, e dado que estas ações devem ser realizadas no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico, os indicadores referentes às mesmas assinalam-se “Não Avaliados”.

LISTAGEM DE INDICADORES (I/VII)

Relevância

Recorrência

Performance

1 | CRIAR UMA ESTRUTURA, DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA E IMPLEMENTAR UM PLANO DE PRODUÇÃO E DE AQUISIÇÃO DE CONTEÚDOS PARA OS JOVENS

B7.i)	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens	Crítico	Recorrente	●
B7.ii)	Exemplos de programas direcionado ao público jovem disponibilizados em formato multiplataforma	Relevante	Recorrente	●
B7.iii)	Criação de uma estrutura e estratégia para desenvolver um plano de conteúdos para jovens	Crítico	Não Recorrente	●
B7.iv)	Programas Infantojuvenis emitidos em 2021, coproduzidos pela RTP	Relevante	Recorrente	●
B7.v)	Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2021, produzidos por produtores externos nacionais	Relevante	Recorrente	●

2 | REFORÇAR O INVESTIMENTO NAS PLATAFORMAS JÁ COMPROVADAS: RTP ARENA, RTP LAB, RTP ENSINA E ZIG ZAG

B8.i)	Número de horas em direto no RTP Arena	Crítico	Recorrente	●
B8.ii)	Visualizações de conteúdo no RTP Arena	Relevante	Recorrente	●
B8.iii)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Lab	Crítico	Recorrente	●
B8.iv)	Evolução do número de utilizadores do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
B8.v)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
B8.vi)	Evolução da performance multiplataforma do programa Zig Zag	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (II/VII)

Relevância

Recorrência

Performance

3 | REFORÇAR AS COMPETÊNCIAS DA ÁREA DE INOVAÇÃO PARA MAIOR CONSISTÊNCIA E MODERNIDADE E RENOVAR OS PROGRAMAS CHAVE

B9.i)	Criação de um plano formativo interno com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação	Crítico	Não Recorrente	●
B9.ii)	Número de programas piloto produzidos no âmbito de desenvolvimento de programas	Relevante	Recorrente	●

4 | REFORÇAR A COMPONENTE FAMILIAR E TRANSMITIR OS GRANDES EVENTOS DE ENTRETENIMENTO, DESPORTIVOS, POLÍTICOS E SOCIAIS

B10.i)	Distribuição do tempo de emissão por macro géneros	Crítico	Recorrente	●
B10.ii)	Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento	Relevante	Recorrente	●
B10.iii)	Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional	Relevante	Recorrente	●
B10.iv)	Espaços de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas	Relevante	Recorrente	●
B10.v)	Espaços de desporto na RTP	Relevante	Recorrente	●

5 | AUMENTAR A DIVERSIDADE DE GÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO

B11.i)	Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal	Crítico	Recorrente	●
B11.ii)	Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais, em temas como comemorações históricas, património, artes e letras	Crítico	Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (III/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
6 DAR PARTICULAR ATENÇÃO AOS TEMAS LIGADOS À CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIOECONÓMICOS, E DESENVOLVER PARCERIAS EXTERNAS				
B12.i)	Distribuição do tempo de emissão de temas da área da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Relevante	Recorrente	●
B12.ii)	Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista ao lançamento de programas nas temáticas da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Crítico	Recorrente	●
7 DESENVOLVER CAMPANHAS PRÓPRIAS SOBRE TEMAS RELEVANTES NA SOCIEDADE				
B13.i)	Campanhas próprias criadas direcionados a temas relevantes e atuais da sociedade nas variadas temáticas	Crítico	Recorrente	●
8 TRATAR O DESPORTO MAIS TRANSVERSALMENTE COM ENFOQUE NAS SELEÇÕES NACIONAIS DAS VÁRIAS MODALIDADES E REFORÇO DA RTP DESPORTO				
B14.i)	Distribuição de tempo de emissão por modalidade	Relevante	Recorrente	●
B14.ii)	Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto	Relevante	Recorrente	●
B14.iii)	Evolução da performance da plataforma digital RTP Desporto	Relevante	Recorrente	●
B14.iv)	Análise comparativa com outros serviços de programas generalistas da percentagem de horas transmitidas na área do desporto	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (IV/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
9. PROPORCIONAR ACESSO A JOGOS DE FUTEBOL RELEVANTES ENQUANTO SERVIÇO PÚBLICO				
B15.i)	Número de horas transmitidas de jogos de futebol	Relevante	Recorrente	●
B15.ii)	Número de horas transmitidas relativas a conteúdo desportivo na área do futebol	Relevante	Recorrente	●
10 ESTABELECEER PROCESSOS E MÉTRICAS PARA AS PRODUÇÕES INDEPENDENTES				
B16.i)	Distribuição do tempo de emissão por origem de produção – relativo a coproduções	Crítico	Recorrente	●
B16.ii)	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente	Relevante	Recorrente	●
B16.iii)	Exemplos de iniciativas de promoção externas relacionadas com a promoção do setor audiovisual nacional	Relevante	Recorrente	●
B16.iv)	Definição de uma estratégia para criação de processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio a produções independentes criados	Crítico	Não Recorrente	●
B16.v)	Exemplos de coproduções realizadas com produtores internacionais	Relevante	Recorrente	●
B16.vi)	Exemplos de conteúdos realizados no âmbito de novas parcerias (produtoras nacionais)	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (V/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
11 DESENVOLVER PARCERIAS COM ENTIDADES NACIONAIS PARA VIABILIZAR A DISPONIBILIZAÇÃO DE CONTEÚDOS NUMA PLATAFORMA OTT				
B17.i)	Desenvolvimento de uma parceria para criação de um catálogo de conteúdos de ficção nacional	Crítico	Não Recorrente	●
B17.ii)	Número de conteúdos RTP no catálogo a desenvolver	Relevante	Recorrente	●
12 MANTER A PRIORIDADE NA DIVULGAÇÃO DA MÚSICA PORTUGUESA OU INTERPRETADA POR PORTUGUESES NAS ANTENAS DE RÁDIO				
B18.i)	Quotas de difusão de música portuguesa	Crítico	Recorrente	●
B18.ii)	Exemplos de concertos transmitidos nos vários serviços de programas de rádio e televisão	Relevante	Recorrente	●
B18.iii)	Exemplos de programas dedicados à temática da música	Relevante	Recorrente	●
B18.iv)	Espaços regulares dedicados à música portuguesa	Relevante	Recorrente	●
B18.v)	Número e horas de conteúdos que contemplem aspetos culturais portugueses na área da música nas várias Antenas	Crítico	Recorrente	●
13 DESENVOLVER A PLATAFORMA RTP PALCO COMO CENTRO DE PRODUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PARCERIAS				
B19.i)	Novos conteúdos criados/produzidos pela RTP Palco	Crítico	Recorrente	●
B19.ii)	Evolução do número de visitas no sítio RTP Palco	Relevante	Recorrente	●
B19.iii)	Número de parcerias estabelecidas pela RTP Palco	Relevante	Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (VI/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
14 DAR MAIS PROFUNDIDADE E AMPLITUDE AO RTP ENSINA CRIANDO NOVOS CONTEÚDOS E FAZENDO NOVAS PARCERIAS				
B20.i)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
B20.ii)	Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
B20.iii)	Evolução da performance do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
15 DESENVOLVER A RTP ARQUIVO E DESAFIAR OS RESPONSÁVEIS E PARCEIROS EXTERNOS A DESENVOLVEREM NOVOS PRODUTOS				
B21.i)	Número de pedidos satisfeitos na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
B21.ii)	Número de digitalizações de conteúdos do arquivo	Crítico	Recorrente	●
B21.iii)	Evolução da quantidade de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
16 DESENVOLVER EM CONJUNTO COM OS PROVEDORES PROJETOS DE DIVULGAÇÃO DA SUA ATIVIDADE COM MAIS IMPACTO				
B22.i)	Lista de principais projetos criados em conjunto com provedores	Crítico	Recorrente	●
B22.ii)	Desenvolvimento de um modelo de acompanhamento do Conselho de Opinião que promova o número de interações	Crítico	Não Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (VII/VII)

Relevância

Recorrência

Performance

17 | INCENTIVAR PARCERIAS PARA DIVULGAR CONTEÚDOS DA RTP E CONTINUAR A LANÇAR EDIÇÕES DE LIVROS COM CURADORIA EDITORIAL

B23.i)	Número de edições de livros lançados	Crítico	Recorrente	●
B23.ii)	Número de ações de promoção e divulgação de conteúdos RTP	Crítico	Recorrente	●

B 7. i) Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP foi estabelecendo parcerias com entidades externas, ou pertencentes à própria RTP, com vista à criação de conteúdo a disponibilizar para o público jovem.

O destaque do ano vai para 3 séries que marcaram a agenda da RTP, e permitiram uma maior visibilidade da marca junto do público jovem – **“Pôr-do-Sol”** em parceria com a Coyote Vadio; **“Glória”** produzida com a Netflix, **“3 Caminos”**, em coprodução com a Amazon Prime. Para além destas, destaca-se também a série de ficção **“Crimes Submersos”** produzida com a Corporación de Rádio y Televisión Española (RTVE), emitida no início do ano de 2022 na RTP1.

No âmbito dos festivais, a Antena 1 online colaborou com a equipa de Multimédia RTP para Conteúdos de Televisão, na transmissão em direto de 3 emissões do programa **“Festival da Canção”**, um programa de Entretenimento familiar.

A Antena 1 Madeira, por sua vez, trabalhou em conjunto com a Assembleia Legislativa da Madeira para a transmissão do **“Festival da Canção Infantil da Madeira”**, bem como alguns concertos com artistas Madeirense.

Já a Antena 2 e a RTP2 acompanharam, em parceria com a Fundação Calouste Gulbenkian, o **“Festival de Jovens Músicos 2021”**, reunindo novos talentos na promoção e divulgação do trabalho de jovens intérpretes no panorama musical português.

Ainda no âmbito da rádio, a Antena 3 iniciou em 2021 um projeto exclusivamente online, **“A Primeira Vez”**, no qual colabora com o rapper Sam The Kid. No âmbito desta parceria, foram estreados 24 episódios, nos quais um artista nacional da área do Hip Hop é desafiado a apresentar um tema da sua autoria, que nunca tenha sido tocado ao vivo.

Em parceria com **“Bruno Aleixo”**, foram produzidos alguns **formatos humorísticos**

para a difusão de alguns dos discos considerados “melhores do ano” pela Antena 3. Adicionalmente, produziram também um vídeo de **“Aleixopédia”** mensal, a ser partilhado nas plataformas digitais.

Com especial enfoque no tema da inclusão, a RTP iniciou a sua participação no **projeto europeu ENTR**, um projeto dirigido a públicos dos 18 aos 34 anos de idade, que contou com 23 milhões de visualizações de conteúdos em 6 idiomas diferentes.

No que diz respeito à educação, a RTP Memória manteve a sua colaboração com o Ministério da Educação para a continuidade do programa #EstudoEmCasa. Foram também, no âmbito da educação, produzidos cerca de 500 artigos de apoio ao estudo, **“Explicadores”**, em colaboração com associações de professores.

Destacamos ainda que no final do ano de 2021, e em colaboração com a Comic Con, a RTP criou **3 painéis de debate** – **“Pôr-do-Sol – da TV para a Web”**, **“De Lisboa para o mundo – As séries internacionais da RTP”** e **“5 STARZ”**, num evento que tomou lugar no Altice Arena, e contou com a presença de atores e milhares de jovens. Assim, a RTP trabalhou para fomentar a aproximação da RTP ao público jovem, potenciando a presença com uma ativação da marca RTP Play.

Deste modo, conclui-se que a RTP realizou parcerias, internas ou externas, com o intuito de criar conteúdo de diferentes formatos direcionado ao público jovem, disponibilizando os mesmos nas suas várias plataformas.

B7.ii) Exemplos de programas direcionado ao público jovem disponibilizados em formato multiplataforma

Resultado 2021

Durante o ano de 2021, foram estreados na RTP conteúdos direcionados ao público jovem em diversos formatos – reportagens, séries, podcasts – e difundidos pelos diversos serviços de programas.

O destaque, no entanto, vai para a série de Ficção **“Pôr-do-Sol”**, que se traduziu no maior sucesso da RTP Play, com um alcance de 1 milhão de visitas, 2,5 milhões de visualizações e mais de 250 mil visitantes. O formato estreou na RTP1, passando posteriormente para a RTP Play e, numa fase final, para a plataforma de *streaming* Netflix.

Relativamente a conteúdo com forte componente formativa, destaca-se a produção ao longo do ano de 2021, pela RTP1 em coprodução com a Fundação Calouste Gulbenkian, da série documental **“Planeta A”**, que aborda temas como as alterações climáticas/energia, qualidade da educação, a água, a inovação, as cidades sustentáveis, a pobreza, as instituições democráticas e a produção e consumo sustentável.

Ainda neste campo, realça-se o programa **“Scroll”**, disponível nos serviços de programas RTP2 e RTP Internacional, no digital RTP Play, e em formato podcast. O *talk show* dirigido aos jovens estreou 26 episódios de 1 hora, nos quais apresenta debates entre adolescentes/jovens adultos, sobre temas da como a saúde mental, orientações sexuais, racismo, discriminação, religião, política, entre outros.

A nível do Entretenimento, a RTP1 deu continuidade ao *late night show* **“5 para a meia noite”**, e aos programas familiares de talentos **“The Voice”**; **“The Voice Kids”** e **“Got Talent”**, disponíveis no serviço de programas e na plataforma RTP Play. De igual forma, também a RTP2 lançou o concurso **“Joga Quem Quizzer”**, transmitido no serviço de programa em questão e disponível em simultâneo na RTP Play.

Destacar também, a série **“5-Starz”**, disponível na RTP Lab e na RTP Play; e **“Glória”** e **“3 Caminos”** disponíveis outrora na RTP1, e agora na RTP Play, e Netflix e Amazon Prime, respetivamente.

Quanto à questão da Educação, a RTP continuou em 2021 a evolução do programa **#EstudoEmCasa**, com um índice de produtividade de 30 aulas estreadas diariamente nas várias plataformas – RTP Memória, canal #EstudoEmCasa” na TDT, site e app próprios. De notar que esta iniciativa abrange anos letivos desde a pré-escolar ao ensino secundário, sendo assim considerada um iniciativa para jovens.

Foram também desenvolvidos conteúdos multiplataforma pelas rádios do serviço público, ao longo do ano em análise. A Antena 1 estreou o programa **“Juventude em Pausa”**, que conta com 12 retratos de 12 jovens Portugueses, e a sua adaptação à nova realidade que a pandemia fez emergir, programa este também disponível no site RTP Notícias.

A Antena 1 partilhou, ainda, o conteúdo **“Portugalex”** com a Antena 3, estando este disponível no site da RTP Play em jeito de podcast, tratando-se de um noticiário juvenil, com uma componente de humor e relatado por vozes familiares, como as de Manuel Marques e António Machado.

No âmbito dos festivais, destaca-se o maior festival de *world music* do mundo, **“Womex”**, realizado pela primeira vez em Portugal (no Porto), do qual a RTP foi o órgão de comunicação social oficial. Deste modo, os vários serviços de programas dedicaram tempo da sua agenda para o evento – na Rádio as Antenas 2 e 3 e serviço de programas RDP África –, na RTP2 e na plataforma RTP Palco.

Em suma, a RTP trabalhou no sentido de criar conteúdos direcionados ao público jovem, em diferentes formatos e disponíveis nas várias plataformas do serviço público.

B7.iii) Criação de uma estrutura e estratégia para desenvolver um plano de conteúdos para jovens

Resultado 2021

No que se refere à estrutura e estratégia para o desenvolvimento de um plano de conteúdos direcionado ao público jovem, foi constatado através das entrevistas realizadas juntos dos vários intervenientes da RTP que existem práticas seguidas individualmente pelos vários canais/iniciativas para a criação, produção e realização de uma agenda jovem.

Por exemplo, a RTP Lab faz uma consulta de conteúdos específica para programas direcionados aos jovens. Outros, como a iniciativa #EstudoEmCasa, contam com parcerias com entidades externas, como editoras, associações de professores, ou o próprio Ministério da Educação, para o desenvolvimento dos conteúdos que diferem.

No entanto, é de notar que não existe uma estrutura e estratégia abrangente a toda a organização, a ser utilizada e seguida por todos os serviços de programas.

Posto isto, e sendo esta uma ação que deve decorrer ao longo dos 3 anos de Projeto Estratégico, consideramos o indicador como “Não Avaliado”.

B7.iv) Programas Infantojuvenis emitidos em 2021, coproduzidos pela RTP

Resultado 2021

Com o intuito de captar os públicos jovens, a RTP procura tanto estimular uma produção interna de conteúdo, como realizar coproduções com outras entidades no sentido de alargar o seu portefólio e torná-lo mais interessante.

Em 2021, com referência à totalidade de conteúdo Infantojuvenil transmitidos, **45 horas de programas foram produzidas pela RTP em colaboração com outras entidades** e cerca de 183 horas de programas foram produzidas internamente.

Entre os conteúdos coproduzidos pela RTP, destacam-se as séries **“Gawayn”** e **“Ema & Gui”**, emitindo cerca de 21 horas e 14 horas, respetivamente.

Destaque, ainda, para o conteúdo documental **“Sim, Eu consigo”** direcionado ao público com necessidades especiais, que retrata a vida de crianças de diversos países e partilha quais os seus sonhos, numa emissão total de 4 horas.

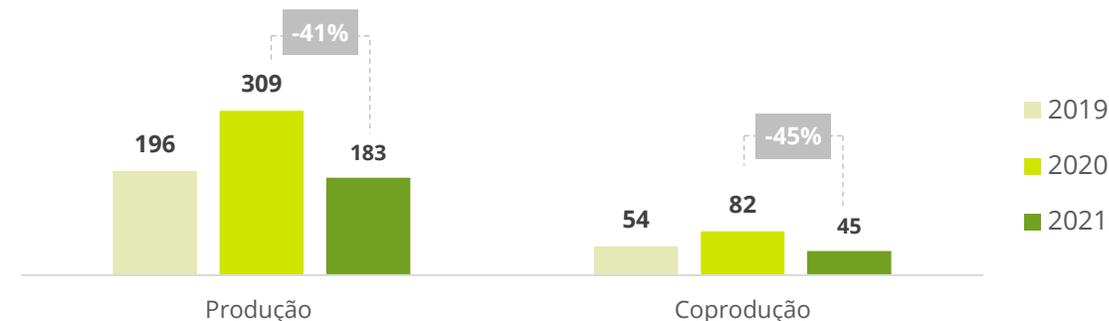
De salientar, também, a série **“Wismo’s Little Tales”**, com mais de 2 horas de emissão, e os documentários **“Documentário Eurovisão Junior”** e **“Ana Beatriz, Uma Caminhada Especial”**, ambos com 44 minutos de emissão.

Adicionalmente, emitiram-se também as coproduções **“Sim, Eu Consigo”** e **“Planeta Adormecido”**, totalizando **7 coproduções** emitidas pela RTP em 2021, valor idêntico ao de 2020.

De notar que embora tenha sido interrompida a emissão de “The Adventures of Marco and Gina”, “Gawayn” volta a entrar no portefólio da programação infantojuvenil, pensando a primeira.

Análise Comparativa

Programação Infantojuvenil Produzida e Coproduzida pela RTP
(Horas) | 2019 - 2021



B 7.v) Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2021, produzidos por produtores externos nacionais

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP emitiu **76 conteúdos encomendados a produtoras externas nacionais independentes**, que se traduziram em 1.904 horas de programas infantis e juvenis, representando um aumento de 10% face a 2020.

No que se refere aos conteúdos com maior tempo de emissão, destacaram-se os de apoio à área do Ensino nacional durante o período pandémico, como o programa **#EstudoEmCasa** que arrecadou 1.020 horas de emissão, transmitido na RTP2 e RTP Memória, e o **Aprender em Casa** com 174 horas emitido pela RTP Açores.

Atrás destes conteúdos onde a RTP deixou uma relevante marca de serviço público, destacaram-se as Magazines Zig Zag com longos tempos de emissão, nomeadamente, a **Magazine Zig Zag 2018** - 112 horas, **Magazine Zig Zag** - 73 horas, e **Magazine Zig Zag 2015** - 66 horas.

O ano ficou também marcado pela estreia do *talk show* juvenil **“Scroll”** que consistiu na emissão de 26 episódios com cerca de 60 minutos cada (22 horas de emissão total) onde adolescentes e jovens adultos debateram temas atuais como a saúde mental, racismo, discriminação, orientações sexuais, religião, política, entre outros.

Pelo caráter inovador destacou-se, ainda, o novo projeto de animação portuguesa **“Duarte – Uma Peça de Arte”**, que procura aproximar os membros da família na descoberta de curiosidades sobre a Arte.

Para além disso, a RTP transmitiu também o programa **“Queixas ao pai natal”**, um espaço de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil.

Também o programa **“Desafio #FicoEmCasa”** marcou o ano em análise, desafiando as crianças do 1º ciclo com atividades lúdicas nas temáticas do Karaté, Hip Hop, educação física, ballet e *poping*.

Análise Comparativa

Programação Infantojuvenil produzida por produtores externos nacionais (número de conteúdos) | 2019 - 2021



Programação Infantojuvenil produzida por produtores externos nacionais (Horas) | 2019 - 2021



B8.i) Número de horas em direto no RTP Arena

Resultado 2021

Ao longo de 2021, a RTP Arena registou cerca de **400 emissões digitais em direto, traduzidas em cerca de 1.500 horas**, com a transmissão de mais de 200 emissões de eSports.

Ao nível das visualizações no YouTube, o canal RTP Arena contou com 28,3 mil subscritores e alcançou por várias vezes um número de visualizações acima dos 40 mil, nomeadamente nos vídeos: «"Recusei todas as propostas para entrar na Fourteen Esports" - João "MOSH" Tomás | RTP Arena», «"A ideia é expandir a Fourteen Esports para outros jogos" - Torres14 | RTP Arena», «"O Torres é 5 estrelas" - João "MOSH" Tomás | RTP Arena» e o «"É complicado, porque (o Fox) era um amigo..." - Christopher "Mutiris" Fernandes | RTP Arena».

Análise Comparativa

Magazine RTP Arena eSports (horas) | 2019 - 2021



B8.ii) Visualizações de conteúdo no RTP Arena

Resultado 2021

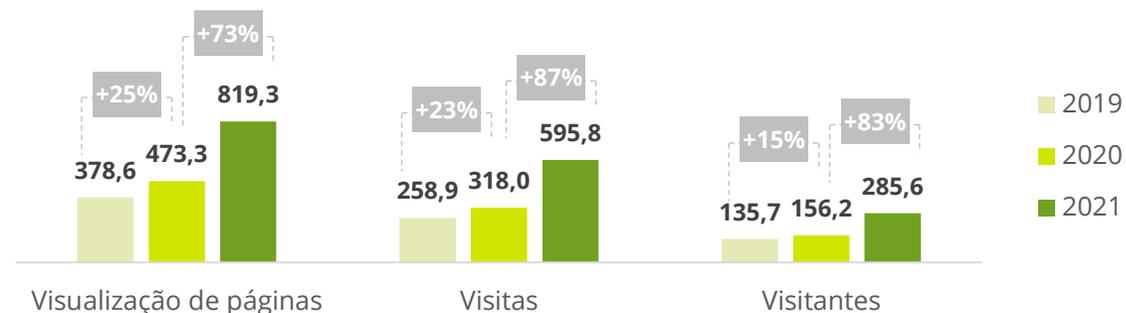
2021 foi o ano em que se registaram melhores resultados na história da RTP Arena. Ao todo foram registadas **596 mil visitas, mais 87% do que no ano anterior** e **24.780.797 visualizações** nas várias plataformas em que está presente (Site, YouTube e Twitch), crescendo 55% face ao ano de 2020.

Janeiro destacou-se como o mês com maior número de sessões, 81 mil visitas (+179% face ao mês anterior) e quase 46 mil visitantes (+122% face ao mês anterior) destacando-se a procura pelo artigo "Skins de CS:GO voltam a bater recordes; AK-47 vendida por 125.000€".

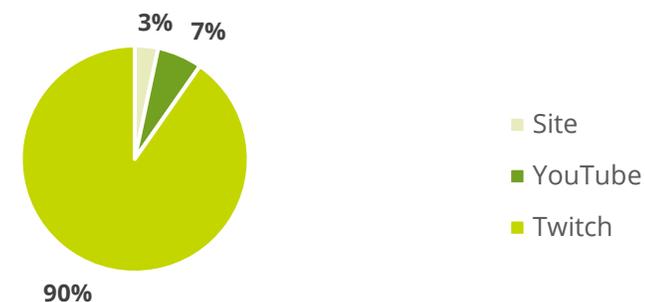
Destaca-se ainda que o número de visitantes do sexo feminino subiu em 113%, comprovando o valor acrescentado da plataforma para os ambos os géneros.

Análise Comparativa

Evolução da performance da RTP Arena (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2019 - 2021



Visualizações por plataforma (% horas) | 2021



B8.iii) Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Lab

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP Lab lançou **4 novos projetos** – três séries de ficção e uma de entrevistas.

Relativamente à ficção, a aposta foi feita nas séries **“n00b”**, **“Barman”** e **“5Starz”**. Estes programas consistem em séries escritas, realizadas e produzidas por novos talentos do audiovisual, que ganharam a oportunidade de lançar as suas obras criativas através do RTP Lab. A série **“n00b”** foi lançado a 15 de novembro e é constituída por 6 episódios, e, em dezembro, lançaram-se **“Barman”** e **“5STARZ”**, com 7 e 6 episódios, respetivamente. Destaque para esta última, que foi o conteúdo com melhores resultados alcançados ao nível de visitantes, visitas e visualizações de páginas na plataforma.

No que respeita à série de entrevista, em 2021 foi lançada a 3ª temporada do projeto **“#SOQNÃO”**, consistindo num conteúdo 100% digital de 10 entrevistas com foco no anti preconceito, e que contou com mais de 5 mil visualizações no YouTube.

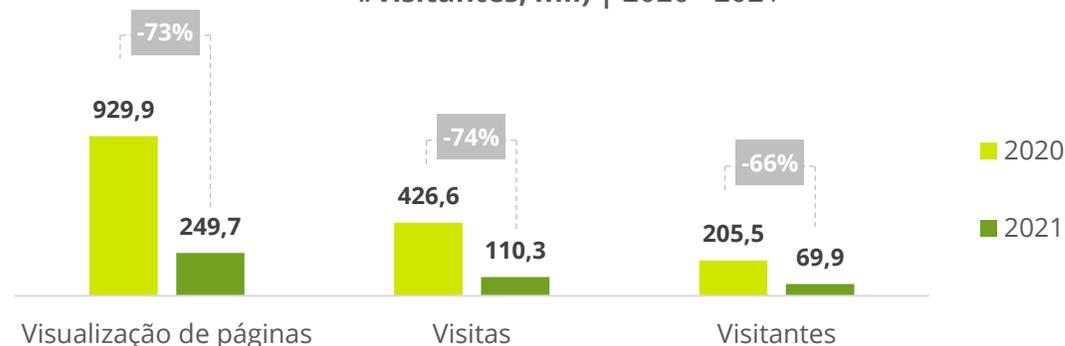
As 4 séries do RTP Lab somaram quase 250 mil visualizações de páginas, mais de 110 mil visitas e cerca de 70 mil visitantes no RTP Play (site + apps), registando uma performance inferior em todas as métricas comparativamente ao ano anterior, justificado pelo menor período de confinamento em 2021, bem como pela reabertura das escolas.

Análise Comparativa

Número de novos lançamentos de conteúdo pela RTP Lab (#projetos) | 2019 - 2021



Evolução da performance da RTP Lab (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2020 - 2021



B8.iv) Evolução do número de utilizadores do RTP Ensina

Resultado 2021

No ano de 2021, o portal RTP Ensina atingiu um **número de visitas de 4.330 mil e 3.008 mil visitantes**, alcançando a melhor performance, nos dois indicadores mencionados, da sua história – uma das únicas 3 áreas que cresce nessas duas vertentes face a 2020. Tais resultados, traduzem-se num **crescimento de visitas de 3% face ao ano anterior**, e um **crescimento de 4% relativamente ao número de visitantes**.

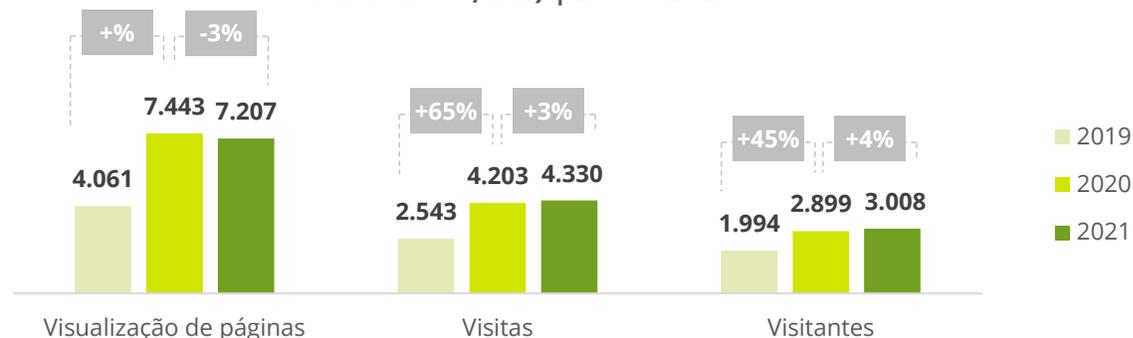
Destaca-se ainda que a **RTP Ensina é a 6ª área do site RTP com maior número de visitas**, subindo uma posição face ao ano de 2020 em que se encontrava na 7ª posição.

Os visitantes mais novos, 18 a 34 anos constituem 42% do público da RTP Ensina e março destacou-se como o mês com melhor desempenho da página, registando 632 mil visitas, 1 milhão de visualizações de páginas e 476 mil visitantes.

Ressalva-se também o facto de, tal como verificado em anos anteriores, ocorrer uma diminuição do número de acesso durante o período de férias escolares, que rapidamente se aproximou no nível de resultados de 2020 no 3º trimestre. Tal situação demonstra que, ignorando os períodos de suspensão da atividade de ensino, **a RTP Ensina manteve os seus níveis regulares de procura**.

Análise Comparativa

Evolução da performance da RTP Ensina (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2019 - 2021



B 8.v) Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina

Resultado 2021

O ano de 2021 foi em grande parte marcado pela pandemia e consequente confinamento. Como tal, a RTP manteve a aposta no papel de serviço público de apoio ao Ensino nacional e, mais especificamente, desenvolvimento da plataforma RTP Ensina.

O ano ficou marcado pelo lançamento do novo projeto **“Explicadores”**, cujo objetivo é o de estabelecer uma ponte entre os vídeos disponibilizados pela plataforma e a matéria escolar. Para a concretização desta iniciativa, a RTP cooperou com diversas associações de professores no sentido de criar cinco centenas de artigos de apoio nas mais variadas áreas de ensino.

Para além disso, foram também criados novos testes nas várias áreas de estudo, em formato de **Quizz**, de forma a aumentar a interação dos alunos com o site.

A RTP deu ainda especial atenção a áreas que se encontravam mais deficitárias e/ou necessitavam de um reforço face à procura realizada pelos visitantes, como é o exemplo da temática da Cidadania.

A área de Artigos revelou-se a mais visitada no portal, com uma elevada performance traduzida em 4 milhões de visitas e 3 milhões de visitantes, tendo registado um crescimento de 6% e ambos os indicadores face ao ano anterior.

Como artigos mais procurados destacaram-se “Recursos de cidadania” (45 mil visitas), “Os principais rios de Portugal “ (35 mil visitas) e o “Memorial do convento”, de José Saramago (31 mil visitas).

Análise Comparativa

	Áreas mais visitadas	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo	2.936.974	4.173.582	6.053.181
2	/	109.679	166.675	361.984
3	/temas-artigo	97.284	143.466	339.989
4	/tag-artigo	100.535	127.190	234.744
5	/dossie	41.599	48.590	81.570

	Artigos mais visitados	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo/recursos-de-cidadania	31.684	45.321	77.698
2	/artigo/os-principais-rios-de-portugal	32.122	35.422	45.753
3	/artigo/memorial-do-convento-de-jose-saramago	24.121	31.297	37.091
4	/artigo/a-banalidade-do-mal-de-hannah-Arendt	24.566	27.610	34.351
5	/artigo/quando-constantino-criou-o-domingo-para-descanso	21.210	24.342	33.952

B8.vi) Evolução da performance multiplataforma do programa Zig Zag

Resultado 2021

Em 2021, o programa infantil Zig Zag manteve a sua presença multiplataforma, com emissões televisivas através do serviço de programas RTP2, disponibilização desses conteúdos na RTP Play, e com um site, uma app e uma rádio Zig Zag, através da Antena 1.

Na televisão, confere-se que é durante a emissão de Zig Zag que a RTP2 capta a maior audiência no público de idades entre os 4 e os 14 anos, obtendo uma *share* idêntica aquela verificada no ano de 2020 (3,2%). Ainda assim, em termos absolutos, a **audiência média do programa** recuou dos 8 mil para os 7 mil espectadores.

Considerando o universo RTP Online – site, app e RTP Play – a Zig Zag totalizou 770 mil visitas no ano de 2021. Analisando cada plataforma individualmente, pode observar-se, à semelhança do sucedido na Televisão, um decréscimo na performance do programa infantil sob análise, relativamente ao ano homólogo.

No ano de 2021, a área dedicada à Zig Zag na RTP Play – Zig Zag Play – registou 221 mil visitantes, 427 mil visitas e 1 milhão e 507 mil visualizações de páginas, representando uma queda de 29%, 31% e 35%, respetivamente, face ao ano anterior.

No site, foram contabilizados 94 mil visitantes, 129 mil visitas e 319 mil visualizações de páginas, o que se traduz num decréscimo de 22%, 29% e 47%, respetivamente, em relação a 2020.

Relativamente à Rádio Zig Zag, o seu consumo em direto decresce em 28% em visitantes, 44% em visitas e 46% em visualizações de páginas, comparativamente ao ano homólogo. No entanto, verifica-se uma tendência de melhoria quando comparados os resultados de 2021 aos de 2019, pelo que as oscilações nos resultados acima listadas podem ter origem nos confinamentos aos quais a pandemia obrigou.

De qualquer das formas, **deve ser dada continuidade a esta análise comparativa**, de modo a verificar a evolução dos resultados num mundo novamente sem pandemia.

Análise Comparativa

Evolução da performance Zig Zag na RTP Play e Site (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2019 - 2021



Evolução anual de sh% e rating do programa Zig Zag (%) | 2019 - 2021



Fonte: Relatório de Audiências, 2021

B9.i) Criação de um plano formativo interno com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação

Resultado 2021

Sendo o ano de 2021 um ano ainda de pandemia, as condições impostas pela situação vivida no mundo impuseram limitações ao normal funcionamento das organizações, incluindo na vertente formativa.

Pelo constatado nas entrevistas realizadas, também na RTP se sentiu o impacto da pandemia e dos consequentes confinamentos, que obrigaram a que algumas das ações de formação fossem adiadas para um altura sem COVID-19.

No entanto, a RTP desenvolveu o Plano de Formação '21, no âmbito do qual realizou 67 cursos presenciais ou *Live Training* e 39 formações em formato *e-learning*, cobrindo vários temas – desde Marketing, a Línguas, Jornalismo, cursos técnicos, entre outros,

No que diz respeito ao desenvolvimento das competências dos colaboradores na área da inovação, foram realizadas algumas ações, uma formação presencial para 500 trabalhadores no âmbito da nova versão de ENPS (sistema de produção de notícias). Ainda sobre este tema, foi disponibilizado numa plataforma de *e-learning* um curso sobre o mesmo – ENPS 9.

No entanto, não existem evidências da criação de um plano formativo interno dedicado à área da inovação. Sendo que este plano deverá ser criado no curso dos 3 anos de Projeto Estratégico, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

B9.ii) Número de programas piloto produzidos no âmbito de desenvolvimento de programas

Resultado 2021

No que diz respeito à realização de projetos piloto, foi levantada a informação de que estes se referem a formatos mais simples, dado o elevado investimento que é exigido para a realização de projetos piloto no caso de programas complexos.

No entanto, através de entrevistas foi constatado que a RTP, de modo a incluir novos formatos e conteúdos na sua agenda, conduz um processo produção de programas/episódios piloto, isto é, de adaptação de programas já testados por entidades estrangeiras, no contexto da realidade da sua programação.

No que diz respeito à RTP Internacional, foi produzido um episódio piloto para a série de ficção do grupo lusodescendente *“Portuguese Kids”*, com sede nos Estados Unidos; bem como um piloto da nova versão do programa da RTP, *“Hora dos Portugueses”*.

Quanto à RTP1, a pandemia e a consequente interrupção de produções de entretenimento com presença de público em estúdio constituíram condicionantes para a produção de projetos pilotos. Não obstante, a RTP1 realizou um piloto do concurso *“Não Te Esqueças da Letra”*, no qual testou a produção do programa sem público. Adicionalmente foi produzido um piloto do programa *“Em Casa de Amália”* e ainda um de *“Programa Cautelar”*, apresentado por Filomena Cautela.

B 10.i) Distribuição do tempo de emissão por macro géneros

Resultado 2021

No total do universo RTP, os conteúdos emitidos em 2021 englobam **13 macro géneros**, mais um do que no ano de 2020, com a entrada de “*Reality Show*” para esta lista.

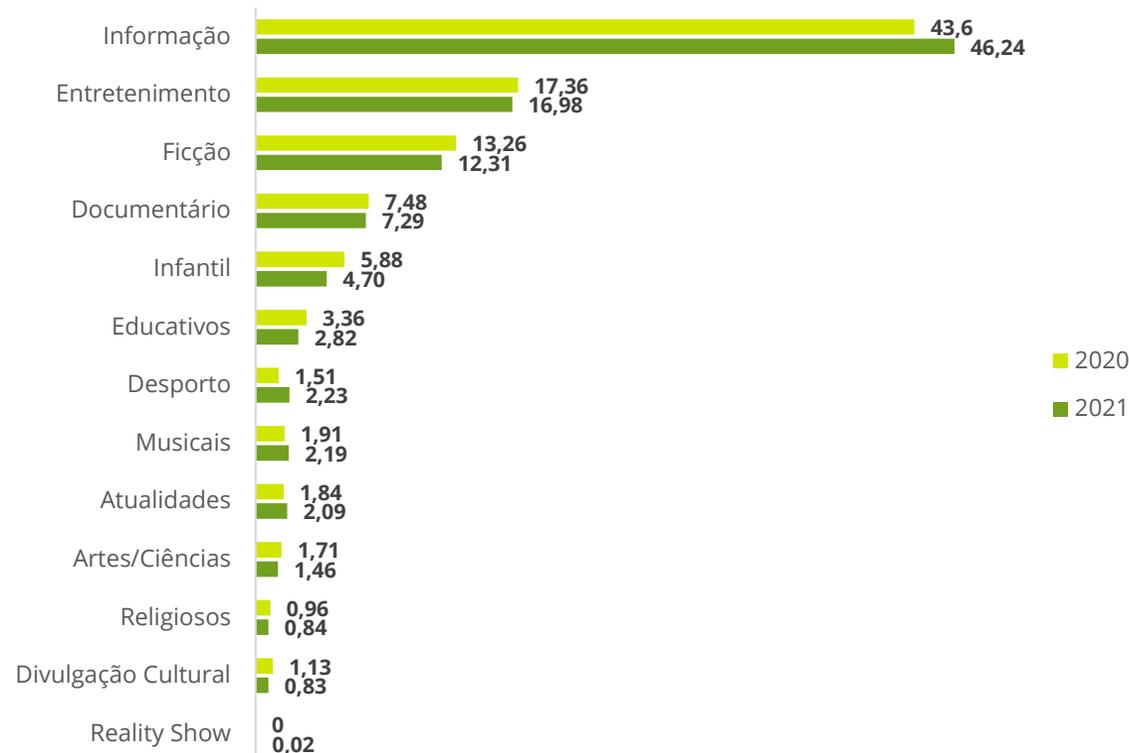
Analisando os valores apresentados no gráfico, é evidente o contínuo destaque do macro género **informação**, que em 2021 ocupou mais tempo da programação (46,24%) do que no ano anterior. Com menos 29,26p.p, encontra-se o segundo género, **entretenimento** (16,98%), seguido de **ficção** (12,31%), **documentário** (7,29%) e **infantil** (4,7%), mantendo-se portanto o mesmo *top 5* do ano anterior.

Assim, verifica-se um aumento na percentagem de horas de emissão nos géneros de informação, desporto, musicais e atualidades, e uma diminuição em todos os restantes, incluindo no macro género entretenimento (em 2,9%), considerado como um *proxy* para “conteúdos familiares”.

Assim, a RTP engloba em 13 macro géneros, 75 géneros de conteúdos diferentes, com uma diversidade temática que vai desde programas que abordam assuntos desde política, economia e sociedade, a ciência e tecnologia, medicina e saúde, artes, ambiente, religião, entre outros, englobando sempre uma componente formativa nos seus conteúdos.

Análise Comparativa

Distribuição do tempo de emissão por macro géneros (%) |
2020 - 2021



B 10.ii) Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento

Resultado 2021

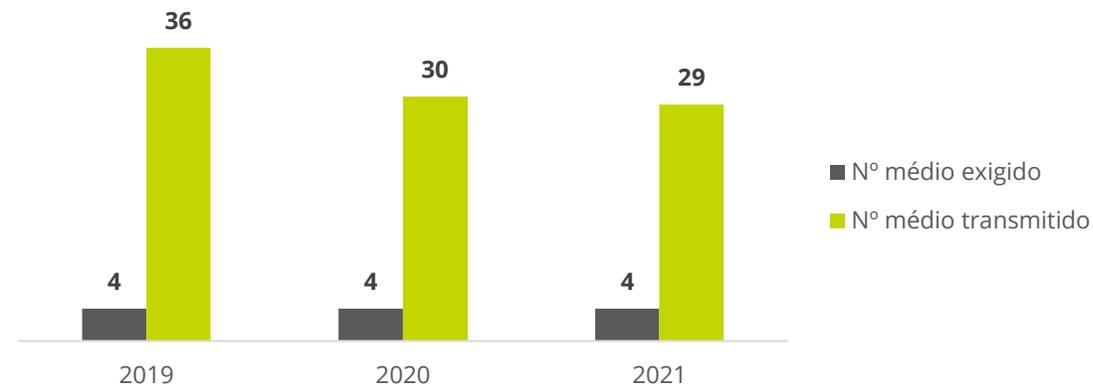
Durante o ano de 2021 foi exibida uma média mensal de **29 programas** (menos 1 que no ano anterior) considerados como espaços de entretenimento com preocupação formativa e de promoção da cultura geral e do conhecimento, totalizando **327 exibições**.

A RTP garantiu assim a transmissão de conteúdos com uma componente de cultura geral e abertura ao conhecimento através de diferentes formatos, como são exemplo os concursos **“Joker”**, **“Não Te Esqueças da Letra”**, **“Quem Quer Ser Milionário – Alta Pressão”** ou **“I Love Portugal”**, com a participação especial de celebridades portuguesas, ou através de programas de talentos como **“Masterchef Portugal”**, **“The Voice Portugal”**, **“Got Talent”** e **“The Voice Kids”**.

No ano em análise, a RTP1, produziu ainda mais um **Festival da Canção**, que incluiu a participação de 18 canções, tendo **“Love is on my side”** da banda **“Black Mamba”** como a vencedora e, posteriormente, a representante de Portugal no Festival da Eurovisão em Roterdão.

Análise Comparativa

Nº médio de programas mensais exibidos | 2019 - 2021



B10.iii) Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional

Resultado 2021

Em 2021 foi exibida uma média mensal de **39 programas** (menos 1 que no ano anterior) considerados como espaços de entretenimento promotores da integração de gerações e grupos sociais, num total de **470 exibições**.

Neste âmbito, destacam-se programas de transmissão regular, alguns em formato *talk show* como é caso da **“Praça da Alegria”**, **“Agora Nós”** e **“Aqui Portugal”** com momentos dedicados à culinária, música, concursos e entrevistas, ou **“A Nossa Tarde”** um espaço mais dedicado à partilha de histórias pessoais pelos convidados.

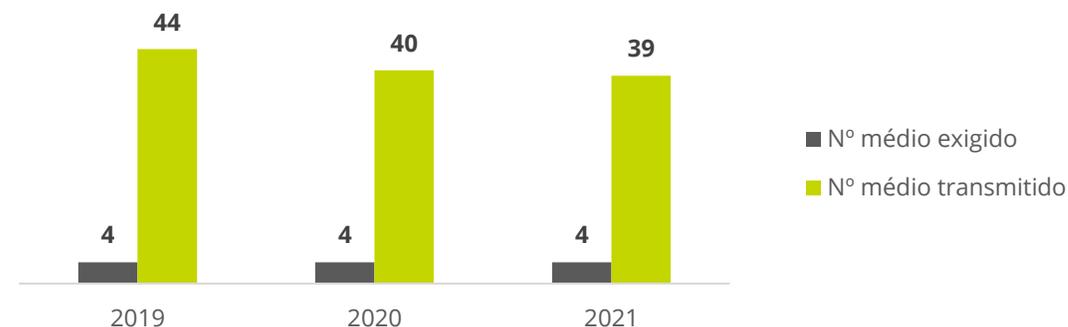
Enquanto que **“Portugal No Mundo”** dá a conhecer a vida dos portugueses além-fronteiras, **“Férias Cá Dentro”**, uma parceria com a Fundação INATEL, foca-se nas tradições de diversas regiões portuguesas desde a cultura ao artesanato e à gastronomia.

Dentro do género de entretenimento existe ainda as **“7 Maravilhas da Cultura Popular”** que, em parceria com as 7 Maravilhas de Portugal, elege por votações via chamada telefónica, as 7 maravilhas nas categorias de artesanato, mitos e lendas, festas e feiras, músicas e danças, rituais e costumes, procissões e romarias, e artesanatos.

De cariz sazonal, chegado o mês de Setembro, as **“Festas das Vindimas”** acompanham os trabalhos dos produtores das várias regiões, e aproximando-nos do fim do ano, é realizada e transmitida a iniciativa **“Natal Nos Hospitais”**.

Análise Comparativa

Nº médio de programas mensais exibidos | 2019 - 2021



B 10. iv) Espaços de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas

Resultado 2021

Ao longo do ano em análise, foi transmitida uma média mensal de **8 programas**, com **99 exibições**, dedicados a debates e entrevistas acerca da atividade política nacional, garantindo o pluralismo e a exposição das instituições e forças políticas, com enfoque nas parlamentares; valor que ultrapassa os de 2019 e 2020 em 1 programa.

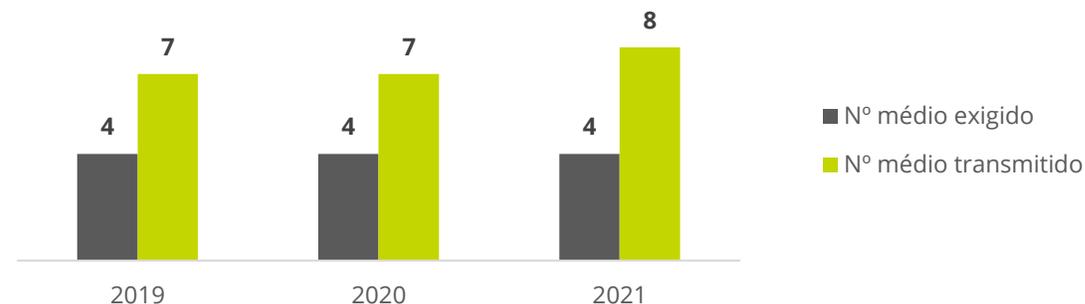
Em formato debate e entrevista, **“É Ou Não É”**, **“Grande Entrevista”** e **“Primeira Pessoa”** promovem a discussão com personalidades da vida pública portuguesa e especialistas sobre os principais assuntos da atualidade, desde a saúde, à educação, justiça, tecnologia e questões ambientais.

Com o objetivo de alargar o debate às plataformas digitais, **“Fronteiras XXI”** coloca conceituados especialistas nacionais ou internacionais, num programa no qual se abordam temas da atualidade, dando voz aos cidadãos através da participação do público via endereço de e-mail.

Por fim, destaca-se também o programa semanal **“Tudo É Economia”**, no qual se dá palco a vários temas dentro da macroeconomia, negócios, empresas, mercados e finanças pessoais.

Análise Comparativa

Nº médio de programas mensais exibidos | 2019 - 2021



B10.v) Espaços de desporto na RTP

Resultado 2021

Relativamente a programas de desporto, em 2021 destaca-se a cobertura do Campeonato Europeu de Futebol 2020 pela RTP1, com a transmissão de alguns jogos e de reportagens no âmbito do campeonato em questão, e com destaques a serem divulgados pela plataforma digital RTP Desporto. Adicionalmente, os enviados especiais do canal reportaram momentos dos Jogos Olímpicos de Tóquio, da Volta a Portugal em Bicicleta, e do Europeu de Atletismo ou Mundial de Futsal.

A RTP2 cobriu vários eventos desportivos de várias modalidades e escalões – desde a Qualificação para o Mundial 2022, ao Campeonato do Mundo Masculino de Andebol, Campeonato da Europa – Lisboa 2021 de Basquetebol ou a transmissão de jogos da Taça de Portugal 2021, entre outros. Nos espaços regulares, destaca-se “Desporto 2”, um formato que concilia o desporto dito amador com a atividade mais profissionalizada de múltiplas modalidades, em Portugal e no estrangeiro.

A RTP Açores difundiu informação desportiva através da continuação de alguns espaços regulares como “Teledesporto” ou “Lançamento”, ou outros mais genéricos como “Grande Debate”, “Novo normal” ou “Especial Informação”. Adicionalmente, realizou a cobertura dos eventos que tomaram lugar na região, como o “Campeonato de Surf dos Açores” e “55º Açores Rally 2021”.

Na RTP Madeira, destacam-se os espaços regulares “Domingo Desportivo” e “Prolongamento”, bem com o “Rali Vinho da Madeira”, “Super Especial”, uma magazine de desporto automóvel, e “Euro 2020”, com enfoque presença de Portugal nesta competição.

Nos serviços de programas internacionais, a RTP África abordou temas de desporto no espaço “Conversas ao Sul”, e a RTP Internacional emitiu programas como “Maratona e Luso Meia-Maratona de Lisboa”, “Liga Europeia de Hóquei em Patins”; o acompanhamento da “82ª Volta a Portugal em Bicicleta” e um jogo semanal da Primeira Liga de Futebol.

Neste serviço de programas, realizaram-se ainda entrevistas a personalidades do desporto portuguesas, como o selecionador nacional Fernando Santos, o piloto Miguel Oliveira ou o ex-jogador de futebol Abel Ferreira.

Por fim, a RTP Desporto, criada em 2019, surge integrada na RTP Play como um espaço 100% digital e totalmente dedicado à promoção e difusão do desporto nacional, disponibilizando uma agenda abrangente de várias modalidades e classificações, que incluem tanto conteúdos emitidos nos serviços de programas televisivos, como transmissões exclusivas em direto de vários eventos como é caso da “Vela Taça América” ou “Campeonatos Europeus de Corta-Mato”.

B 1 1 . i) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal

Resultado 2021

No ano em análise foi exibida uma média mensal de **19 programas** (1 a mais que no ano anterior) focados na difusão de documentários originais, num total de **230 exibições**, superando a sua obrigação mínima legal de 2 programas estabelecida no CCSPRT.

Dado o cariz informativo da maioria dos programas do serviço público de media, muitos dos seus conteúdos, ainda que não incluídos especificamente nesta categoria, englobam rúbricas nas quais se abordam os temas da saúde, alterações climáticas, património, entre outros da atualidade.

Focando na RTP África, esta transmite vários conteúdos relevantes além-fronteiras. Destaca-se o programa semanal **"Tem a palavra"** que funciona em regime de debate aberto à participação dos telespectadores sobre assuntos que marcam a atualidade no continente africano.

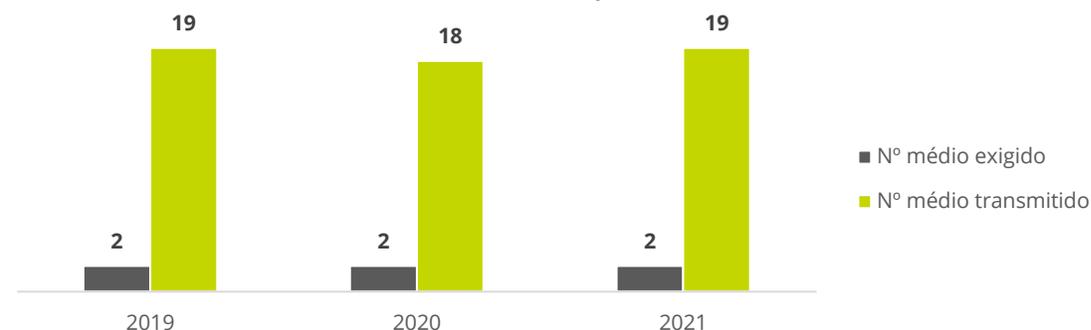
Na RTP Memória todos estes temas do quotidiano são regularmente abordados, recorrendo a peças do passado através da RTP Arquivos, sendo exemplo o programa **"Portugal, um Retrato Social"** que retrata uma sociedade hoje aberta e plural, analisando a evolução da mesma desde as últimas décadas do século XX.

Na área da música, **"Histórias do Fado"** conta, em cada episódio, com a presença de uma figura ligada ao fado que, percorrendo a cidade de Lisboa, partilha histórias das suas vivências culminadas com atuações em locais inusitados. Noutro estilo musical, **"Zé Pedro Rock 'N Roll"** combina imagens de arquivo pessoais do guitarrista de Xutos e Pontapés e da banda com entrevistas a familiares e amigos numa homenagem a um dos mais conhecidos músicos de Portugal.

Adicionalmente, destacam-se as reportagens relativas ao ambiente e aos direitos dos animais, como **"Faça Chuva ou Faça Sol"**, no qual, aliando a agricultura à inovação, se procura evidenciar os projetos de referência, novas formas de gestão agrícola, novos produtos e tendências.

Análise Comparativa

Número médio de programas mensais exibidos | 2019 - 2021



Outros Programas

- Todas as Palavras
- Portugueses pelo Mundo
- 5 Minutos num Instante
- Vejam Bem
- Carlos do Carmo - Um Homem no Mundo
- Romaria do Meu Coração

B 1 1 . i i) Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais, em temas como comemorações históricas, património, artes e letras

Resultado 2021

Em 2021 a RTP emitiu uma duração total de cerca de **781 horas** de programas na categoria de **Artes e Letras**. À semelhança de anos anteriores, **“Visita Guiada”** foi o programa que mais contribuiu para este valor, com mais de metade do tempo total desta categoria.

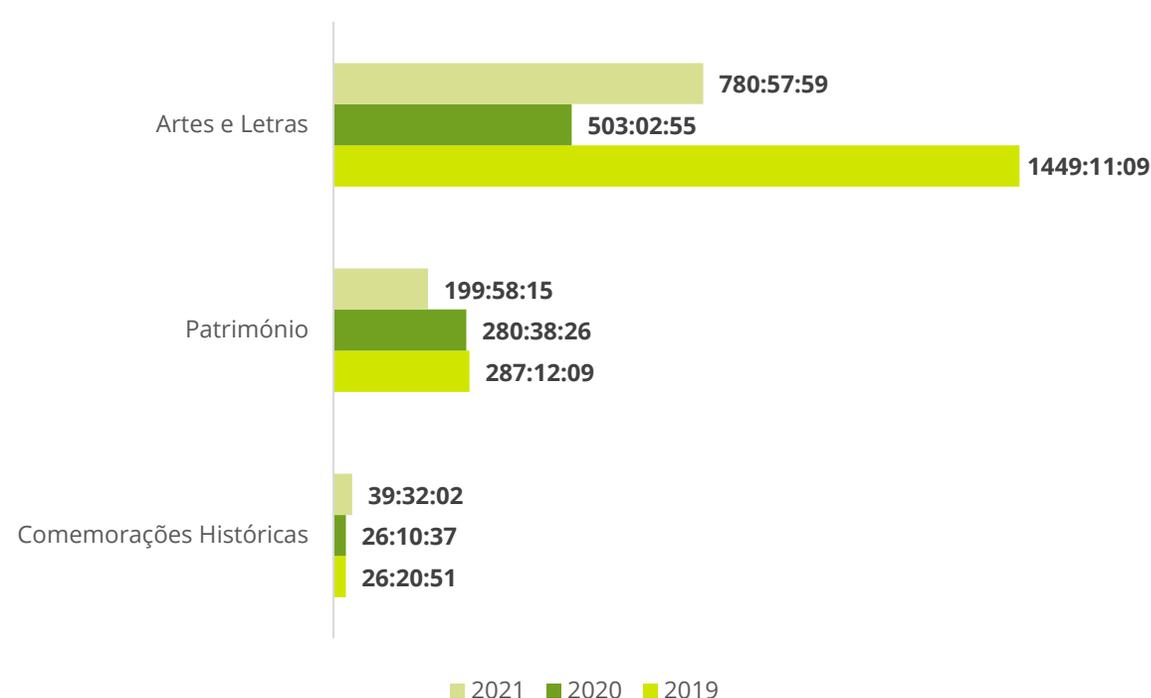
Na área referente a **Património** somam-se cerca de **200 horas**, correspondentes apenas a um único programa, **“7 Maravilhas da Nova Gastronomia”**, assistindo-se a uma **diminuição** em relação aos números de 2020 e 2019.

Registam-se ainda **39 horas** dedicadas a **Comemorações Históricas**, divididas por **4 programas diferentes**: Cerimónias Comemorativas do 25 de Abril, uma cobertura já habitualmente feita nos últimos anos, Cerimónias Comemorativas do 5 de Outubro, Cerimónias do 10 de Junho (Madeira) e a Cerimónia de Concessão de Honras de Panteão Nacional a Aristides de Sousa Mendes.

Quando analisadas em conjunto, é possível observar não só um **aumento do número total de horas** em relação a 2020 (cerca de **26%**), mas também uma **maior diversidade** dos conteúdos, mantendo-se a transmissão de programas já provenientes de anos anteriores e, adicionalmente, substituindo outros por programações novas mas de cariz semelhante.

Análise Comparativa

Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais (horas) | 2019 - 2021



B 1 2 . i) Distribuição do tempo de emissão de temas da área da ciência, tecnologia e socioeconómicos

Resultado 2021

No ano de 2021, foram totalizadas cerca de **1.516 horas de emissão de conteúdos pertencentes às áreas da ciência, tecnologia e questões socioeconómicas.**

Destaca-se o valor de horas de transmissão de formatos dedicados aos temas da política, economia e sociedade, com 63% dos total de horas. O segundo maior bloco, também no âmbito de conteúdos socioeconómicos, pertence aos assuntos de Economia, Mercado, Finanças e Negócios.

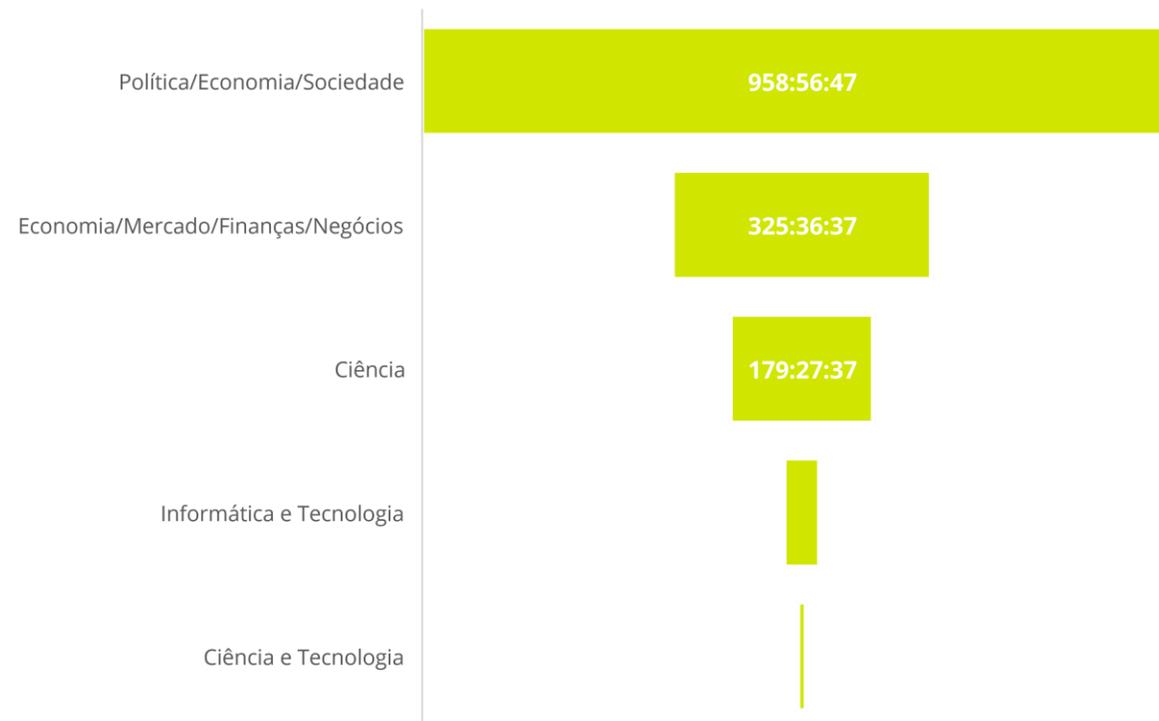
Na área das Ciências, foram transmitidas à volta de 179 horas de programação; sendo que temas científicos com componente tecnológica representaram 9 horas de emissão.

Quanto à Tecnologia, foram englobadas na agenda 43 horas, entre as quais 26 horas englobaram uma componente de Informática.

Assim, os temas socioeconómicos representaram uma grande maioria dos conteúdos transmitidos nas áreas em questão, o que está em linha com o carácter informativo da RTP.

Análise Comparativa

Distribuição de conteúdo pelas áreas da ciência, tecnologia e socioeconómicos (horas) | 2021



B 12.ii) Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista ao lançamento de programas nas temáticas da ciência, tecnologia e socioeconómicos

Resultado 2021

Na temática das ciências, tecnologia e socioeconómicos, foram estabelecidas parcerias com vista a desenvolver, produzir e realizar conteúdos nas categorias mencionadas.

Destaca-se a série documental **“Planeta A”** da RTP1, um coprodução com a **Fundação Calouste Gulbenkian** que preencheu a agenda da RTP1 com 9 episódios focados no tema emergente da sustentabilidade.

Também foi lançado pela RTP3 o programa de debates sobre o futuro da democracia e da igualdade, **“Conversas sobre o futuro”**, com gravações no Grande Auditório da Fundação mencionada. Por fim, ainda em colaboração com a **Gulbenkian**, foram lançadas conversas sobre o tema das doenças infecciosas, no âmbito da **“Maratona da Saúde”**.

Em parceria com a **Quercus**, transmitiu-se, em jeito de rúbrica no programa **“Bom dia Portugal”**, o **“Minuto Verde”**, também ele sobre a temática da sustentabilidade, e com o propósito de educar e motivar os cidadãos a adotarem praticas alinhadas com a crise climática emergente, e com o estado crítico da “saúde” do planeta.

Também a Antena 1 formou parcerias com a **Rádio Renascença** e a **TSF**, para a realização do **“Debate da Rádio”**, no âmbito da cobertura dos momentos das Eleições Autárquicas e Presidenciais.

Destaca-se também a já mencionada parceria com a **Universidade de Aveiro** para a criação da magazine de ciência e tecnologia que dá exposição às áreas de investigação da universidade, **“UAU – Ciência Sem Limites”**.

Por fim, realça-se que com a **Fundação Manuel dos Santos**, foram estabelecidas parcerias no âmbito da realização de conteúdos na temática da saúde e planeamento familiar, como **“Tudo é Nada Sem Saúde”**, no âmbito da realidade da Mulher no nosso país, com **“Mulheres em Portugal”**, e ainda sobre o contexto económico na Europa com **“O que Ficará dos Fundos Europeus”**.

B 13.i) Campanhas próprias criadas direcionados a temas relevantes e atuais da sociedade nas variadas temáticas

Resultado 2021

A RTP, enquanto entidade pública, desenvolve iniciativas onde dá espaço a várias instituições, apoiando e desenvolvendo campanhas de sensibilização, inclusive dispondo de uma **área de produção de campanhas** que, ao longo do ano apoia congressos focados em temas relevantes e atuais da sociedade que, posteriormente, acabam por dar origem a programas ou excertos de programas transversais a serviços de programas televisivos e de rádio.

No segundo ano de pandemia, 2021 foi marcado pela divulgação de campanhas da Direção Nacional da Saúde, cedendo-se por exemplo à Administração do Governo Regional dos Açores tempo de antena destinado à **“Campanha COVID” destinada a jovens** ou ao **apelo à vacinação** pelo Ministério da Saúde.

A RTP África também deu continuidade à sua participação em diversas campanhas de carácter cívico e humanitário, designadamente **prevenção do HIV Sida, COVID-19, participação em recenseamentos eleitorais**, entre outras dedicadas aos cidadãos dos PALOPs.

Adicionalmente, a RTP apoiou campanhas de apoio às vítimas de violência doméstica, de promoção dos direitos e proteção das crianças e dos jovens, e veiculou planos de apoio à população idosa e promoveu a segurança nos locais de trabalho.

Por fim, criou ainda um conjunto de campanhas de curta duração transmitidas nos intervalos da telescola, em colaboração com entidades como a Direção Geral de Educação ou a Comissão para Igualdade e Género, visando abordar temas como o *cyberbullying*, trânsito, cuidados familiares, prevenção na praia, boas práticas de utilização de eletrodomésticos e prática desportiva (esta última com colaboração do desportista Hélder Delgado).

Adicionalmente, podemos inserir neste tópico a própria criação e transmissão de programas.

Na rádio, inclui-se **“A Páginas Tantas”**, programa da Antena 1 sobre a igualdade de género e o papel da mulher na sociedade, **“Cidade Invisível”**, abordando a temática das drogas com retratos de vivências maioritariamente na cidade de Lisboa, **“Voz de Cama”**, um programa onde a psicóloga-sexóloga Tânia Graça responde a dúvidas dos ouvintes da Antena 3 relacionadas com a sexualidade e que é depois disponibilizado e complementado em formato *podcast*, ou até **“Efeito Borboleta”**.

Na televisão relembramos alguns programas já mencionados ao longo do presente relatório com o mesmo propósito, como **“Portugal, um Retrato Social”** da RTP Memória, ou **“As Rebeldes”** ou **“Embaixadores da Esperança”** da RTP África.

B 14.i) Distribuição de tempo de emissão por modalidade

Resultado 2021

Depois de um ano de pandemia que levou ao cancelamento de vários eventos desportivos, 2021 fica marcado pelo início do regresso à normalidade, e consequente transmissão de competições que transitaram de 2020. É de lembrar por exemplo o Euro 2020 e os Jogos Olímpicos de Tóquio que, aliados a outros campeonatos europeus e mundiais, marcaram passagem pelos vários serviços de programas televisivos, digitais e rádio, e que foram adicionalmente abordados em programas de debate e magazines desportivas, promovendo um aumento do número de horas dedicadas à emissão de conteúdos desportivos transversal a grande parte dos canais.

Na RTP houve espaço para a cobertura de **20 modalidades** diferentes de maior e menor relevância, nos vários **escalões profissionais e amadores** praticadas em Portugal e no estrangeiro, tendo-se inclusive adquirido direitos de certos campeonatos como um todo. O destaque vai para o **Futebol** que ocupou 29,39% do tempo de emissão na totalidade das modalidades de desporto, com cerca de **278 horas**.

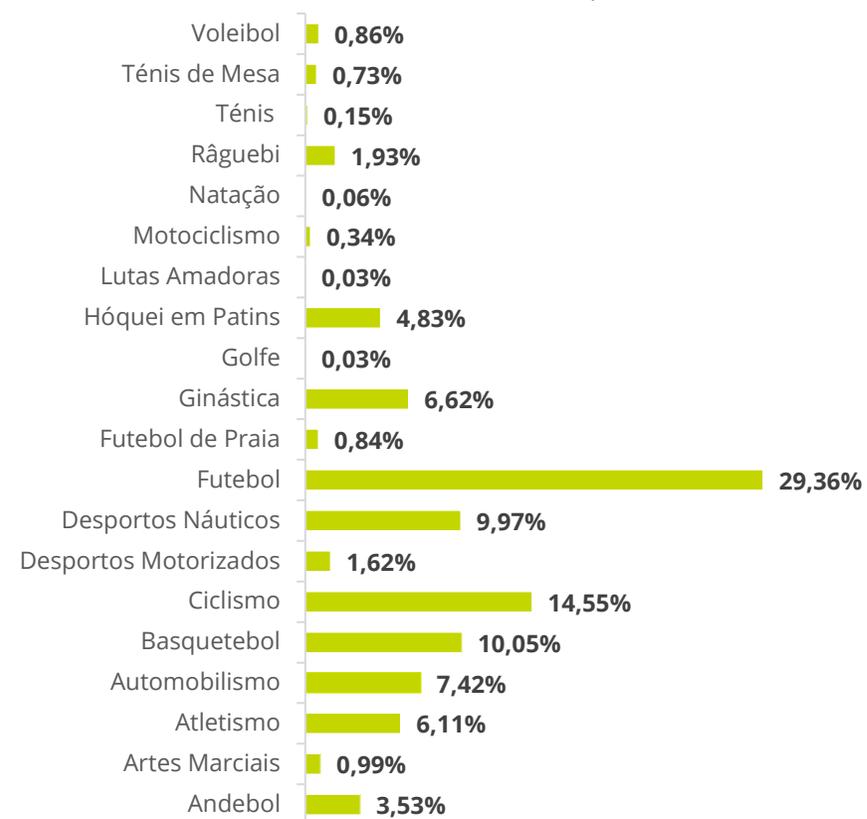
Desde o automobilismo com o **“Vodafone Rally de Portugal”** aos jogos da **“Taça de Portugal”** de basquetebol, passando pelo **“Campeonato da Europa da Ginástica TEAMGYM”**, pelo rãguebi com o **“Apuramento para o Campeonato do Mundo 2023”**, e até pelas lutas amadoras, a RTP prima pela diversidade de modalidades apresentadas em 2021.

Nas ilhas, nomeadamente nos Açores, o desporto ocupou um papel importante nas transmissões, devido ao elevado número de equipas açorianas presentes em competições nacionais e internacionais, tendo o **“Teledesporto”** e o **“Lançamento”** no canal da região prestado um papel fundamental em ligar as ilhas, compilando a emissão direta das provas desportivas com os respetivos comentários.

Na RTP Madeira, para além da transmissão do **“Rali Vinho da Madeira”**, o debate semanal sobre a temática do futebol, **“Prolongamento”**, e a divulgação semanal de todas as atividades desportivas pelo **“Domingo Desportivo”** são o grande destaque.

Análise Comparativa

Distribuição de tempo de emissão por modalidade na RTP (% de horas) | 2021



Fonte: RCOSPPE, 2021

B 1 4 . i i) Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto

Resultado 2021

Com base na informação recolhida através de entrevistas, no que diz respeito ao desenvolvimento de conteúdo multiplataforma, destaca-se a RTP Desporto que dispõe de uma agenda abrangente das várias modalidades e classificações, incluindo na mesma os conteúdos emitidos nos serviços de programas televisivos.

A RTP lançou, no campo do desporto, uma campanha generalista – **“A RTP não perde o fôlego”** – na qual destacou vários eventos desportivos ao longo do ano, como o Euro 2020, os Jogos Olímpicos e os Jogos Paralímpicos de Tóquio, a Volta a Portugal em Bicicleta, a Tour de France, o Mundial de Futebol de Praia.

Focando nos **Jogos Olímpicos**, foram transmitidas mais de 200 horas em direto de conteúdo relacionado com o evento pelas várias plataformas da RTP, com foco na participação de atletas portugueses. A RTP2 começou por emitir o **“Torneio de Qualificação para os Jogos Olímpicos”** e, posteriormente, a Antena 1 lançou os programas **“Oriente Olímpico”** e **“Oriente Paraolímpico”**, com retratos diários dos vários participantes nacionais emitidos nos dias anteriores ao início da competição. Já a RTP1 e RTP3 relataram e reportaram os momentos mais relevantes através dos seus enviados especiais.

O **Euro 2020** mereceu também destaque em vários dos serviços de programas da RTP – desde reportagens no países em que a Seleção de Portugal jogou, a programas especiais como **“Noites do Euro”** e **“RTP Euro 2020”** na RTP1 e RTP3. Já a RTP Madeira transmitiu 6 programas dedicados à competição e ao apoio dos adeptos Madeirenses.

No digital, foi criado um espaço online dedicado ao Campeonato Europeu de Futebol na RTP Desporto, com um calendário, notícias e resultados dos jogos, bem como foi feito o acompanhamento do evento na Radio Euro, em *stream web* e na aplicação da RTP Notícias, que transmitiu em direto todos os jogos do Europeu.

Na rádio, a Antena 1 acompanhou a competição através de quatro emissões especiais, **“Rumo a Londres”**. Adicionalmente, a participação da Seleção no Euro 2020 foi também seguida por dois enviados especiais que realizaram, em parceria com a Direção de Programas, uma reportagem integral sobre a preparação para os jogos na Hungria, Alemanha e em Espanha, a ser transmitida pela Antena 1, RDP Internacional e RDP África.

Ainda na frente desportiva, a equipa da Rádio cobriu mais uma edição da **“Volta a Portugal em Bicicleta”**, tema abordado também pelos serviços de programas RTP1, RTP África e RTP Internacional.

Em suma, o ano de 2021, ainda que atípico, deu lugar a importantes acontecimentos no mundo do desporto, o que fomentou o desenvolvimento de conteúdos multiplataforma e possivelmente a colaboração entre os vários canais e estações.

B 14.iii) Evolução da performance da plataforma digital RTP Desporto

Resultado 2021

Em 2021, e após a interrupção generalizada nos eventos desportivos a que a pandemia obrigou no ano de 2020, os 4 canais exclusivamente digitais da **RTP Desporto** presentes na RTP Play totalizaram **583 mil visitas**, **826 mil visualizações** de páginas e **210 mil visitantes**, no ano de 2021.

Já na app **RTP Play**, os resultados combinados dos 4 canais foram de **271 mil visitas**, **469 mil visualizações** de páginas e **141 mil visitantes**.

Dado que não existem dados referentes às métricas apresentadas (visitas, visualizações de páginas e visitantes) de anos anteriores, não é possível avaliar a evolução da performance da RTP Desporto.

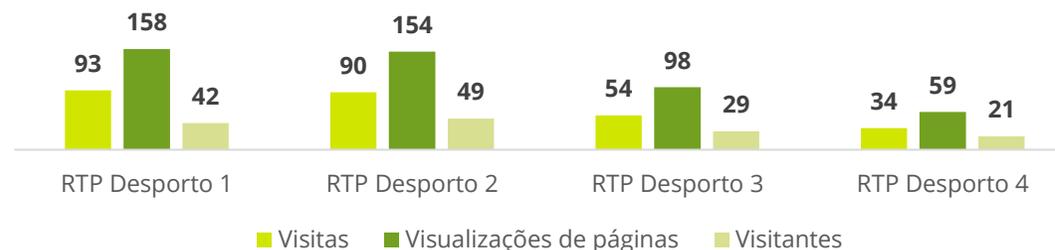
No entanto, sugere-se que a RTP mantenha o registo dos dados em questão nos anos seguintes, de modo a ser possível concretizar uma avaliação da evolução da performance da RTP Desporto.

Análise Comparativa

Resultados dos canais RTP Desporto no site RTP Play
(#visitas, #visitantes, #visualizações de página; milhares) |
2021



Resultados dos canais RTP Desporto na app RTP Play
(#visitas, #visitantes, #visualizações de página; milhares) |
2021



B 14. iv) Análise comparativa com outros serviços de programas generalistas da percentagem de horas transmitidas na área do desporto

Resultado 2021

Comparando outros serviço de programas generalistas, a RTP (RTP1 e RTP2) **supera em larga escala** os restantes serviços de programas no número de horas dedicadas ao total da tipologia de desporto, quer na transmissão direta de eventos, quer olhando aos números que incluem debates, magazines e outros programas semelhantes de cariz desportivo, tendo **acentuado esta liderança** ainda mais no ano de 2021.

Aqui, a **RTP2** conta com o **maior número de horas de transmissão direta de eventos** (338 horas das 556), bem como com a **maior diversidade de modalidades** (14) em **mais de 30 provas** diferentes. A **RTP1** apresenta também uma diversidade nesta temática, com **11 modalidades** englobadas em **mais de 20 provas**.

No top 30 dos programas de Desporto mais vistos em 2021, 43% do ranking diz respeito a conteúdos relacionados com o **Euro 2020**, sendo que foram transmitidos pela RTP1 os dois programas de desporto com maiores plateias em 2021: **“Euro 2020: Final – Itália x Inglaterra”** (2M 255 mil espectadores) e **“Campeonato da Europa Sub-21 2021: Final – Alemanha x Portugal”** (2M 190 mil espectadores).

Dentro dos serviço de programas generalistas de cunho informativo, a **RTP3**, apesar de ter apresentado um **maior número total de horas** face a 2020, encontra-se em 4º desta lista, apenas 8h atrás da SIC Notícias, com a CMTV a destacar-se como líder nesta categoria. É de relembrar que o baixo número de horas apresentado pela CNN surge justificado pelo seu lançamento apenas no final do ano (em Novembro).

¹A CMTV é um serviço de programas generalista. Embora não sendo um serviço de programas temático informativo é efetuada de forma generalizada a análise comparativa de audiências deste serviço de programas com os serviços de programas informativos RTP3, SIC Notícias e TVI24.

Análise Comparativa

Horas dedicadas ao total da tipologia de desporto na RTP 1
(#horas) | 2021



Horas dedicadas ao total da tipologia de desporto na RTP 3
(#horas) | 2021



B 15.i) Número de horas transmitidas de jogos de futebol

Resultado 2021

O ano de 2021 ficou marcado pelo regresso do Futebol, dada a diminuição das limitações vividas ao longo de 2020, contando com algumas das principais competições da área como o Campeonato Europeu, as Qualificações para o Mundial 2022 e os jogos para a Liga de Futebol. No global da transmissão, foi alcançado um total de cerca de **270 horas de jogos de futebol nos serviços de programas RTP**.

Face a este contexto, a RTP conseguiu cobrir alguns daqueles que foram os principais espetáculos futebolísticos das diferentes competições, com especial destaque para a aquisição dos direitos de transmissão de vários jogos de destaque do Campeonato Europeu de Futebol, permitindo a consequente exibição.

Numa análise mais próxima aos diferentes serviços de programas, na RTP1 foram transmitidos diversos eventos desportivos objeto de interesse generalizado do público, totalizando cerca de 57 horas de transmissão, como os jogos do Campeonato da Europa Sub-21 2021, Jogos amigáveis realizados entre países e a Qualificação para o mundial de 2022.

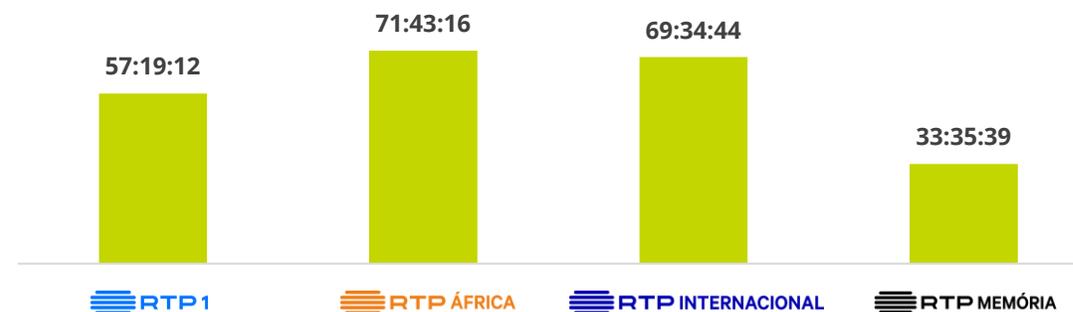
Destaca-se ainda o facto de este serviço de programas contar com os **dois programas mais vistos em Portugal**, nomeadamente os dois jogos **“EURO 2020: Final”** e o **“Campeonato da Europa sub-21: Final”** com 45,1% e 44,2% de *share*, respetivamente.

Também a RTP Internacional e RTP África foram palco de várias competições como os jogos da Liga NOS de futebol. E ainda, a RTP Memória com 33 horas de transmissão de competições futebolísticas abordou várias transmissões, numa perspetiva nostálgica de exibição de jogos realizados no passado tais como “Jogos da nossa memória - 1961 - Benfica x Barcelona - 2021” ou “1994 - SL Benfica X FC Porto”.

Destaque ainda para a prévia aquisição de direitos de transmissão de um conjunto de 24 jogos da Taça de Portugal de futebol masculino e da supertaça Cândido de Oliveira a exibir nas temporadas 2022/2023 e 2023/2024, realizadas ainda no ano em análise.

É relevante continuar a acompanhar este indicador uma vez que se trata de conteúdo valorizado pelo público. No ranking dos 40 programas mais vistos em Portugal, 18 consistiram em transmissões futebolísticas, aumentando face a 2020 em que eram apenas 10.

Transmissão de jogos de futebol por canal (horas) | 2021



B 15.ii) Número de horas transmitidas relativas a conteúdo desportivo na área do futebol

Resultado 2021

O conteúdo desportivo da área específica do futebol ocupou dezenas de horas de programação nos vários serviços de programas com principal foco no Europeu de Futebol 2020 e nos jogos de apuramento da seleção para o Mundial no Qatar.

Relativamente à distribuição da emissão por géneros da RTP, a temática do futebol foi abordada durante cerca de **278 horas** (278:20:08), por meio de transmissão de jogos, reportagens e de programas específicos como “Noites do Euro” e “RTP Euro 2020” nas grelas da RTP1 e RTP3.

Este desporto contribuiu também como fator de identidade nacional com a transmissão de 63 horas na RTP1 de conteúdos relacionados com a “Qualificação Mundial 2022”, “Campeonato da Europa Sub-21 2021”, “Campeonato do Mundo de Futebol de Praia 2021” e os “Jogos amigáveis da Seleção Nacional.”.

No que respeita à RTP2 e RTP3, o futebol esteve no epicentro das emissões durante cerca de 3h e 41h, respetivamente. Já na RTP Madeira, 40:50:57 horas foram dedicadas ao “Futebol na RTP Madeira” e 8:56:56 horas foram marcadas pelo “Euro 2020”.

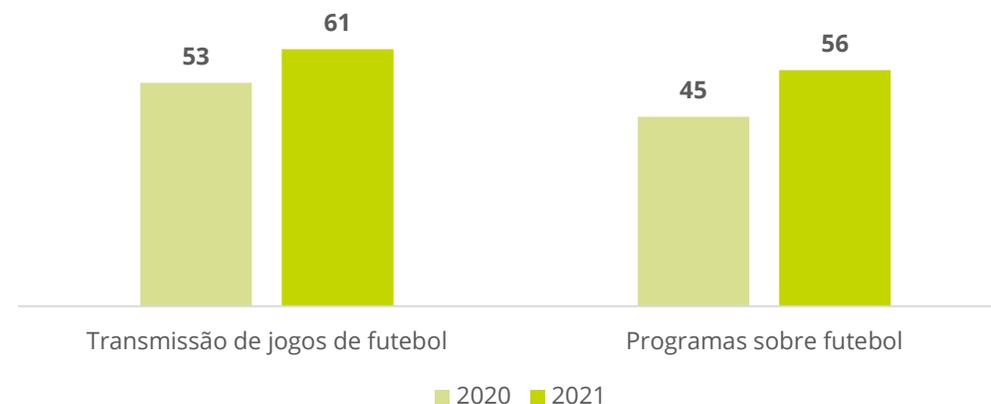
Finalmente, nos serviços de programas RTP Internacional e RTP África, cerca de 69h e 71h foram atribuídas a este desporto, tendo estas consistido numa produção própria.

Relativamente à satisfação face a estas horas transmitidas, os telespectadores demonstraram-se mais satisfeitos no que respeita a “Transmissões de jogos de futebol” face a 2020, no entanto, revelaram o seu maior descontentamento face a 2019 no que toca aos “programas sobre futebol”. Na perspetiva das antenas RTP, os “relatos de futebol” e os “fórums de futebol” são considerados como o 2ª e 6º conteúdo transmitido favorito dos ouvintes, respetivamente.

Finalmente, é ainda de salientar que a eficiência e qualidade de transmissão dos jogos foi melhorada uma vez que foi realizada uma ação de substituição das vias de vídeo e áudio nos estádios de futebol e centros de estágio por fibra sobre IP.

Análise Comparativa

Satisfação dos conteúdos específicos da RTP Televisão em conteúdos futebolísticos (% T3B) | 2020 - 2021



B 16.i) Distribuição do tempo de emissão por origem de produção – relativo a coproduções

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP estabeleceu parcerias com entidades nacionais e internacionais no âmbito da coprodução de conteúdo.

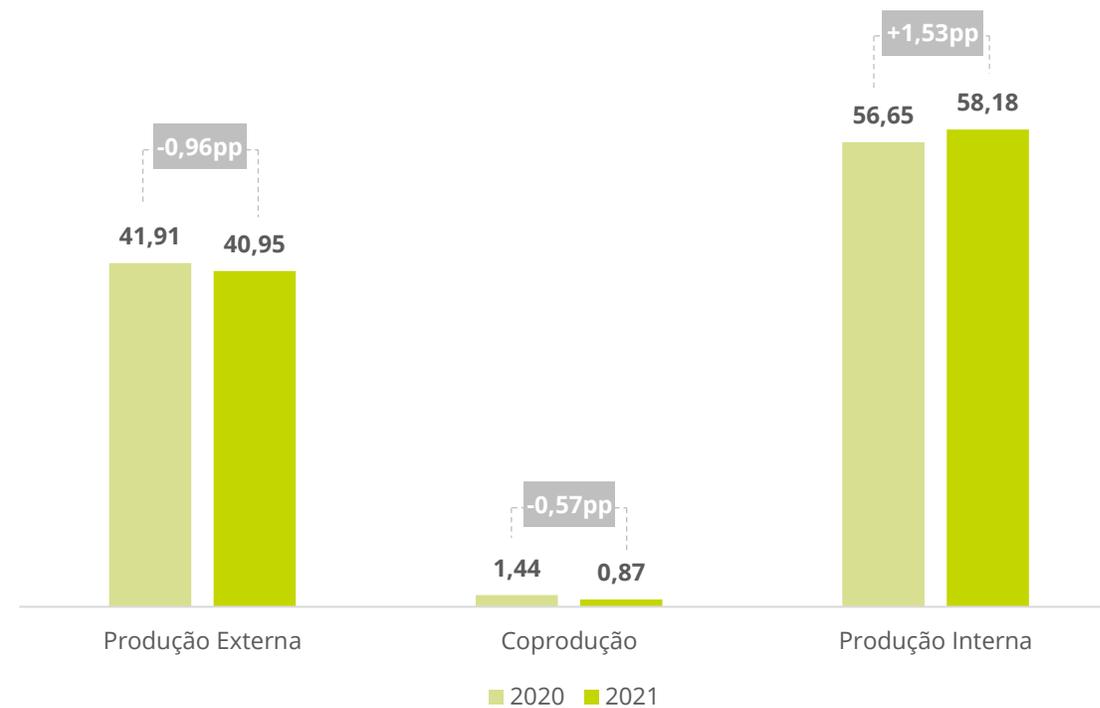
No que toca à Produção, **apenas 0,87% do tempo de emissão foi fruto de coproduções.**

Verificou-se que o Centro de Emissão e os Centros de Produção de Lisboa, Porto, Madeira e Açores representativos da Produção Interna preencheram mais de metade da emissão RTP com uma representatividade de 58,18%. Já a Produção externa ocupou 40,95% da emissão.

Ainda que o peso dos programas realizadas em Coprodução tenha verificado **decréscimo de cerca de 0,57p.p.** comparativamente ao ano anterior, é de destacar que, sendo este o primeiro ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, considera-se não ter existido um período suficiente para colocar em prática a ambição do aumento de coproduções, dada a complexidade da realização das mesmas.

Análise Comparativa

Distribuição do tempo de emissão por origem de produção (%)
| 2020 - 2021



B 16.ii) Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente

Resultado 2021

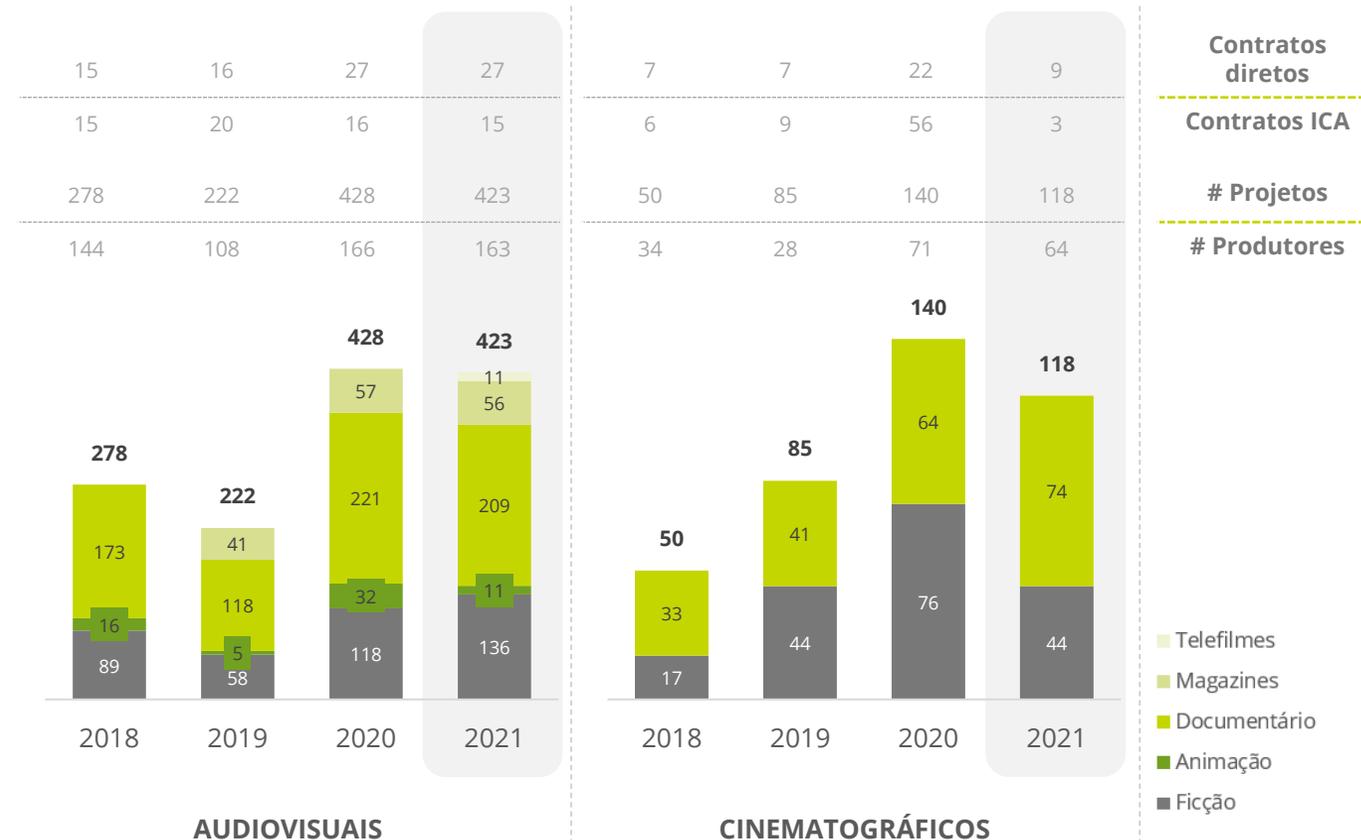
Ao longo de 2021, a RTP assegurou a transmissão e promoção das obras cinematográficas e audiovisuais por si financiadas, através de contratos e protocolos de colaboração por si subscritos, designadamente no âmbito da relação com o Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA), e de outras iniciativas congéneres.

Num total de 3.001 spots, foram transmitidos em antena cerca de 59.509 segundos, cujo apoio teve um valor de mercado de 1.080.443,62 €, calculado de acordo com o ponto 5. da Cláusula 23ª do CCSPT (distribuído entre promoções contratualizadas e promoção gratuita de obras cinematográficas e audiovisuais nacionais)

Na emissão de obras cinematográficas e audiovisuais nacionais podemos destacar as séries, “Amantes na Fronteira” e “O Alto”; a curta-metragem, “Quando Pudermos”; as longas-metragens “Os Fotocines”, “Um Animal Amarelo” e “Linhas Tortas”, entre outros.

Análise Comparativa

Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente (#consulta de conteúdos) | 2018 a 2021



Fonte: RCOSPPE, 2019; RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021

B 16.iii) Exemplos de iniciativas de promoção externas relacionadas com a promoção do setor audiovisual nacional

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, apesar do contexto pandémico em que se viveu, a RTP continuou a apoiar e promover o setor audiovisual nacional.

A promoção e transmissão das obras cinematográficas e audiovisuais financiadas pela RTP são asseguradas por meio de contratos e protocolos de colaboração por si subscritos, nomeadamente no seguimento da relação com o Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA), e outras iniciativas congéneres.

Destaca-se a participação no evento internacional **ONSeries**, realizado no CCB (Centro Cultural de Belém) em novembro, no qual a RTP promoveu talentos nacionais, o setor audiovisual, a produção independente e o desenvolvimento de conteúdos em língua portuguesa, no contexto de um evento que permite a divulgação de séries e projetos de televisão de várias nações.

Destaca-se, também, a **Gala dos Prémios Play**, que a RTP voltou a apoiar e transmitir, a partir do coliseu de Lisboa. Este é um evento anual de distinção dos músicos portugueses em todos os géneros, em parceria com a Associação para a gestão e distribuição de direitos (Audiogest) e com a GDA (Gestão dos Direitos dos Artistas).

Para além disso, também a RTP2 manteve os tradicionais **“Concerto de Paris”**, **“Festival ao Largo”** e **“Prémio Jovens Músicos”**, que contou com 250 músicos concorrentes e 6 concertos em 3 dias na Fundação Gulbenkian.

A RTP esteve, ainda, presente no Congresso das Comunicações da APDC e na QSP Summit, onde realizou uma ativação B2B da plataforma RTP Play, e marcou presença num dos mais relevantes mercados internacionais de conteúdos multiplataforma, o MIPCOM (Marché International des Programmes de Communication).

Destaque ainda que a RTP procedeu à emissão de 59.509 segundos em antena de promoção e transmissão de obras cinematográficas e audiovisuais. Além da Consulta de Conteúdos, foi realizada a divulgação de promoções contextualizadas e outras

promoções gratuitas de obras cinematográficas e audiovisuais nacionais no valor de 276.906,39€ e 803.573,23€.

Adicionalmente, no âmbito da ficção nacional, a RTP1 estreou 9 séries de ficção nacional e associou-se, ainda, ao lançamento de **“Glória”**, a primeira série portuguesa emitida na plataforma de *streaming* global Netflix, tendo um alcance de cerca de 200 países.

B 1 6 . i v) Definição de uma estratégia para criação de processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio a produções independentes criados

Resultado 2021

A definição de uma estratégia para a criação de processos internos de controlo de qualidade, incentivo e apoio a produções independentes deve ser realizada durante os 3 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, pelo que o indicador é considerado “Não Avaliado”.

B 1 6 . v) Exemplos de coproduções realizadas com produtores internacionais

Resultado 2021

O ano de 2021 ficou marcado pelas diversas coproduções realizadas com produtores internacionais.

O destaque primordial deve ser dado à série **“Glória”** realizada em coprodução com a **SP internacional** e **Netflix**, tornando-se a primeira série portuguesa a estrear na plataforma de *streaming*.

Entre os vários exemplos, destaca-se também a parceria realizada com a HBO para a realização da série **“Auga Seca – 2ª temporada”**, com a Televisão Pública Espanhola para criar a série de ficção **“Crimes Submersos”** e com a HBO e TV Galiza para o lançamento da série **“Chegar a casa”**. Também a série **“Maré Negra”** deve ser sublinhada, pois apesar de ter sido lançada apenas em 2022, foi produzida em 2021.

Para além disso, no decorrer do ano estabeleceu-se uma parceria com a Ukbar Filmes da Polónia para coproduzir o novo projeto **“Contados por Mulheres”**, que consistiu em dez telefilmes realizados por mulheres e baseados em obras literárias de autores portugueses. A série **“3 Caminhos”** foi também fruto de uma coprodução entre diversas entidades e a RTP, tais como a Amazon Prime, a TV Galiza, a Cinemate, a Ficción Producciones e a Beta Film. Destacaram-se também as séries **“Herança de Aristides”** em coprodução com a France Televisions e **“Ni Hao China”** realizada em parceria com a CCTV (Televisão Central da China) e que retrata, em 12 episódios, as principais cidades chinesas, focando em temas sociais.

Finalmente, a série **“Sem Fronteiras”** foi coproduzida com a TV Galiza, e aborda localidades portuguesas e galegas que têm o mesmo nome de lados diferentes da fronteira.

B 16.vi) Exemplos de conteúdos realizados no âmbito de novas parcerias (produtoras nacionais)

Resultado 2021

À semelhança do constatado em anos anteriores, a RTP estabeleceu novas parcerias e manteve outras com produtores nacionais, no sentido de obter e produzir conteúdo.

Destaque para a série **“Pôr-do-sol”**, da RTP1, um conteúdo inovador que atingiu o maior sucesso de audiências alguma vez ocorrido na RTP Play com 647 mil vistas, 1.2 milhões de visualizações de páginas e 186 mil visitantes.

Também a série **“Até que a vida nos separe”** foi realizada em contexto de coprodução nacional, tendo sido vendida à Netflix no entretanto, possibilitando a sua transmissão em mais de 180 países.

Adicionalmente, a RTP1 estreou outras séries de ficção nacional como **“3 Caminhos”**, **“Vento Norte”**, **“Conta-me como foi”**, **Ordem moral**, **“Bem Bom/Doce”**, **“O livro negro de Padre Dinis”**, entre outras.

À semelhança daquilo que já era realizado em 2020, o primeiro serviço de programas da RTP manteve a programação regular de telefilmes que tem na sua base a adaptação de obras literárias portuguesas. Ao todo, foram transmitidas em horário nobre nove telefilmes originais, abordado obras como **“A Abóbada”** (Alexandre Herculano), **“A Morte do Super Homem”** (Rui Zink), **“O Tesouro”** (Eça de Queirós), **“Uma Vida Toda Empatada”** (Mário de Carvalho), **“O Sítio da Mulher Morta”** (Manuel Teixeira Gomes), **“Miss Beijo”** (Lídia Jorge), **“Cinzas da Mãe”** (Cristina Norton), **“Um jantar muito Original”** (Alexander Search, pseudónimo de Fernando Pessoa) e **“A Pereira da Tia Miséria”** (Conto Popular).

Também o programa **“7 maravilhas da nova gastronomia”** é fruto de uma coprodução nacional, tratando-se um espaço de apoio a milhares de restaurantes que atravessaram fases muito desmotivadoras ao longo da pandemia, que recebeu cerca de mil candidaturas e concretizou-se em 140 finalistas distribuídos pelas diversas áreas do país.

Ocorreu também a colaboração com a produtora **Caracol Studios** para a coprodução da série **“Evadidos”** e com a **David e Golias** para a séries **“3 mulheres”**.

Ao nível do género documental, foram produzidos vários documentários nacionais destacando-se a parceria com a Fundação Francisco Manuel dos Santos de onde resultaram os conteúdos **“Mulheres em Portugal”**, **“O que Ficaré dos Fundos Europeus”** e **“Tudo é Nada Sem Saúde”**.

Também nos programas infantojuvenis esta colaboração foi visível, dado 1.904 horas de programas terem sido encomendadas pela RTP e produzidas por produtoras nacionais independentes, consistindo em mais de 70 programas.

B 17.i) Desenvolvimento de uma parceria para criação de um catálogo de conteúdos de ficção nacional

Resultado 2021

O objetivo de desenvolvimento de uma plataforma digital OTT pela RTP, na qual estejam compilados os conteúdos criados ou coproduzidos pelos serviços de programas de televisão generalistas portugueses (Grupo RTP, SIC e TVI) deve ser considerado no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico.

Dado que o desenvolvimento de parcerias no âmbito da disponibilização de tal plataforma ainda não foi concluído, dependendo também de um acordo com a SIC e a TVI, considera-se o indicador como “Não Avaliado”.

B 17.ii) Número de conteúdos RTP no catálogo a desenvolver

Resultado 2021

Dado que o número de conteúdos RTP no catálogo de uma plataforma OTT depende da conceção da mesma, e no seguimento da nota presente no indicador anterior (B17.i.), também este é considerado como “Não Avaliado”.

B 18.i) Quotas de difusão de música portuguesa

Resultado 2021

Em 2021, as estações de rádio da RTP **cumpriram** na totalidade os requisitos e obrigações em termos de quotas de difusão da música portuguesa, estipuladas pela Lei da Rádio. A seguinte avaliação é realizada na base de 2 períodos distintos de análise – 07h às 20h (período 1) e 20h às 07h (período 2).

A **Antena 1**, que se focou particularmente na divulgação do fado e da música tradicional, transmitiu 73% de música portuguesa no período 1 e 77,4% no período 2. Ademais, no decorrer desse tempo, a música recente foi representada em 43,9% (período 1) e 41,2% (período 2). No que diz respeito à música cantada especificamente em português, esta representou 86,2% e 85,2%, nos períodos 1 e 2, respetivamente.

Já a **Antena 3**, no âmbito da divulgação e apoio à música e artistas nacionais, com a missão de revelar novos talentos nos mais diversos géneros, transmitiu, durante 2021, 53,7% de música portuguesa no período 1 e 52,23% no período 2.

A música recente foi transmitida em 73,51% (período 1) e 78,77% (período 2) do tempo de transmissão de música portuguesa. No que diz respeito à música cantada em português, a Antena 3 emitiu este género em 64,36% e 65,38% do tempo, nos períodos 1 e 2, respetivamente.

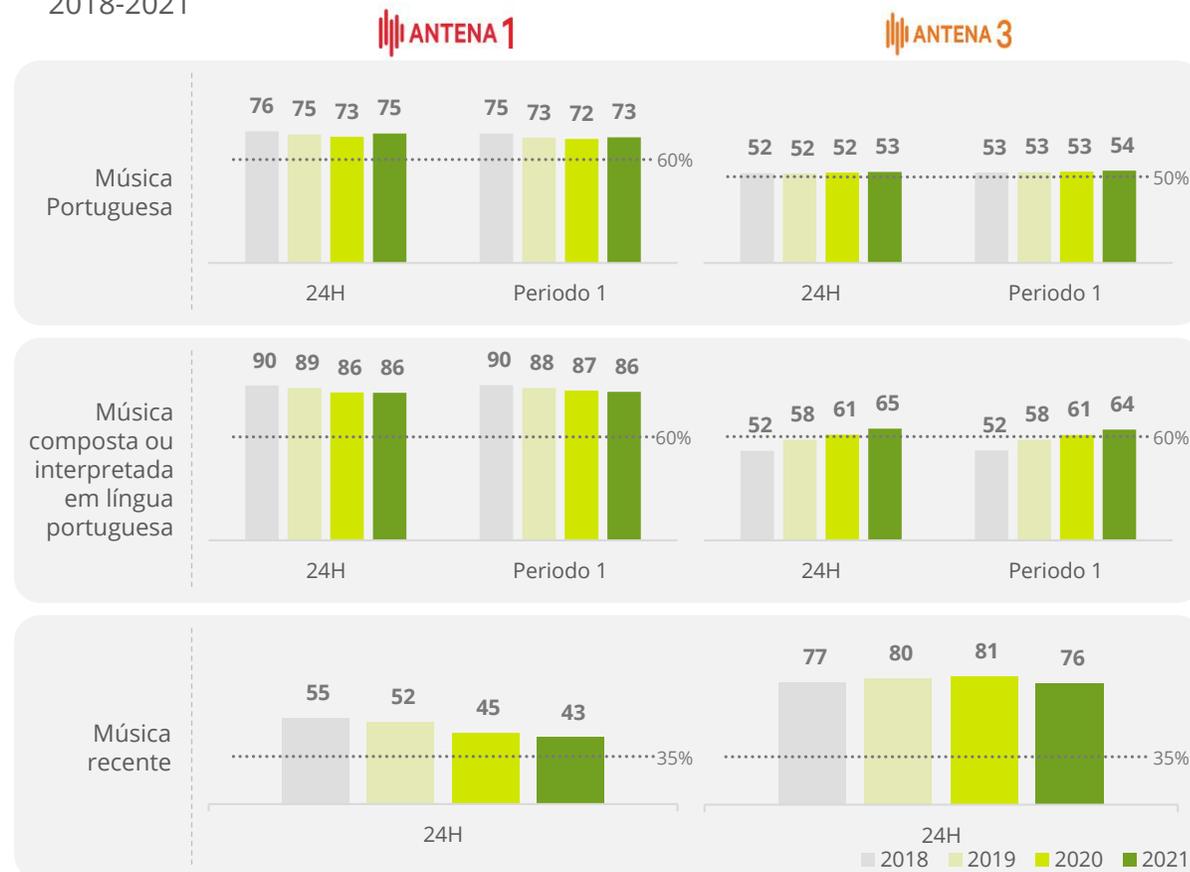
Também a **RDP África** se destacou positivamente, tendo difundido a música portuguesa e lusófona em cerca de 90% da sua transmissão.

Considerações Relevantes

Na Lei da Rádio, o artigo 42º estipula que as quotas de música portuguesa no serviço público de rádio são fixadas no respetivo contrato de concessão, sendo o primeiro serviço de programas obrigado a difundir pelo menos 60% de música portuguesa. Além disso o artigo 44º refere que deve ser transmitido, no mínimo, 35% de música recente, isto é, cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

Análise comparativa

Quotas de Difusão Música Portuguesa – Rádio (%) (Período 24H e 07H/20H) | 2018-2021



B 1 8 . i i) Exemplos de concertos transmitidos nos vários serviços de programas de rádio e televisão

Resultado 2021

A pandemia fez emergir dificuldades para a generalidade da sociedade, com maior impacto em determinadas áreas como a cultura. Com as restrições de aglutinação de pessoas, a maioria dos concertos programados para o ano de 2021 foram cancelados – na Antena 2, por exemplo, foram canceladas as gravações de 23 concertos e a transmissão em direto de 28 outras atuações. Com base nesta situação, a RTP, apesar de ter visto muitas das suas atuações impactadas, surgiu como meio de divulgação do trabalho de vários artistas nacionais, promovendo, em diferentes formatos e canais, a transmissão de concertos.

No que toca à **Rádio**, a **Antena 1** foi condicionada pela atividade pandémica no primeiro semestre do ano, tendo apenas na segunda parte de 2021 reintroduzido alguma da sua atividade normal. Neste sentido, foram registados 37 concertos ao todo com artistas como Katia Guerreiro, Pedro Joia 100 Músicos para Amália, Homenagem Manuel, Alegre, Jorge Palma, José Cid, Happy Mess, Nancy Vieira, Sting, Sodade, Concerto de Homenagem a Cesária Évora, entre outros.

Na **Antena 2**, entre os vários eventos e instituições apoiadas ao longo do ano, a área específica dos concertos consistiu no maior investimento do serviço de programas, assistindo-se à cooperação em cerca de 257 eventos deste género. Em 2021, mantiveram-se 79 concertos em direto, sendo que 66 foram produzidos pela Antena 2, que promoveram uma maior proximidade do serviço de programas com músicos, autores e promotores. Além disso, as restantes 13 emissões foram produzidos por entidades externas. De notar, também, que foram gravados 55 concertos de música clássica, jazz e música étnica, a partir de 5 cidades distintas, por meio das parcerias estabelecidas com várias instituições (Gulbenkian, o CCB ou a Casa da Música) para transmissão em diferido. Ao nível de programação, foi dinamizada uma temporada de concertos de segunda a sexta numa iniciativa intitulada de **“Concerto Aberto”**, que consistiu na gravação e transmissão de concertos de artistas portugueses realizados em diversos locais adequados para o efeito por todo o país. Esta ação foi potencializada pela divulgação

online em formato vídeo. Também o conteúdo regular **“Grande auditório”** se destaca na temática em análise e a cobertura do **“Womex 2021 – Porto”** contou com a emissão de concertos.

Apesar de todas as limitações impostas pela pandemia, a Antena 2 transmitiu em 9 meses uma média superior a 1 concerto por semana, significando que no **ano de 2021 se conseguiu ultrapassar os números de concertos transmitidos em anos anteriores.**

Na **Televisão**, a **RTP1** promoveu também a produção e emissão de cerca de 4 dezenas de espetáculos, como “Joel Pina – 100 Anos”, “Paulo de Carvalho – 60 anos de carreira”, “Lura – 25 anos de carreira”, “Bárbara Tinoco no Coliseu”, “100 Músicos para Amália”, “Gala do Centenário de Amália Rodrigues”, “Um Só Dia – Homenagem a Manuel Alegre”, “Calema ao Vivo”, “O Cantinho do Zeca”, “Gala dos 25 anos da RTP África”, “Agir ao vivo”, “Sons do Minho, ao Vivo”, “Conan Osiris no Coliseu”, “Zé Amaro no Rosa Mota Arena”, “The Gift, ao Vivo”, “Selma Uamusse, ao Vivo”, entre outros. Já **RTP2**, além do Concerto Comemorativo do Dia Internacional da Língua Portuguesa 2021, transmitiu também o Concerto Dia Mundial da Música 2015.

Na **RTP Madeira** transmitiram-se, entre outros, o “Festival da Canção Infantil da Madeira” e vários concertos com artistas madeirenses, realizados em parceria com a Assembleia Legislativa da Madeira. Por fim, destacamos a **RTP Açores**, que apostou nesta temática com a divulgação do “Concerto de Laureados – Margarida Magalhães de Sousa”, tendo como finalidade homenagear a pianista e pedagoga açoriana no centésimo ano do seu aniversário.

B 18.iii) Exemplos de programas dedicados à temática da música

Resultado 2021

No contexto pandémico vivenciado em 2021, a RTP investiu na criação de conteúdo relevante na temática da música portuguesa que fosse não só apelativo para os públicos a que se dirige, como também uma tentativa de apoio a um dos grupos profissionais mais impactados com a situação provocada pela COVID-19, os artistas.

Na **Rádio**, no que respeita à **Antena 1**, entre os 8 conteúdos transmitidos sobre a temática, destaca-se o “Alma Lusa”, que se trata de um programa sobre fado, os intérpretes e os criadores, e ainda o “O Povo que volta a cantar”, onde se abordam jovens que mantêm o foco na música e que vivem em zonas mais recônditas do país.

A **Antena 2** foi o serviço de programas com maior variedade na transmissão de conteúdos desta temática, totalizando mais de 20 conteúdos diferentes dedicados à música, como por exemplo os programas “Boulevard”, “Vibrato”, “Baile de Máscaras”, “A Propósito da Música”, “Música Aeterna”, “O Tempo e a Música”, “Geografia dos Sons”, “Véu Diáfano” e “Música Contemporânea”.

Já a **Antena 3**, com uma diversidade de 10 programas, transmitiu de segunda a quinta-feira o conteúdo “Portugália”, focado na divulgação e suporte da nova música portuguesa. Também os lançamentos de discos, concertos e digressões têm um espaço dedicado no canal no programa “Domínio Público”, que conta já com 5 edições de noticiários curtos e uma edição alargada ao sábado de 2 horas.

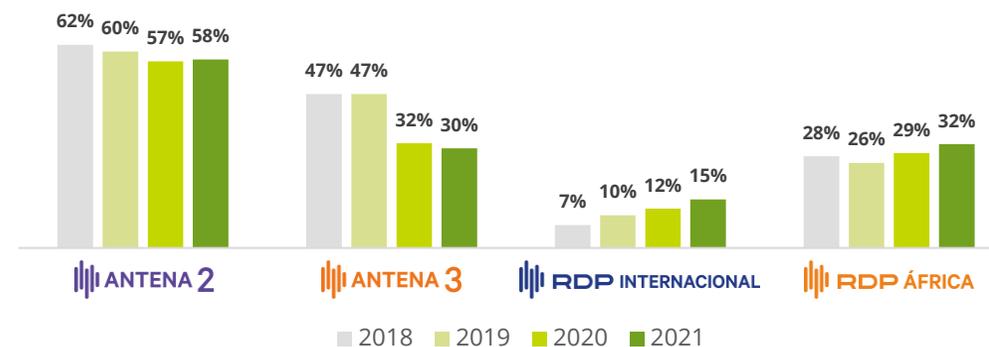
No que diz respeito à **Televisão**, a **RTP1** transmitiu vários programas que englobam esta temática, como o “The Voice Kids”, “The Voice Portugal”, “Festival da Canção”, “Eurovisão”, “Prémios Play” e o novo concurso musical “Não Te Esqueças da Letra”.

Também a **RTP Memória** retratou o tema da música em vários programas, nomeadamente “A música portuguesa a gostar dela própria” que semeia o conhecimento do património vivo da tradição oral, cantigas, romances, contos, músicas e danças.

Ao longo do ano, foram ainda estabelecidas algumas sinergias entre rádio e televisão no sentido de criar ou dar continuidade a conteúdos neste âmbito. A título de exemplo, destaca-se o programa “**Eléctrico**”, fruto da proximidade entre a Antena 3 e RTP1, que abordou 42 bandas nacionais e respetivas equipas técnicas, sendo que em cada episódio 2 bandas atuaram frente-a-frente. O mesmo serviço de programas de rádio colaborou, ainda, com a RTP1 dando origem ao programa “No Ar” que divulgou 15 bandas portuguesas diferentes, em sessões “**Life on tape**”.

Análise comparativa

Percentagem da emissão dedicada a “Programas de Música” (%) | 2018 - 2021



B 18.iv) Espaços regulares dedicados à música portuguesa

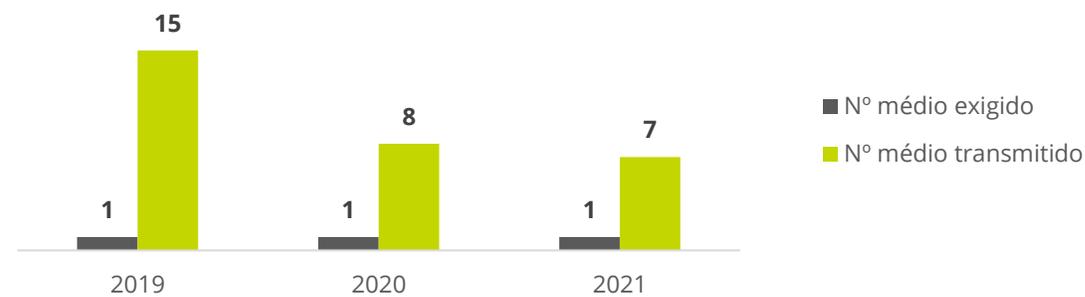
Resultado 2021

Segundo o CCSPRT, a RTP1 deve cumprir a obrigação de incluir pelo menos 1 programa mensal dedicado à música portuguesa. No ano de 2021, a **RTP1 superou esta obrigação**, registando um **número médio de programas mensais exibidos de 7 conteúdos neste âmbito**, refletidos em 85 exibições.

Destacam-se no plano de espaços regulares dedicados à música portuguesa conteúdos como a série documental que contou com a participação de 42 músicos, “Elétrico”, resultante de uma colaboração entre a Antena 3 e a RTP1; o espaço que reúne artistas de língua portuguesa, “Rua das Pretas”; a cobertura do clássico “Festival da Canção”, ou especiais como “Joel Pina – 100 anos”, “Bárbara Tinoco – Coliseu Lisboa” ou “Carlos do Carmo, Obrigado!”, entre outros.

Análise comparativa

Nº médio de programas mensais exibidos | 2019 - 2021



B 18.v) Número e horas de conteúdos que contemplem aspetos culturais portugueses na área da música nas várias Antenas

Resultado 2021

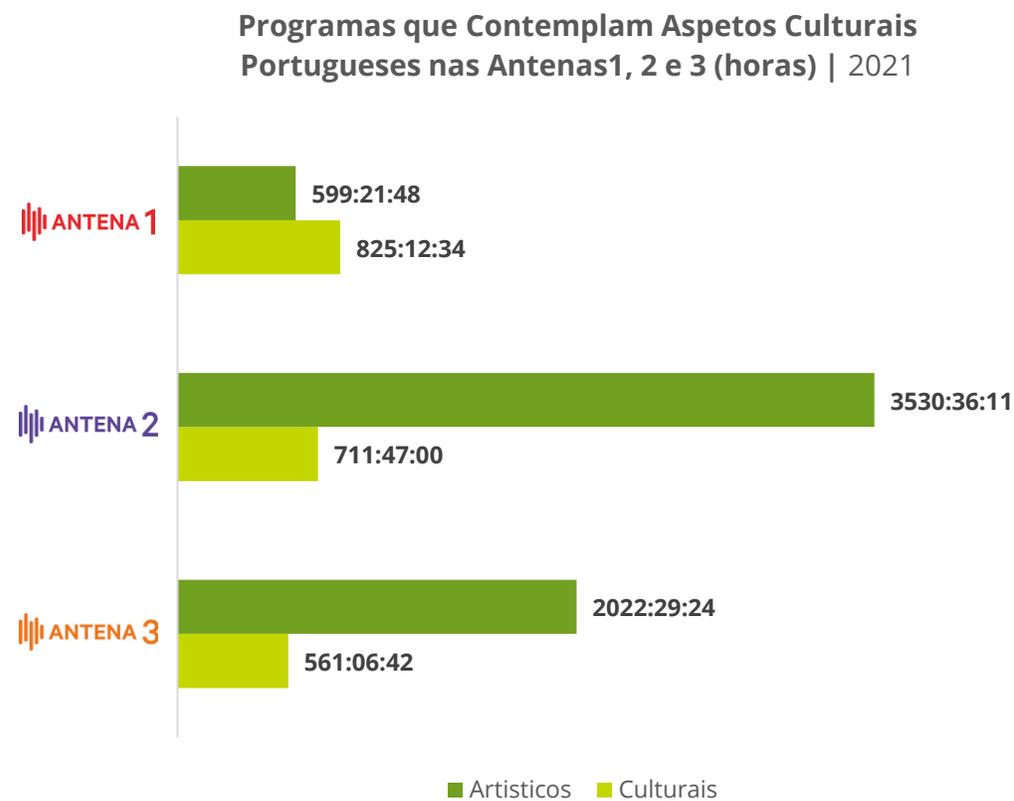
No que respeita à emissão de conteúdos que “contemplem aspetos culturais portugueses” pelos serviços de programas da rádio pública, consta-se que grande maioria dos programas emitidos se enquadram nesta categoria.

Destaca-se a Antena 2 com mais de 3.500 horas de conteúdo de cariz Artístico, no qual se inserem programas do tema Música, como “Jazz a 2” ou “Música Portuguesa a Gostar Dela Própria”; do tema Literatura, como “A Ronda da Noite”; e dos temas Cinema, Teatro, Dança e outras Artes, como “Teatro sem Fios”.

No contexto Artístico, também a Antena 3 engloba vários programas na sua agenda, como programas de Humor, com “Aleixo FM”, de Música com “Caixa de Ritmos” e de Cinema com “Só Fitas”, por exemplo.

Já a Antena 1, devido à sua natureza informativa, é a estação que emite menos horas de programas que se inserem na categoria em análise. No entanto, transmite uma variedade de conteúdos, com ênfase nos Culturais, cobrindo temas desde Sociedade, História, Ciência, Linguística, Economia e Direitos, através de vários programas que inclui na sua agenda.

Análise comparativa



B 19.i) Novos conteúdos criados/produzidos pela RTP Palco

Resultado 2021

A RTP Placo, sendo um plataforma digital de aglutinação de conteúdos nas mais diversas áreas performativas, contava já no final de 2020 com mais de 250 conteúdos compilados. Em 2021, **a plataforma RTP Palco transmitiu e disponibilizou mais de 80 novos conteúdos.**

No âmbito de festivais que tiveram lugar ao longo do ano, a plataforma foi escolhida para o acompanhamento via transmissão dos eventos **“Artes à Vila”, “Festival Internacional de Música de Espinho”, “Festival Internacional de Música da Póvoa de Varzim”, “Festival Iminente”, “WOMEX”, “Temporada de Música de São Roque”** e, ainda da **“Festa do Jazz”**.

A página digital foi ainda a plataforma de escolha para a transmissão do “Festival Jovens Músicos”, e somou aos seus conteúdos outros espetáculos do LEME (Festival de Circo Contemporâneo e Criação Artística em Espaços Não Convencionais), da Noite Europeia do Circo, do Cistemúsica – Festival de Alcobaça – e da Orquestra de Jazz de Matosinhos.

No seguimento do desenvolvimento do projeto experimental “HUB”, onde se procura estimular capacidades novas para a criação e produção de novos programas, foram criados novos formatos para a plataforma, nomeadamente a cobertura dos concertos do “Festival Iminente” e a série “O teatro também se Lê” que estreou no final do ano, com Sara Barros Leitão, Rui Mendes, Luísa Cruz, Catarina Avelar, João Cachola, Maria João Luís, João Reis e Soraia Chaves.

Por fim, a plataforma foi ainda alvo de desenvolvimentos de normas gráficas e digitais, refletidas no conteúdo relativo ao festival “WOMEX”.

B 19.ii) Evolução do número de visitas no sítio RTP Palco (2020-2021)

Resultado 2021

A plataforma RTP Palco foi lançada em 2020, pelo que 2021 correspondeu ao seu 1º ano completo de atividade.

Ao longo do ano a RTP Palco contou com um total de cerca de **523 mil visitas nos dois acessos em que se encontra disponível, app e site**, crescendo em aproximadamente 67% face a 2020. Cresceu ainda ao nível de visitantes e tráfego (visualizações de páginas) em 56% e 45%, respetivamente, alcançando um total de 253 mil visitas e quase um milhão e meio de visualizações de páginas (1.483.694). É de salientar que o site foi responsável por cerca de 72% do total de visitas à plataforma.

A área de maior crescimento ao nível de performance foram as visitas à APP, tendo estas alcançado o valor total de cerca de 145 mil visitas, refletindo um aumento de 111% face a 2020.

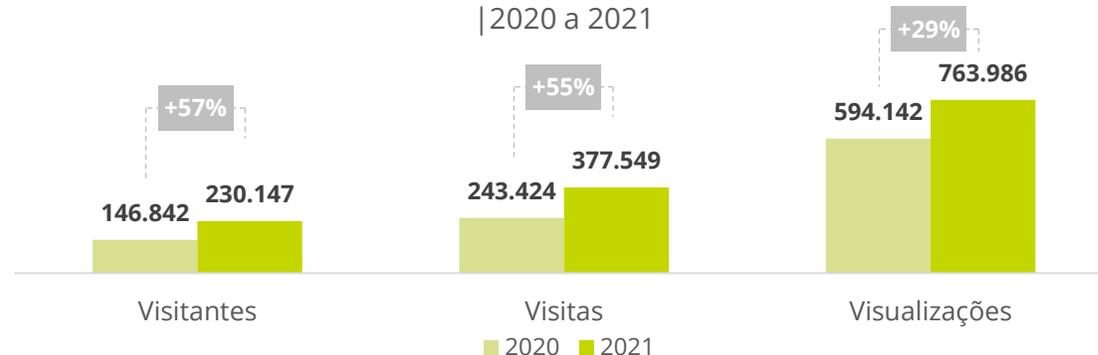
Destaque de que a área dos conteúdos *on demand* se revelou a mais visitada, representando 66% do tráfego, em termos de visualizações de páginas, do site e 50% na App. Dentro desta oferta, os programas mais procurados foram o “Elétrico”, “O cantinho do Zeca” e “O Pimba é Nosso”.

Deste modo, constata-se que período em análise foi um ano de evolução para a RTP Palco, tendo a aderência do público à plataforma aumentos em todas as métricas, comparativamente com 2020.

Análise comparativa

Visitantes, Visitas e visualizações de páginas do Site RTP Palco

| 2020 a 2021



Visitantes, Visitas e Visualizações de páginas da APP RTP Palco

| 2020 a 2021



B 19.iii) Número de parcerias estabelecidas pela RTP Palco

Resultado 2021

O ano de 2021 é considerado pela RTP um ano de consolidação do projeto RTP Palco, tendo sido o estabelecimento de parcerias que fomentem a criação e partilha de conteúdo na plataforma uma parte importante da consolidação do projeto.

Neste sentido, **a RTP Palco acrescentou 8 parcerias ao seu leque**, usufruindo assim de 14 parcerias no total, estabelecendo ligações para a realização de projetos/eventos específicos, como é o caso do festival Womex, ou ligações com um prazo mais duradouro.

Em termos de conteúdos, destaca-se a parceria com o **teatromosca**, uma companhia de teatro sediada em Sintra, que tem embebida nas suas criações inovação em termos programáticos e performativos, incluindo sempre o audiovisual e o digital nas suas peças. Também se destacou a parceria com a **Culturgest**, que cede a sua sala de espetáculos para performances artísticas de cariz mais alternativo.

A nível de parcerias para aquisição de conteúdo, a RTP Palco uniu-se ao projeto artístico **23 Milhas**, que disponibiliza todos os espetáculos de Circo presentes na plataforma do serviço público.

Ainda no âmbito das colaborações iniciadas em 2021, destaca-se o **Festival Iminente**, a grande operação da RTP Palco, com a transmissão em *livestream* de 3 palcos, em simultâneo, e alojamento na plataforma.

Durante o ano de 2021 a RTP juntou-se também à **Orquestra Jazz de Matosinhos**, ao **Teatro Nacional D. Maria II** e à **Orquestra Metropolitana de Lisboa**.

B20.i) Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina

Resultado 2021

O ano de 2021 foi em grande parte marcado pela pandemia e conseqüente confinamento. Como tal, a RTP manteve a aposta no papel de serviço público de apoio ao Ensino nacional e, mais especificamente, desenvolvimento da plataforma RTP Ensina.

O ano ficou marcado pelo lançamento do novo projeto **“Explicadores”**, cujo objetivo é o de estabelecer uma ponte entre os vídeos disponibilizados pela plataforma e a matéria escolar. Para a concretização desta iniciativa, a RTP cooperou com diversas associações de professores no sentido de criar cinco centenas de artigos de apoio nas mais variadas áreas de ensino.

Para além disso, foram também criados novos testes nas várias áreas de estudo, em formato de **Quiz**, de forma a aumentar a interação dos alunos com o site.

A RTP deu ainda especial atenção a áreas que se encontravam mais deficitárias e/ou necessitavam de um reforço face à procura realizada pelos visitantes, como é o exemplo da temática da Cidadania.

A área de Artigos revelou-se a mais visitada no portal, com uma elevada performance traduzida em 4 milhões de visitas e 3 milhões de visitantes, tendo registado um crescimento de 6% e ambos os indicadores face ao ano anterior.

Como artigos mais procurados destacaram-se “Recursos de cidadania” (45 mil visitas), “Os principais rios de Portugal “ (35 mil visitas) e o “Memorial do convento”, de José Saramago (31 mil visitas).

Considerações Relevantes

O número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina já havia sido avaliado como métrica para a ação estratégica 2. No entanto, e sendo que se considera um indicador fundamental para a medição do cumprimento da ação 14, manteve-se a análise apresentada anteriormente.

Análise Comparativa

	Áreas mais visitadas	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo	2.936.974	4.173.582	6.053.181
2	homepage	109.679	166.675	361.984
3	/temas-artigo	97.284	143.466	339.989
4	/tag-artigo	100.535	127.190	234.744
5	/dossie	41.599	48.590	81.570

	Artigos mais visitados	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo/recursos-de-cidadania	31.684	45.321	77.698
2	/artigo/os-principais-rios-de-portugal	32.122	35.422	45.753
3	/artigo/memorial-do-convento-de-jose-saramago	24.121	31.297	37.091
4	/artigo/a-banalidade-do-mal-de-hannah-arendt	24.566	27.610	34.351
5	/artigo/quando-constantino-criou-o-domingo-para-descanso	21.210	24.342	33.952

B20.ii) Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina

Resultado 2021

Em 2021, num contexto ainda pandémico que obrigou a um confinamento da população entre os meses de fevereiro e abril, a RTP Ensina manteve ativas as suas iniciativas ligadas ao apoio à educação remota.

A maioria do conteúdo de formação desenvolvido e posteriormente disponibilizado, é produzido no âmbito de parcerias, como são exemplo os 500 artigos de apoio, “Explicadores”, criados em parceria com associações de professores.

Adicionalmente, a RTP Ensina mantém ativas 5 parcerias com entidades de modo a produzir conteúdo dirigido a todos os anos escolares compreendidos entre o 1º ciclo e o ensino secundário, sendo estas a **Unicef**, o **Comité Olímpico Português**, o **Parlamento Europeu**, a **Assembleia da República** e a **Escola Mágica**.

B20.iii) Evolução da performance do RTP Ensina

Resultado 2021

No ano de 2021, o portal RTP Ensina atingiu um **número de visitas de 4.330** e **3.008 visitantes**, alcançando a melhor performance, nos dois indicadores mencionados, da sua história. Tais resultados, traduzem-se num **crescimento de visitas de 3% face ao ano anterior**, e um **crescimento de 4% relativamente ao número de visitantes**.

Destaca-se ainda que a **RTP Ensina é a 6ª área do site RTP com maior número de visitas**, subindo uma posição face ao ano de 2020 em que se encontrava na 7ª posição.

Os visitantes mais novos, 18 a 34 anos constituem 42% do público da RTP Ensina e março destacou-se como o mês com melhor desempenho da página, registando 632 mil visitas, 1 milhão de visualizações de páginas e 476 mil visitantes.

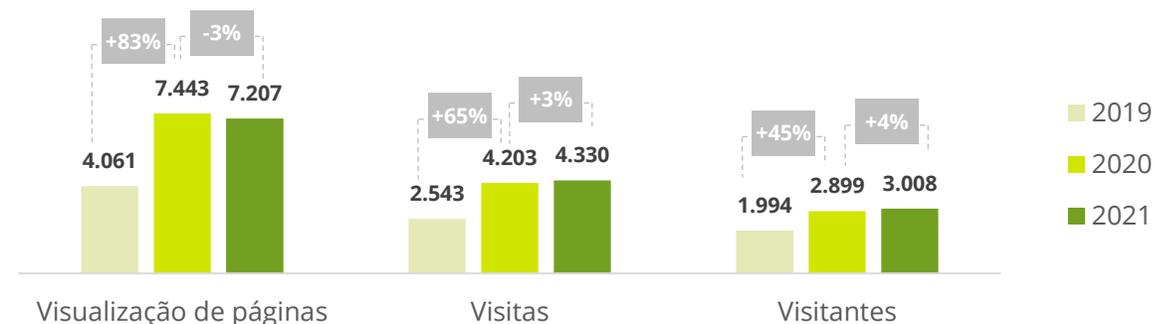
Ressalva-se também o facto de, tal como verificado em anos anteriores, ocorrer uma diminuição do número de acesso durante o período de férias escolares, que rapidamente se aproximou no nível de resultados de 2020 no 3º trimestre. Deste modo, **a RTP Ensina manteve os seus níveis regulares de procura**.

Considerações Relevantes

O número de visitas e visitantes no RTP Ensina já havia sido avaliado como métrica para a ação estratégica 2. No entanto, e sendo que se considera um indicador fundamental para a medição do cumprimento da ação 14, manteve-se a análise apresentada anteriormente.

Análise Comparativa

Evolução da performance da RTP Ensina (#visualizações,#visitas, #visitantes; mil) | 2019 - 2021



B 21.i) Número de pedidos satisfeitos na RTP Arquivo

Resultado 2021

A RTP Arquivo continuou a desenvolver um papel relevante ao longo de 2021, no que respeita à contribuição e fornecimento de conteúdos para a criação de novos programas de vários géneros e formatos.

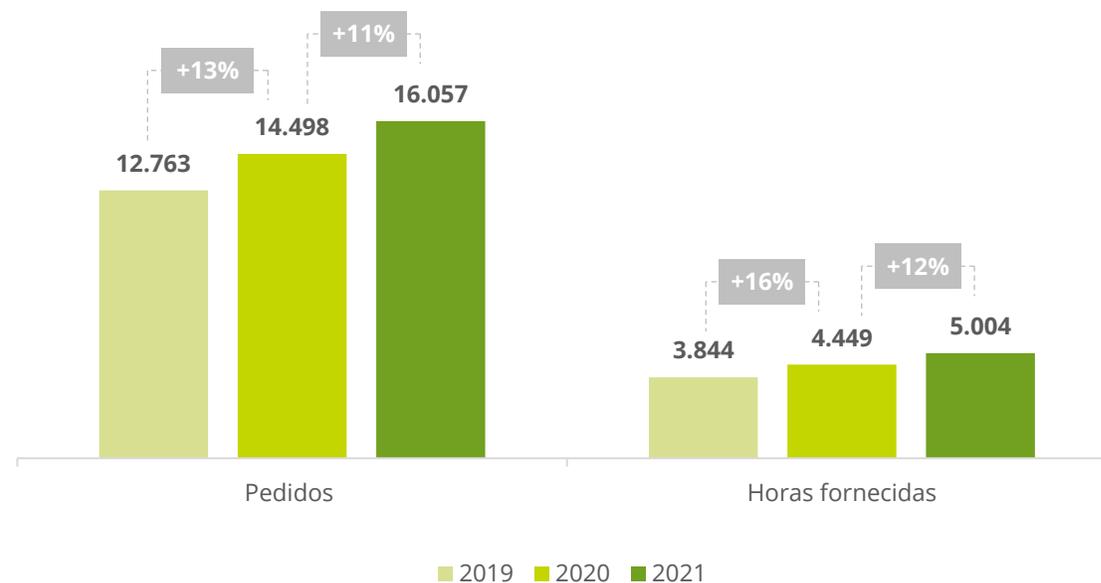
Em 2021, a RTP Arquivo **satisfez 16.057 pedidos**, mantendo a tendência de aumento de capacidade de resposta em 11%, que resultou na partilha de cerca de **5.004 horas de imagens de arquivo** para a produção de notícias e programas. A estes valores devem ainda ser somados os casos em que a plataforma foi utilizada em regime *self-service* pelos utilizadores internos das mais diversas áreas (informação, programação e produção).

Ao longo do período, foi assegurada a resposta a 885 pedidos de licenciamento de materiais do arquivo para fins comerciais, que se concretizou num proveito total superior em 140% face ao ano de 2020. Relevante destacar que os mesmos se desdobram em 32 pedidos da área da investigação/educação e cultura, 643 no âmbito institucional/uso privado/público em geral e 210 foram provenientes de entidades sem fins lucrativos. Tal resultado pode ser justificado pela crescente visibilidade dos acervos disponíveis na plataforma, a cobertura dos Jogos Olímpicos de verão e a realização de afinações funcionais nos processos de acesso externo ao arquivo.

Finalmente, foram apoiadas 36 iniciativas de interesse público promovidas por organizações da sociedade civil. Tal refletiu-se na partilha de 17 horas totais de programação que foram utilizadas nomeadamente no apoio a conferências, exposições e outros eventos organizados pelo museu da presidência da república, Bienal de Arquitetura de Veneza, Museu do Aljube e fundação de Serralves.

Análise Comparativa

Evolução dos pedidos de conteúdo realizado à RTP Arquivo (#pedidos, #horas) | 2019 a 2021



B21.ii) Número de digitalizações de conteúdos do arquivo

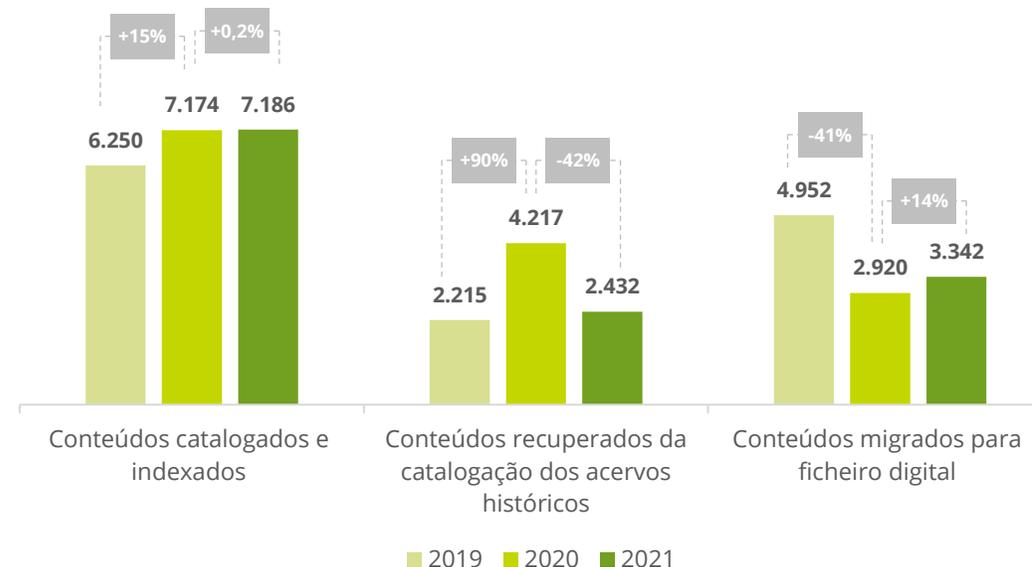
Resultado 2021

Apesar do contexto restritivo da situação pandémica, ao longo de 2021 a RTP foi capaz de desenvolver a estratégia previamente desenhada de atualização dos conteúdos e promoção de uma acesso interno eficaz. Durante o ano em análise foram **produzidos 7.186 novos conteúdos** por meio de atualização e preservação dos acervos que foram alvo de catalogação e indexação. Além disso, foi feita a requalificação da **catalogação de 2.432 horas de conteúdos e 3.342 horas de programas** originalmente registados em videocassetes, foram recuperadas e migradas para ficheiro digital.

A realização deste processo de digitalização potencia não só o processo interno e externo de utilização dos conteúdos arquivados, como aumenta o leque de programas relevantes divulgados online. No final do ano, a RTP Arquivo contava já com 104.115 conteúdos disponíveis para o acesso online e alcançou 9.228.563 visualizações de conteúdos, crescendo em **8%** face ao ano anterior; 6.695.530 visitas, traduzindo um aumento de **10%** face a 2020; e, ainda, 1.663.818 visitantes, aumentando este valor em **11%** face ao período homólogo.

Análise Comparativa

Evolução da conservação e preservação dos registos sonoras e audiovisuais da RTP Arquivo (#horas) | 2019 a 2021



B21.iii) Evolução da quantidade de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo

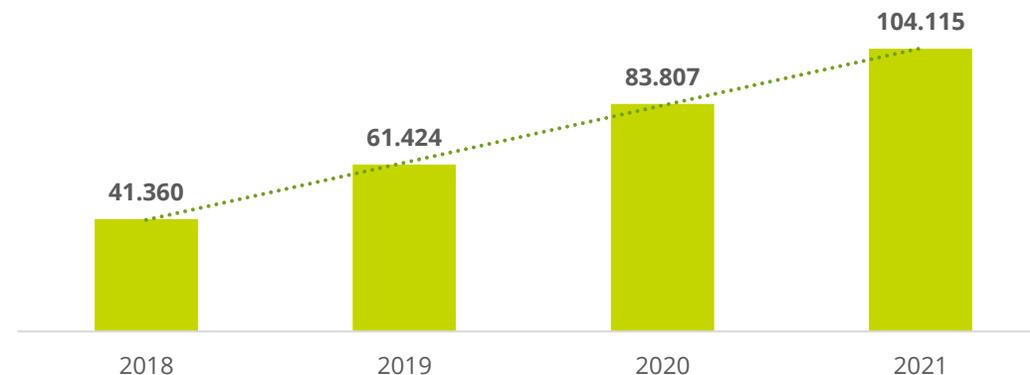
Resultado 2021

Ao longo de 2021, foi possível aumentar o portfólio de conteúdos disponíveis no Arquivo RTP com a publicação de **20.308 novos programas**.

Tal resultado traduziu-se no ultrapassar da barreira dos 100 mil conteúdos, perfazendo um total de 104.115 conteúdos disponíveis na plataforma, a data do último dia do ano, **crecendo em 24% face ao ano de 2020**.

Análise Comparativa

Evolução do número de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo (#conteúdos) | 2018 - 2021



B 22.i) Lista de principais projetos criados em conjunto com provedores

Resultado 2021

Em 2021, a RTP atravessou um ano de mudança nos titulares dos cargos de Provedor – de janeiro a novembro de 2021, a RTP esteve sem Provedor do Telespetador; e de setembro a novembro do mesmo ano, sem Provedor do Ouvinte. Deste modo, durante os meses entre os períodos mencionados, não existiram nomeados para cobrir as funções previstas.

Concluído o ciclo de mudança na ocupação dos cargos, foi possível, nos últimos 2 meses do ano em análise, divulgar e emitir nos serviços de programas RTP – televisão, rádio e digitais – quatro programas “Em nome do Ouvinte” e três programas “A Voz do Cidadão”.

No entanto, dado o contexto de final e início de mandatos nos cargos em questão, o indicador considera-se “Não Avaliado”.

B22.ii) Desenvolvimento de um modelo de acompanhamento do Conselho de Opinião que promova o número de interações

Resultado 2021

Sendo 2021 o segundo ano consecutivo de pandemia, foi constatado juntos de vários intervenientes da RTP a limitação que a COVID-19 impôs na realização de interações com o Conselho de Opinião.

No entanto, e sendo a criação de um modelo de acompanhamento do Conselho de Opinião uma iniciativa que deve ser definida no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico, o indicador é classificado como “Não Avaliado”.

B 23.i) Número de edições de livros lançados

Resultado 2021

No ano de 2021 a RTP manteve a sua aposta no lançamento de edições de livros.

Foi dada continuidade ao trabalho desenvolvido em 2020, nomeadamente na coleção de livros de Banda Desenhada dos “Grandes Clássicos da Literatura”, com os 9 novos títulos “A Ilha do Tesouro”, “Livro da Selva”, “Dom Quixote”, “Corcunda de Notre Dame”, “Os Três Mosqueteiros”, “Os Maias”, “O Último dos Moicanos”, “Robinson Crusoe” e o “Amor de Perdição”.

Adicionalmente, foram lançados 3 livros – “Depois do Crime”, de Rita Marrafa de Carvalho; “Bom Português”, inspirado na rúbrica de televisão e “As Palavras que Ficam”, da autoria de Vítor Gonçalves.

Por fim, lançou-se a coletânea de música – Festival da Canção 2021 e DVD Amália ao Vivo na RTP 1961.

B23.ii) Número de ações de promoção e divulgação de conteúdos RTP

Resultado 2021

No âmbito da Comunicação externa e das consequentes ações de promoção e divulgação dos conteúdos RTP, destaca-se no ano de 2021 a presença da RTP no evento internacional ONSeries. Decorrido pela primeira vez em Lisboa, este evento proporcionou a promoção de novas séries e projetos de televisão de produção portuguesa, bem como o encontro de profissionais do setor nacionais e internacionais. A RTP aproveitou para promover a produção independente e o setor audiovisual, dando palco ao talento nacional nas mais diversas áreas – autores, atores, realizadores, produtores, guionistas.

Adicionalmente, e em parceria com a Comic Con, criaram-se três painéis de debate no Altice Arena – “Pôr-do-Sol – da TV para a Web”, “De Lisboa para o mundo – As séries internacionais da RTP” e “5 STARZ” – permitindo a promoção de conteúdo RTP junto dos mais jovens, potenciando a presença com uma ativação da marca RTP Play.

No desporto, lançou-se a campanha transversal “A RTP não perde o fôlego”, com o intuito de promover as várias operações desportivas realizadas ao longo do ano, com ênfase na cobertura dos Jogos Olímpicos de Tóquio e do Campeonato Europeu de Futebol 2020.

Por fim, destaque ainda para a presença da RTP no Congresso das Comunicações APDC e na QSP Summit, com a ativação B2B da RTP Play, bem como no MIPCOM, no âmbito dos conteúdos multiplataforma.

Pilar 3. Estar mais perto e ser mais relevante para todos os públicos

01

Rigor, pluralismo e modernidade na informação

02

Mais qualidade e inovação nos conteúdos

03

Estar mais perto e ser mais relevante para **todos os públicos**

04

Investir em **tecnologia digital** multiplataforma

05

Organização em sintonia com a **atualidade**

AÇÕES ESTRATÉGICAS (I/II)

PILAR III - Estar mais perto e ser mais relevante para todos os públicos

1	Avaliar um novo modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos. Adotar uma abordagem temática, multiplataforma, para cada género e público-alvo, incluindo a produção independente, conteúdos para os públicos infantis e juvenis e novas parcerias. Desenvolver os processos de suporte a esse modelo
2	Fazer a análise e ajuste do perfil dos serviços de programas. Globalmente, manter o carácter familiar da RTP1 e reforçar o carácter cultural da RTP2; na Antena 1, reforçar a informação e manter como a rádio da música portuguesa, da palavra e das grandes transmissões desportivas; na Antena 2 manter o seu perfil atual, com reforço das gravações ao vivo e promoção do talento nacional; na Antena 3 acompanhar e promover a cultura pop e os novos talentos contemporâneos
3	Continuar os programas de formação no CRA e o reforço de presenças nas ilhas. Continuar o investimento para atualização tecnológica no CRM e no CPN para que se possam cumprir os objetivos de produção de qualidade pretendidos para esses centros
4	Aumentar a produção das delegações nacionais e internacionais, criando novas formas de trabalho mais ágil e dinâmico, utilizando meios de produção ligeiros adequados e desenvolvendo uma rede de parcerias locais
5	Desafiar parceiros para o desenvolvimento de novos programas que acompanhem a evolução dos países de língua portuguesa e a ligação à diáspora, desde o debate cultural à culinária, teatro, dança, etc; rever as grelhas da RTP África e da RTP Internacional, ajustando às necessidades específicas
6	Promover uma maior aproximação da Antena 1 às rádios locais, quer na área de programas quer na de informação. Explorar modelos de afiliação e partilha de conteúdos.
7	Lançar aos responsáveis o desafio, apoiado em métricas, para ter na RTP mais diversidade étnica e de género representando o país crioulo que somos na sua diversidade e singularidade. Incentivar a experimentação e lançar programas, magazines e debates nestas áreas, em formato de áudio e vídeo, para televisão, rádio e internet

AÇÕES ESTRATÉGICAS (II/II)

PILAR III - Estar mais perto e ser mais relevante para todos os públicos

8

Aumentar a legendagem, áudio descrição e linguagem gestual. Iniciar experiências com legendagem automática, através de parcerias com empresas dedicadas a esta atividade.

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 15 | Medidos 10

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 3 | Medidos 1

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 7 | Medidos 6

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 5 | Medidos 3

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Observações

O cálculo da avaliação de indicadores das ações estratégicas do Pilar III apresenta uma taxa de performance elevada de 89%; tendo sido avaliados 9 indicadores de um total de 15 (60%).

Dentro das atividades realizadas para o cumprimento das ações estratégicas delineadas no Pilar III, destaca-se o investimento na atualização tecnológica do Centro Regional da Madeira e o Centro de Produção Norte, nos quais se procedeu à aquisição e reconfiguração de equipamentos, nomeadamente de um novo carro de exterior para o CRM.

Também as ações com vista a fomentar a aproximação da RTP aos seus subscritores residentes no estrangeiro e às suas delegações nos PALOPS mereceram especial foco.

Oportunidades de Melhoria

De referir que se observa uma tendência no decréscimo das horas de emissão de programas com legendagem automática, valor que tem vindo a diminuir gradualmente desde 2019.

LISTAGEM DE INDICADORES (I/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
1 NOVO MODELO DE AQUISIÇÃO, PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS; ABORDAGEM TEMÁTICA E MULTIPLATAFORMA				
B24.i)	Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
2 FAZER A ANÁLISE E AJUSTE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS RTP				
B25.i)	Ajuste do perfil dos serviços de programas da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
3 CONTINUAR OS PROGRAMAS DE FORMAÇÃO NO CRA, E O INVESTIMENTO EM RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO CPN E CRM				
B26.i)	Número de horas para formação de colaboradores do Centro Regional dos Açores	Crítico	Recorrente	●
B26.ii)	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	●
4 AUMENTAR A PRODUÇÃO DAS DELEGAÇÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS				
B27.i)	Número total de conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais	Relevante	Recorrente	●
B27.ii)	Relação com parceiros locais das delegações nacionais e internacionais	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (II/III)

Relevância

Recorrência

Performance

5 | REVER AS GRELHAS DA RTP ÁFRICA E DA RTP INTERNACIONAL, AJUSTANDO ÀS NECESSIDADES ESPECÍFICAS

B28.i)	Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia	Crítico	Recorrente	●
B28.ii)	Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP	Relevante	Recorrente	●
B28.iii)	Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional	Relevante	Recorrente	●

6 | PROMOVER UMA MAIOR APROXIMAÇÃO DA ANTENA 1 ÀS RÁDIOS LOCAIS

B29.i)	Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
B29.ii)	Volume de conteúdos partilhados entre Antena 1 e rádios locais	Relevante	Recorrente	●

7 | INCENTIVAR A EXPERIMENTAÇÃO E LANÇAR PROGRAMAS NO ÂMBITO DE MAIOR DIVERSIDADE ÉTNICA E DE GÉNERO

B30.i)	Diversidade Cultural Face a Minorias (horas)	Crítico	Recorrente	●
---------------	--	---------	------------	---

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (III/III)

Relevância

Recorrência

Performance

8 | AUMENTAR A LEGENDAGEM, ÁUDIO DESCRIÇÃO E LINGUAGEM GESTUAL

B31.i)	Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição	Crítico	Recorrente	●
B31.ii)	Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa	Crítico	Recorrente	●
B31.iii)	Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

B 24.i) Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos

Resultado 2021

No ano em análise os serviços de programas trabalharam, à semelhança do sucedido em anos anteriores, para a disponibilização de conteúdos nas suas agendas por meio de produção própria, aquisição a entidades externas ou formação de parcerias resultando em coproduções.

No entanto, este foi um trabalho maioritariamente individual, sendo que a estrutura atual da organização segrega as responsabilidades entre os vários serviços de programa, sejam eles rádio, televisão ou digitais.

Deste modo, e sendo que a existência de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos é algo que deve ser desenvolvido pela Administração no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico de modo a impactar transversal e igualmente todos os serviços de programas de rádio e televisão, o indicador permanece como “Não Avaliado”.

B 25.i) Ajuste do perfil dos serviços de programas da RTP

Resultado 2021

Durante o ano de 2021, e tal como comprovado nas avaliações anteriores aos indicadores relativos a distribuição de géneros de conteúdos por serviços de programas, os serviços de programas rádio e televisão do serviço público mantiveram as suas agendas em linha com aquelas emitidas nos anos anteriores.

No entanto, a perfilagem dos serviços de programas é algo extrínseco aos mesmos, devendo ser levado a cabo pela própria administração de uma forma transversal aos serviços de programas.

Desde modo, e sendo que a ação deve ser concluída no curso dos 3 anos compreendidos entre 2021 e 2023, e que ainda não está concluída, o indicador classifica-se como “Não Avaliado”.

B26.i) Número de horas para formação de colaboradores do Centro Regional dos Açores

Resultado 2021

Em 2021, foram feitos 50 pedidos de formação pela direção do Centro Regional dos Açores à Academia RTP, num total de 443 pedidos feitos pelos colaboradores da empresa; realizando-se assim 3 blocos de formação nos açores, todos com efeito no mês de julho – “Operação da mesa de mistura Blackmagic ATEM 2 M/E Broadcast + ATEM Constellation 8K”, “Viz – Trio” e “Viz Artist I”, formação 1, 2 e 3 no gráfico, respetivamente.

A primeira formação teve uma duração de 4 horas e foi realizada por 7 formandos internos. No total, apresentou-se uma taxa de conclusão de 100%, totalizando 28 horas de formação. A segunda formação mencionada, “Viz – Trio”, foi assistida por 4 colaboradores durante 7 horas (cada) e a última, “Viz Artist I” realizadas por 2 formandos que completaram 24 horas. As duas formações mencionadas atingiram uma taxa de conclusão de 86% e 63%, respetivamente. Assim, o Centro Regional dos Açores registou **35 horas de formação** ao longo do ano de 2021, com uma taxa de conclusão média de 82%.

Assim, planejaram-se um total de 82 horas de formação para o CRA, distribuídos por 3 cursos diferentes. Comparando estes valores com um ano sem COVID-19 (2019), regista-se uma diferença de 359 horas no planeamento. Ainda assim, o valor de horas de formação destinadas para o CRA em 2021 superou em 46 horas os valores do ano anterior; ano esse que ficou marcado como o primeiro da pandemia global.

Devido à pandemia, e ainda que realizada a análise de horas de formação, não foi possível a realização de um número significativo de cursos, pelo que o indicador é considerado “Não Avaliado – COVID-19”.

De notar que, sendo que todas as formações realizadas no CRA foram de cariz técnico, os dados para análise deste indicador coincidem com os do indicador B35.ii), presente no Pilar Estratégico IV.

Análise Comparativa

Formações Realizadas pelo Centro Regional dos Açores (#formandos internos, #horas, taxa de conclusão) | 2021



Horas planeadas para formações no Centro Regional dos Açores | 2019-2021



B26.ii) Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais

Resultado 2021

O ano de 2021 ficou marcado pela realização de vários investimentos tecnológicos no Centro Regional dos Açores e da Madeira, e no Centro de Produção Norte, no sentido de reequipar as infraestruturas de produção.

Ainda que não seja possível distinguir o montante final de investimento alocado a cada delegação e centro regional, é possível afirmar que, no que respeita ao caso específico do **Centro da Madeira**, foi criada uma nova unidade de exteriores, traduzindo-se num aumento significativo na fiabilidade e qualidade de imagem e som dos programas transmitidos e, ainda, foi renovado o parque de câmaras de exterior. A aquisição da viatura teve um custo total de 102.573,00€ em 2021, e a aquisição de equipamento complementar ao mesmo foi convertido num gasto de 65.190,73€.

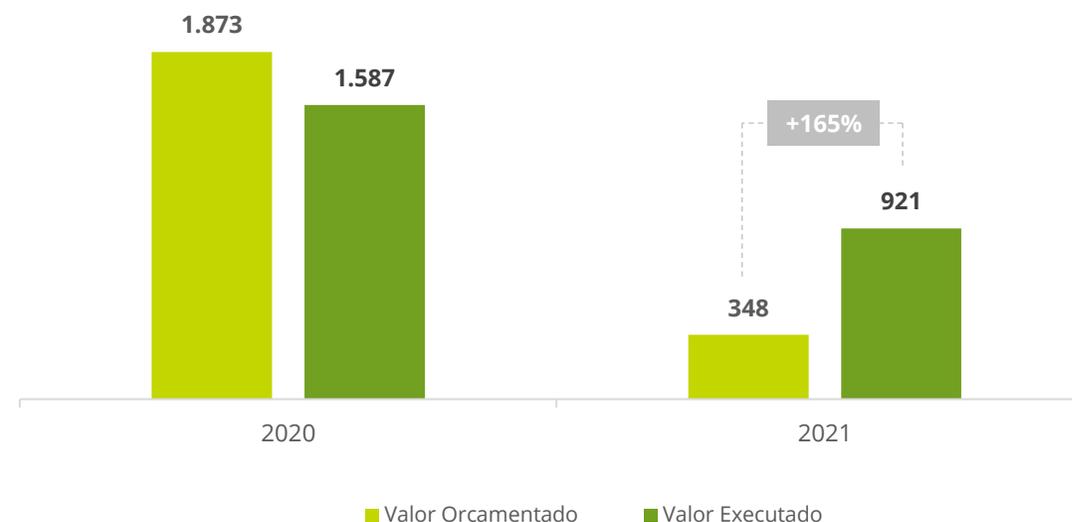
Já no **Centro Regional dos Açores**, o investimento realizado no carro, acarretou um custo total de 102.866,44€ em 2021, ao qual se adicionam um total de 84.314,46€ em outros equipamentos diversos para a viatura, como tripés ou servidores. Foram ainda adquiridas novas câmaras e o sinal passou a ser emitido em HD. Para além disso, procederam à melhoria do “Visual Rádio” e ocorreu a implementação de fibra bidirecional, essencial para a diminuição do *delay* dos programas transmitidos em tempo real.

Por fim, foram ainda renovadas redes de emissores com o propósito de proceder ao redesenho técnico e aumento da potência de emissão nos centros Monte na Madeira e Serra do Cume, Santa Bárbara, Macela, Cabeço Gordo, Espalamaca e Morro Alto nos Açores.

Em 2021 foi registado um valor total de investimento de **921 mil euros** na renovação técnica das delegações e centros regionais, ultrapassando o valor orçamentado, em parte devido a investimentos atrasados do ano anterior.

Análise Comparativa

Investimento na renovação técnica dos centros regionais e delegações (mil€) | 2020 - 2021



B 27.i) Número total de conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais

Resultado 2021

De acordo com as interações junto dos vários intervenientes da RTP, constatou-se que não existe uma agregação do conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais. No entanto, recomenda-se a criação de um método para contabilizar esta produção, de modo a acompanhar a sua evolução e a facilitar a análise.

B27.ii) Relação com parceiros locais das delegações nacionais e internacionais

Resultado 2021

No que diz respeito às parcerias estabelecidas com entidades locais nas delegações nacionais e internacionais, foi verificado, por meio das interações com os principais intervenientes da RTP, que **não existiram progressos significativos relativamente ao objetivo delineado no Projeto Estratégico**.

No entanto, provou-se que a RTP manteve as suas relações próximas com parceiros locais no estrangeiro, com destaque naqueles presentes em países africanos de língua oficial portuguesa (PALOPS).

Destaca-se, dentro de todas as atividades levantadas para o cumprimento desta ação estratégica, a abertura de uma nova delegação em Vila Real, e outra em Londres. Esta última, surgiu como consequência do BREXIT, e exigiu por parte da movimentação entre correspondentes – nomeadamente a transferência de jornalistas para Paris e Luanda

Ainda na rádio, é de salientar a estreita cooperação com outras entidades públicas do serviço de rádio nos PALOPS, com enfoque na parceria com a Rádio Televisão Pública de Cabo Verde (TVC), a qual em 2021 foi oferecida uma nova linha gráfica, um novo genérico, e uma mesa cenográfica para a produção de conteúdo de Informação. Adicionalmente, assinou-se um Protocolo de Cooperação entre a RTP e a TCV, promovendo a colaboração entre técnicos do país africano na manutenção da rede de emissores terrestres da RTP em Cabo-Verde, o reforçar da assistência da RTP a colaboradores da TCV, e a partilha de formatos.

Na área do Entretenimento e difusão cultural, a RTP África manteve na sua agenda o talk show “Conversas ao Sul”, cedendo semanalmente uma gravação de cada programa com a Televisão Pública de Angola (TPA), à Televisão Pública da Guiné- Bissau (TGB), à Televisão Pública de Moçambique (TVM), à Televisão Pública de São Tomé e Príncipe

(TVS) e ainda à TCV. Esta gravação é emitida pelas televisões mencionadas uma semana depois da sua transmissão em direto no serviço de programas RTP.

Destaque para a colaboração especial no dia da passagem de ano, com a emissão do subtítulo “Estamos Juntos” no âmbito do programa acima mencionado, que consistiu na emissão do formato em direto pelos 5 serviços de programas, acompanhando a noite de dia 31 de dezembro nos 5 países.

Ainda em África, é mencionado que parte dos programas são desenvolvidos com base numa vertente de colaboração entre a RTP e os parceiros locais, o que promove simultaneamente o fornecer de formação *on the job*.

Por fim, destacamos a RTP Internacional, que colabora com protagonistas de diretores de jornais, rádios e de sítios Web informativos em língua portuguesa por todo o mundo para a produção de “Palavra aos Diretores”.

B28.i) Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia

Resultado 2021

Relativamente ao volume de subscritores dos serviços de programas internacionais RTP, verificou-se um **decréscimo de 4,5% no número de subscrições**, comparativamente ao ano anterior, traduzindo-se em mais de 670 mil assinaturas, em termos reais.

Embora se tenha verificado uma maior quebra neste valor nos países do continente Africano (-8,3%), assistiu-se a uma redução generalizada no número de subscrições dos serviços de programas RTP por residentes do estrangeiro – queda de 4% -, na América e de 2,4% na Europa.

No que diz respeito aos principais distribuidores internacionais dos serviços de programas RTP, em termos de faturação, os primeiros 3 lugares são ocupados por operadoras estabelecidas nos Estados Unidos da América (EUA) – Comcast Cable Communications; Cox Communications, Inc e Echostar Satellite. Nos restantes 7 lugares, encontram-se empresas que operam no Luxemburgo, França, EUA e países Africanos.

Posto isto, o aumento nas receitas provenientes de assinaturas em África e na Oceânia não foi suficiente para atenuar a quebra na faturação dos continentes europeu e americano, dada a sua maior representação no total dos valor bruto faturado. Assim, em termos de faturação global verificou-se uma **quebra em 2,1%**.

Assim, o continente Americano têm o maior peso no total da faturação por geografia, seguido da Europa e África, por esta ordem. De notar que esta quebra tanto no volume de subscritores pode ter explicação na presença cada vez mais acentuada das plataformas OTT, como Netflix, HBO, Amazon Prime, entre outras.

Análise Comparativa

Evolução do número de subscritores de serviços de programas internacionais RTP por continente (mil) | 2020 - 2021



Valores brutos faturados (Acum.Dez) p/ distribuição de serviços de programas internacionais RTP por continente (mil €) | 2020 - 2021



B28.ii) Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP

Resultado 2021 (1/2)

Em 2021 foi conduzida a 6ª vaga do estudo de Monitorização Do Cumprimento Percetivo Da Missão De Serviço Público (MSP) da RTP, com especial foco na análise da satisfação dos emigrantes portugueses.

Com base neste estudo, e no âmbito da **oferta Televisão RTP**, o nível médio de satisfação para os entrevistados que conhecem, pelo menos, um serviço de programas canal RTP foi de 7,1, **-7%** do que verificado no período de análise anterior. Já para os entrevistados que viram, pelo menos, um canal RTP na última semana este valor sobe para os 7,5.

Concluiu-se, ainda, que 5 dos 10 serviços de programas favoritos dos emigrantes, pertencem ao grupo RTP. Apesar preferência pela RTP1 ter diminuído no último período em análise, verificou-se um aumento de preferências na RTP Internacional, RTP2, RTP Memória e RTP3. O estudo apresentou ainda as principais razões que estão na base da preferência dos serviços de programas RTP1 e RTP Internacional, nomeadamente o facto de ter “bons programas de humor” para a RTP1, e o gosto pelo “programa da manhã/tarde” na RTP Internacional.

De destacar ainda que, por meio do estudo, foi possível verificar que dentro dos entrevistados que estavam a par da notoriedade da marca, 42% tinha tido algum tipo de contacto com serviços de programas RTP na última semana e destes, 85% tinham visto algum conteúdo no dia anterior, traduzindo-se no serviço de programas canal generalista com melhor desempenho em tema de taxas de conversão.

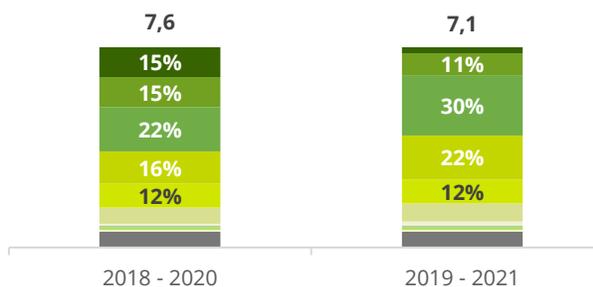
No que respeita à **oferta Rádio RTP**, ainda que a satisfação dos emigrantes entrevistados que conhecem, pelo menos, 1 serviço de programas de rádio RTP, tenha aumentado em 0,2 pontos, a satisfação daqueles que ouviram, pelo menos, uma rádio RTP na última semana, reduziu em 0,1 pontos.

Fonte: Monitorização do Cumprimento Percetivo da MSP da RTP | Estudo Emigrantes, 2021

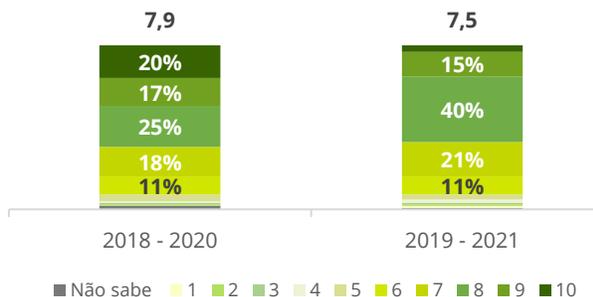
Análise Comparativa

Satisfação com ofertas de televisão RTP (%) | 2018 - 2021

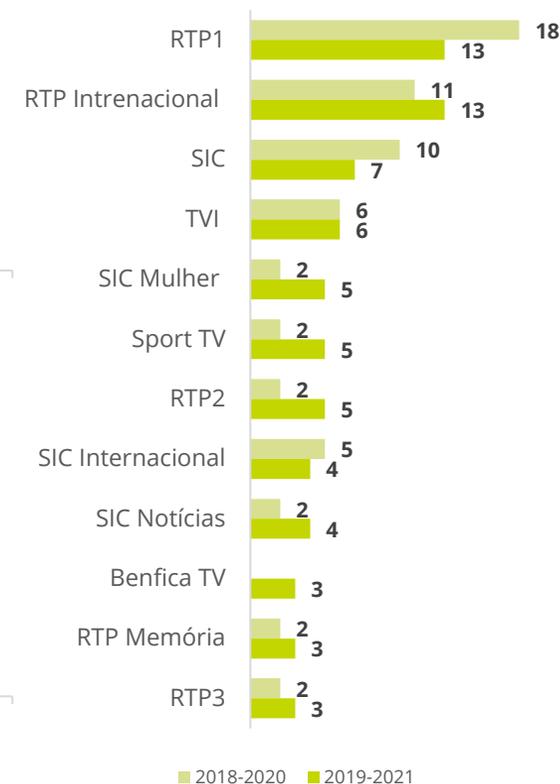
Entrevistados que conhecem, pelo menos, um serviço de programas RTP



Entrevistados que viram, pelo menos, um serviço de programas RTP na última semana



Preferências dos emigrantes por serviços de programas portugueses (#respostas) | 2018 - 2021



B28.ii) Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP

Resultado 2021 (2/2)

Relativamente às rádios favoritas dos emigrantes portugueses, a Antena 1 surge como a 4ª radio predileta do grupo em análise, seguida da Antena 3 que ocupa a 5ª posição. Também a Antena 2 surge no ranking das 10 rádios favoritas dos emigrantes, ocupando a 8ª posição. Como principal fator de preferência da Rádio Antena 1 surge o acompanhamento de jogos de futebol com equipas portuguesas.

Considerações Relevantes

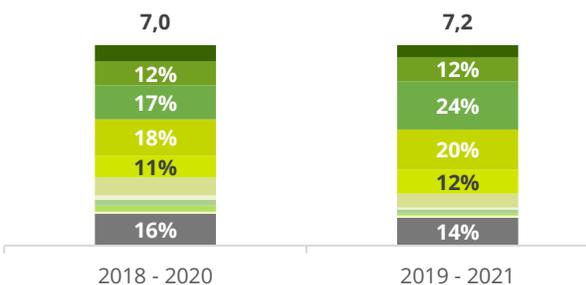
O estudo de monitorização do cumprimento percetivo da MSP da RTP junto dos emigrantes consiste num processo contínuo de avaliação, pelo que este se traduziu na 6ª vaga desta análise. A recolha de informação foi realizada entre os dias de 14 de Dezembro 2021 e 12 de Janeiro de 2022 e entre 29 de Abril e 9 de maio de 2022, com a preocupação de manter a mesma distribuição de amostra dos anos anteriores, concretizando-se, assim, em 304 entrevistas online. Os resultados são apresentados na base de médias móveis de 3 anos (2018 - 2020 / 2019 - 2021) com o objetivo de tornar a informação mais robusta para análise e respetiva evolução, e, ainda, para dar espaço à identificação de tendências, com a minimização do distorções de informação resultados de amostras não diretamente comparáveis.

Fonte: Monitorização do Cumprimento Percetivo Da Missão de Serviço Público da RTP | Estudo Emigrantes, 2021

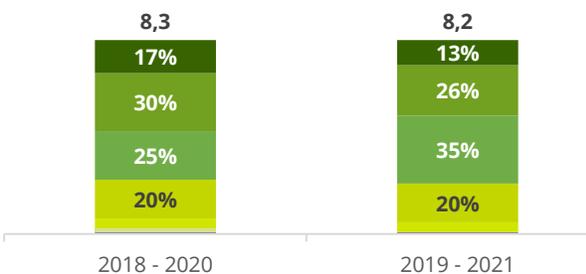
Análise Comparativa

Satisfação com a oferta de Rádio RTP (%) | 2018 - 2021

Entrevistados que conhecem, pelo menos, uma Rádio RTP

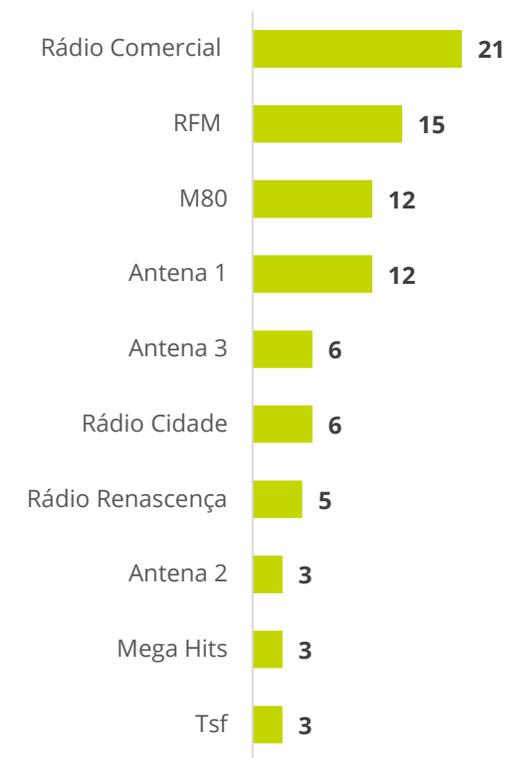


Entrevistados que ouviram, pelo menos, uma rádio RTP na última semana



■ Não sabe ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10

Preferências dos emigrantes por rádios portuguesas (#respostas) | 2019 - 2021



■ Series1

B28.iii) Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional

Resultado 2021

No que respeita à **RTP Internacional**, no ano de 2021, o trabalho foi realizado no sentido de contornar as limitações que a pandemia causou. Com efeito, ao longo do ano, o serviço de programas produziu e emitiu cerca de 50 conteúdos, por oposição ao que se tinha verificado em 2020, onde as barreiras da pandemia foram mais sentidas. Para que tal fosse possível, foram realizados alguns ajustes, nomeadamente o privilegiar da utilização de plataformas digitais como o “Zoom” de forma de evitar a presença em estúdio ou, ainda, a alteração de cenários para manter as devidas distâncias de segurança.

Um dos programas que surge em 2021 como forma de resposta ao contexto adverso foi o **“Decisão Nacional”**, que consiste numa magazine semanal na qual são abordadas e discutidas temáticas de interesse para as comunidades portuguesas dispersas pelo mundo.

Apesar da falta de informação relativa a outros novos lançamentos realizados no ano, foram vários os conteúdos que ocuparam posições de destaque na grelha de informação. Como exemplo, destaca-se o programa **“Hora dos Portugueses”**, desenhado para ser dirigido aos emigrantes portugueses, que foi alvo de uma plena consolidação. Durante o ano, foram transmitidas aproximadamente 360 reportagens com uma duração de 4 minutos, asseguradas por 15 produtoras diferentes de portugueses e/ou lusodescendentes de todos os continentes. Na procura de consolidar e melhorar continuamente o projeto, todas as emissões foram realizadas no exterior e, já no segundo semestre no ano, foi trabalhada a rede de fornecedores de conteúdos e foi aumentada a sua duração para 50 minutos.

Entre outros programas relevantes, foram também mencionados, em contexto de entrevista, programas como o **“Portuguese kids”**, com 8 episódios dedicados ao humor, e o **“Palavra dos diretores”**.

Na **RTP África**, também afetada pela condição pandémica, manteve-se o trabalho de consolidação das ligações aos países de Língua Portuguesa e valorização da cultura nacional. Entre os vários programas transmitidos, destaca-se o **“Causa & Efeito”** que, numa ótica semanal, retratou os principais temas nacionais e do mundo em formato de debate ou entrevista. Já o **“Zoom África”** e **“África Global”** focaram as suas emissões nos acontecimentos marcantes do continente africano. Além disso, foi produzida uma nova série **“África em Festa”** com um total de 5 episódios, que analisa temáticas como a música, gastronomia e a cultura dos característicos convívios africanos.

Também o programa regular **“Bem vindos”** surgiu com destaque, consistindo numa magazine de final de tarde, onde foram abordados temas como a educação, saúde e segurança, destinada às famílias de públicos africanos. E ainda, o *talk show* **“Conversas do Sul”** transmitido todas as quintas-feiras, com direito a uma banda residente e conversas com vários convidados que trabalham nas mais diversas áreas como artistas africanos de expressão portuguesa ou especialistas nas áreas da política, desporto, cultura, entre outros.

“Aquele Papo” e **“Casa da Vó Tereza”** consistem em séries transmitidas em 2021, de caráter juvenil e humorístico, respetivamente. Também temas relacionados com os direitos das mulheres foram mencionados em programas como **“As rebeldes”**, ou ainda o programa **“Ativistas”** que abordou diversos convidados que dedicam a sua vida a causas relevantes como a igualdade de género, pobreza ou o ambiente.

Finalmente, continua a haver um único espaço regular semanal dedicado à literatura em língua portuguesa e os seus autores, o programa **“Mar de Letras”**.

B 29.i) Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos

Resultado 2021

No que diz respeito ao reforço das relações entre a Antena 1 e as rádios locais por meio do desenvolvimento de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos, foi assinado em junho de 2011 o **Protocolo de Cooperação entre a RTP e a Associação Portuguesa de Radiodifusão**, ao qual várias rádios de diferentes locais em no país têm vindo a aderir desde então.

Em 2012, aderiram ao Protocolo a Rádio Clube de Monsanto, Rádio Condestável, Douro FM, Rádio Hertz, Rádio Onda Viva, Rádio Telefonía do Alentejo e Rádio Torre de Moncorvo. No ano de 2013 juntaram-se a Rádio Clube de Arganil, Rádio Singa, Rádio Universidade FM e Rádio Voz de Sorraia. Em 2014 aderiu a Rádio Maisoeste e a Rádio Castelo Branco. Por fim, em 2019, juntou-se a última rádio de que se tem registo, Rádio Clube de Grândola.

Ainda que não se tenham verificado adesões de rádios ao protocolo no ano sobre análise, o modelo de afiliação e partilha de conteúdos continuou em vigência em 2021.

B29.ii) Volume de conteúdos partilhados entre Antena 1 e rádios locais

Resultado 2021

No que diz respeito ao reforço das relações entre a Antena 1 e as rádios locais por meio do incremento da partilha de conteúdos, ainda que não se tenham verificado novos assinantes do Protocolo com a RDP/RTP, o serviço de programas em questão manteve as suas atividades com as 14 rádios locais com as quais tem já uma ligação estabelecida, fomentando, tal como previsto no Protocolo, a partilha de conteúdos entre a Antena 1 e as rádios locais beneficiárias do mesmo.

B30.i) Diversidade cultural face a minorias

Resultado 2021

Durante 2021, em que parte do ano foi ainda marcado por períodos de confinamento, acentuou-se a importância do contínuo apoio e ceder de espaço à criatividade de autores, músicos, atores e outros artistas.

A promoção da diversidade cultural tendo em conta os interesses das minorias contemplou programas artísticos, científicos, religiosos, documentais, musicais e eruditos, não descurando aqueles dedicados a pessoas com necessidades especiais e imigrantes, cujo tempo de emissão em conjunto totalizou cerca de **9072 horas**, um **aumento de 2,1%** face ao ano anterior.

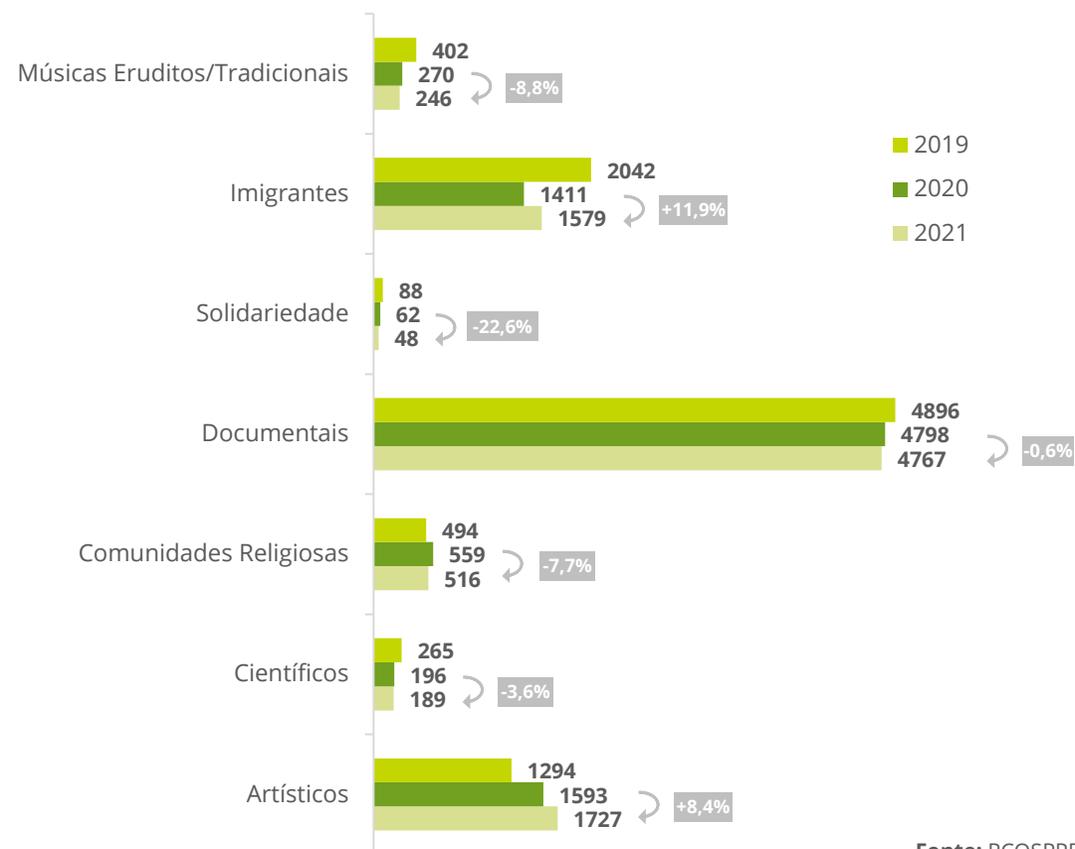
Na área das **Artes**, **“Janela Indiscreta”** deu a conhecer aos espectadores curiosidades e histórias de bastidores através de entrevistas exclusivas a protagonistas de produções nacionais e internacionais, enquanto que **“Terminal M”**, recorrendo a imagens do Arquivo, explora os trabalhos de várias figuras públicas que passaram por Portugal. Com foco na **Religião**, **“70x7”** cobre semanalmente assuntos relacionados com a igreja católica.

Relativamente à **Ciência**, destaca-se, a título de exemplo, **“A Química das Coisas”**, que demonstra como a Química está constantemente presente no nosso dia a dia, sendo uma parte integrante da sociedade moderna e contribuindo para o seu bem-estar.

No campo dos **Musicais Eruditos/Tradicionais** transmitiram-se concertos de vários géneros desde a **música clássica à religiosa, festivais de jazz** ou música mais **tradicional e popular**, enquanto que nos **Documentais** se reúne um pouco de todas as temáticas mencionadas, nomeadamente, história, ciência, biografias, interesses humanos e sociais, música tradicional portuguesa, política, sociedade, entre outros.

Análise Comparativa

Diversidade cultural face a minorias (horas) | 2019 - 2021



Fonte: RCOSPPE, 2021

B31.i) Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição

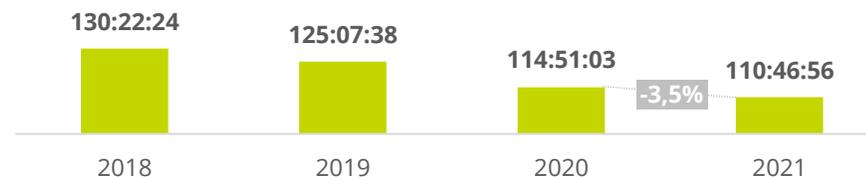
Resultado 2021 (1/2)

Em 2021, A RTP emitiu cerca de **5761 horas** (3042h na RTP1 e 2718h na RTP 2) de programas com legendagem através de teletexto, compreendendo **legendagem automática** e **legendagem preparada**. O número total de horas apresenta ser **3,5% inferior** comparativamente àquele de 2020, tendo a falta de presença da RTP Internacional contribuído para estes valores devido à impossibilidade da realização desta tarefa em regime de teletrabalho, algo que também tinha sucedido em parte do ano de 2020.

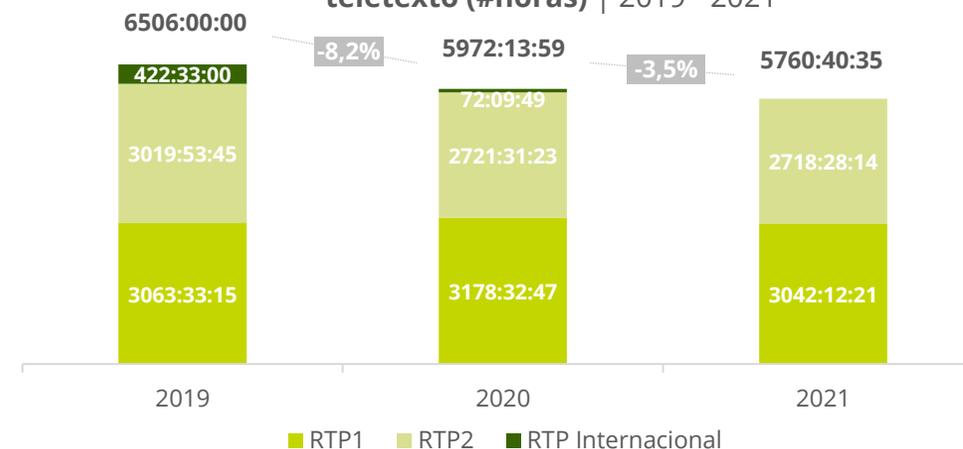
A média semanal de horas de legendagem teletexto tem vindo a **decrecer** nos últimos 4 anos, tendo-se em 2021 emitido uma média de **110 horas por semana**, **-3,5%** que no ano anterior.

Análise Comparativa

Média semanal de horas de legendagem teletexto (#horas) | 2018 - 2021



Duração dos programas transmitidos com legendagem teletexto (#horas) | 2019 - 2021



B31.i) Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição

Resultado 2021 (2/2)

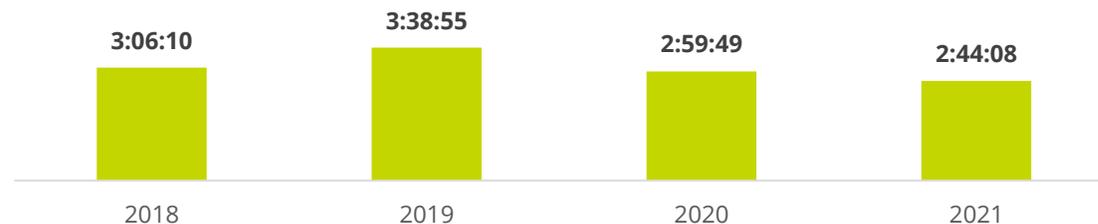
No campo da audiodescrição, a RTP1 e RTP2 viram o número de horas total de transmissão de programas com audiodescrição **decrecer** comparativamente a anos anteriores em cerca de **8,4%**, com um **total de 142 horas** emitidas de programação com audiodescrição.

No caso da **RTP1**, esta transmitiu **102 horas e 56 minutos** de programas, enquanto a **RTP2** assegurou a emissão de um total de **39 horas e 18 minutos**, tendo ambos os canais visto diminuir o número de horas nesta tipologia em comparação com anos anteriores.

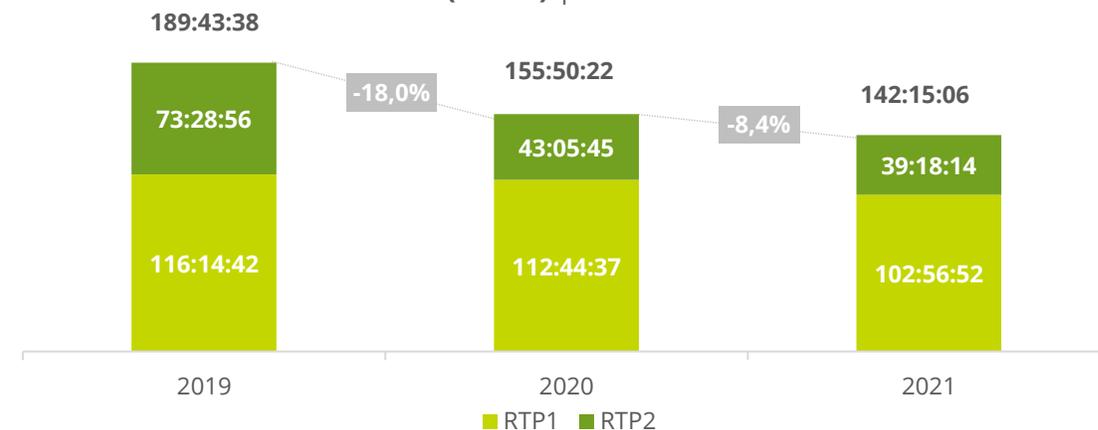
Na sua totalidade, a RTP assegurou, em média, **2 horas e 44 minutos** de audiodescrição na sua programação, **um valor inferior àqueles observados nos últimos 3 anos (2018, 2019 e 2020)**.

Análise Comparativa

Média semanal de horas de audiodescrição (horas) | 2018 - 2021



Duração dos programas transmitidos com audiodescrição (horas) | 2019 - 2021



B31.ii) Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa

Resultado 2021 (1/2)

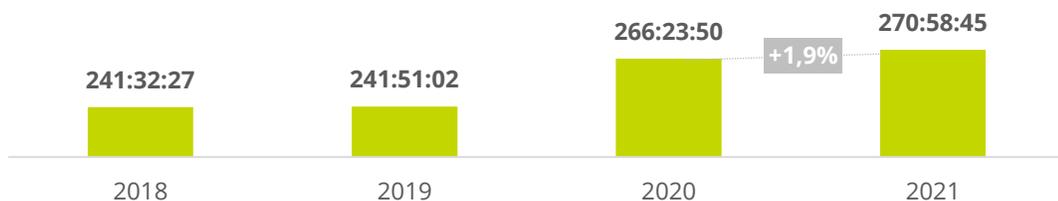
Relativamente às horas de programação com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, A RTP disponibiliza em todos os seus serviços de programas conteúdos com esta componente de acessibilidade, o que a torna numa das estações de serviço público de referência a nível europeu nesta área.

A duração total de programas transmitidos **creceu** nos últimos 2 anos, tendo sido transmitidas **14.090 horas, 1,7%** a mais que em 2020, com a **RTP Internacional** a ter grande destaque nesta área, com **3133 horas** transmitidas em 2021, seguida da **RTP1**, com **2438 horas**.

A média semanal de horas de programação com língua gestual portuguesa também **aumentou** em 2021, tal como já tinha sucedido em anos anteriores tendo-se atingido uma média de emissão de **271 horas por semana** nesta tipologia, **+1,9%** que em 2020.

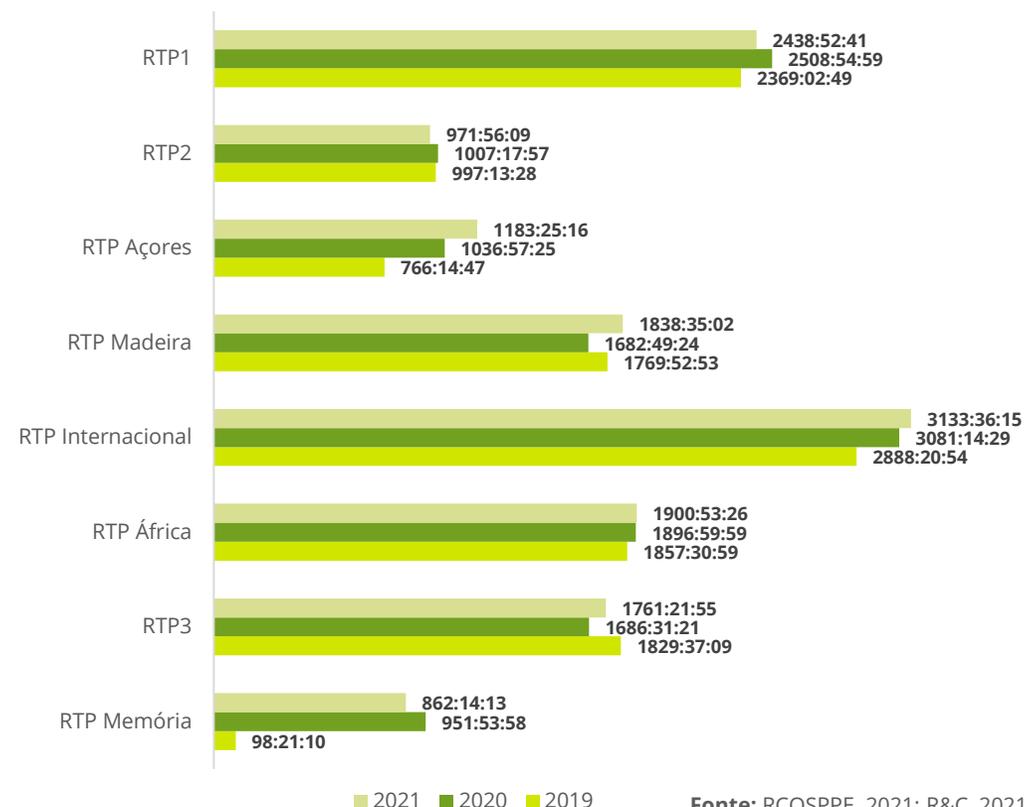
Análise Comparativa (I/II)

Média semanal de horas de programação com língua gestual portuguesa (#horas) | 2018 - 2021



Análise Comparativa (II/II)

Duração dos programas transmitidos com linguagem gestual portuguesa (#horas) | 2019 - 2021



B31.ii) Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa

Resultado 2021 (2/2)

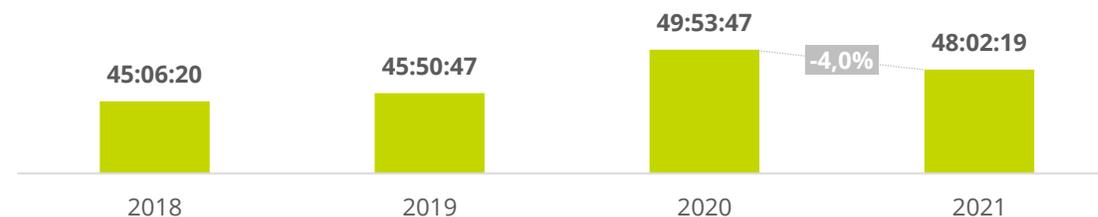
Na dimensão da língua gestual, A RTP disponibiliza também o sistema de duplo-ecrã no site da RTP, permitindo aos cidadãos portadores de deficiência auditiva a possibilidade de terem um visionamento pleno dos programas com o recurso à tradução em LGP, uma vez que a janela do intérprete é apresentada numa dimensão superior àquela que é oferecida na transmissão televisiva.

No total, em 2021, a RTP exibiu no sistema de duplo-ecrã **2498 horas** de programas com LGP em programas de entretenimento e informação, um **decréscimo** de **-3,7%** face a 2020.

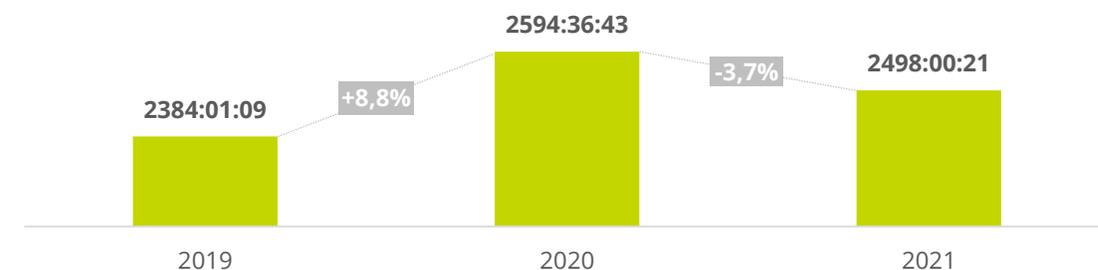
A média semanal de horas de programação em duplo ecrã para LGP na internet **decreceu** tendo-se atingido uma média de emissão de 48 horas por semana nesta tipologia, **-4,0%** que em 2020.

Análise Comparativa

Média semanal de horas de duplo ecrã para LGP na internet (#horas) | 2018 - 2021



Duração dos programas transmitidos com duplo ecrã para LGP (#horas) | 2019 - 2021



B31.iii) Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática

Resultado 2021

O objetivo de desenvolvimento de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática deve ser considerado no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico.

Dado que não foram dadas indicações de que já tenha sido formada alguma parceria neste âmbito e, sendo este indicador não recorrente, considera-se como "Não Avaliado".

Pilar 4. Investir em tecnologia digital multiplataforma

01

Rigor, pluralismo e modernidade na informação

02

Mais qualidade e inovação nos conteúdos

03

Estar mais perto e ser mais relevante para todos os públicos

04

Investir em tecnologia digital multiplataforma

05

Organização em sintonia com a atualidade

AÇÕES ESTRATÉGICAS

PILAR IV – Investir em Tecnologia Digital Multiplataforma

1	Desenvolver a usabilidade da RTP Play e das suas instâncias. Desenvolver o design e a usabilidade do RTP Ensina evoluindo-o para um portal do conhecimento. Lançar um projeto de login único com recomendações individuais e desenvolver novas soluções de gestão de conteúdos e criação de metadata, incluindo funcionalidades de inteligência artificial.
2	Colocar a RTP Play e as suas instâncias nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão <i>smart</i> , e implementar estratégias de comunicação e de marketing digital para a sua promoção.
3	Instalar a capacidade de emitir em HD. Continuar a renovação dos equipamentos de estúdio e de exteriores. Modernizar os estúdios de informação e a operação dos mesmos, incluindo arquitetura, design, grafismo, iluminação e realização. Apetrechar a área de gestão de <i>media</i> com uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos.
4	Desenvolver o plano de renovação tecnológica das delegações e centros regionais, nomeadamente, a renovação tecnológica do CRM, bem como ajustamentos necessários e formação técnica no CRA, e reconfiguração do CPN com mais capacidade e mais flexibilidade.
5	Continuar o plano de renovação tecnológica dos estúdios de rádio e das estações emissoras FM, garantindo uma melhor cobertura nacional.
6	Desenvolver soluções de <i>middleware</i> , que permitam simplificar os processos transversais de gestão e distribuição de conteúdos, enquanto as plataformas não são convergentes.
7	Elaborar um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas, acompanhado de formação e equipamento adequado. Aumentar a capacidade de operação remota, como sejam emissões de rádio e edição de peças em vídeo.
8	Apetrechar as equipas com capacidade rápida de ação, usando tecnologia e formação para MOJO (<i>mobile journalism</i>). Adquirir computadores portáteis para as funções de suporte.

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 20 Medidos 12		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 3 Medidos 1		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 11 Medidos 8		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 6 Medidos 3		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Observações

Todas as ações estratégicas delineadas tiveram uma performance elevada, em consonância com um incremento do investimento em tecnologia digital multiplataforma.

Destaca-se a evolução das plataformas RTP Play e suas instâncias que, e forma global, viram uma tendência positiva nas métricas relacionadas com a sua utilização. Esta performance deve-se maioritariamente ao investimento no desenvolvimento das plataformas – como o lançamento de novas versões das apps com atualizações – e à promoção das mesmas junto de um público mais jovem – através de ativações da marca em eventos como a Comic Con, ou da criação de uma “personalidade própria” da mesma nas redes sociais.

Adicionalmente, destaca-se também o investimento na reconfiguração tecnológica no Centro de Produção Norte e a realização de formações de cariz técnico no Centro Regional dos Açores, contribuindo para a transição da organização para o digital.

Oportunidades de Melhoria

De notar que existem ações “não recorrentes” que iniciaram o seu processo em 2021, não tendo sido no entanto concluídas, como é exemplo a criação de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador, bem como ações “não recorrentes” ainda não iniciadas, como a criação de uma arquitetura tecnológica para desenvolvimento de conteúdos, devendo ambas portanto ser consideradas no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico.

LISTAGEM DE INDICADORES (I/III)

Relevância

Recorrência

Performance

1 | DESENVOLVER A USABILIDADE DA RTP PLAY E DAS SUAS INSTÂNCIAS

B32.i)	Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP	Crítico	Recorrente	●
B32.ii)	Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP	Crítico	Recorrente	●
B32.iii)	Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador	Crítico	Não Recorrente	●
B32.iv)	Evolução do índice de satisfação do <i>website</i> da RTP Play	Crítico	Recorrente	●

2 | COLOCAR A RTP PLAY E AS SUAS INSTÂNCIAS NAS PRINCIPAIS LOJAS DE APLICAÇÕES, DISTRIBUIDORES E APARELHOS DE TELEVISÃO SMART

B33.i)	Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão <i>smart</i>	Crítico	Recorrente	●
B33.ii)	Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play	Relevante	Recorrente	●

3 | INSTALAR A CAPACIDADE DE EMITIR EM HD

B34.i)	Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores	Crítico	Recorrente	●
B34.ii)	Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD	Crítico	Recorrente	●
B34.iii)	Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (II/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
4 DESENVOLVER O PLANO DE RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA DAS DELEGAÇÕES E CENTROS REGIONAIS				
B35.i)	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	
B35.ii)	Número de horas de formação técnica realizadas no CRA	Crítico	Recorrente	
B35.iii)	Investimento na reconfiguração do CPN	Relevante	Recorrente	
5 CONTINUAR O PLANO DE RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA DOS ESTÚDIOS DE RÁDIO E DAS ESTAÇÕES EMISSORAS FM				
B36.i)	Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio	Crítico	Recorrente	
B36.ii)	Evolução do número de emissores	Relevante	Recorrente	
6 DESENVOLVER SOLUÇÕES DE MIDDLEWARE, QUE PERMITAM SIMPLIFICAR OS PROCESSOS TRANSVERSAIS DE GESTÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS				
B37.i)	Investimento em soluções de <i>middleware</i>	Crítico	Recorrente	

LISTAGEM DE INDICADORES (III/III)

Relevância

Recorrência

Performance

7 | ELABORAR UM PLANO PARA AUMENTAR A FLEXIBILIDADE E EFICIÊNCIA DAS EQUIPAS, ACOMPANHADO DE FORMAÇÃO E EQUIPAMENTO ADEQUADO

B38.i)	Existência de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Crítico	Não Recorrente	●
B38.ii)	Número de horas de formação dedicados ao cumprimento do plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Relevante	Recorrente	●

8 | APETRECHAR AS EQUIPAS COM CAPACIDADE RÁPIDA DE AÇÃO, USANDO TECNOLOGIA E FORMAÇÃO PARA MOJO

B39.i)	Investimento em equipamento e tecnologia para MOJO	Crítico	Recorrente	●
B39.ii)	Número de horas de formação dedicada a MOJO	Relevante	Recorrente	●
B39.iii)	Porcentagem de pessoas em função de suporte com/ sem computador	Relevante	Recorrente	●

B32.i) Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP

Resultado 2021

Numa perspetiva global, o ano de 2021 foi um ano de resultados positivos na performance das várias apps RTP.

Em 2021, a **app RTP Play** para dispositivos *mobile* reuniu **689 mil utilizadores**, representando um **crescimento de 6%** comparativamente ao ano anterior; **15 milhões de visitas**, um valor que supera 2020 em **14%**; e **mais 15% visualizações de ecrã** do que no ano homólogo (**77 milhões**).

Destacar que o recorde anual na app RTP Play tem lugar em junho, com 251 mil utilizadores; um valor justificado em grande parte pela cobertura dos campeonatos europeus de futebol sub-21 e A.

No que diz respeito à **app RTP Play TV**, esta totalizou **278 mil visitantes**, **3 milhões de visitas** e **16 milhões de visualizações de página**. No entanto, não existem dados de 2020 para alimentar uma análise comparativa.

No último semestre do ano, período no qual a app passou a ser distribuída também pelas operadoras de TV MEO, Vodafone e NOS, a RTP Play TV registou o seu maior volume de tráfego, registando uma média de 377 mil visitas mensais. No entanto, os sistemas operativos Android-TV, TIZEN e TVOS centralizam 80% dos acessos à app.

Observando os valores do **Ensina RTP**, estes superaram aqueles verificados nos anos anteriores, sendo 2021 o período no qual o número de visitantes (3 milhões) e de visitas (4 milhões) **atingem os maiores números desde sempre**, perfazendo aumentos em 4% e 3%, respetivamente, face a 2020. Quanto ao valor de visualizações de páginas, 7 milhões, assiste-se a um decréscimo de 3%.

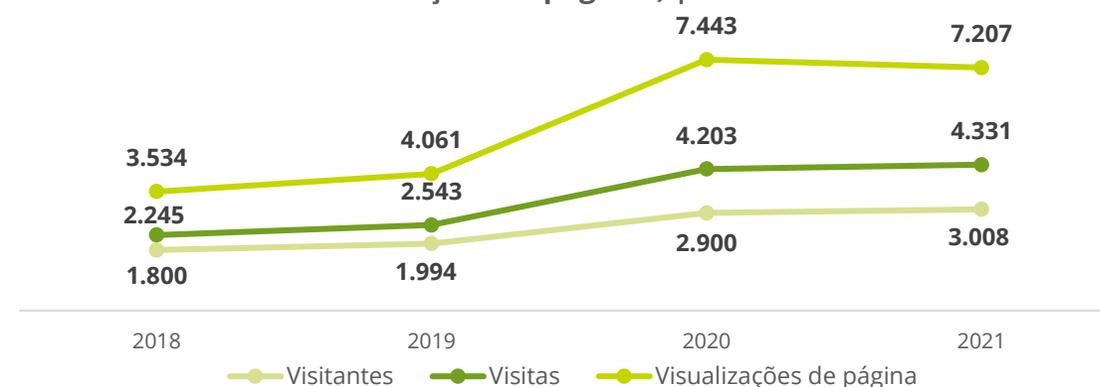
De sublinhar que o Ensina RTP ocupa o **6º lugar no ranking de visitas** da área do site RTP, constituindo também uma das únicas 3 secções do site que ultrapassa os valores de visitas e utilizadores registados em 2020.

Análise Comparativa

Evolução da performance app RTP Play (#visitas, #visitantes, #visualizações de páginas) | 2020 - 2021



Evolução da performance Ensina RTP (#visitas, #visitantes, #visualizações de páginas) | 2018 - 2021



B32.ii) Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP

Resultado 2021

Em 2021, a RTP continuou o seu investimento na melhoria das suas plataformas digitais, nomeadamente da app RTP Play, do #EstudoEmCasa, Zig Zag, RTP Notícias e RTP Palco.

RTP Play foi a app que lançou mais versões, contando com um total de 10 novas versões lançadas – 2 para dispositivos iOS, 4 para Android, 2 para APPLETV, e 1 para FireTV (Amazon) e WebOS (SamsungTV), cada.

A esta, segue-se a RTP Notícias, somando 6 atualizações – 3 para dispositivos iOS e outras 3 para dispositivos Android.

Para a app Zig Zag Play foi realizada 1 atualização (iOS); no entanto, nos meses anteriores a junho de 2021, haviam sido lançadas 2 novas versões para dispositivos Android.

As restantes aplicações, Estudo em Casa e RTP Placo, contaram com 3 e 1 atualização, respetivamente. No entanto, estas versões melhoradas foram lançadas nos meses de fevereiro e março, cujo Projeto Estratégico de 2021-2023 não abrange.

Assim, **as aplicações RTP foram alvo de 17 atualizações**, o que se traduz num investimento contínuo da melhoria das plataformas digitais feito pelo serviço público de rádio e televisão.

Considerações Relevantes

A análise considera apenas atualizações realizadas a partir de junho de 2021, mês no qual o Projeto Estratégico em análise entrou em vigor.

Análise Comparativa

Listagem de novas versões lançadas para apps RTP | (2021)

App	Dispositivo	Novas Versões	
RTP Play	iOS	2	
	Android	4	
	APPLETV	2	
	FireTV	1	
	WebOS	1	
Estudo em Casa	-	-	Atualizações realizadas antes de junho
Zig Zag	iOS	1	
RTP Notícias	iOS	3	
	Android	3	
RTP Palco	-	-	Atualização para Android realizada antes de junho



B32.iii) Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador

Resultado 2021

De acordo com o referido nas entrevistas realizadas, está de momento a ser estudada a implementação de uma tecnologia de *login* único que representará um ponto de viragem importante, capacitando o uso de inteligência artificial na geração de recomendações personalizadas a cada utilizador.

Através das várias interações com intervenientes da RTP, foi constatado que o projeto se encontra já em curso; no entanto, o mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador não foi ainda implementado, encontrando-se em fase inicial de desenvolvimento, devendo, por isso, avançar e finalizar a sua implementação durante os próximos 2 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023. Com efeito, não tendo ainda sido completado na sua totalidade, o indicador é considerado "Não Avaliado".

B32.iv) Evolução do índice de satisfação do *website* da RTP Play

Resultado 2021

Tendo sido 2020 um ano positivo para a RTP Play, não só devido aos seus lançamentos inovadores como a RTP Palco e diversos novos conteúdos do RTP Lab, mas também com os resultados vantajosos no número de utilizadores, provenientes de um maior uso dos canais media causadas pandemia, com a continuação da COVID-19 em 2021 a RTP Play viu oportunidade de consolidar estes números e apostar na melhoria contínua da qualidade do seu serviço.

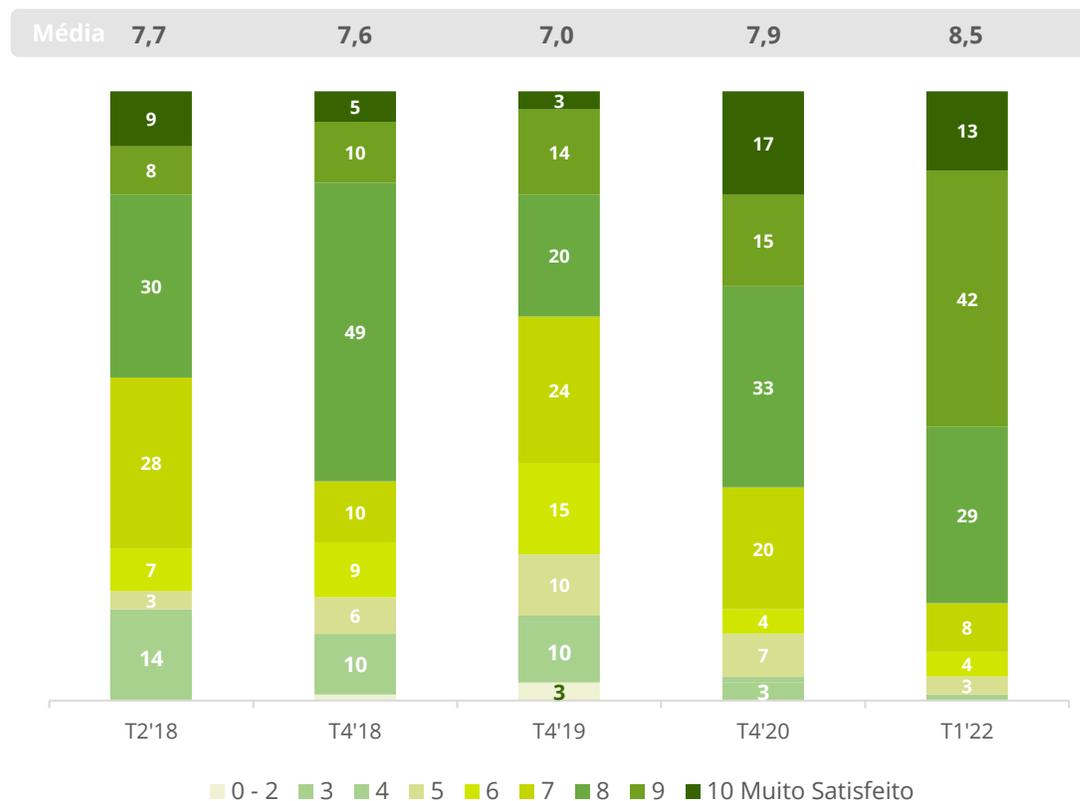
Há destaque para a evolução da notoriedade do serviço RTP Play, que não só viu o seu **número de utilizadores aumentado**, como referido anteriormente, mas solidificou a sua posição junto ao público, com a satisfação média a aumentar para o seu **valor mais alto** desde 2018, **8,5 numa escala de 1 a 10**, com **84%** dos inquiridos a avaliar o sítio de forma **muito positiva**, atribuindo uma pontuação entre 8 e 10, inclusive (ou seja T3B).

Considerações Relevantes

O termo "T3B", *Top Three Box*, refere-se à pontuação entre 8 e 10 numa escala de 10, referindo-se assim às 3 melhores classificações na escala.

Análise Comparativa

Satisfação global com o site RTP Play (%) | 2018 - 2022



B33.i) Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão *smart*

Resultado 2021

A RTP Play, como já referido anteriormente, encontra-se disponível tanto via site, como via app nas lojas de dispositivos móveis (app RTP Play) e televisão (app RTP Play TV).

Assim, a RTP difunde através das duas aplicações mais de 20 canais de Rádio e Televisão em direto e um catálogo que programas para assistir *on demand*.

A app RTP Play para smartphones está presente nas lojas de aplicações de dispositivos Apple (iOS), Tablets e Androids, sendo que dispositivos Android geram cerca de 61% das visitas, e dispositivos iOS à volta de 39%.

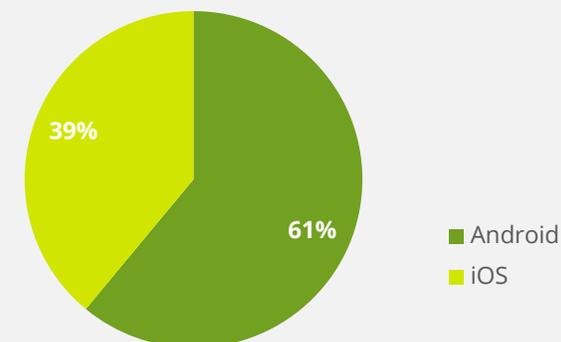
Já a app RTP Play TV encontra-se presente através da Amazon Fire TV, Android TV, Apple TV (tvOS), Samsung (Tizen) e LGTV (webOS); sendo também distribuída pelas operadoras NOS, MEO e Vodafone.

A maioria das visitas à app são provenientes de dispositivos Android-TV (45%), seguidos de dispositivos Tizen (32%) e tvOS (12%).

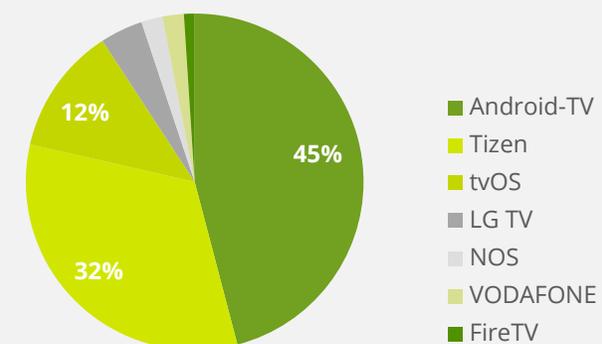
De destacar, uma vez mais, que a aplicação RTP Play TV está presente nas boxes MEO, NOS e Vodafone apenas desde outubro do ano sob análise, tendo originado um incremento em 64% no valor das visitas médias mensais (377 mil) face aos restantes 9 meses do ano, como já anteriormente analisado.

Análise Comparativa

Distribuição de visitas da app RTP Play por sistema operativo (%) | 2021



Distribuição de visitas da app RTP Play TV por sistema operativo (%) | 2021



B33.ii) Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play

Resultado 2021

Em 2021 verificou-se por parte da RTP um esforço para a divulgação da marca RTP Play junto de um público mais jovem.

A crescente tendência da adoção de plataformas alternativas, como plataformas OTT das quais Netflix ou HBO são exemplo, por um público mais jovem, e a consequente queda na utilização dos meios de comunicação tradicionais, fez emergir a necessidade por parte da RTP de um acréscimo no investimento em ações de marketing para promoção da plataforma digital RTP Play, e das suas instâncias.

Assim, a RTP garantiu a sua presença em eventos que reúnem um público não só mais jovem, como mais *tech savvy*.

Dentro das ações levadas a cabo pelo serviço público de rádio e televisão nacional, destaca-se a presença na Comic Con em Portugal, no qual foi realizada uma ativação da marca RTP Play, bem como de outras plataformas como a RTP Arena, cujo conteúdo se encontra alinhado com as preferências do público presente no evento.

Adicionalmente, a marca foi ainda ativada junto de um segmento específico, B2B, em eventos relevantes do setor, como o Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, e a Web Summit.

Foi também lançada uma nova campanha da RTP Play com o intuito de reforçar a notoriedade da mesma; assim como foi definida uma identidade gráfica para a marca nas redes sociais, apoiada numa sintonia entre o tipo de conteúdo e género promovido, com a estratégia do canal de promoção.

Ademais, foi seguida uma estratégia de gestão de redes sociais, focada na promoção da RTP Play nas plataformas Facebook, Twitter e Instagram, bem como na interação com a comunidade e *customer care* (estes últimos apenas no Twitter e Instagram).

Assim, foram adaptados conteúdos da RTP Play para partilha nas redes sociais,

nomeadamente por meio de reedição e legendagem dos mesmos, como por exemplo os excertos da série de sucesso entre os jovens, “Pôr-do-Sol” publicados na plataforma TikTok.

B34.i) Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores

Resultado 2021

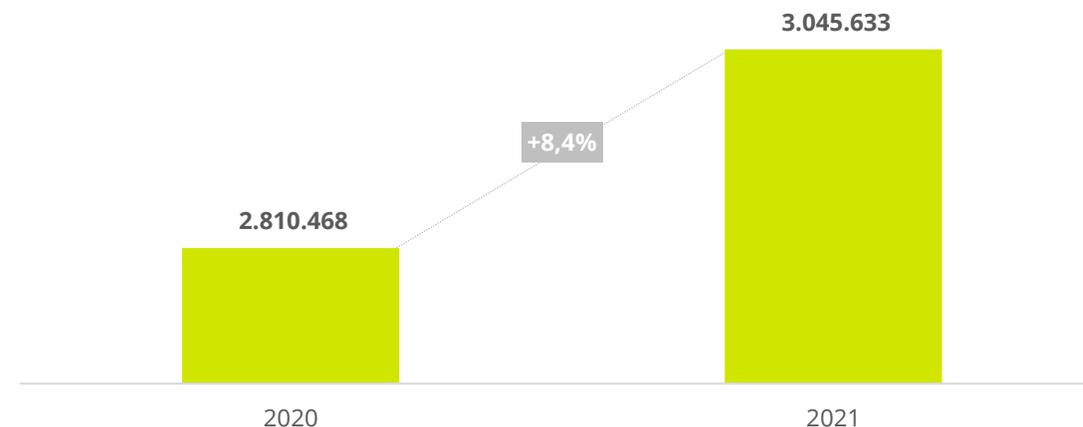
À semelhança do Plano de Investimento definido para o triénio passado (com início em 2018), também no Plano de Investimento elaborado para os anos compreendidos entre 2021 e 2023 se mantém o foco na renovação tecnológica, através da implementação de soluções que permitam acompanhar, a médio e a longo prazo, a evolução do mercado nacional e internacional de consumo de conteúdos, num quadro económico sustentável.

Assim, seguindo o novo Plano, no ano 2021 o programa de investimentos tecnológicos resultou em melhorias em áreas críticas, tanto na televisão como na rádio. De entre as dimensões de atuação delineadas no novo plano, existe, à semelhança do plano anterior, enfoque nos investimentos destinados à migração da televisão para a alta definição, tendo sido dedicado no ano em análise um total de **3.045.633 €**, valor este **8,4%** superior ao de 2020.

No âmbito desta atualização de tecnologia, encontram-se projetos como o *upgrade* dos estúdios de produção, nomeadamente migração do Estúdio C para HD; a migração da ferramenta MAM para a nova plataforma MCCUX; a renovação da Central Técnica da TV de Lisboa; a substituição de sistemas de câmaras; os sistemas para a gestão, grafismo, processamento, transformação ou armazenamento de conteúdos; o desenvolvimento de ideias e projetos de inovação tecnológica; e atividades ligadas à instalação de nova iluminação.

Análise Comparativa

Investimento na migração da televisão para HD (€) | 2020 - 2021



B34.ii) Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD

Resultado 2021

No Projeto Estratégico 2021-2023, a RTP demonstra a sua intenção de acelerar o processo de migração para alta definição (HD) nas operações de televisão. Face a este desafio, ao longo do ano de 2021, a RTP procedeu à migração de vários meios de televisão para a nova tecnologia, e ainda renovou meios de exterior.

No que se refere à migração da televisão para alta definição em estúdio, destacam-se a renovação das instalações do Monte da Virgem, onde foi realizada a atualização ao Estúdio C, à Central Técnica e à Continuidade, e ainda renovação da arquitetura de servidores de gestão de media de forma a que os servidores permitam a transmissão em HD. A empresa investiu também na remodelação da régie vídeo que permite a produção de programas em HD no estúdio de Produção 4 da Sede, e concluiu a renovação do estúdio de informação do Centro de Produção Norte (CPN), que passou a ter a capacidade de emitir em Alta definição.

Já nos meios de exterior, foi renovado um carro de exteriores para HD e à RTP Açores e RTP Madeira foram adicionados novos carros, já totalmente equipados com a capacidade de transmitir em Alta definição e 4K.

Desta forma, em Lisboa, a RTP conta já com 3 estúdios HD, 2 Estúdios de notícias HD, 8 salas de edição de vídeo HD (4 direcionadas a Quantel Rio e 4 específicas ao Adobe Premier) e 1 estúdio HD de Língua Gestual. No Porto, existem 2 estúdios HD e, por todo o país, é possível contar com 2 carros de exteriores HD.

Concluindo, todos os estúdios do país já se encontram capacitados para a produção e transmissão em Alta Definição, à exceção da Madeira. Ainda assim, destaca-se que, ao nível de estúdios de informação, todos os estúdios do serviço de programas estão já capacitados com a nova tecnologia.

Análise Comparativa



B34.iii) Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos

Resultado 2021

Ainda que tenham sido realizadas algumas ações de renovação tecnológica ao longo de 2021, a definição de uma estratégia para a criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos não foi ainda efetuada, devendo, por isso, avançar durante os próximos 2 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023. Com efeito, não tendo ainda sido desenvolvida na sua totalidade, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

B35.i) Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais

Resultado 2021

Tal como apresentado no indicador B26.ii) do Pilar Estratégico III, no ano de 2021 a RTP manteve um foco no reequipamento das suas infraestruturas de produção, realizando assim vários investimentos tecnológicos nas suas delegações e centros regionais.

Recorde-se o investimento significativo na criação da nova unidade de exteriores no Centro Regional da Madeira, que deu lugar a um aumento significativo na fiabilidade e qualidade de imagem e som dos programas transmitidos e, ainda, foi renovado o parque de câmaras de exterior. A aquisição da viatura teve um custo total de 102.573,00€ em 2021, e a aquisição de equipamento complementar ao mesmo foi convertido num gasto de 65.190,73€.

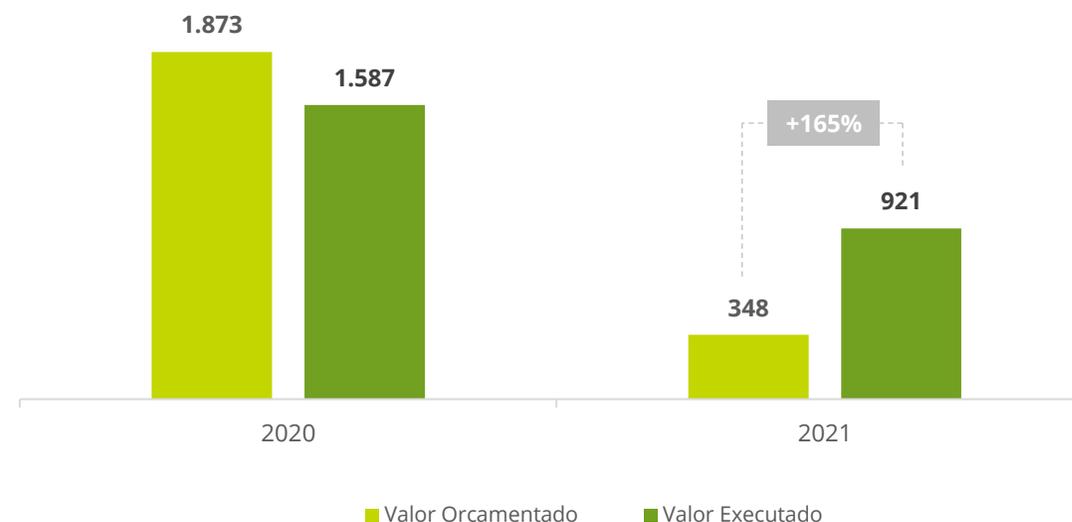
Destaca-se também mais uma vez o investimento realizado no **Centro Regional dos Açores**, num carro de exteriores, que acarretou um custo total de 102.866,44€ em 2021, ao qual se adicionam um total de 84.314,46€ em outros equipamentos diversos para a viatura, como tripés ou servidores. Foram ainda adquiridas novas câmaras e o sinal passou a ser emitido em HD. Para além disso, procedeu-se à melhoria do “Visual Rádio” e ocorreu a implementação de fibra bidirecional, essencial para a diminuição do *delay* dos programas transmitidos em tempo real.

Por fim, foram ainda renovadas algumas redes de emissores com o propósito de proceder ao redesenho técnico e aumento da potência de emissão nos centros Monte na Madeira e Serra do Cume, Santa Bárbara, Macela, Cabeço Gordo, Espalamaca e Morro Alto nos Açores.

Concluindo, em 2021 foi registado um valor total de investimento de **921 mil euros** na renovação técnica das delegações e centros regionais, ultrapassando o valor inicialmente planeado em mais do dobro.

Análise Comparativa

Investimento em renovação técnica dos centros regionais e delegações (mil€) | 2020 - 2021



B35.ii) Número de horas de formação técnica realizadas no CRA

Resultado 2021

Em 2021, foram feitos 50 pedidos de formação pela direção do Centro Regional dos Açores à Academia RTP, num total de 443 pedidos feitos pelos colaboradores da empresa; realizando-se assim 3 blocos de formação nos açores, todos com efeito no mês de julho – “Operação da mesa de mistura Blackmagic ATEM 2 M/E Broadcast + ATEM Constellation 8K”, “Viz – Trio” e “Viz Artist I”, formação 1, 2 e 3 no gráfico, respetivamente.

A primeira formação teve uma duração de 4 horas e foi realizada por 7 formandos internos. No total, apresentou-se uma taxa de conclusão de 100%, totalizando 28 horas de formação. A segunda formação mencionada, “Viz – Trio”, foi assistida por 4 colaboradores durante 7 horas (cada) e a última, “Viz Artist I” realizadas por 2 formandos que completaram 24 horas. As duas formações mencionadas atingiram uma taxa de conclusão de 86% e 63%, respetivamente. Assim, o Centro Regional dos Açores registou **35 horas de formação** ao longo do ano de 2021, com uma taxa de conclusão média de 82%.

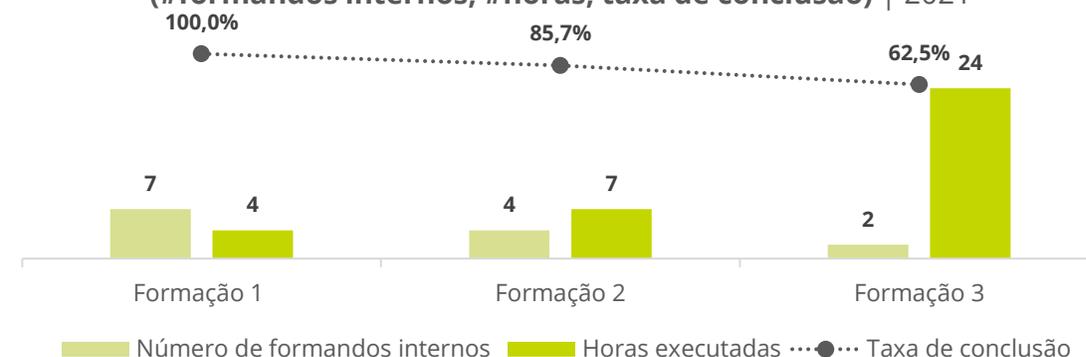
Assim, planejaram-se um total de 82 horas de formação para o CRA, distribuídos por 3 cursos diferentes. Comparando estes valores com um ano sem COVID-19 (2019), regista-se uma diferença de 359 horas no planeamento. Ainda assim, o valor de horas de formação destinadas para o CRA em 2021 superou em 46 horas os valores do ano anterior; ano esse que ficou marcado como o primeiro da pandemia global.

Devido à pandemia, e ainda que realizada a análise de horas de formação, não foi possível a realização de um numero significativo de cursos, pelo que o indicador é considerado “Não Avaliado – COVID-19”.

De notar que, sendo que todas as formações realizadas no CRA foram de cariz técnico, os dados para análise deste indicador coincide com aquela do indicador B26.i), presente no Pilar Estratégico III.

Análise Comparativa

Formações Realizadas pelo Centro Regional dos Açores (#formandos internos, #horas, taxa de conclusão) | 2021



Horas planeadas para formações no Centro Regional dos Açores | 2019-2021



B35.iii) Investimento na reconfiguração do CPN

Resultado 2021

Em 2021, a RTP realizou um investimento considerável no que toca a atualizações tecnológicas de vários dos seus centros regionais.

Um dos centros no qual ocorreram ações mais abrangentes foi o Centro de Produção do Norte (CPN), onde se realizaram vários trabalhos, ao longo do ano, na área da reconfiguração, no qual, entre as várias ações levadas a cabo, destacam-se a renovação do estúdio de informação agora capacitado para emitir em HD, e a conclusão do projeto de renovação tecnológica da Central Técnica e do AGS, com a exceção do estúdio da “Praça da Alegria”.

No entanto, e dado que não é possível destacar o valor investido apenas na reconfiguração do Centro de Produção Norte devido à falta de dados segregados, o indicador considera-se como “Não Avaliado”.

B36.i) Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio

Resultado 2021

2021 revelou ter sido um ano importante no que diz respeito à renovação tecnológica das estações RDP, tendo o serviço público de rádio e televisão portuguesa investido quase o dobro na renovação dos estúdios e sistemas de produção, emissão e distribuição de rádio, comparativamente a 2020.

Destaca-se, no universo *Dalet* Rádio (Lisboa e Faro), o projeto de renovação das ferramentas de captação e pós-produção áudio das salas de sonoplastia 2, 3 e 4, suportada por tecnologia de áudio sobre IP (Dante) para a partilha de conteúdos.

Ainda neste contexto, deu-se continuidade ao macro plano de renovação de estúdios da rádio, finalizando os trabalhos no estúdio 3.

Por fim, idealizou-se e realizou-se o design gráfico e imagem para a renovação do estúdio 4 de rádio.

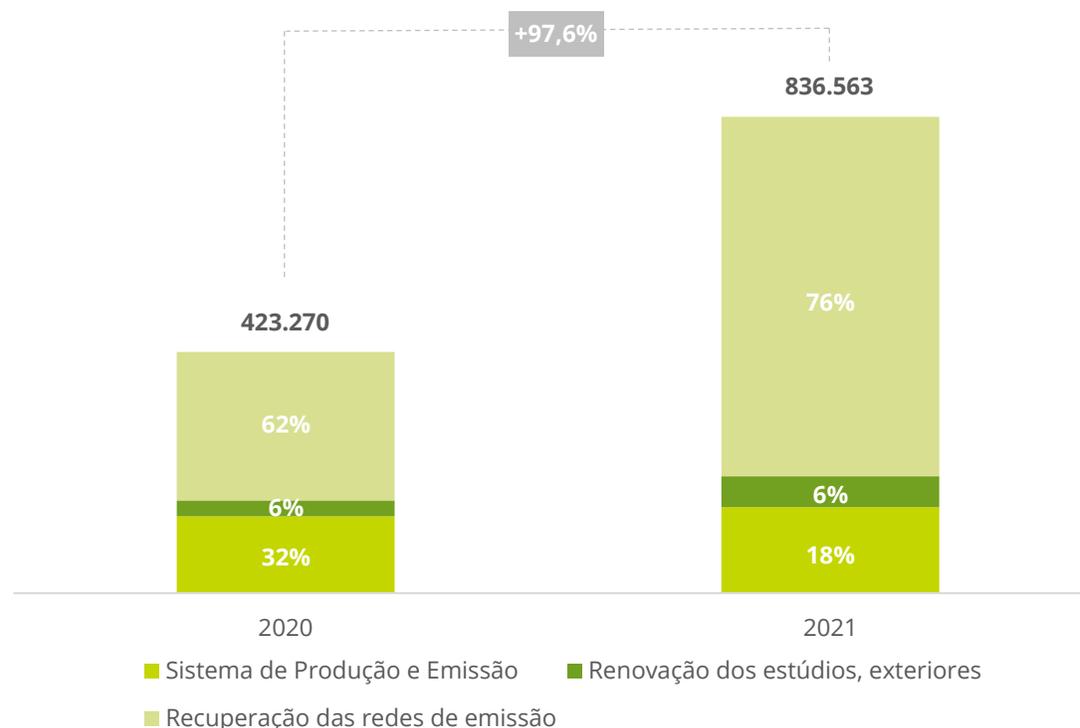
Já nas Ilhas conduziu-se à dotação de equipamentos nos 3 polos da RDP Açores com vista à melhoria da qualidade do conteúdo de "Visual Rádio".

No total, **despendeu-se nestas atividades, em 2021, um montante (837 mil euros) em 97,6% superior àquele de 2020 (423 mil euros).**

Deste valor, o investimento na renovação dos sistemas de produção e emissão e na recuperação das redes de emissão (782 mil euros) representa **94% do montante total investido.**

Análise Comparativa

Investimento na renovação tecnológica dos estúdios de rádio RTP (€) | 2020 - 2021



B36.ii) Evolução do número de emissores

Resultado 2021

Relativamente à cobertura geográfica das estações de rádio e canais televisivos RTP, em 2021, a organização realizou alguns investimentos para o melhoramento da rede de emissores em algumas das suas localizações.

No território nacional, investiu-se na renovação da rede de emissores da Antena 1 Açores, por meio de diversas intervenções com vista a aumentar a qualidade de emissão e disponibilidade para os ouvintes.

Já nos países do continente africano, destaca-se a continuidade das operações de manutenção das redes de emissores terrestres, que alimentam as estações de rádio e televisão africanas, assim como a RDP África e a RTP África.

Em São Tomé e Príncipe foi conduzida uma operação de recuperação da rede de emissores que consistiu na instalação de novos equipamentos que servem a RTP África e a televisão pública do país (TVS).

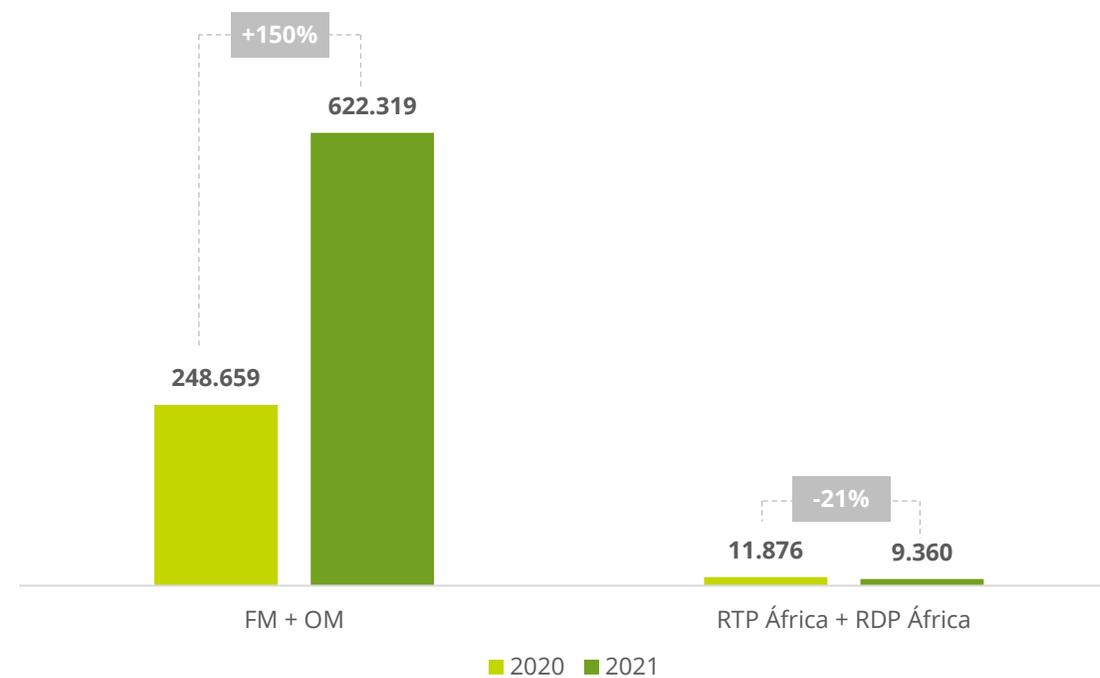
Por fim, destaca-se ainda a assinatura do Protocolo de Cooperação entre a RTP e a televisão pública de Cabo Verde (TCV), que visa fomentar a colaboração de técnicos oriundos do país africano em questão na manutenção da rede de emissores terrestres da RTP em Cabo Verde, bem como a assistência da RTP a colaboradores da TCV e a troca de conteúdos entre as duas organizações.

No total, as recuperações da rede de emissão da RTP África e RDP África totalizaram um investimento de cerca de 9 mil euros, inferior em 21% relativamente ao ano de 2020.

Por outro lado, o investimento na recuperação da rede de emissão de FM e OM (622 mil euros) aumentou em 150% comparativamente a 2020 (249 mil euros).

Análise Comparativa

Investimento na recuperação das Redes de Emissão RTP (€) | 2020 - 2021



B37.i) Investimento em soluções de *middleware*

Resultado 2021

Constatou-se através das interações com colaboradores da RTP que não existiu um investimento em soluções de *middleware* que permitam simplificar os processos transversais de gestão e distribuição de conteúdos, enquanto as plataformas da RTP não são convergentes.

No entanto, existe um processo em curso para rever a arquitetura aplicacional da RTP que visa uma maior integração entre as várias funções digitalizadas. Este processo tem como objetivo reduzir a intervenção humana no ciclo de vida dos conteúdos. Esta é uma alternativa mais robusta face ao investimento em soluções de *middleware*, uma vez trata da integração de funcionalidades sem necessitar de aplicações terceiras.

Com efeito, não tendo ainda sido cumprida na sua totalidade, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

B38.i) Existência de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas

Resultado 2021

Devido às condições impostas pela pandemia, que forçaram a maioria das empresas a encerrar as suas instalações físicas, a RTP, como empresa de comunicação e entretenimento, viu as suas atividades quotidianas altamente desafiadas. O trabalho remoto é desafiante na indústria do Entretenimento, não só pela necessidade de interação física entre colaboradores, como também pela falta de equipamento técnico e meios de produção e edição fora dos estúdios.

Assim, além da continuidade dada à prática de um planeamento prévio de todas as situações previsíveis com vista a aumentar a eficiência das equipas, foram também executadas uma série de ações de modo a incrementar a flexibilidade das equipas, em parte como resposta às limitações impostas pela COVID-19, capacitando as mesmas na realização das suas funções diárias, de um modo não presencial.

B38.ii) Número de horas de formação dedicados ao cumprimento do plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas

Resultado 2021

Na sequência do indicador anterior, não foi possível realizar o levantamento do número de horas de formação dedicadas ao cumprimento do plano para o aumento da flexibilidade e eficiência das equipas, pelo que o presente indicador é considerado como “Não Avaliado”.

B39.i) Investimento em equipamento e tecnologia para MOJO

Resultado 2021

A RTP revela no Projeto Estratégico 2021-2023 a intenção de capacitar as suas equipas para uma ação eficiente, ambicionando a incorporação da tecnologia de *Mobile Journalism* (MOJO) na empresa. Para que este desígnio seja concretizado, é necessário investimento ao nível de tecnologia, equipamentos e formação.

Com base no *feedback* recolhido, a RTP não conseguiu ainda desenvolver este projeto, pelo que nenhuma ação foi realizada nesse sentido. Desta forma, este processo fica adiado para os próximos 2 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, pelo que o indicador se toma como “Não Avaliado”.

B39.ii) Número de horas de formação dedicada a MOJO

Resultado 2021

Ainda que a formação dos colaboradores para a interação com a tecnologia MOJO seja importante e destacada no Projeto Estratégico em análise, não foi possível levantar registo de qualquer ação formativa realizada neste âmbito, em 2021. Deste modo, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

B39.iii) Percentagem de pessoas em função de suporte com/ sem computador

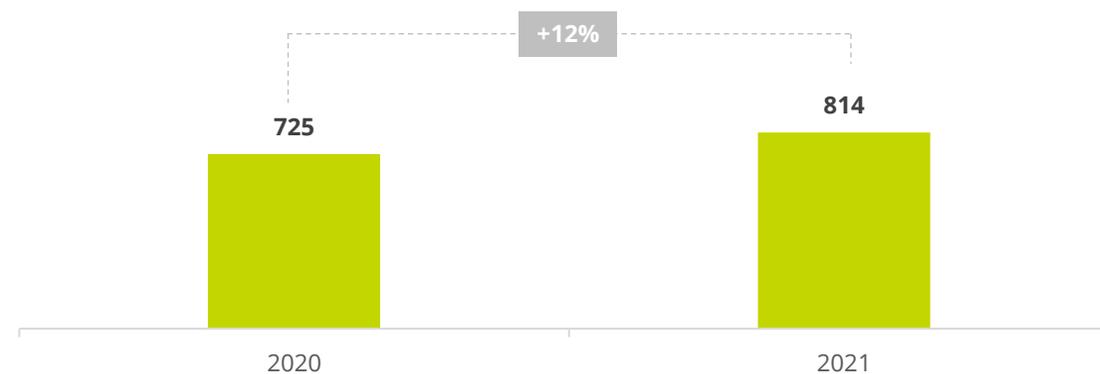
Resultado 2021

Enquanto não existe uma métrica para a medição da percentagem de colaboradores em função de suporte com e sem computador, contata-se, através da análise do documento Relatório e Contas, que o investimento na **“aquisição de computadores portáteis, periféricos e software para suportar os níveis de teletrabalho”** (814 mil euros) na sequência dos confinamentos exigidos pela pandemia superaram, em **12%**, o valor investido no ano de 2020 (752 mil euros).

Adicionalmente foi constatado através das múltiplas interações com intervenientes da RTP que a aposta não só em computadores portáteis, mas até em telemóveis, foi um fator de particular atenção no ano em análise.

Análise Comparativa

Investimento em aquisição de computadores portáteis, periféricos e software para suportar os níveis de teletrabalho (mil€) | 2020 - 2021



Pilar 5. Organização em sintonia com a atualidade

01

Rigor, pluralismo e modernidade na informação

02

Mais qualidade e inovação nos conteúdos

03

Estar mais perto e ser mais relevante para todos os públicos

04

Investir em tecnologia digital multiplataforma

05

Organização em sintonia com a atualidade

AÇÕES ESTRATÉGICAS (I/II)

PILAR V - Organização em sintonia com a atualidade

1	Lançar programa de reconhecimento das atividades que mais contribuíram para aumentar a notoriedade externa da RTP e/ou ideias inovadoras. Reconhecer interna e externamente os projetos e profissionais da RTP pelo trabalho desenvolvido em todas as áreas, bem como pelos prémios que muitos dos seus profissionais recebem durante o ano
2	Aumentar a comunicação interna e externa e criar competências para marketing e gestão da comunicação digital centralizada e coerente, maximizando o potencial de cada marca, incluindo televisão, rádio e digital. Fazer mais promoção cruzada
3	Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital, com autonomia e orçamento próprio. Nomear responsáveis editoriais, nomeadamente para a informação e para o entretenimento e ficção
4	Reforçar a área de Inovação, alargando competências e criando as bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos, com mais experimentação e incluindo parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação
5	Atualizar o organograma e assegurar clarificação de responsabilidades de planeamento estratégico, de controlo de gestão, desenvolvimento de conteúdos e área de inovação, entre outras
6	Implementar o programa MOVE, que fomente a mobilidade, valorização e envolvimento. Continuar a revisão do modelo de carreiras, ligando a evolução na carreira à avaliação de desempenho e avaliar possibilidade de ter um sistema de reconhecimento
7	Lançar projeto de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos, incluindo a área editorial, com recurso a meios internos e externos. Manter a Academia RTP focada no digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento

AÇÕES ESTRATÉGICAS (II/II)

PILAR V - Organização em sintonia com a atualidade

8	Lançar programa, com métricas, de paridade de género e diversidade nos postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico, e ainda entre colaboradores externos, incluindo comentadores. Monitorizar através de gabinete específico, com eventual apoio de entidades externas
9	Alargar e aprofundar parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas
10	Lançar um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais, envolvendo as áreas de conteúdos, produção, engenharia e emissão
11	Atualizar as métricas de avaliação do serviço público de <i>media</i> para incluir métricas de eficiência, de racionalização de recursos, de perceção de qualidade e rigor dos conteúdos e cumprimento do Projeto Estratégico. Avaliar programas específicos e sua adequação aos valores RTP e contribuição para o cumprimento da sua missão
12	Criar processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência nos critérios de decisão nas contratações, nos recrutamentos, nas parcerias, etc
13	Promover iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores, incluindo as estruturas que os representam. Aumentar a satisfação global através de um diálogo positivo e de um espírito construtivo na procura de soluções
14	Manter gestão equilibrada das receitas, custos e investimentos, divulgar as atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios. Preparar cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, identificando as implicações em termos de financiamento

VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 34 Medidos 20		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 11 Medidos 5		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 10 Medidos 4		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 13 Medidos 11		
Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Observações

O pilar 5 inclui ações transformacionais na RTP (10 dos 34 indicadores são Não Recorrentes), como o lançamento de uma estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital ou o lançamento de uma plataforma OTT. Estes exemplos mencionados, pela complexidade de implementação, não foram desenvolvidos em 2021.

No âmbito da perceção da empresa pelos consumidores, a RTP promoveu as suas marcas por meio de promoção de conteúdo, presença nas redes sociais, ou ativação das marcas em eventos. Destaque para a presença no Top 5 de empresas mais atrativas para trabalhar em Portugal, pela Randstad Employer Brand Research, bem como para os prémios que espelham a confiança dos consumidores na RTP.

Em termos de comunicação interna, o contexto pandémico forçou medidas para aumentar a proximidade entre gestão e colaboradores, por meio da criação de meios de comunicação entre as duas partes.

Destaca-se ainda a sustentabilidade dos resultados da RTP, sendo que a existência de resultados líquidos positivos reflete a manutenção de uma gestão equilibrada.

Oportunidades de Melhoria

A RTP tem tido historicamente um desafios em temas de igualdade de género, no sentido em que os homens representam 59% dos trabalhadores, de forma transversal nas várias funções e categorias profissionais.

Adicionalmente, a RTP pode aproveitar o término das restrições impostas pela pandemia para reforçar a formação técnica, que ficou aquém em 2020 e 2021, quando comparado com anos anteriores.

LISTAGEM DE INDICADORES (I/V)

Relevância

Recorrência

Performance

1 | LANÇAR PROGRAMA DE RECONHECIMENTO PARA ATIVIDADES QUE MAIS CONTRIBUÍRAM PARA AUMENTAR A NOTORIEDADE EXTERNA DA RTP

B40.i)	Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
B40.ii)	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
B40.iii)	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●

2 | AUMENTAR A COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA

B41.i)	Índice de notoriedade da marca institucional RTP	Crítico	Não Recorrente	●
B41.ii)	Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP	Relevante	Recorrente	●
B41.iii)	Número de campanhas de comunicação reforçando a força de cada marca RTP	Relevante	Recorrente	●
B41.iv)	Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (II/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
3 LANÇAR UMA NOVA ESTRUTURA PARA O DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDOS NA ÁREA DIGITAL				
B42.i)	Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital	Crítico	Não Recorrente	●
B42.ii)	Número de pessoas alocadas a desenvolvimento de conteúdos na nova estrutura na área digital	Relevante	Recorrente	●
B42.iii)	Valor do orçamento para desenvolvimento de conteúdos para a nova estrutura na área digital	Crítico	Recorrente	●
B42.iv)	Volume de conteúdos desenvolvidos para a nova estrutura na área do digital	Crítico	Recorrente	●
4 REFORÇO DA ÁREA DE INOVAÇÃO PARA CRIAÇÃO DE BASES PARA UM NOVO MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDOS				
B43.i)	Criação das bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
B43.ii)	Número de parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação	Relevante	Recorrente	●
5 ATUALIZAR O ORGANOGRAMA				
B44.i)	Atualização do Organograma	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (III/V)

Relevância

Recorrência

Performance

6 | IMPLEMENTAR O PROGRAMA MOVE

B45.i)	Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE	Relevante	Recorrente	
B45.ii)	Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras	Crítico	Recorrente	
B45.iii)	Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho	Crítico	Recorrente	

7 | LANÇAR PROJETO DE FORMAÇÃO PARA ATUALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS PROFISSIONAIS E TÉCNICOS

B46.i)	Número de horas e trabalhadores com formações na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento	Crítico	Recorrente	
B46.ii)	Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos	Crítico	Recorrente	

8 | LANÇAR PROGRAMA DE PARIDADE DE GÊNERO E DIVERSIDADE NOS POSTOS DE RESPONSABILIDADE

B47.i)	Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico	Crítico	Recorrente	
B47.ii)	Remuneração auferida por género	Crítico	Recorrente	
B47.iii)	Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.	Relevante	Recorrente	

Legenda:  Não Avaliado  Performance Elevada  Performance Moderada  Performance Baixa  Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (IV/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
9 ALARGAR E PROFUNDAR PARCERIAS COM ENTIDADES RELEVANTES				
B48.i)	Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas	Crítico	Não Recorrente	●
10 LANÇAR UM PROJETO TRANSVERSAL DE OBTENÇÃO DE EFICIÊNCIAS OPERACIONAIS				
B49.i)	Lançamento de um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais	Crítico	Não Recorrente	●
B49.ii)	Custo/hora médio para a exibição de conteúdos em cada tipo de programa	Relevante	Recorrente	●
11 ATUALIZAR AS MÉTRICAS DE AVALIAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE MEDIA				
B50.i)	Métricas definidas para avaliação do serviço público de media	Crítico	Não Recorrente	●
B50.ii)	Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP	Relevante	Recorrente	●
12 CRIAR PROCESSO INTERNO DE COMUNICAÇÃO				
B51.i)	Criação do processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência	Crítico	Não Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (V/V)

Relevância

Recorrência

Performance

13 | PROMOVER INICIATIVAS RECORRENTES DE PARTILHA DE INFORMAÇÃO ENTRE A GESTÃO E OS TRABALHADORES

B52.i)	Número de iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores	Relevante	Recorrente	
B52.ii)	Índice da satisfação global dos trabalhadores	Crítico	Recorrente	
B52.iii)	Número de sessões com trabalhadores para promoção de temas relacionados com satisfação no trabalho	Relevante	Recorrente	

14 | MANTER GESTÃO EQUILIBRADA DAS CONTAS, DIVULGAR AS ATIVIDADES DE GESTÃO E PREPARAR CENÁRIOS PARA NOVO CONTRATO CONCESSÃO

B53.i)	Evolução das Receitas, Custos e Investimento	Crítico	Recorrente	
B53.ii)	Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios	Relevante	Recorrente	
B53.iii)	Preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão	Crítico	Não Recorrente	

Legenda:  Não Avaliado  Performance Elevada  Performance Moderada  Performance Baixa  Não Avaliado [COVID-19]

B 40.i) Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP

Resultado 2021

A notoriedade externa da RTP é um aspeto de destaque no Projeto Estratégico 2021-2023, demonstrando-se essencial para a verificação do contínuo alinhamento da organização com a atualidade. Com efeito, para que este objetivo seja alcançado, é necessária a realização de ações internas como por exemplo a criação de um Programa de Reconhecimento pela RTP, sugerido no plano sob análise.

Com base no *feedback* recolhido, este novo conteúdo está já a ser alvo de planeamento, projetando-se num programa de reconhecimento com base em prémios monetários. De qualquer das formas, todas as ações realizadas neste sentido, foram realizadas apenas em 2022, pelo que nenhum avanço teve lugar em 2021. Desta forma, este processo fica adiado para os próximos 2 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023.

B40.ii) Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP participou em diversos concursos e foi, consequentemente, premiada pelo desenvolvimento de vários projetos realizados ao longo do tempo. Ao todo, registou-se inscrições em 20 concursos, nacionais e internacionais que permitiram, além do reconhecimento, a divulgação de vários programas.

Ao nível dos concursos internacionais, no âmbito da divulgação de conteúdos de qualidade dos três meios de comunicação (TV, Rádio e Multimédia), foram selecionados 21 programas RTP para a candidatura a 14 concursos diferentes das várias partes do mundo, nomeadamente o "AIBs Awards", "CIVIS Awards", "PriMed", "EBU Connect Awards", "International Format Awards", entre outros.

A RTP candidatou-se ainda aos "Prémios Meios & Publicidade" para reconhecimento nacional, e aos "International Emmy Awards 2021" para notoriedade internacional, não tendo no entanto recebido o prémio destes dois concursos.

Não obstante, foi merecedora do destaque como uma das **empresas mais atrativas para trabalhar em Portugal**, pelos Randstad Awards; reconhecida como uma **Marca de excelência** pelas Superbrands 2021, e ainda voltou a ser **Marca de Confiança** pelo trabalho desenvolvido pela RTP1, pelas Seleções do Readers Digest.

Destaque de que também a RTP Açores foi merecedora de prémios, nomeadamente o conteúdo "Casa do Tempo" pelo seu trabalho jornalístico, atribuído pela APOM, ao nível nacional; e ainda, a série "Novos Vizinhos", em que a RTP Açores contribuiu com a produção e realização de um episódio "Um só Deus", tendo sido galardoada com o "Martine Filippi Prize", na 40ª edição do "Festival Internacional URTI Grand Prix.

Concluindo, ao longo de 2021, foi registada a atribuição de **6 Prémios à RTP**, aos quais se somam outros **20 atribuídos aos seus programas**.

Exemplos de Prémios atribuídos à RTP

- **Prémio "Marca de Informação mais confiável em Portugal"**, pelo no Digital News Report, do Reuters Institute da Universidade de Oxford
- **15º Prémio Marca de Confiança**, pela revista Seleções da Reader's Digest
- **9º Prémio Marca de Excelência em Portugal**, numa iniciativa promovida pela Superbrands

Exemplos de Prémios atribuídos a programas RTP

- **Prémio de Melhor Inovação Digital** no âmbito da entrega dos Prémios Sapo à reportagem "Confinado na Aldeia"
- **Silver Award** pela EBU Connect Awards ao programa "Confined Nativity"
- **Grande Prémio Internacional da União Internacional de Rádio e Televisão** (Grand Prix URTI TV) pela série documental "Deus Cérebro - Maquinaria das Emoções".
- **Prémio Melhor Programa de Entretenimento** atribuído ao programa "The Voice", no âmbito dos Troféus Impala

Exemplos de Nomeações RTP

- **One World Media Awards e Prémio Jornalismo, Direitos Humanos & Integração** pela reportagem "O meu sangue é da cor do teu"
- **Prémio TV Fiction do Prix Europa** com a série "Até que a vida nos separe"

B40.iii) Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP

Resultado 2021

Os trabalhadores da RTP foram galardoados com Prémios no ano de 2021. Tal reconhecimento revela-se um fator importante no estímulo da motivação dos trabalhadores, e incentivando à continuidade na criação de conteúdo de qualidade e excelência.

Neste âmbito, foram premiados, ao todo, **11 trabalhadores RTP**, com trabalho desenvolvido nas mais diversas áreas como o Jornalismo, Representação, Entretenimento, Desporto, entre outros.

Com um total de **13 prémios recebidos pelos colaboradores RTP**, destaca-se o trabalho desenvolvido por João Pedro Mendonça na reportagem “Confinado na Aldeia” e pelo seu trabalho de excelência na área do Jornalismo Desportivo. Além disso, foram atribuídos 2 Globos de Ouro aos quadros RTP, primeiramente a Filomena Cautela com o Prémio revelação e, de seguida, a Fernando Mendes, no âmbito do Entretenimento.

Igualmente, também Sandra Felgueiras merece especial atenção pelo prémio “Mulheres Mais influentes de Portugal” atribuído pela Revista Executiva.

Por fim, entre todos os outros prémios merecedores de destaque ao longo de 2021, salienta-se ainda o trabalho ímpar de Júlio Isidro, merecedor do “Prémio Especial de Personalidade” pela SuperBrands.

Exemplos de Prémios atribuídos a trabalhadores RTP

- **Prémio Gazeta de Televisão**, atribuído pelo Clube dos Jornalistas, pela sua reportagem “Confinado na Aldeia” a João Pedro Mendonça
- **Prémio “Mulheres Mais Influentes e Portugal”**, atribuído pela Revista “Executiva” à jornalista Sandra Felgueiras
- **Menção Honrosa no Prémio Direitos Humanos e Integração da Unesco**, à jornalista Sandra Salvado, com a reportagem “O Manicómio”.
- **Globo de Ouro Revelação 25 anos SIC** pela Filomena Cautela
- **Globo de Ouro Especial Entretenimento 25 anos SIC** pelo Fernando Mendes
- **Prémio Especial de Personalidade**, numa iniciativa promovida pela Superbrands, atribuído a Júlio Isidro pelo seu percurso singular na Televisão Portuguesa, enquanto apresentador, autor e produtor.

Exemplos de Nomeações dos trabalhadores RTP

- Nomeação para os **One World Media Awards** da jornalista Mafalda Gameiro, pela reportagem “O Meu Sangue é da Cor do Teu” – Linha da Frente.
- Victoria Guerra nomeada para Melhor Interpretação Feminina dos **Prémios Platino de Cinema Ibero-Americano**, pela sua interpretação em Auga Seca;

B 4 1 . i) Índice de notoriedade da marca institucional RTP

Resultado 2021

Segundo o Estudo de Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, conduzido pela Ipsos Apeme e lançado em 2022 (9º vaga), **o Grupo RTP, manteve o seu nível de notoriedade** relativamente constante face aos anos anteriores a 2021. Para além disso, a TV RTP continua a ser o serviço de programas com maior nível de notoriedade, seguido pela área Online e, por fim, a Rádio.

Com base no mesmo estudo, destaca-se que a percentagem de indivíduos que, no período da “última semana” (semana anterior à realização do inquérito), afirmou ter assistido a algum serviço produzido pela RTP, foi de 70%, mantendo-se constante face aos períodos homólogos, e, ainda, 49% declara ter estabelecido contacto no “último dia” (dia anterior à realização do inquérito).

No que respeita a **Televisão**, os níveis de notoriedade mantêm-se relativamente constantes (94%), e foi mencionado que 65% e 44% dos indivíduos teve contacto com este universo na “última semana” e no “último dia”, respetivamente. Na **Rádio**, apesar de uma redução pouco significativa em 7p.p. na notoriedade, o serviço de programas manteve uma tendência crescente no critério de “contacto na última semana”, assim como no “contacto no último dia”. Por fim, área **Online** apresentou uma performance alinhada com aquela que se tinha verificado no quarto trimestre de 2020, exceto no critério “contacto semanal” que foi reduzido em 50%.

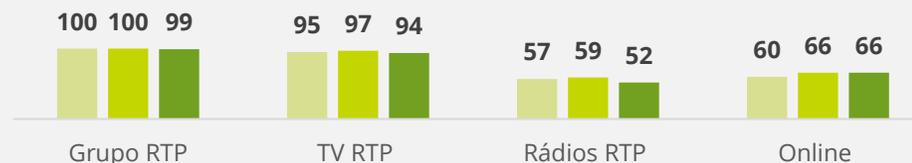
Considerações Relevantes

O estudo de monitorização do cumprimento percetivo da MSP da RTP consiste num processo contínuo de avaliação, pelo que este se traduziu na 9ª vaga desta análise. A recolha de informação foi realizada entre os dias de 10 de Janeiro e 28 de Fevereiro de 2022, com a preocupação de manter a mesma distribuição da amostra dos anos anteriores, concretizando-se, assim, em 1013 entrevistas presenciais.

Fonte: Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP 2, Ipsos Apeme, 9º vaga

Análise Comparativa

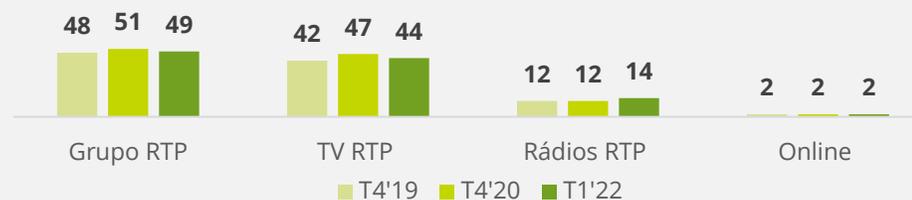
Notoriedade (%) | T4'19 - T1'22



Contacto na última semana (%) | T4'19 - T1'22



Contacto no último dia (%) | T4'19 - T1'22



B41.ii) Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP

Resultado 2021

O Estudo de Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, conduzido pela Ipsos Apeme e lançado em 2022 (9ª vaga), entre outros objetivos, tem como finalidade a análise de satisfação global da oferta RTP.

Neste seguimento, a RTP foi avaliada, com base na perceção dos indivíduos, face ao Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público com uma avaliação média de **7,4**, aumentando em 0,2p.p. face ao quarto trimestre de 2020 e 0,3p.p. face ao quarto trimestre de 2019.

Para além disso, em 2021, 23% dos inquiridos avaliaram este critério com uma classificação entre 9 e 10, tendo esta proporção alcançado os valores de 16% e 18% em 2019 e 2020, respetivamente.

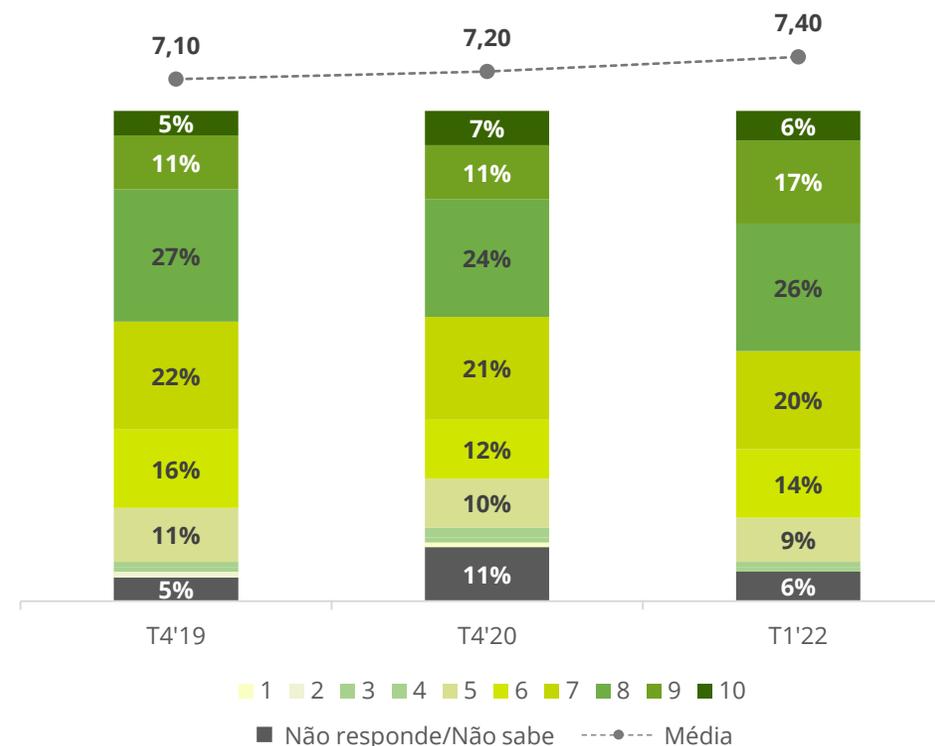
No que se refere a esta avaliação específica por meio de comunicação, a **Televisão** volta a destacar-se como a área com melhor performance, registando uma avaliação média de **7,5**, estando **0,3p.p.** acima do registado no ano anterior. Os restantes serviços de programas, **Rádio e Internet**, registaram ambos uma avaliação de **7,2**, em média, representando um aumento de satisfação em 0,3p.p. na rádio e uma estabilização do valor na vertente online da RTP.

Considerações Relevantes

O estudo de monitorização do cumprimento percetivo da MSP da RTP consiste num processo contínuo de avaliação, pelo que este se traduziu na 9ª vaga desta análise. A recolha de informação foi realizada entre os dias 10 de Janeiro e 28 de Fevereiro de 2022, com a preocupação de manter a mesma distribuição da amostra dos anos anteriores, concretizando-se, assim, em 1013 entrevistas presenciais.

Análise Comparativa

Cumprimento percetivo da missão de serviço público RTP (%) | T4'19 - T1'22



B41.iii) Número de campanhas de comunicação reforçando a força de cada marca RTP

Resultado 2021

De forma a assegurar a sua notoriedade e reconhecimento externo, a RTP desenvolveu, ao longo de 2021, diferentes campanhas de comunicação com o intuito de reforçar o seu posicionamentos nas várias áreas de atuação – Televisão, Rádio e Internet.

Entre as várias atividades realizadas, destaca-se a realização de campanhas no âmbito de **promoções de séries de ficção RTP1** em todos os meios, nomeadamente imprensa, TV rádio e *online* e, ainda, o lançamento da RTP Play nos operadores de televisão. Foi, também, realizada a promoção de **conteúdos desportivos** emitidos na RTP como os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, o Euro 2020, o Mundial de Futebol de Praia e a Liga de Basquetebol, com destaque para a campanha generalista “A RTP não perde o fôlego”.

Foi também dada visibilidade a várias campanhas na área de informação, onde a criatividade esteve em destaque e que potenciaram a imagem de marca da **informação** da RTP. Neste âmbito, salientaram-se a Campanha dos 20 Anos da RTP3, o lançamento de novos programas e temporadas de “Jornal 2”, “É Ou Não É”, “Janela Global”, “Fronteiras XXI” (5ª Temporada) e “Estórias que Contam”.

Também a **RTP Palco** foi incluída na ordem de trabalhos com a campanha de aniversário e respetiva divulgação online.

Destaca-se, também, a realização de mais de 400 campanhas de publicidade institucional a **parceiros** nas mais diversas áreas. A título de exemplo destacam-se as áreas do cinema, música, moda, desporto, dança, ciência e tecnologia.

Na **dimensão internacional**, foram realizadas 3 campanhas diferentes de promoção “Diz Sim Aos Bons Media”, que tinham na sua base a partilha de exemplos de esperança e resiliência, a comemoração do dia mundial da liberdade da imprensa e, ainda, um alerta para as alterações climáticas.

Para além disso, a newsletter “imperdível” comemorou o 5º aniversário com uma promoção focada na seleção dos melhores conteúdos de Televisão, Rádio ou do on-line RTP e foram realizadas diversos investimentos em *Paid Media*, como forma de promoção das principais estreias dos vários serviços de programas e de aumentar a rede de impacto.

Já no final do ano de 2021, e com o intuito de se aproximar às camadas jovens da sociedade, a RTP em parceria com a Comic Con, desenvolveu três diferentes painéis de debate no Altice Arena, nomeadamente “Pôr do Sol – da TV para a *web*” e “De Lisboa para o mundo – As séries internacionais da RTP” e “5 STARZ”. Este vento contou também com a ativação da marca RTP Play.

De destaque que, além do spots de televisão, a RTP promoveu uma comunicação multiplataforma, recorrendo à comunicação em rádio, anúncios de imprensa, redes de *mupis* e campanhas *online* em redes sociais ou peças *web*, tendo este último meio tido uma grande importância na época de pandemia.

B41.iv) Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital

Resultado 2021

De acordo com o delineado no Projeto Estratégico 2021-2023, potencialização de cada marca, incluindo televisão, rádio e online, deve ser devidamente acompanhada de uma robusta estratégia de marketing e comunicação digital. Este planeamento deve ter na sua base, não só ações de suporte à comunicação externa, direcionada ao público em geral, mas também procedimentos que garantam uma uniformização Intra organizacional, por meio de comunicação interna.

Para que tal seja possível, é essencial a definição de um plano formativo de suporte às ações a desenvolver, para que esteja assegurada a capacitação dos recursos humanos da empresa nas mais diversas atividades. No ano de 2021, foram realizadas **3 cursos e 3 ações de formação na área de “Marketing e Publicidade”, com impacto em 5 formandos.**

No que respeita à **Comunicação Interna**, foi lançado um site ADN pertencente à Intranet, com visa ao estímulo da proximidade entre colaboradores, por meio de partilhas de sugestões em áreas como leitura, música, gastronomia, cinema, e dicas de saúde e bem-estar. Desta forma, o bem estar dos trabalhadores esteve no epicentro das ações desenvolvidas. Além disso, na vertente mais institucional, foi também reforçada a *newsletter* mensal @RTP.

Ao nível da **Comunicação Externa**, os maiores projetos desenvolvidos consistiram, primeiramente, na associação a um evento internacional de ficção intitulado ON SERIES, que surge como uma montra das novas séries e projetos de televisão nacional e, seguidamente, de um evento que reuniu profissionais do setor nacionais e internacionais, que, pela primeira vez, teve lugar em Lisboa. Para além disso, foi comemorado, em 2021, os 5 anos do lançamento da *newsletter* “imperdível” focada na seleção dos melhores conteúdos de Televisão, Rádio ou do on-line RTP.

Foi, ainda, realizada a promoção das diferentes marcas RTP nos programas de TV e rádio e, foi feita uma aposta em *Paid Media*, para suporte e alavancagem das principais estreias realizadas nos diversos serviços de programas.

B42.i) Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital

Resultado 2021

De acordo com o Projeto Estratégico 2021-2023 e as ações nele definidas, a RTP tem o objetivo de criar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital. No entanto, esta ação não foi desenvolvida no decorrer do ano em análise, pelo que o desenvolvimento de conteúdos no âmbito do digital continuou a ser uma atividade segregada por serviço de programas.

No entanto, e dado que esta é uma ação não recorrente transversal à empresa, a mesma deve ainda ser realizada durante o período restante de vigência do Projeto Estratégico atual, pelo que o indicador é classificado como “Não Avaliado”.

B42.ii) Número de pessoas alocadas a desenvolvimento de conteúdos na nova estrutura na área digital

Resultado 2021

Na sequência da não criação de uma nova estrutura na área digital não foi, naturalmente, feita a alocação de colaboradores dedicados, pelo que também a ação e indicador sob análise se classificam como “Não Avaliado”, devendo ser desenvolvido no horizonte dos 3 anos do projeto estratégico.

B42.iii) Valor do orçamento para desenvolvimento de conteúdos para a nova estrutura na área digital

Resultado 2021

Na sequência da não criação de uma nova estrutura na área digital não foi, naturalmente, feita a distinção de um orçamento próprio, pelo que também a ação e indicador sob análise se classificam como “Não Avaliado”, devendo ser desenvolvido no horizonte dos 3 anos do projeto estratégico.

B42.iv) Volume de conteúdos desenvolvidos para a nova estrutura na área do digital

Resultado 2021

Tal como já mencionado anteriormente, a ação de lançar uma nova estrutura na área do digital não foi desenvolvida em 2021. Deste modo, não é, mais uma vez, possível contabilizar o volume de conteúdos desenvolvidos.

Deste modo, e sendo que a criação da nova estrutura na área do digital é uma ação não recorrente, considera-se o indicador em questão como “Não Avaliado”, devendo ser desenvolvido no horizonte dos 3 anos do projeto estratégico.

B 43.i) Criação das bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos

Resultado 2021

No que diz respeito à criação de bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos, com o intuito de, conjugado com o alargar do leque de parcerias, reforçar a área da inovação na RTP, foi constatado mediante as entrevistas realizadas aos vários intervenientes da RTP, que esta ação ainda não foi desenvolvida.

No entanto, e sendo esta uma atividade não recorrente, devendo por isso ser realizada apenas uma vez ao longo da vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, o indicador é classificado como “Não Avaliado”.

B43.ii) Número de parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação

Resultado 2021

No Projeto Estratégico 2021-2023, a RTP demonstra preocupação em desenvolver os seus quadros e apostar num novo modelo de produção de conteúdos, com a finalidade de reforçar a área de Inovação. Como catalisador desta atividade, a RTP reforçou ao longo de 2021 as parcerias estabelecidas com Universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes.

Com referência às várias atividades realizadas, destaca-se a **Assinatura do Protocolo entre a RTP e várias instituições**, nomeadamente a **Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**, a **Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa**, no âmbito da criação de sinergias científicas, tecnológicas, na área de investigação e formação.

Destaque, ainda, para o desenvolvimento de programas direcionados à educação para os meios Audiovisuais, os quais tiveram direito à contribuição de entidades como **Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa**, da **Escola Superior de Educação de Coimbra**, da **Universidade Aberta**, da **Universidade do Porto**, da **Universidade de Aveiro**, entre outros.

No que se refere ao serviço de programas RTP2 especificamente, este colaborou diretamente com várias instituições como a **Universidade Aberta**, **Universidade Lusófona de Lisboa**, **Escola das Artes da Universidade Católica do Porto**, **Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa**, **Escola Superior de Educação de Coimbra**, **Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo**.

Neste âmbito, por meio das parcerias realizadas foram, ainda, produzidos alguns conteúdos, como é o exemplo do programa **“UaU – Ciência Sem Limites”**, um exemplo de conteúdo fruto da cooperação da RTP com a **Universidade de Aveiro**, onde é realizada divulgação científica em linguagem acessível. A mesma instituição cooperou

com a RTP no decorrer das eleições presidenciais, no sentido de produzir alguns programas especiais dedicados a mais de 200 temas que se destacaram como os principais desafios para os órgãos de poder local no futuro.

Por fim, manteve-se também a emissão do programa **“Ouvido Crítico”** onde é abordado o outro lado dos Média, por meio da parceria realizada com o **MILOBS** (Observatório sobre Media, Informação e Literacia) do **Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho**.

Programas realizados na área da Educação para os Meios Audiovisuais

Programas	Duração 2020	Duração 2021	Varição
Escola Superior da Comunicação Social - E2	43:01:17	45:45:50	+ 2:44:33
Escola Superior de Educação de Coimbra - ESEC TV	41:16:09	41:42:25	+ 0:26:16
Instituto Politécnico do Porto		02:41:27	+ 2:41:27
Universidade Aberta	09:14:38	08:22:47	- 00:51:51
Universidade de Aveiro - A Química das Coisas	03:37:45	14:36:05	+ 10:58:20
Universidade do Porto - As novas viagens philosophicas	12:28:28	29:14:47	+ 16:46:19
Universidade Lusófona de Lisboa - Um Natal Especial	00:51:54	00:25:57	- 00:25:57

B 4 4 . i) Atualização do Organograma

Resultado 2021

O Projeto Estratégico 2021-2023 inclui a ação de reestruturar a organização, tendo como vertente a necessidade de criar uma estratégia transversal e harmonizada de desenvolvimento de conteúdos de todo o tipo, nomeadamente de informação, ficção e desporto. Deste modo, é objetivo do serviço público de media o clarificar do seu organograma, de modo a alocar responsáveis a áreas temáticas.

Consequentemente, a RTP lançou um projeto estratégico de reorganização da empresa que envolve todas as áreas da organização, sendo por isso, um projeto transversal.

Este projeto não foi concluído em 2021, pelo que a ação em questão não foi desenvolvida no ano sob análise. Sendo esta uma ação de cariz não recorrente, e podendo ser realizada uma ou mais vezes ao longo da vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, o indicador é classificado como “Não Avaliado”.

B 45 . i) Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE

Resultado 2021

A criação de mecanismos de mobilização é um fator fulcral para o estímulo da nova visão da RTP, abordada no Projeto Estratégico 2021-2023. Desta forma, a organização propõe-se a implementar o programa **MOVE**, focado na valorização pessoal e profissional dos trabalhadores, assente nos pilares da (MO)bilidade, (V)alorização e (E)nvolvimento.

Neste sentido, foram realizadas várias ações no âmbito de acelerar este projeto ao longo de 2021. Destaque da publicação do **Regulamento de Recrutamento Interno e Mobilidade**, com a finalidade de catalisar uma cultura de coresponsabilização das estruturas, de forma a assegurar que o processo seja exequível e alinhado com as restantes políticas de recursos humanos, nomeadamente com a Academia RTP. Por outro lado, com a premissa de rejuvenescimento dos recursos humanos, foi também publicado um Regulamento de Recrutamento e Seleção de Candidatos Externos, garantido que os trabalhadores recrutados possuem as competências mínimas requeridas e adequadas às necessidades da organização.

Em 2021, foi realizada a **integração no quadro de pessoal de 50 trabalhadores**, 48 contratações e 2 regressos ao quadro ativo, e ficaram registadas 34 cessações de vínculo com a empresa por parte de 31 trabalhadores do quadro ativo e 3 do quadro não ativo. Saíram, também, 4 trabalhadores para quadro não ativo (Requisitado/Licença sem vencimento).

Por fim, em termos de **mobilidade interna**, existiram, no ano em análise, **14 trabalhadores** que mudaram de Direção e **30 trabalhadores a serem reclassificados**.

B45.ii) Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras

Resultado 2021

Um dos objetivos da RTP para o triénio 2021-2023 é a sintonia da organização com a atualidade. Para que tal seja possível, não só é necessário que sejam desenvolvidas ações ao nível de conteúdos e programas, mas sim que esse processo se estenda, também, à gestão dos colaboradores, combinado a vertente interna e externa numa abordagem holística e sinérgica.

O trabalho a desenvolver internamente passa, entre outras áreas de atuação, pela criação de um novo Modelo de Carreiras mais adequado à atualidade e realidade da atividade da empresa nos dias de hoje, uma vez que o mesmo não era revisto há cerca de 15 anos. Para o desenvolvimento desta ação foram realizadas negociações com as associações sindicais, em duas mesas negociais distintas até outubro, mês este que ficou marcado pela convergência dos sindicatos numa mesa de negociação única. O objetivo deste novo modelo passará pelo realocação das pessoas nas novas carreiras propostas, impactando não só o nível de *expertise* (reenquadramentos), como também o tipo de função associado (requalificações).

Para que todo o processo fique assegurado pelas bases da transparência, foi criado e publicado o Regulamento dos Processos de Reenquadramento, no sentido de formalizar e robustecer o processo.

Por meio da próxima cooperação entre direções da empresa, foi possível realizar a análise de adequação da categoria e nível de desenvolvimento às funções exercidas pelos trabalhadores, tendo sido registados, em 2021, **70 reenquadramentos** e **23 reclassificações**, previstos no protocolo de acordo 2019 firmado pelos sindicatos.

B45.iii) Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho

Resultado 2021

Ao longo de 2021, a RTP deu continuidade à revisão do seu Modelo de Carreiras, que não era alvo de atualizações há vários anos; algo que a pandemia veio assentar, sendo um fator limitador do desenrolar do processo em 2020, já que ditou a suspensão das reuniões dedicadas ao tópico.

Este modelo tipifica a atividade dos colaboradores e o respetivo nível de *expertise* e, por isso, encontra-se na base de informação para o desenvolvimento de um Método de Avaliação de Desempenho. No entanto, a tradução da avaliação de desempenho em métricas de impacto nos colaboradores, como remunerações e progressão na carreira, não estão ainda definidas.

O processo de alinhamento entre o Modelo de Carreiras e a Avaliação de Desempenho deverá ficar adiado para os próximos 2 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023.

B46.i) Número de horas e trabalhadores com formações na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento

Resultado 2021

Em 2021, realizaram-se **6 blocos de formação** na área do digital e dos formatos atualizados de consumo de informação e de entretenimento, que tomaram lugar desde Fevereiro a Novembro do respetivo ano, sendo estes:

1. *Master Class: Advanced Podcasting (EBU)*
2. *Visual Radio – Operação*
3. *EL: Web Copywriting – Escrever para a Web*
4. *Bring Clarity to your COP26 Coverage with Data Journalism*
5. *Masterclass in Digital Advertising*
6. *Digital Media Day and New Radio Day*

Atenderam à terceira e quinta formação 2 participantes, tendo as restantes sido direcionadas apenas a 1 formando.

A sexta formação, *Digital Media Day and New Radio Day*, contou com duração mais longa (12 horas), e a quarta a que apresentou menor número de horas (1).

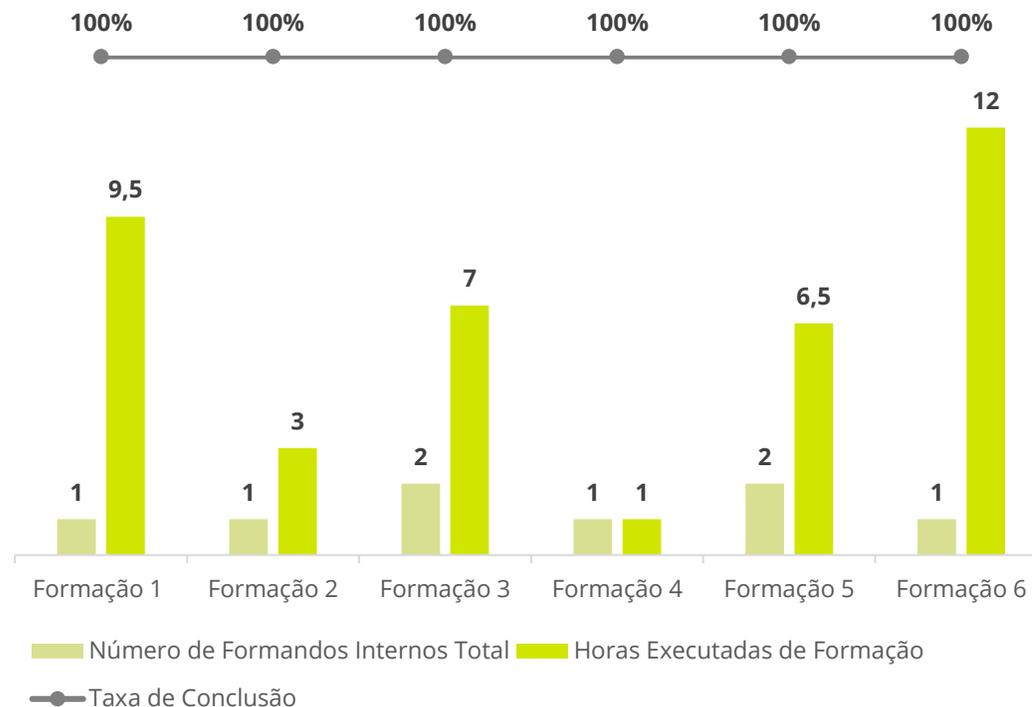
Assim, nesta área, registou-se um total de **39 horas de formação** ao longo do ano, com todos os formandos a completar as horas totais estipuladas em cada formação, assistindo-se assim a uma **taxa de conclusão** de **100%**.

No entanto, e não sendo possível comparar os valores registados em 2021 com aqueles de anos anteriores, o indicador é considerado “Não Avaliado – COVID-19”.

Análise Comparativa

Formações realizadas na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento |

2021



B 46 . ii) Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos

Resultado 2021

Num ano ainda parcialmente marcado pela pandemia, as mudanças significativas no mundo do trabalho continuaram a surgir, antecipando tendências que vinham sendo gradualmente implantadas, como o teletrabalho, influenciando e alterando processos nas empresas, com a RTP a não ser exceção. Com isto, a atualização dos conhecimentos profissionais e técnicos foi uma área importante deste ano, levando a RTP a agir em conformidade, executando várias formações neste âmbito.

Na área da formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos, foram efetuados **24 blocos de formação de âmbitos distintos**, distribuídos ao longo do ano num número total de **944 horas**. Do total de horas de formação que deveriam decorrer, houve um volume de **903 horas** completas, significando este número uma taxa total de conclusão de cerca de **96%**.

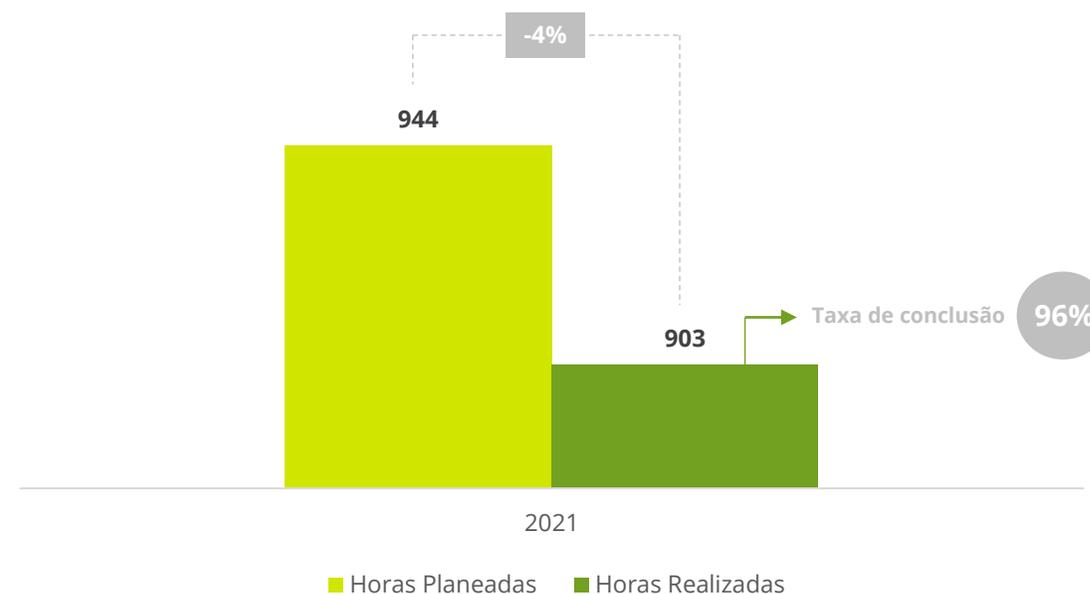
A título de exemplo, de entre estas formações podem-se listar:

- *Digital Media Day and New Radio Day*, compreendendo um total de 12 horas com participação de 1 formando;
- EL: O essencial do Microsoft Teams;
- *Adobe Premiere CC*, que teve participação de 11 pessoas em 21 horas de formação;
- *Master Class: Advanced Podcasting (EBU)*;
- Visual Radio – Operação;
- *Avid Interplay* para Utilizadores do Arquivo, onde se registou o maior número de formandos (14), num total de 3 horas de formação.

No entanto, e não sendo possível comparar os valores registados em 2021 com aqueles de anos anteriores, o indicador é considerado “Não Avaliado – COVID-19”.

Análise Comparativa

Formações realizadas para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos (horas) | 2021



B 47. i) Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico

Resultado 2021

Relativamente à distribuição da totalidade de colaboradores por género na RTP, ainda que pouco significativo, tem havido um avanço para um quadro mais homogéneo, com representação igual de mulheres e homens ao longo dos últimos anos. Em 2021, existiu na empresa uma representação relativamente equilibrada dos dois géneros, com uma percentagem de 40,64% de mulheres e 59,36% de homens a ocuparem funções na organização.

No entanto, no que diz respeito à ocupação de postos de responsabilidade administrativas, editoriais e técnicas, a distribuição entre géneros não se considera homogénea, dada a predominância de homens nos cargos em análise.

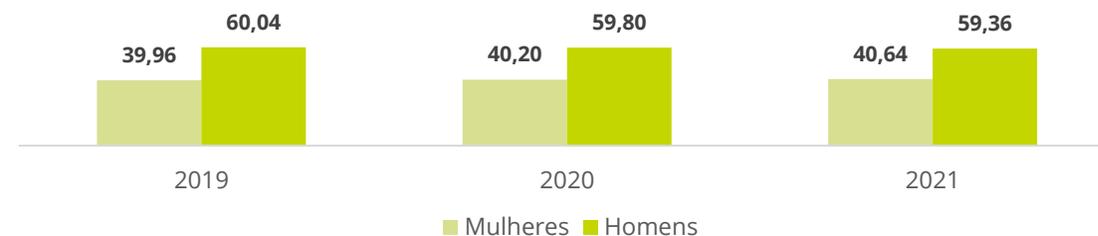
Em nenhuma das áreas sob análise – Conselho de Administração, Diretor, Chefia Nível 1, Chefia Nível 2, Editores e Técnicos – se deixa de verificar a predominância de trabalhadores do género masculino, sendo que, em todas as categorias, pelo menos 63% dos colaboradores são homens.

Não obstante, é de realçar que, e tendo em conta apenas os meses de vigência do Projeto Estratégico em análise durante 2021, **53% das novas admissões realizadas durante esse período dizem respeito a mulheres**. Assim, verifica-se a existência de proatividade por parte da RTP em equilibrar a distribuição de cargos por géneros na organização.

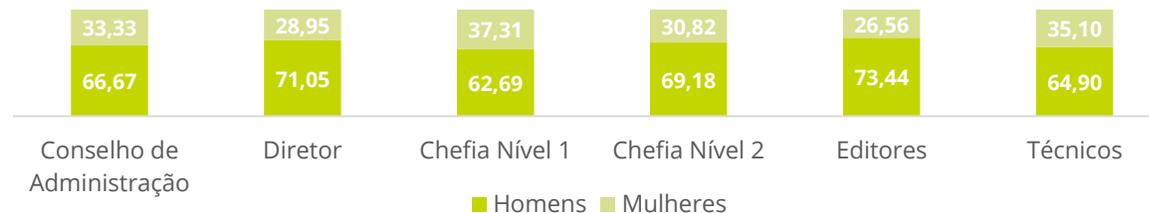
Fonte: Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2019; Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2020; Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2021

Análise Comparativa (II/II)

Total de colaboradores por género (%) | 2019 - 2021



Categorias profissionais por género (%) | 2021



Distribuição de contratações por género | 2021



B 47. i) Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico

Resultado 2021

Relativamente à distribuição da totalidade de colaboradores por género na RTP, ainda que pouco significativo, tem havido um avanço para um quadro mais homogéneo, com representação igual de mulheres e homens ao longo dos últimos anos. Em 2021, existiu na empresa uma representação relativamente equilibrada dos dois géneros, com uma percentagem de 40,64% de mulheres e 59,36% de homens a ocuparem funções na organização.

É de realçar que, e tendo em conta apenas os meses de vigência do Projeto Estratégico em análise durante 2021, **53% das novas admissões realizadas durante esse período dizem respeito a contratações de mulheres.** Assim, verifica-se a existência de proatividade por parte da RTP em equilibrar a distribuição de cargos por géneros na organização.

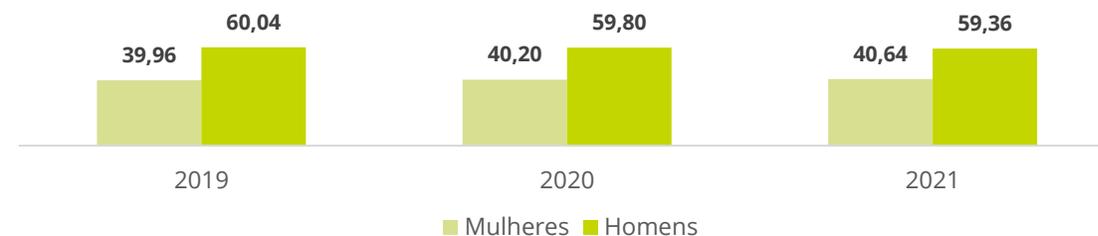
No entanto, no que diz respeito à ocupação de postos de responsabilidade administrativas, editoriais e técnicas, a distribuição entre géneros não se considera homogénea, dada a predominância de homens nos cargos em análise.

Em nenhuma das áreas sob análise – Conselho de Administração, Diretor, Chefia Nível 1, Chefia Nível 2, Editores e Técnicos – se deixa de verificar a predominância de trabalhadores do género masculino, sendo que, em todas as categorias, pelo menos 65% dos colaboradores são homens.

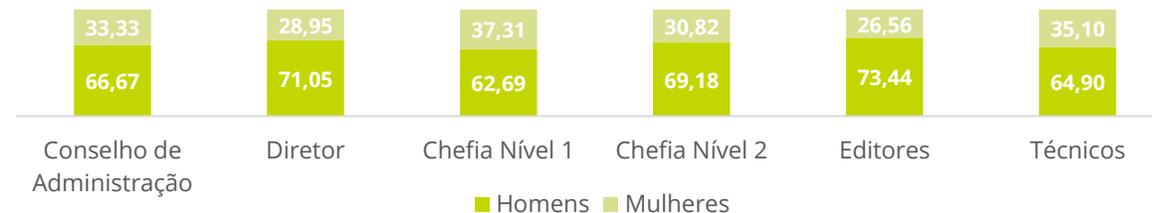
Fonte: Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2019; Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2020; Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2021

Análise Comparativa

Total de colaboradores por género (%) | 2019 - 2021



Categorias profissionais por género (%) | 2021



Distribuição de contratações por género | 2021



B47.ii) Remuneração auferida por género

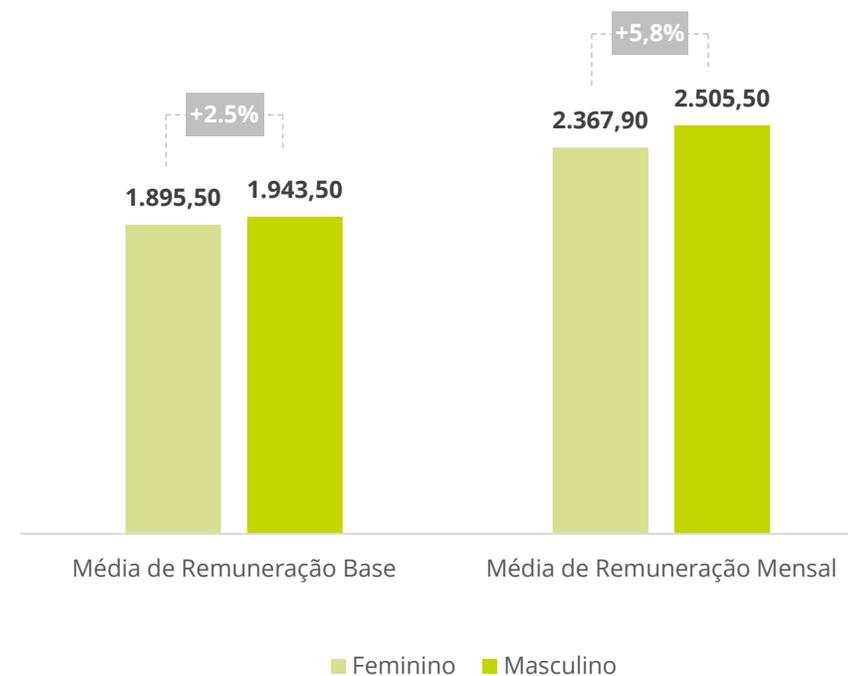
Resultado 2021

Relativamente à remuneração auferida por género, verifica-se uma ligeira diferença (cerca de 2,5%) na **remuneração mensal** entre homens e mulheres, sendo o salário dos primeiros superior em cerca de **2,5%**.

Esta diferença aumenta quando analisamos a **remuneração total**, que é superior em cerca de **5,8%** nos homens, o que deverá ter origem na distribuição dos cargos de chefia por género – tal como evidenciado no indicador anterior, em todas as áreas de chefia – Conselho de Administração, Diretor, Chefia Nível I e Chefia Nível II – a percentagem de funções executadas por mulheres nunca supera os 37%.

Análise Comparativa

Remuneração auferida por género (€) | 2021



B47.iii) Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.

Resultado 2021

Sendo o tema da igualdade de géneros, um assunto de crescente destaque ao longo dos últimos anos, o caminho feito pelas empresas no sentido de promover a igualdade de oportunidades é reconhecido, incentivado e sobretudo considerado um elemento fundamental nos valores das agências.

De forma a ir de encontro a esta responsabilidade, é todos os anos elaborado pela RTP um **Plano para a Igualdade de Género**, que pressupõe a existência de ações que ambicionem introduzir mudanças organizacionais no âmbito da igualdade, no sentido de colmatar os desequilíbrios que possam existir.

De igual modo, e de forma a executar a monitorização dos progressos ou regressos nos objetivos estabelecidos no Plano para a Igualdade de Género, é todos os anos elaborado pela área dos Recursos Humanos o **Relatório para a Igualdade de Género**, não tendo sido exceção o ano de 2021.

Neste Relatório, são apresentadas várias estatísticas da empresa, como o número total de colaboradores por género, categorias profissionais por género, idades por género, remuneração base e remuneração global por género, devendo estes estudos serem posteriormente entregues à iGen – Fórum Organizações para a Igualdade.

B48.i) Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas

Resultado 2021

Ao longo do ano de 2021, a RTP foi procurando atuar no sentido de participar ativamente nas organizações internacionais que acompanham o funcionamento do Serviço Público de Media, nomeadamente a **UER/EBU**, seguindo de perto as atividades desta entidade de forma a adotar as recomendações que regulam a atividade, beneficiando nomeadamente do facto de alguns dos seus quadros integrarem as diferentes estruturas técnicas desta organização.

Adicionalmente, a RTP colabora com o Grace, uma empresa sem fins lucrativos que atua nas áreas da responsabilidade social e sustentabilidade e com a Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão, no âmbito da “Carta Portuguesa para a Diversidade”.

Por fim, e relativamente à temática da igualdade de género, apresentam-se no leque de parcerias do serviço público de media a Professional Women Network e a iGen.

B 49 . i) Lançamento de um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais

Resultado 2021

O Projeto Estratégico 2021-2023 faz referência, em múltiplas instâncias, a temáticas como a necessidade de reestruturação da empresa com vista a potencializar as eficiências operacionais, por meio de aproveitamento de recursos, sejam eles capital humano, capital financeiro ou conteúdo criado.

Aliado a este objetivo, encontra-se o desejo da criação de uma estratégia que dê lugar à convergência do desenvolvimento de conteúdos de todo o tipo, transversal a todos os serviços de programas e áreas RTP.

Deste modo, foi implementado o projeto estratégico de reorganização da empresa, **RESET**, que visa reestruturar o organograma da mesma mediante da alocação de responsáveis a diferentes áreas temáticas, como a Informação, o Entretenimento ou a Ficção Nacional, ao invés de segregar funções por serviço de programas.

Prevê-se então que a distribuição de funções dos trabalhadores por área temática não só impulse eficiências operacionais, como também ceda lugar à convergência dos conteúdos desenvolvidos, facilitando o objetivo de criação de uma nova estrutura na área digital, capacitando outro dos objetivos do serviço público de media – o lançamento de uma plataforma convergente na área digital em prol da adaptação às tendências do mercado em que opera.

B49.ii) Custo/hora médio para a exibição de conteúdos em cada tipo de programa

Resultado 2021

No que respeita ao custo/hora médio transmitida por tipo de programa e para todo os serviços de programas da RTP, comparativamente a 2020, assiste-se a uma **diminuição em 5 tipologias de programas** (Religiosos, Recreativos, musicais e Eruditos, Ficção Nacional e Ficção Estrangeira) e um **aumento em 4** (Informação Diária e Não Diária, Infantis e Juvenis, Documentais e Divulgação Cultural e Desporto).

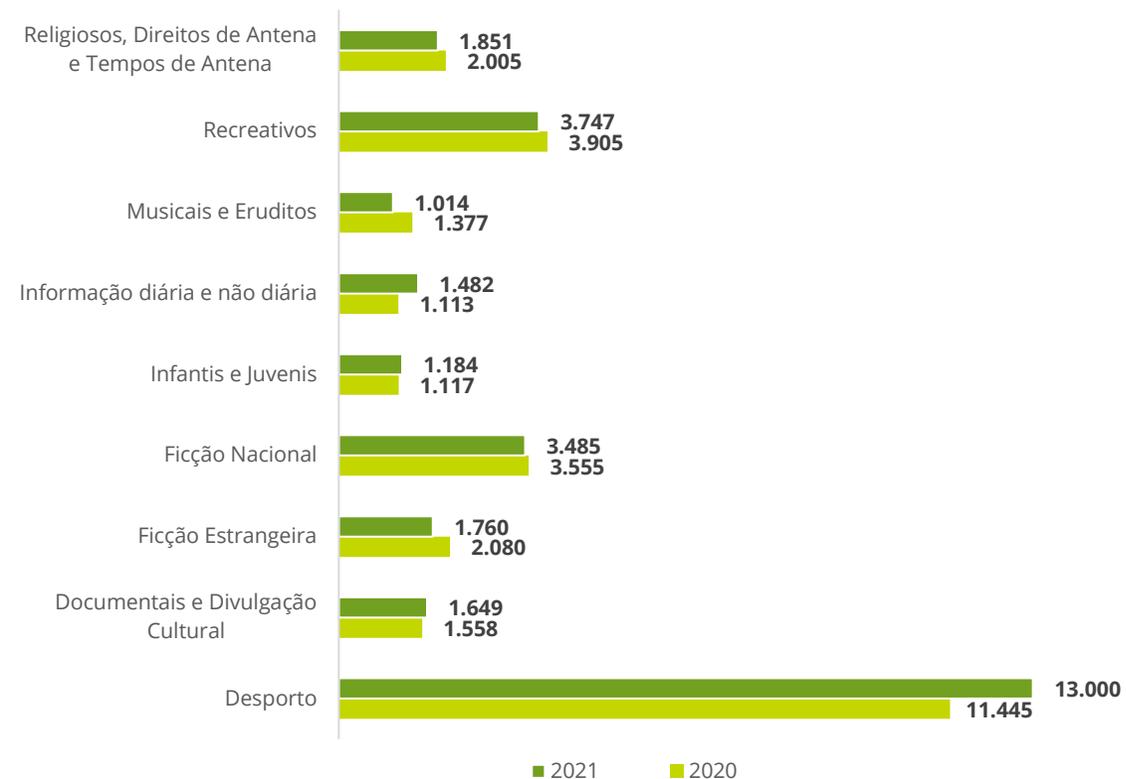
Dentro destas variações, destaca-se o **aumento no custo médio por hora de exibição de conteúdo desportivo**, com uma variação percentual de **13,6%**, enquanto que os restantes géneros apresentam valores em linha com os assistidos no ano anterior.

Novamente, salientam-se aqui as restrições às várias áreas de atividade da RTP, nomeadamente, nas produções dos conteúdos televisivos, associados ao contexto pandémico vivido, que poderão representar um fator causal neste aumento.

Em anos futuros, nos quais os processos e atividade se encontrarem mais normalizados, é relevante continuar a seguir este indicador, uma vez que a existência de sinergias entre as várias plataformas tenderá a promover a redução do custo por hora de programa.

Análise Comparativa

Custo/hora médio para exibição de conteúdos por tipo de programas e para todos os serviço de programas (€) | 2021



B50.i) Métricas definidas para avaliação do serviço público de media

Resultado 2021

Em 2021, dado que ainda não foi revisto o Contrato de Concessão (CCSPRT), não se verificaram naturalmente atualizações de métricas de avaliação do serviço público de media, com vista à inclusão de métricas de eficiência, racionalização de recursos, de perceção de qualidade e rigor dos conteúdos e cumprimento do Projeto Estratégico.

Assim a RTP continua a seguir as métricas indicadas pela Inspeção-Geral de Finanças, o indicador é considerado “Não Avaliado”, devendo esta ação ser desenvolvida no horizonte dos 3 anos do projeto estratégico.

B50.ii) Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP

Resultado 2021

Uma das preocupações centrais da atividade da RTP centra-se na Missão de Cumprimento de Serviço Público; desafio que assenta em **5 valores**, aos quais a RTP deve dar resposta, nomeadamente a Universalidade, a Independência, a Excelência, a Inovação e *Accountability*. Com efeito, em 2021, a RTP transmitiu diversos programas que surgem como a resposta ao trabalho desenvolvido nestas cinco áreas distintas.

Ao nível da **Universalidade**, foram vários os programas focados na criação de conteúdo relevante para todos os Portugueses. Uma aposta da RTP foi feita no sentido de produzir conteúdo mais adequado aos mais jovens, resultando na criação de conteúdos como o programa **“Scroll”**, disponível nos serviços de programas RTP2 e RTP Internacional, no digital RTP Play, e em formato podcast, ou a série de Ficção **“Pôr-do-Sol”**, que se traduziu no maior sucesso da RTP Play, com um alcance de 1 milhão de visitas, 2,5 milhões de visualizações e mais de 250 mil visitantes. Já a RTP Internacional desempenhou um papel fulcral na ligação do país aos emigrantes, por meio de programas como a **“Decisão Nacional”**, uma magazine semanal na qual são abordadas e discutidas temáticas de interesse para as comunidades portuguesas dispersas pelo mundo e, ainda, o programa **“Hora dos Portugueses”**, desenhado para ser dirigido aos emigrantes portugueses, que foi alvo de uma plena consolidação.

No que respeita à **Independência**, a RTP procura desenvolver informação credível, rigorosa e de confiança. Como efeito, a RTP provou o seu investimento nesta área por meio de vários conteúdos como o **“Portugueses Pelo Mundo”**, galardoado com o Prémio Melhor Programa de Informação Cultural, no âmbito dos Troféus Impala, ou o **Jornal 2**, merecedor do Prémio de Melhor Programa de Informação, atribuído pela SPA. Adicionalmente, a RTP demonstrou a sua dedicação por meio da cobertura de acontecimentos importantes para a sociedade portuguesa como as Eleições Presidenciais e Autárquicas, que tiveram uma cobertura assente em diversos debates,

reportagens e frente a frente, distribuída pelos diversos serviços de programas.

Com base na temática da **Excelência**, a Antena 1 e Antena 3 transmitiram vários programas dedicados à música portuguesa (“Portugália”) e com foco no fado português (**“Alma Lusa”**). Para além disso, face ao período pandémico atravessado em 2021, a RTP assumiu a transmissão do programa **“Estudo em Casa”** e investiu na plataforma **RTP Ensina** com a criação de variadíssimos novos conteúdos. Destaque ainda para o programa “The Voice Portugal” que recebeu o Prémio de Melhor programa de Entretenimento no âmbito dos Torféus Impala.

Relativamente à **Inovação**, destacam-se os seguintes conteúdos: a série **“5-Starz”**, escrita, realizada e produzida no âmbito da RTP Lab, disponível na RTP Play; **“Glória”**, uma coprodução da RTP com a SP Internacional, que fez deste conteúdo a primeira séries portuguesa a estrear na Netflix; **“3 Caminos”**, disponível em formato multiplataforma e como fruto da coprodução internacional com a Amazon Prime, a Televisión de Galicia a Cinemate, a Ficción Producciones e a Beta Film.

Em matéria da **Transparência de uma Gestão Competente e Eticamente Correta**, destacam-se os programas produzidos e realizados durante os picos da COVID-19. Nesta linha, foi implementado um sistema de controlo de acessos por zonas dentro dos estúdios de produção, como por exemplo no Estúdio 1 para a gravação do “Festival da Canção” e de conteúdo relativo às Eleições do início do ano.

Destaca-se também a continuidade do Grupo de Gestão de Crise que, através de um endereço e-mail criado para o efeito, prestou um papel fundamental na divulgação de todos os procedimentos de segurança e novas medidas de forma simples, direta e transparente.

B51.i) Criação do processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência

Resultado 2021

De acordo com o CCSPRT, o serviço público de media deve assegurar o desenvolvimento de um serviço alinhado com padrões de excelência, escorado numa rigorosa conduta de ética suportada no profissionalismo, responsabilidade e no escrupuloso cumprimento da lei e dos direitos e valores fundamentais, o que implica o respeito pelos valores e princípios jurídico-comunitários, bem como o direito pelo próximo.

Aliados à fomentação de uma prática ética pelos seus colaboradores, a RTP desenvolve e publica 3 documentos essenciais transversais a toda a empresa – o “Código de Ética e Conduta da RTP”, o “Guia Ético e Editorial da RTP” e o “Relatório para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação”.

O “Código de Ética e Conduta da RTP” é um documento que deve ser revisto num período trianual, ou sempre que se justifique necessário, descrevendo “os princípios de atuação da RTP e os seus desdobramentos, de aplicação transversal a todos os setores da empresa”.

Quanto ao “Guia Ético e Editorial da RTP”, este assenta num conjunto de direitos, deveres e boas-práticas a seguir pela empresa em diversas áreas, como a programação e emissão de programas, a informação e seu rigor, e as comunicações comerciais.

Por fim, é redigido anualmente o “Relatório para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação”, no qual se apresentam as métricas de avaliação dos critérios nele definidos, bem como uma visão global do estado atual da empresa nas temáticas referidas.

A estes documentos acima referidos, de sua existência anterior a 2021, foi iniciada no ano em análise a elaboração do Código de Assédio Laboral, bem como um canal específico que visa dar voz a colaboradores para a comunicação de queixas de assédio no trabalho.

Através das interações formais com colaboradores da RTP, por meio de entrevista, foi constatado que, aquando o lançamento de novas versões dos documentos supramencionados, os mesmos são comunicados, primeiramente, via endereço de e-mail, sendo posteriormente disponibilizados na Intranet da RTP.

B52.i) Número de iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores

Resultado 2021

Sendo o contexto do ano de 2021 pandémico, a grande maioria das iniciativas de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores teve origem na difusão de informação sobre as práticas laborais a tomar face à COVID-19.

Assim, dentro do contexto da pandemia, foram emitidas aos colaboradores comunicações, numa base (quase) diária, via e-mail, acerca das medidas de proteção adotadas pela empresa, de forma simples, direta e transparentem. Exemplos de temas partilhados são o reforço da limpeza, a instalação de painéis acrílicos, a distribuição de máscaras, a realização de testes COVID-19, e o acompanhamento de operações exteriores por técnicos de Higiene e Segurança no Trabalho (HST). Adicionalmente, a implementação deste meio interno permitia a comunicação de dúvidas, sugestões e críticas pelos trabalhadores à direção.

Fora do contexto pandémico, foi reforçada a divulgação diária de conteúdos e iniciativas das diferentes marcas RTP na Intranet, através de ferramentas como a *newsletter* mensal @RTP, que carrega uma componente mais institucional.

Por fim, verificou-se através das interações com os intervenientes da RTP, a existência da promoção para a comunicação recorrente com entidades como sindicatos e a Comissão de Trabalhadores; esta última que reúne periodicamente com o Conselho de Administração e a Direção de Recursos Humanos. Através do estreitar desta comunicação com a Comissão de Trabalhadores deu azo a uma adaptação dos postos de trabalho para colaboradores portadores de necessidades especiais, bem como o incremento de apoio àqueles que se encontraram em teletrabalho, em termos de equipamento informático e de telecomunicações.

B52.ii) Índice da satisfação global dos trabalhadores

Resultado 2021

No que respeita à medida da satisfação global dos trabalhadores RTP, não existe uma métrica oficial que permita quantificar o nível de contentamento geral dos colaboradores.

No entanto, existem canais de comunicação (endereços de email) através dos quais os colaboradores podem partilhar as suas preocupações, ou matérias em que consideram ser necessária intervenção da direção.

Tomamos como exemplo o endereço de email criado na sequência da pandemia mundial em 2020, que permitiu não só a comunicação de procedimentos a serem adotados, como os de segurança, pelas direções, como também serviu de meio para a partilha de críticas, sugestões, questões e preocupações pelos colaboradores, no âmbito da COVID-19. Para além de ter sido dada continuidade ao uso deste endereço de email, foram criados novos endereços para a partilha de dúvidas, críticas e sugestão para outros temas.

Adicionalmente, no assinalar dos 64 anos da RTP em março, foi criada uma nova plataforma disponível na Intranet, o “ADN”, na qual se fomenta o estreitar da ligação entre todos os colaboradores, por meio da partilha de sugestões em áreas como leitura, música, gastronomia, cinema, e dicas de saúde e bem-estar. Foi ainda enviado um presente simbólico a todos os colaboradores nesta mesma altura. Recorde-se que, aquando a celebração do aniversário do serviço público de media, o país estava a meio do primeiro confinamento de 2021, provocado pelo pico de casos da COVID-19.

Adicionalmente, em 2021, a RTP foi cotada pelo relatório da Randstad Employer Brand Research como uma das 5 melhores empresas para trabalhar em Portugal.

Não obstante, e dada a relevância da existência de uma métrica interna para medição da satisfação global dos trabalhadores numa empresa, **sugere-se a implementação de um inquérito periódico pela RTP, com o intuito de medir a satisfação dos colaboradores.**

B52.iii) Número de sessões com trabalhadores para promoção de temas relacionados com satisfação no trabalho

Resultado 2021

Num ano ainda impactado pela pandemia, confinamentos e consequente incerteza e adaptação de métodos de trabalho, a comunicação com os colaboradores foi de especial importância.

Para além do recorrente contacto entre os sindicatos e Comissão de Trabalhadores com o Conselho de Administração e com a Direção de Recursos Humanos, a RTP em 2021 deu continuidade ao Grupo de Gestão de Crise da COVID, criado em 2020.

Sendo que, durante 2021 se reforçava a implementação de medidas de proteção contra a COVID-19, como o reforço da limpeza, instalação de painéis acrílicos, acompanhamento de operações exteriores, testagem de rastreio, entre outros, o Grupo de Gestão de Crise prestou um papel fundamental na divulgação de todos os procedimentos de segurança e novas medidas de forma simples, direta e transparente. Esta comunicação foi efetuada através de um endereço de e-mail criado para o efeito, que também serviu para resposta às dúvidas dos trabalhadores que eram regularmente respondidas, ou partilha de sugestões por parte dos mesmos, algumas delas chegando a ser incorporadas.

Numa vertente mais institucional, houve ainda o reforço da *newsletter* mensal e a habitual comunicação pela intranet, bem como o reforço da linha de apoio COVID-19.

Ainda no contexto pandémico, foi realizado um inquérito com vista ao apuramento do nível de satisfação dos colaboradores da RTP relativamente às condições de teletrabalho.

No âmbito deste inquérito, “Escutar Para Melhorar”, foram organizados 7 *webinars* que contaram com a participação de 400 colaboradores, e nos quais foram abordados temas como a comunicação e gestão de equipas em contexto remoto, a motivação e gestão de emoções, e a partilha e receção de *feedback* de uma forma eficaz.

Deste modo, considera-se que a empresa tomou iniciativas no sentido de ouvir e aceitar sugestões de trabalhadores, num ano em que era particularmente relevante fazê-lo.

B53.i) Evolução das Receitas, Custos e Investimento

Resultado 2021 (1/3)

Em 2021, pela existência da resultados líquidos positivos considera-se que a manutenção de uma gestão equilibrada exigida no Projeto Estratégico 2021-2023 foi cumprida e por esse motivo a performance deste presente indicador é elevada.

Estes resultados devem-se essencialmente ao crescimento das receitas com publicidade em 8% face ao ano anterior e a uma redução de 3% na despesa com Fornecimento de Serviços Externos (FSE).

Ainda assim, a margem EBITDA baixou de 8% para 6% em 2021, uma vez que o crescimento da receita (+1%) não conseguiu compensar o aumento dos custos (+4%).

Apesar do crescimento das receitas com publicidade de 8%, este foi abaixo do crescimento do mercado.

De acordo com a análise de mercado da Powermedia, Megameios, Omincom e Havas (ver R&C 2021 da RTP), o mercado publicitário cresceu 14% entre 2020 e 2021. O segmento que maior cresceu foi o Digital com +27% e já representa 27% do investimento em publicidade total. A maior fatia do investimento continua a pertencer ao segmento de TV Free-To-Air (FTA), com 42% do total e com um crescimento face ao ano anterior de +11%.

É natural que pelo contexto de serviço público da RTP, a evolução das receitas publicitárias tenham ficado abaixo destes valores. Sobretudo depois de um ano (2020) em que RTP apresentou crescimento num mercado em queda.

Adicionalmente o mercado publicitário em 2021 e 2020 foi elevado, em parte devido ao facto de o confinamento ter forçado uma maior proximidade da RTP1 com o público e, por isso, não é seguro que este crescimento se mantenha nos próximos anos.

Análise Comparativa

	Distrib. Receitas e Custos 21	2021	2020	Var. 21-20
Receitas	100%	223.212	219.922	1%
CAV	81%	181.533	180.589	0,5%
Publicidade	9%	20.572	18.970	8%
Distribuição	6%	12.274	12.371	-1%
Outros	4%	8.833	7.992	11%
Custos	100%	209.119	201.630	4%
CMVM	38%	79.337	73.715	8%
FSE	18%	36.468	37.426	-3%
Pessoal	43%	90.499	87.599	3%
Outros	1%	2.815	2.890	-3%
EBITDA		14.093	18.292	-23%
Margem EBITDA		6%	8%	
Outros Resultados (Amortizações, Provisões e Financeiros)		13.108	15.209	-14%
Resultado Líquido		985	3.083	-68%

B53.i) Evolução das Receitas, Custos e Investimento

Resultado 2021 (2/3)

A prazo, existem desafios na sustentabilidade das contas da RTP.

As receitas da RTP são suportadas essencialmente pela Contribuição Audiovisual (CAV), que representou 81% do total de receitas no ano de 2021. O seu crescimento face ao ano anterior foi residual (+0,5%), que se deve essencialmente ao aumento do número de lares que contribuem para o pagamento desta taxa, uma vez que o valor da taxa em si se tem mantido inalterado ao longo dos últimos anos.

Por outro lado, a maior rúbrica de custo são os Custos com Pessoal que representaram 43% do total de custos, que verificaram um aumento de 3% face ao ano.

Para que se continue a garantir a gestão equilibrada das contas é necessário que as receitas públicas e as receitas comerciais continuem a crescer e que o valor dos Custos de Mercadoria Vendida (custo dos programas) seja controlado sem prejudicar a qualidade dos conteúdos.

Análise Comparativa

	Distrib. Receitas e Custos 21	2021	2020	Var. 21-20
Receitas	100%	223.212	219.922	1%
CAV	81%	181.533	180.589	0,5%
Publicidade	9%	20.572	18.970	8%
Distribuição	6%	12.274	12.371	-1%
Outros	4%	8.833	7.992	11%
Custos	100%	209.119	201.630	4%
CMVM	38%	79.337	73.715	8%
FSE	18%	36.468	37.426	-3%
Pessoal	43%	90.499	87.599	3%
Outros	1%	2.815	2.890	-3%
EBITDA		14.093	18.292	-23%
Margem EBITDA		6%	8%	
Outros Resultados (Amortizações, Provisões e Financeiros)		13.108	15.209	-14%
Resultado Líquido		985	3.083	-68%

B53.i) Evolução das Receitas, Custos e Investimento

Resultado 2021 (3/3)

O investimento ficou 10% abaixo do orçamentado para 2021 no Plano de Atividades e Orçamento.

As rubricas que motivaram a execução abaixo dos valores orçamentados foram:

- A Renovação dos estúdios e sistemas de produção, emissão e distribuição de Radio, que se deveu essencialmente ao adiamento de projetos previsto para o ano 2021
- Infraestruturas, obras de reparação, mobiliário, frota e outros, que se deveu à reavaliação de projetos para enquadramento no PRR e à não renovação da frota automóvel

Por outro lado, o maior investimento executado face ao orçamentado na renovação técnica das delegações e centros regionais deve-se a execução de investimentos que tinham sido orçamentados para o ano anterior.

Análise Comparativa

Mapa de Investimentos (mil €) | 2020 - 2021

Rubrica de investimento	2020	2021		
	Executado	Executado	PAO	Desvio
Migração da Televisão para Alta Definição	2.810.468	3.045.633	2.986.418	2%
Renovação dos meios de exterior	823.986	766.863	786.645	-3%
Renovação dos estúdios e sistemas de produção, emissão e distribuição de Radio	423.270	836.563	1.547.137	-46%
Atualização tecnológica Digital	121.400	42.899	57.910	-26%
Renovação técnica das delegações e centros regionais	1.587.174	921.680	347.946	165%
Otimização operacional	871.197	814.127	752.170	8%
Infraestruturas, obras de reparação, mobiliário, frota e outros	436.229	277.255	1.009.000	-73%
Total	7.073.724	6.705.020	7.487.226	-10%

B53.ii) Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respectivos indicadores e relatórios

Resultado 2021 (1/2)

No ano de 2021 a RTP deu continuidade à execução dos principais documentos de reporte interno e externo que havia já desenvolvido nos períodos antecedentes, consolidando e sistematizando informação crucial e transversal a todas as áreas da empresa, partilhando os documentos com as mesmas, fomentando a transparência das atividades e o cumprimento de obrigações. Assim, encontra-se na página seguinte uma listagem dos principais reportes internos e externos desenvolvidos pela RTP no ano de 2021, em contínuo com o que havia sido elaborado nos anos anteriores.

B53.ii) Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios

Resultado 2021 (2/2)

	Nome do Relatório	Enquadramento Legal	Descrição do Conteúdo	Partilha
	Plano de Atividades, Investimento e Orçamento (PAIO)	Contrato de Concessão ; Regime Jurídico do Setor Público Empresarial Estatutos da RTP	Planeamento das atividades e respetivo orçamento da RTP	Externa
	Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico (RCOSPPE)	Contrato de Concessão	Análise, descrição e avaliação do cumprimento das obrigações do serviço público e Projeto Estratégico	Externa
	Relatório e Contas (R&C)	Contrato de Concessão Regime Jurídico do Setor Público Empresarial Estatutos da RTP	Análise e avaliação do desempenho das atividades da organização, e respetivas contas	Externa
	Relatório de Governo Societário	Regime Jurídico do Setor Público Empresarial	Comunicação de aspetos importantes das práticas de governo, funcionamento dos seus órgãos sociais e organização interna	Externa
	Relatório para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação	Resolução do Conselho de Ministros	Levantamento das práticas e indicadores da performance dos RH no âmbito da igualdade na organização	Externa
	Obrigações de Investimento em Produção Independente	Contrato de Concessão ; Estatutos da RTP	Relatório do investimento na promoção e desenvolvimento de arte cinematográfica e do setor audiovisual	Externa
	Execução Orçamental	Regime Jurídico do Setor Público Empresarial	Demonstração do balanço, Demonstração de Fluxos de Caixa; Demonstração de Resultados e análise dos mesmos	Externa
	Relatório de Execução do Projeto Estratégico	Obrigatoriedade de reporte ao CGI para desenvolvimento de parecer	Análise das atividades e balanço da execução das ações estratégicas delineadas no Projeto Estratégico	Interna
	Relatório de Autoavaliação	Contrato de Concessão	Análise de autoavaliação por cada serviço de programa do serviço público de media para o CGI	Interna
	Relatório de Informação de Gestão	N/A	Análise de métricas de controlo da atividade, obrigações de serviço público e cumprimento do Projeto Estratégico	Interna

B53.iii) Preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão

Resultado 2021

No que diz respeito à revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de acordo com as múltiplas interações com os intervenientes da RTP, foi constatado que não existiu um levantamento de possíveis cenários para o alinhamento com as novas obrigações do documento em questão. De notar que, à data de preparação do presente relatório, apenas foi divulgado os nomes dos especialistas que fazem parte da comissão que vai elaborar um Livro Branco sobre o serviço público de rádio e televisão anunciado pelo Ministro da Cultura.

No entanto, sendo esta uma ação de natureza não recorrente, a mesma deve ser cumprida numa vez singular, até ao final da vigência do Projeto Estratégico em prevalência até à data. Deste modo, o indicador é tido como “Não Avaliado”.

ESTUDO C | Apresentação da Análise RTP sobre o Cumprimento das Obrigações do Serviço Público 2021

O presente estudo tem como objetivo partilhar a análise e avaliação do cumprimento das obrigações de serviço público, efetuada pela RTP, em 2021, referentes a quotas de difusão de obras audiovisuais e quotas de difusão de música portuguesa presentes na Lei da Televisão, alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, Lei da Rádio, Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, bem como do cumprimento das obrigações previstas no Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, (Deliberação ERC 2016/260 (OUT-TV) de 30 de novembro - Prorrogado a 9 de dezembro de 2020 até 31/12/2021, da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

VISÃO GLOBAL | Avaliação Global

Categorias de Obrigações

C.1. Quotas de difusão de obras audiovisuais
– Televisão

C.2. Quotas de difusão de música
portuguesa – Rádio

C.3. Plano Plurianual ERC - Acessibilidades

Avaliação

“Cumpre”

67%

“Cumpre Parcialmente”

33%

“Não Cumpre”

0%

Considerações Relevantes

A avaliação efetuada pela RTP revela que esta cumpriu totalmente 67% das obrigações legais relativas às quotas de difusão de obras audiovisuais pelos serviços de programas de televisão, quotas de difusão de música portuguesa pelos serviços de programas de rádio e emissão de conteúdos enquadrados na área das acessibilidades dos serviços de programas televisivos, como é caso da legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, língua gestual portuguesa e audiodescrição.

VISÃO GLOBAL

Classificação global



Classificação por tipo de indicador

*Não aplicável:
No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

Observações

De acordo com a análise da RTP, no ano de 2021 os serviços de programas televisivos cumpriram, na sua maioria, com as obrigações legais que lhes eram impostas em termos de conteúdo transmitido.

No entanto, destaca-se o não cumprimento da RTP2 sobre a obrigação de transmissão de pelo menos 50% de programas originariamente em língua portuguesa, nos três anos analisados. Adicionalmente, o serviço de programa em questão não cumpriu também com a quota mínima (20%) de transmissão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

LISTAGEM DE INDICADORES

Cumprimento

C1.1.	Programas originariamente de língua portuguesa		
C1.2.	Obras criativas de produção originária em língua portuguesa		
C1.3.	Produção europeia		
C1.4.	Produção independente recente		
C1.5.	Produção independente recente		
C1.6.	Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – Serviços de Programas Generalistas		

C1.1 Programas originariamente de língua portuguesa

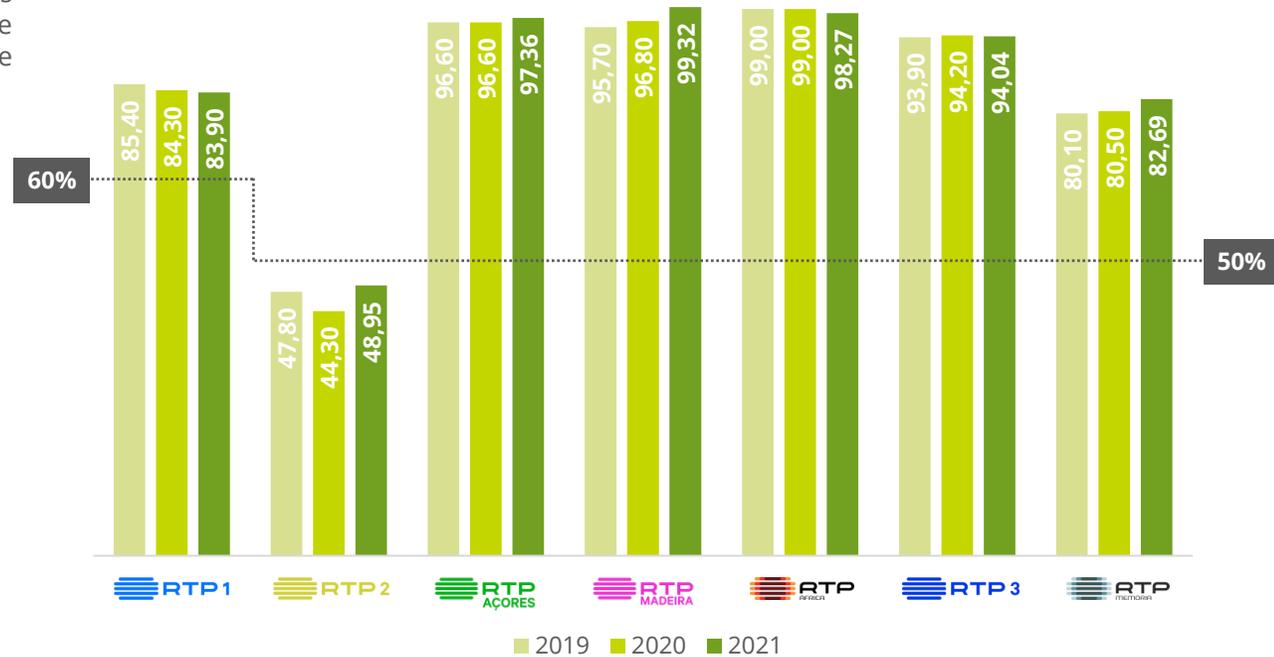
Resultado 2021

No que diz respeito às obrigações de quotas de difusão de obras audiovisuais, todos os serviços de programas da RTP têm a obrigação de emitir 50% de programas originariamente em língua portuguesa, com exceção da RTP1, que deve cumprir com uma quota de 60%, de acordo com o previsto no CCSPRT.

Em 2021, todos os Serviços de programas televisivos da RTP cumpriram com as suas obrigação, excedendo até a obrigação de transmissão imposta, exceto a RTP2 que esteve abaixo do exigido por 1,05pp, registando ainda assim o seu maior valor de emissão de programas originariamente em língua portuguesa desde 2019.

Análise Comparativa

Programas originariamente em língua portuguesa (%) | 2019-2021



C1.2 Obras criativas de produção originária em língua portuguesa

Resultado 2021

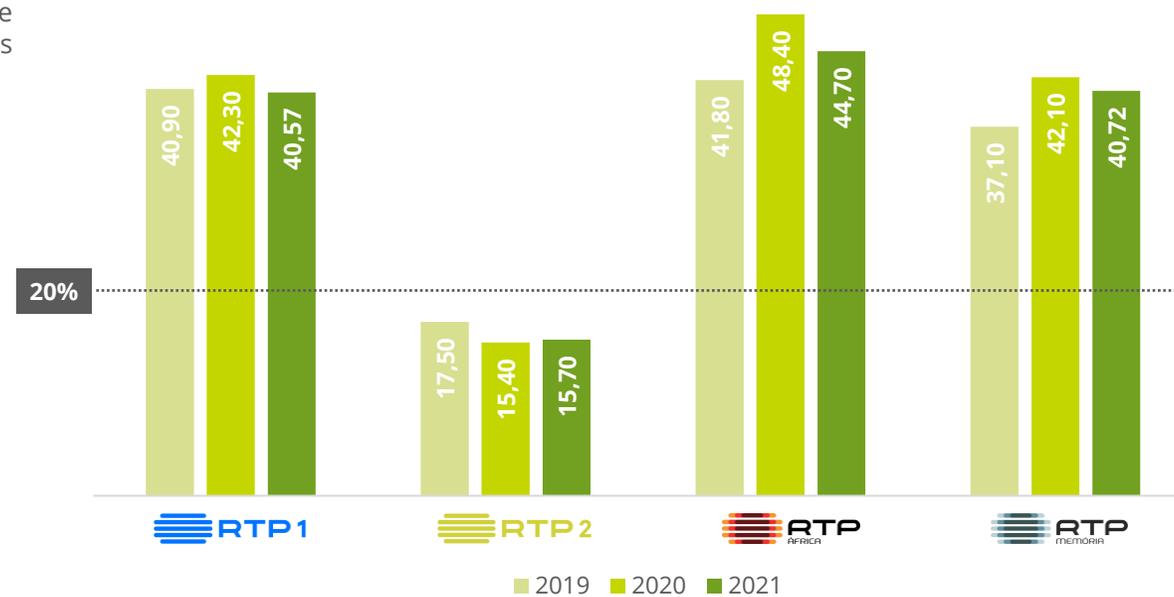
No que diz respeito às obrigações de emissão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, conteúdos deste cariz devem ocupar pelo menos 20% das agendas dos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP África e RTP Memória.

Todos os serviços de programas televisivos do serviço público de media cumpriram com a obrigação em questão, à exceção da RTP2, à semelhança do sucedido nos anos homólogos.

Por outro lado, destaca-se a RTP África, que tem apresentado as maiores quotas entre todos os serviços de programas sujeitos à obrigação em questão nos 3 anos apresentados.

Análise Comparativa

Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (%) | 2019-2021



C1.3 Produção Europeia

Resultado 2021

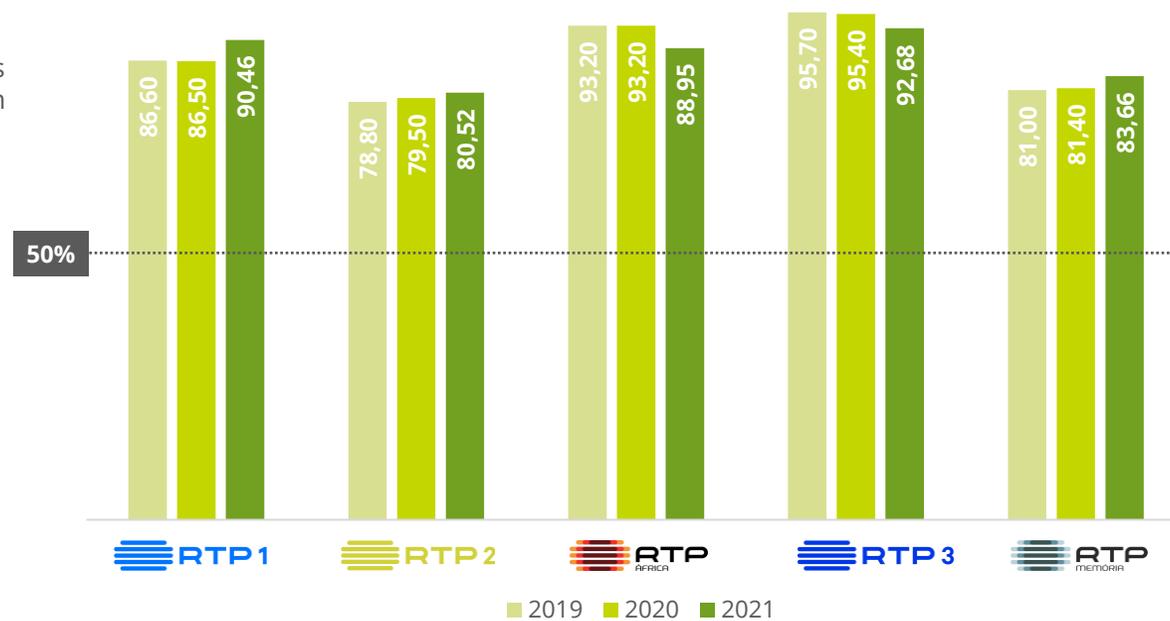
Relativamente à produção Europeia, a obrigação de incluir nas suas programações mais de 50% de conteúdo deste cariz é aplicável aos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP3, RTP África e RTP Memória.

Em conformidade com o que verifica nos anos de 2019 e 2020, também no ano em análise todos os serviços de programas da RTP cumpriram com esta obrigação, sendo que nenhum serviço de programa inclui na sua agenda menos de 80% de programas europeus.

Adicionalmente, destaca-se a RTP3, que se tem mantido o serviços de programas televisivo com a maior quota comparativamente aos restantes, nunca registando um valor inferior a 90% nos últimos 3 anos.

Análise Comparativa

Produção Europeia (%) | 2019-2021



C1.4 Produção independente recente

Resultado 2021

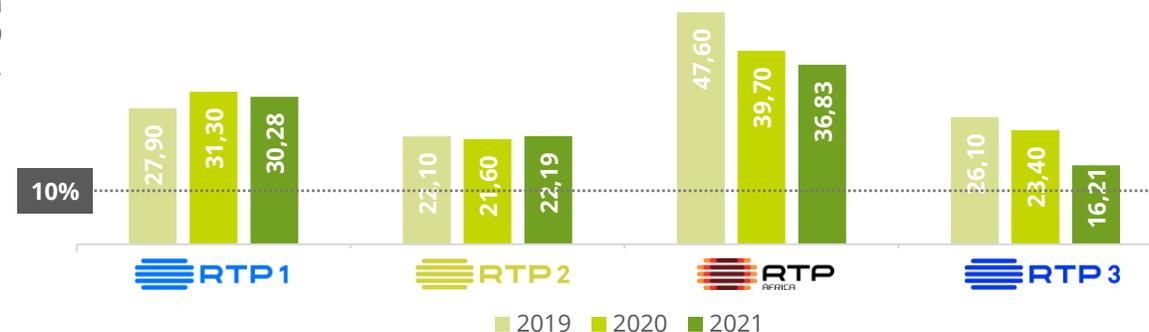
No que diz respeito à produção independente, as quotas desta obrigação devem ser superior a 10% nos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP África e RTP3; obrigação esta que foi cumprida pela totalidade dos serviços de programas em análise.

Apesar de se observar um decréscimo em 2,9 pp, a RTP África continua a destacar-se como o serviço de programas onde estas produções ocupam uma maior percentagem da agenda.

De notar ainda que a redução do peso relativo deste indicador foi generalizada em todos os serviços de programas, nomeadamente em 1 ponto percentual na RTP1 e 2,9 pp na RTP África, com a exceção da RTP 2 que viu este valor ser aumentado em 0,6 pp, mantendo a sua relevância sensivelmente constante.

Análise Comparativa

Produção independente recente (%) | 2019 - 2021



C1.5 Produção Independente

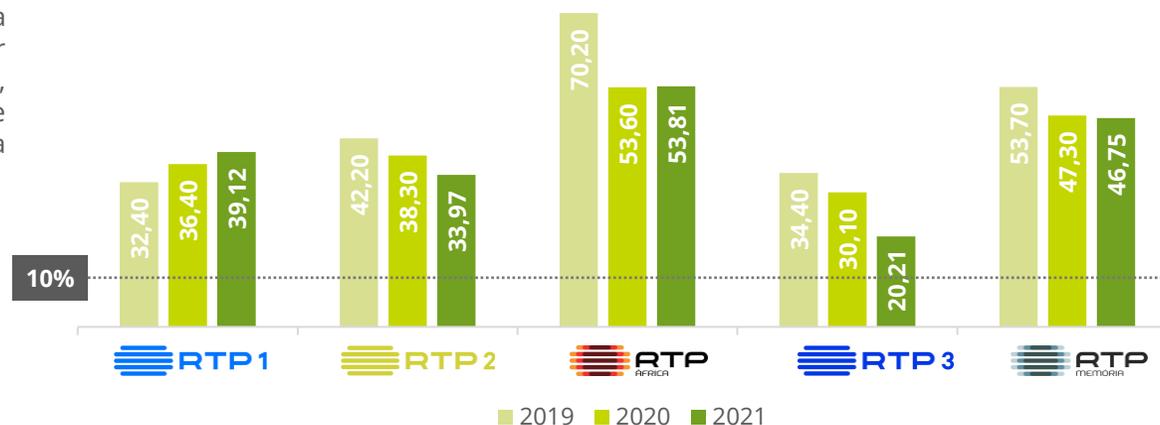
Resultado 2021

No ano sob análise, os serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, RTP África, RTP3 e RTP Memória deveriam obedecer a um mínimo de 10% de emissão de conteúdo de produção independente.

Com base na análise realizada, é visível o cumprimento generalizado deste indicador por todos os serviços de programas. É de destacar o aumento em 2,7pp verificados na RTP1, sendo o único serviço de programas que verificou um aumento significativo, por oposição à RTP2, RTP3 e RTP Memória que viram este indicador ser reduzido em 4,3pp, 9,9pp e 0,5pp, respetivamente. Por fim, a RTP África permanece como o serviço de programas com maior peso relativo das Produções independentes, mantendo a importância destas produções alinhada com o ano anterior.

Análise Comparativa

Produção independente (%) | 2019 - 2021



C1.6 Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – Serviços de Programas Generalistas

Resultado 2021

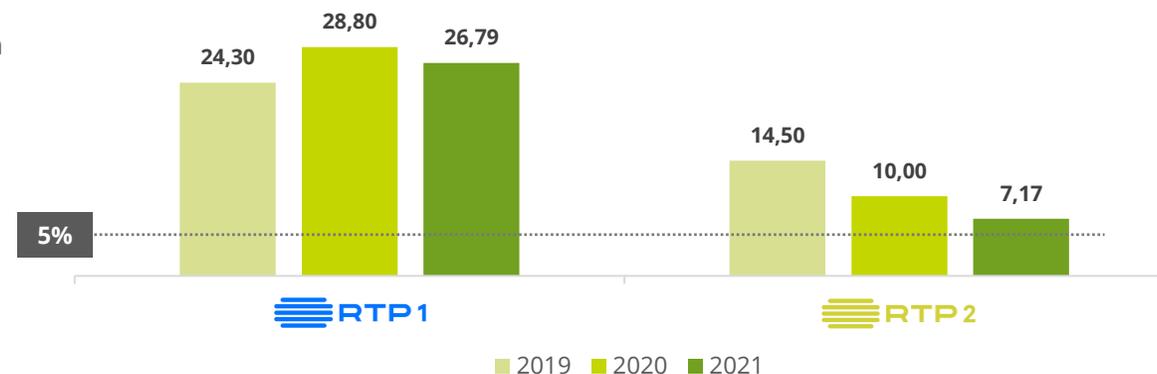
No que respeita à Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa, a RTP1 e RTP2 devem obedecer a uma quota mínima de 5%.

À semelhança dos anos anteriores, ambos os serviços de programas cumpriram o requisito, ainda que se tenha verificado uma redução comparativamente aos valores registados em 2020. Na RTP1 a redução traduziu-se em 2pp e na RTP2 esta descida foi refletida em 2,8pp.

Destaque de que a RTP2 tem vindo a registar uma redução constante na quota em questão, e que em 2021 cumpre o indicador com uma margem de apenas 2,2pp.

Análise Comparativa

Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – generalistas (%) | 2019 - 2021



VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 3 | Medidos 3

Não cumpre	Cumpre Parcialmente	Cumpre
0%	0%	100%

Classificação por tipo de indicador

*Não aplicável:
No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

Observações

O desempenho da RTP na categoria em análise está em linha com a melhor performance prevista para os indicadores que a constituem.

No que toca à difusão de música portuguesa através da rádio, ambas as rádios, Antena1 e Antena 3, cumpriram com todas as suas obrigações, dando especial destaque à elevada superação das quotas de difusão de música portuguesa e de música composta ou cantada em língua portuguesa, pela Antena 1, e aos esforços da Antena 3 em privilegiar a diversidade musical ao invés da repetição de conteúdos, não descurando o apoio a músicos menos contemporâneos.

Adicionalmente, a continuação do cumprimento de todos os indicadores demonstra o especial cuidado das rádios RDP não só em promover a música portuguesa como também em continuar a ajudar os artistas portugueses numa altura de distinta importância, o período COVID-19.

LISTAGEM DE INDICADORES

Cumprimento

C2.1.	Música portuguesa		
C2.2.	Música composta ou interpretada em língua portuguesa		
C2.3.	Música recente		

Legenda:  Não Avaliado  Cumpre  Cumpre Parcialmente  Não Cumpre

C2.1 Música portuguesa

Resultado 2021

De acordo com a alínea b) da Cláusula 16.^a do CCSPT, na difusão de música, a RTP está obrigada pelo CCSPT a transmitir um mínimo de 60% de música portuguesa no seu primeiro serviço de programas generalista — Antena 1 — e 50% no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem — Antena 3.

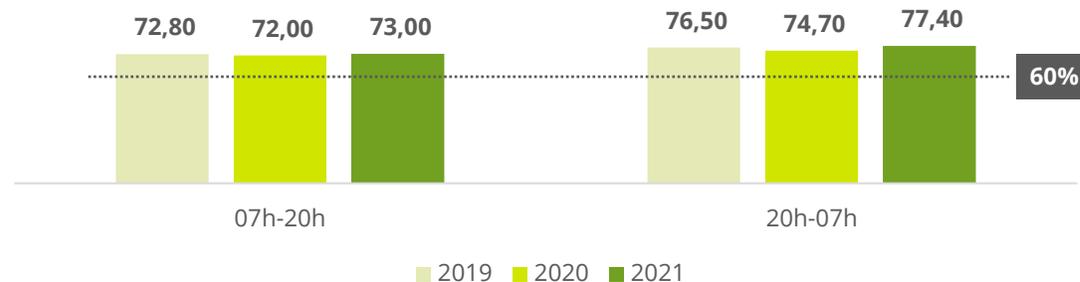
Em 2021, ambas as Antenas **cumpriram** esta obrigação, apresentando um **aumento na quota de difusão da música portuguesa** em relação a anos prévios.

Especial destaque para a Antena 1 que, nos dois períodos horários, com **73%** no período compreendido entre as 07h e as 20h e **77,4%** no período 20h-07h, **supera** claramente a quota imposta.

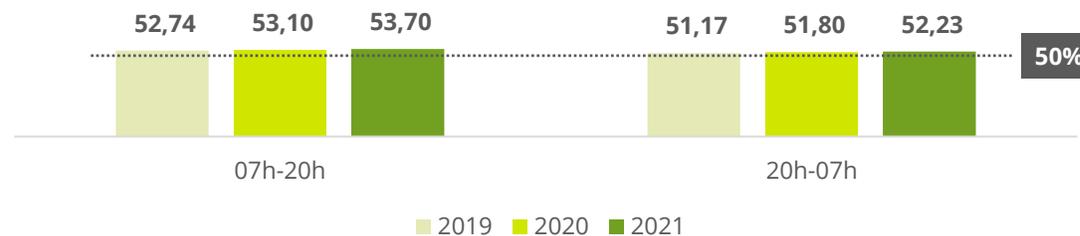
Em 2021, a Antena 3 difundiu **53,7%** de música portuguesa, no período compreendido entre as 07h e as 20h, e **52,23%** no período entre as 20h e as 07h.

Análise Comparativa

Quotas de Difusão Música Portuguesa – Antena 1
(%)(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



Quotas de Difusão Música Portuguesa – Antena 3
(%)(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



C2.2 Música composta ou interpretada em língua portuguesa

Resultado 2021

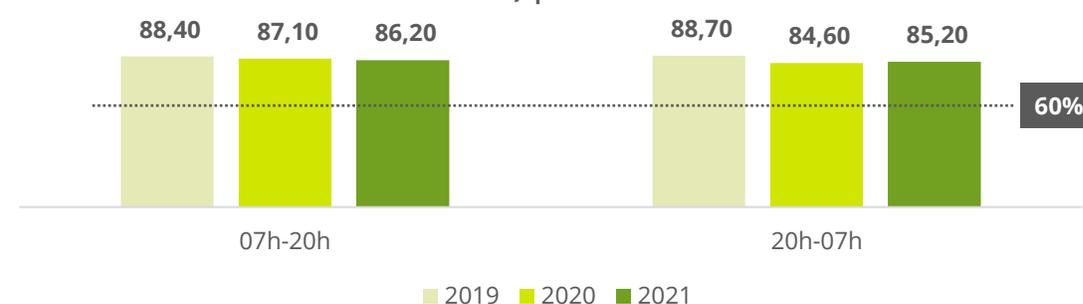
Adicionalmente, ambas as Antenas têm a obrigação de difundir pelo menos 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa.

A Antena 1, embora tenha apresentado uma diminuição nas quotas de difusão de música que se enquadra nesta área, continua a **superar a obrigação** no ano em análise, com **86,2%** no período entre as 07h e as 20h e **85,2%** entre as 20h e as 07.

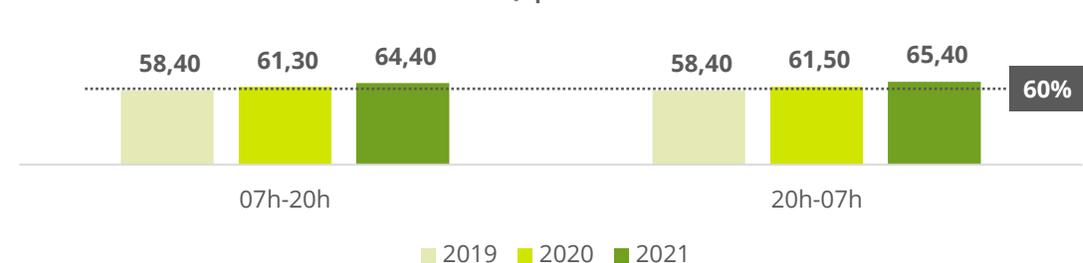
Apesar das dificuldades previamente sentidas pela Antena 3 em cumprir esta mesma quota, nomeadamente em 2019, não só devido à quantidade de artistas portugueses que preferem não se expressar em português mas à necessidade de alinhar aqueles que o fazem com a dinâmica da música que se pretende transmitir nesta rádio, a Antena 3 **cumprir com a sua obrigação**, contrariamente ao sucedido em 2019, difundido **64,4%** no período 07h/20h e **65,4%** entre as 20h e as 07h.

Análise Comparativa

Quotas de Difusão de Música composta ou Interpretada em Língua Portuguesa – Antena 1 (%) (Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



Quotas de Difusão de Música composta ou Interpretada em Língua Portuguesa – Antena 3 (%) (Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



C2.2 Música recente

Resultado 2021

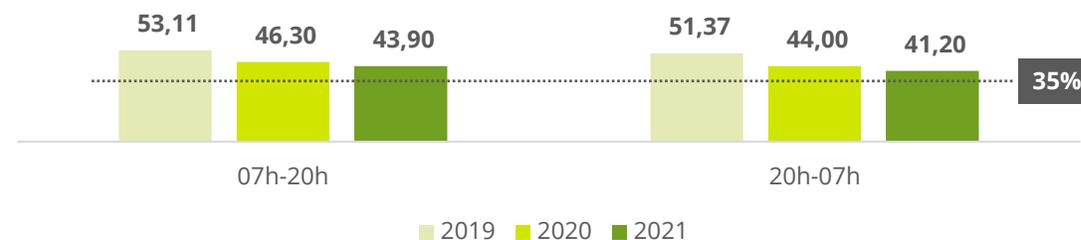
Por fim, na categoria de obrigações referente às quotas de difusão de música portuguesa, exige-se ainda que seja emitida pelo menos 35% de música recente, considerando-se como tal música com menos de 1 ano.

Aqui também ambas as Antenas **cumpriram as suas obrigações** apesar da **diminuição** de percentagem em todos os períodos horários face ao ano de 2020, desta vez com especial destaque para a Antena 3 que transmitiu **73,51%** de música recente no período 07h/20h e **78,77%** entre as 20h e as 07h.

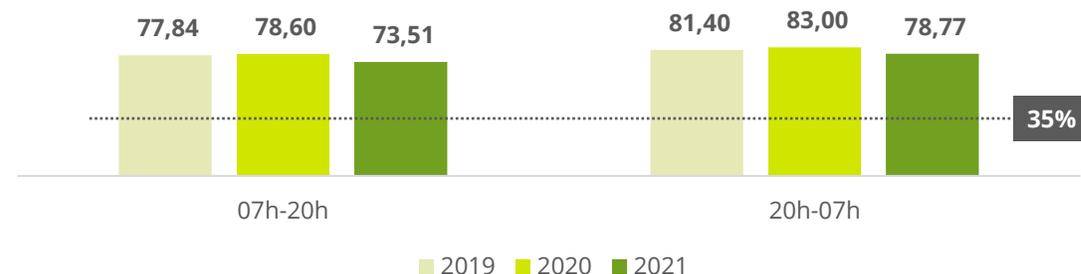
No ano em análise, a Antena 1 difundiu **43,9%** de música recente, no período compreendido entre as 07h e as 20h, e **41,20%** no período entre as 20h e as 07h.

Análise Comparativa

Quotas de Difusão de Música Recente – Antena 1
(%)(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



Quotas de Difusão de Música Recente – Antena 3
(%)(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2019 - 2021



VISÃO GLOBAL

Classificação global

Indicadores Totais 3 Medidos 3		
Não cumpre	Cumpr. Parcialmente	Cumpr.
0%	67%	33%

Classificação por tipo de indicador

*Não aplicável:
No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

Observações

Decorrente da avaliação das medidas tomadas à luz das obrigações definidas no Plano Plurianual ERC, referente às acessibilidades, conclui-se que 2 das 3 obrigações pertencentes a esta categoria não foram totalmente cumpridas.

Verificando-se um comportamento semelhante ao do ano anterior, a RTP1 não cumpre a sua obrigação de legendagem em teletexto, incorrendo num incumprimento em 12 das 52 semanas do ano, correspondente a 23%, enquanto que a RTP2 e RTP Açores não conseguem cumprir com as suas obrigações legais de horas de transmissão de programas com interpretação em língua gestual portuguesa, apresentando, respetivamente, um grau de incumprimento de 25% (13 de 52 semanas) e 2% (1 de 52 semanas).

LISTAGEM DE INDICADORES

Cumprimento

C3.1.	Legendagem em teletexto		
C3.2.	Língua gestual portuguesa		
C3.3.	Audiodescrição		

Legenda:  Não Avaliado  Cumpre  Cumpre Parcialmente  Não Cumpre

C3.1 Legendagem em teletexto

Resultado 2021

De acordo com o Plano plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, (Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro de 2016), a RTP deve emitir um mínimo semanal de 20 horas de programas de natureza informativa, ficção, documentários ou magazines culturais com legendagem para pessoas com deficiência auditiva em cada um dos serviços de programas, RTP1 e RTP2, no horário compreendido entre as 8h e as 2h.

Analisando as semanas completas do ano de 2021, verifica-se que a **RTP2 cumpriu as suas obrigações** na totalidade, ao contrário da **RTP1** que, à semelhança do ocorrido em anos prévios, **não cumpriu o requerido em 43 das 52 semanas** de 2021, o que implica um **incumprimento de 83%**.

Contudo, segundo a ERC, nos casos em que, numa dada semana, as horas dos programas elegíveis sejam inferiores ao número mínimo de horas estabelecido para preenchimento do critério, não se considera uma situação de incumprimento.

Assim, sendo que das 43 semanas referidas, apenas 12 tinham horas suficientes de programação elegível que permitisse cumprir com o estabelecido, e, tendo a RTP1 nestas **12 semanas**, atingido cerca de 74% de programas elegíveis com legendagem em teletexto, apenas essas contam de facto como incumprimento efetivo.

Considerações Relevantes

O Plano plurianual da ERC de 2016 deixou de estar em vigor a dezembro de 2020, mas foi extensível a 2021 para período de transição. De 2022 a 2025 entrará em vigor a nova Declaração sendo portanto necessário averiguar se estas obrigações permanecem as mesmas.

Análise Comparativa

Grau de incumprimento das obrigações legais pela RTP1 (%) | 2018 - 2021



C3.2 Programação com língua gestual Portuguesa

Resultado 2021

Tal como em 2020, **todos** os serviços de programas (RTP1, RTP3 e RTP Madeira) **conseguiram cumprir** com as horas previstas para este tipo de acessibilidades à **exceção** da **RTP Açores** e **RTP2**.

A **RTP Açores**, no horário compreendido entre as 8h e as 2h, deve garantir a emissão de 6 horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação em língua gestual portuguesa. Em 2021, a RTP Açores **não cumpriu 1 das 52 semanas**, incorrendo num incumprimento de **2%** (atingindo em média 98% do previsto na semana com valor abaixo do exigido).

A obrigação da RTP2 é semelhante, diferindo apenas na quantidade de horas, neste caso sendo 12 e, adicionalmente, devendo ainda incluir, caso conste na grelha de programação, a interpretação integral e diária de um dos serviços noticiosos do período noturno, cumprindo através da emissão do serviço noticioso "Jornal 2". No ano em análise, este serviço de programas **não cumpriu** a sua obrigação em **13 das 52 semanas** previstas, incumprimento este correspondente a **25%**.

Análise Comparativa

Grau de incumprimento das obrigações legais pela RTP2 e RTP Açores (%) | 2020 - 2021



C3.3 Audiodescrição

Resultado 2021

No campo da audiodescrição, tanto a RTP1 e RTP2 continuam a **cumprir na íntegra** as obrigações estipuladas pelo ERC.

No caso da **RTP1**, deverá garantir-se no horário compreendido entre as 8h e as 2h, a emissão de 70 horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição. Esta mesma obrigação foi **cumprida**, totalizando-se, no final do ano, cerca de **97 horas** de programas nesta tipologia.

Para o serviço de programas **RTP2**, para o mesmo horário e género de programas, deverá assegurar-se a emissão de 20 horas anuais de conteúdos com audiodescrição, tendo durante o ano de 2021 emitido **31 horas e 51 minutos, cumprido com a sua obrigação**.

Análise Comparativa

Programas com audiodescrição na RTP1 (#horas) | 2020 - 2021



Programas com audiodescrição na RTP2 (#horas) | 2020 - 2021



LISTAGEM DE INDICADORES (I/XVI)

Performance

A1.1.	Investimento direto igual ou superior a 8% das receitas anuais provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio			●
A1.2.	Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas			●
A1.3.	Alocação de um mínimo de 75% do montante anterior para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos			●
A1.4.	Alocação não superior a 50% do montante anterior para participar em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas			●
A1.5.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios no documento informativo estratégico e respetiva divulgação			●
A1.6.	Alocação não superior a 10% do valor do investimento mínimo obrigatório nos tipos de obras - programas culturais, programas didáticos, programas musicais e promoção			●
A1.7.	Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP			●
A1.8.	Disponibilização dos relatórios anuais, referentes aos investimentos de 2021 para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC			●
A1.9.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios nos relatórios			●
A1.10.	Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas			●
A1.11.	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente			●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (II/XVI)

Performance

A2.1.	Transmissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa		●
A2.2.	Investimento em coprodução internacional		●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (III/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B1.i)	Perceção da qualidade da informação RTP pelos públicos	Crítico	Recorrente	●
B2.i)	Criação de uma agenda mediática e de discussão pública	Crítico	Não Recorrente	●
B2.ii)	Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade	Relevante	Recorrente	●
B3.i)	Custo por hora transmitida em programas de informação (informação diária e informação não diária)	Relevante	Recorrente	●
B3.ii)	Custo por hora por ponto de audiência – Antenas 1, 2 e 3	Relevante	Recorrente	●
B3.iii)	Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital	Crítico	Não Recorrente	●
B3.iv)	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas televisivos	Crítico	Recorrente	●
B3.v)	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas de rádio	Crítico	Recorrente	●
B3.vi)	Reaproveitamento de conteúdos entre televisão e rádio	Crítico	Recorrente	●
B4.i)	Audiência no serviço de programas RTP3	Relevante	Recorrente	●
B4.ii)	Número de horas nas quais foram transmitidos programas de informação diária e não diária em "primeira passagem"	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (IV/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B4.iii)	Lista de programas desenvolvidos na base de formatos inovadores (na área do vídeo e / ou podcasts)	Crítico	Recorrente	●
B5.i)	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista à partilha de informação credível e confiável	Crítico	Recorrente	●
B6.i)	Análise dos valores da RTP na perspetiva do público	Relevante	Recorrente	●
B6.ii)	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
B6.iii)	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
B6.iv)	Participações em estudos externos para a avaliação da qualidade dos conteúdos	Crítico	Recorrente	●
B7.i)	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens	Crítico	Recorrente	●
B7.ii)	Exemplos de programas direcionado ao público jovem disponibilizados em formato multiplataforma	Relevante	Recorrente	●
B7.iii)	Criação de uma estrutura e estratégia para desenvolver um plano de conteúdos para jovens	Crítico	Não Recorrente	●
B7.iv)	Programas Infantojuvenis emitidos em 2021, coproduzidos pela RTP	Relevante	Recorrente	●
B7.v)	Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2021, produzidos por produtores externos nacionais	Relevante	Recorrente	●
B8.i)	Número de horas em direto no RTP Arena	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (V/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B8.ii)	Visualizações de conteúdo no RTP Arena	Relevante	Recorrente	●
B8.iii)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Lab	Crítico	Recorrente	●
B8.iv)	Evolução do número de utilizadores do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
B8.v)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
B8.vi)	Evolução da performance multiplataforma do programa Zig Zag	Relevante	Recorrente	●
B9.i)	Criação de um plano formativo interno com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação	Crítico	Não Recorrente	●
B9.ii)	Número de programas piloto produzidos no âmbito de desenvolvimento de programas	Relevante	Recorrente	●
B10.i)	Distribuição do tempo de emissão por macro géneros	Crítico	Recorrente	●
B10.ii)	Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento	Relevante	Recorrente	●
B10.iii)	Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional	Relevante	Recorrente	●
B10.iv)	Espaços de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas	Relevante	Recorrente	●
B10.v)	Espaços de desporto na RTP	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (VI/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B11.i)	Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal	Crítico	Recorrente	●
B11.ii)	Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais, em temas como comemorações históricas, património, artes e letras	Crítico	Recorrente	●
B12.i)	Distribuição do tempo de emissão de temas da área da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Relevante	Recorrente	●
B12.ii)	Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista ao lançamento de programas nas temáticas da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Crítico	Recorrente	●
B13.i)	Campanhas próprias criadas direcionados a temas relevantes e atuais da sociedade nas variadas temáticas	Crítico	Recorrente	●
B14.i)	Distribuição de tempo de emissão por modalidade	Relevante	Recorrente	●
B14.ii)	Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto	Relevante	Recorrente	●
B14.iii)	Evolução da performance da plataforma digital RTP Desporto	Relevante	Recorrente	●
B14.iv)	Análise comparativa com outros serviços de programas generalistas da percentagem de horas transmitidas na área do desporto	Crítico	Recorrente	●
B15.i)	Número de horas transmitidas de jogos de futebol	Relevante	Recorrente	●
B15.ii)	Número de horas transmitidas relativas a conteúdo desportivo na área do futebol	Relevante	Recorrente	●
B16.i)	Distribuição do tempo de emissão por origem de produção – relativo a coproduções	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (VII/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B16.ii)	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente	Relevante	Recorrente	●
B16.iii)	Exemplos de iniciativas de promoção externas relacionadas com a promoção do setor audiovisual nacional	Relevante	Recorrente	●
B16.iv)	Definição de uma estratégia para criação de processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio a produções independentes criados	Crítico	Não Recorrente	●
B16.v)	Exemplos de coproduções realizadas com produtores internacionais	Relevante	Recorrente	●
B16.vi)	Exemplos de conteúdos realizados no âmbito de novas parcerias (produtoras nacionais)	Relevante	Recorrente	●
B17.i)	Desenvolvimento de uma parceria para criação de um catálogo de conteúdos de ficção nacional	Crítico	Não Recorrente	●
B17.ii)	Número de conteúdos RTP no catálogo a desenvolver	Relevante	Recorrente	●
B18.i)	Quotas de difusão de música portuguesa	Crítico	Recorrente	●
B18.ii)	Exemplos de concertos transmitidos nos vários serviços de programas de rádio e televisão	Relevante	Recorrente	●
B18.iii)	Exemplos de programas dedicados à temática da música	Relevante	Recorrente	●
B18.iv)	Espaços regulares dedicados à música portuguesa	Relevante	Recorrente	●
B18.v)	Número e horas de conteúdos que contemplem aspetos culturais portugueses na área da música nas várias Antenas	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (VIII/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B19.i)	Novos conteúdos criados/produzidos pela RTP Palco	Crítico	Recorrente	●
B19.ii)	Evolução do número de visitas no sítio RTP Palco	Relevante	Recorrente	●
B19.iii)	Número de parcerias estabelecidas pela RTP Palco	Relevante	Recorrente	●
B20.i)	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
B20.ii)	Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
B20.iii)	Evolução da performance do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
B21.i)	Número de pedidos satisfeitos na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
B21.ii)	Número de digitalizações de conteúdos do arquivo	Crítico	Recorrente	●
B21.iii)	Evolução da quantidade de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
B22.i)	Lista de principais projetos criados em conjunto com provedores	Crítico	Recorrente	●
B22.ii)	Desenvolvimento de um modelo de acompanhamento do Conselho de Opinião que promova o número de interações	Crítico	Não Recorrente	●
B23.i)	Número de edições de livros lançados	Crítico	Recorrente	●
B23.ii)	Número de ações de promoção e divulgação de conteúdos RTP	Crítico	Recorrente	●

LISTAGEM DE INDICADORES (IX/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B24.i)	Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
B25.i)	Ajuste do perfil dos serviços de programas da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
B26.i)	Número de horas para formação de colaboradores do Centro Regional dos Açores	Crítico	Recorrente	●
B26.ii)	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	●
B27.i)	Número total de conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais	Relevante	Recorrente	●
B27.ii)	Relação com parceiros locais das delegações nacionais e internacionais	Crítico	Recorrente	●
B28.i)	Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia	Crítico	Recorrente	●
B28.ii)	Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP	Relevante	Recorrente	●
B28.iii)	Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional	Relevante	Recorrente	●
B29.i)	Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
B29.ii)	Volume de conteúdos partilhados entre Antena 1 e rádios locais	Relevante	Recorrente	●
B30.i)	Diversidade Cultural Face a Minorias (horas)	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (X/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B31.i)	Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição	Crítico	Recorrente	●
B31.ii)	Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa	Crítico	Recorrente	●
B31.iii)	Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática	Relevante	Recorrente	●
B32.i)	Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP	Crítico	Recorrente	●
B32.ii)	Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP	Crítico	Recorrente	●
B32.iii)	Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador	Crítico	Não Recorrente	●
B32.iv)	Evolução do índice de satisfação do <i>website</i> da RTP Play	Crítico	Recorrente	●
B33.i)	Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão <i>smart</i>	Crítico	Recorrente	●
B33.ii)	Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play	Relevante	Recorrente	●
B34.i)	Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores	Crítico	Recorrente	●
B34.ii)	Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD	Crítico	Recorrente	●
B34.iii)	Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XI/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B35.i)	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	●
B35.ii)	Número de horas de formação técnica realizadas no CRA	Crítico	Recorrente	●
B35.iii)	Investimento na reconfiguração do CPN	Relevante	Recorrente	●
B36.i)	Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio	Crítico	Recorrente	●
B36.ii)	Evolução do número de emissores	Relevante	Recorrente	●
B37.i)	Investimento em soluções de <i>middleware</i>	Crítico	Recorrente	●
B38.i)	Existência de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Crítico	Não Recorrente	●
B38.ii)	Número de horas de formação dedicados ao cumprimento do plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Relevante	Recorrente	●
B39.i)	Investimento em equipamento e tecnologia para MOJO	Crítico	Recorrente	●
B39.ii)	Número de horas de formação dedicada a MOJO	Relevante	Recorrente	●
B39.iii)	Percentagem de pessoas em função de suporte com/ sem computador	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XII/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B40.i)	Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
B40.ii)	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
B40.iii)	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
B41.i)	Índice de notoriedade da marca institucional RTP	Crítico	Não Recorrente	●
B41.ii)	Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP	Relevante	Recorrente	●
B41.iii)	Número de campanhas de comunicação reforçando a força de cada marca RTP	Relevante	Recorrente	●
B41.iv)	Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital	Crítico	Não Recorrente	●
B42.i)	Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital	Crítico	Não Recorrente	●
B42.ii)	Número de pessoas alocadas a desenvolvimento de conteúdos na nova estrutura na área digital	Relevante	Recorrente	●
B42.iii)	Valor do orçamento para desenvolvimento de conteúdos para a nova estrutura na área digital	Crítico	Recorrente	●
B42.iv)	Volume de conteúdos desenvolvidos para a nova estrutura na área do digital	Crítico	Recorrente	●
B43.i)	Criação das bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XIII/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B43.ii)	Número de parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação	Relevante	Recorrente	●
B44.i)	Atualização do Organograma	Crítico	Não Recorrente	●
B45.i)	Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE	Relevante	Recorrente	●
B45.ii)	Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras	Crítico	Recorrente	●
B45.iii)	Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho	Crítico	Recorrente	●
B46.i)	Número de horas e trabalhadores com formações na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento	Crítico	Recorrente	●
B46.ii)	Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos	Crítico	Recorrente	●
B47.i)	Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico	Crítico	Recorrente	●
B47.ii)	Remuneração auferida por género	Crítico	Recorrente	●
B47.iii)	Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.	Relevante	Recorrente	●
B48.i)	Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XIV/XVI)

		Relevância	Recorrência	Performance
B49.i)	Lançamento de um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais	Crítico	Não Recorrente	●
B49.ii)	Custo/hora médio para a exibição de conteúdos em cada tipo de programa	Relevante	Recorrente	●
B50.i)	Métricas definidas para avaliação do serviço público de media	Crítico	Não Recorrente	●
B50.ii)	Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP	Relevante	Recorrente	●
B51.i)	Criação do processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência	Crítico	Não Recorrente	●
B52.i)	Número de iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores	Relevante	Recorrente	●
B52.ii)	Índice da satisfação global dos trabalhadores	Crítico	Recorrente	●
B52.iii)	Número de sessões com trabalhadores para promoção de temas relacionados com satisfação no trabalho	Relevante	Recorrente	●
B53.i)	Evolução das Receitas, Custos e Investimento	Crítico	Recorrente	●
B53.ii)	Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios	Relevante	Recorrente	●
B53.iii)	Preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XV/XVI)

Cumprimento

		Cumprimento
C1.1.	Programas originariamente de língua portuguesa	●
C1.2.	Obras criativas de produção originária em língua portuguesa	●
C1.3.	Produção europeia	●
C1.4.	Produção independente recente	●
C1.5.	Produção independente	●
C1.6.	Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – Serviços de Programas Generalistas	●
C2.1.	Música portuguesa	●
C2.2.	Música composta ou interpretada em língua portuguesa	●
C2.3.	Música recente	●
C3.1.	Legendagem em teletexto	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

LISTAGEM DE INDICADORES (XVI/VXI)

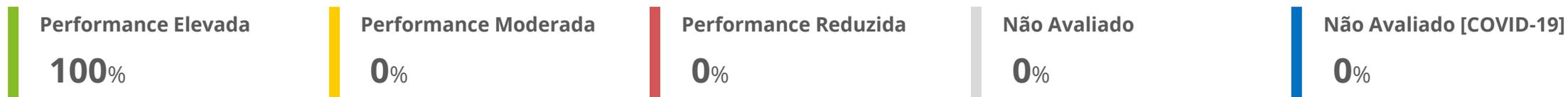
Cumprimento

C3.2	Língua gestual portuguesa	●
C3.3.	Audiodescrição	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa ● Não Avaliado [COVID-19]

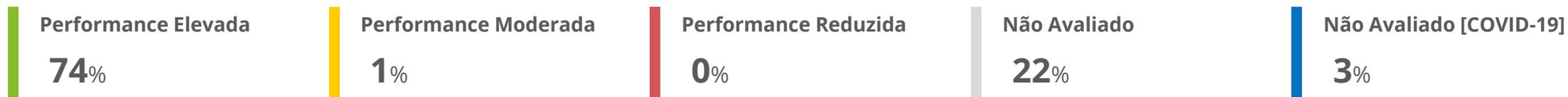
SÍNTESE DE INDICADORES (I/III)

ESTUDO A INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO AUDIOVISUAL E CINEMATOGRAFICA INDEPENDENTE					
AVALIAÇÃO	INDICADORES CRÍTICOS	INDICADORES RELEVANTES	INDICADORES RECORRENTES	INDICADORES NÃO RECORRENTES	TOTAL DE INDICADORES
Performance Elevada	-	-	-	-	13
Performance Moderada	-	-	-	-	0
Performance Reduzida	-	-	-	-	0
Não Avaliado	-	-	-	-	0
Não Avaliado [COVID-19]	-	-	-	-	0
TOTAL	-	-	-	-	13



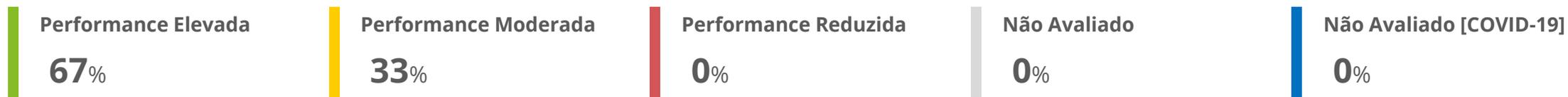
SÍNTESE DE INDICADORES (II/III)

ESTUDO B AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO PROJETO ESTRATÉGICO DE 2021-2023					
AVALIAÇÃO	INDICADORES CRÍTICOS	INDICADORES RELEVANTES	INDICADORES RECORRENTES	INDICADORES NÃO RECORRENTES	TOTAL DE INDICADORES
Performance Elevada	51	53	96	8	104
Performance Moderada	1	0	1	0	1
Performance Reduzida	0	0	0	0	0
Não Avaliado	24	8	16	16	32
Não Avaliado [COVID-19]	4	0	4	0	4
TOTAL	80	61	117	24	141



SÍNTESE DE INDICADORES (III/III)

ESTUDO C APRESENTAÇÃO DA ANÁLISE RTP SOBRE O CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES DO SERVIÇO PÚBLICO 2021					
AVALIAÇÃO	INDICADORES CRÍTICOS	INDICADORES RELEVANTES	INDICADORES RECORRENTES	INDICADORES NÃO RECORRENTES	TOTAL DE INDICADORES
Performance Elevada	-	-	-	-	8
Performance Moderada	-	-	-	-	4
Performance Reduzida	-	-	-	-	0
Não Avaliado	-	-	-	-	0
Não Avaliado [COVID-19]	-	-	-	-	0
TOTAL	-	-	-	-	12



Glossário

AAV – Audiência Acumulada de Véspera

CA – Conselho de Administração

CAV – Contribuição para o Audiovisual

CCB – Centro Cultural de Belém

CCSPRT – Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão

CCTV – Televisão Central da China

CGI – Conselho Geral Independente

CM – Curta-Metragem

CPN – Centro de Produção Norte

CRA – Centro Regional dos Açores

CRM – Centro Regional da Madeira

DGS – Direção Geral da Saúde

DL – Decreto-Lei

EBITDA – *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*

EBU – *European Broadcasting Union*

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social

EUA – Estados Unidos da América

FTA – Free-To-Air

GDA – Gestão de

ICA – Instituto do Cinema e Audiovisual

IEFP – Instituto do Emprego e Formação Profissional

IPSOS – *Independent Polling System of Society*

LGP – Língua Gestual Portuguesa

LM – Longa-Metragem

HST – Higiene e Segurança no Trabalho

MAM – *Media Asset Management*

MIL – Observatório sobre Media, Informação e Literacia

MIPCOM – Marché International des Programmes de Communication

MSP – Missão de Serviço Público

PAIO – Plano de Atividades, Investimento e Orçamento

PALOPS – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

R&C – Relatório e Contas

Rat (000) – Audiência Média (milhares)

RCOSPPE – Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico

RDP – Radiodifusão Portuguesa

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

SPA – Sociedade Independente Portuguesa de Autores

TCV – Televisão de Cabo Verde

TGB – Televisão da Guiné-Bissau

TPA – Televisão Pública de Angola

TV – Televisão

TVE – *Televisión Española*

Glossário

TVI – Televisão Independente

TVM – Televisão de Moçambique



"Deloitte" refere-se a uma ou mais firmas membro e respetivas entidades relacionadas da rede global da Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"). A DTTL (também referida como "Deloitte Global") e cada uma das firmas membro são entidades legais separadas e independentes, que não se obrigam ou vinculam entre si relativamente a terceiros. A DTTL e cada firma membro da DTTL e entidades relacionadas são responsáveis pelos seus próprios atos e omissões e não das restantes. A DTTL não presta serviços a clientes. Para mais informação aceda a www.deloitte.com/pt/about.

A Deloitte é líder global na prestação de serviços de audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax e serviços relacionados. A nossa rede de firmas membro compreende mais de 150 países e territórios e presta serviços a quatro em cada cinco entidades listadas na Fortune Global 500®. Para conhecer o impacto positivo criado pelos mais de 345.000 profissionais da Deloitte aceda a www.deloitte.com.

