



Conselho de Opinião

Exma. Senhora
Dra. Edite Estrela
Presidente da Comissão da Cultura,
Comunicação, Juventude e Desporto
Assembleia da República
Palácio S. Bento
1249-068 Lisboa

Lisboa, 15 de Dezembro de 2015

ASSUNTO: Envio de Parecer ao Plano de Atividades e Investimentos e o Orçamento

Ex^{ma} Senhora Deputada

Em cumprimento da alínea b) do nº 1 do artigo 32º dos Estatutos da RTP, S.A., junto se envia, em anexo, o Parecer do Conselho de Opinião da Sociedade ao Plano de Atividades e Investimentos e o Orçamento de 2016, que lhe foi submetido para o efeito, e que foi aprovado por unanimidade, em reunião plenária de 03 de Dezembro de 2015.

Com os melhores cumprimentos, *e elevada consideração*

Manuel Coelho da Silva
(Presidente)



Conselho de Opinião

Parecer

Nos termos e para os efeitos previstos da alínea b) do 1º do artigo, 32º dos Estatutos, aprovados pela Lei nº 8/2007, de 14 de Fevereiro, alterada pelas leis nº 8/2011, de 11 de Abril, e 39/2014, de 9 de Julho, e após regular Convocatória, reuniu o Plenário do Conselho de Opinião (CO), sob a presidência do Conselheiro Manuel Coelho da Silva, que aprovou o seguinte Parecer ao Plano de Atividades e Investimentos e o Orçamento (PAIO) da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP, S.A.) que lhe foi submetido para o efeito pelo Conselho de Administração (CA) a 25 de Novembro de 2015.

I

A – Apreciação na Generalidade:

1. O C.A. submeteu-nos para apreciação um documento inovador, com boa qualidade e apresentação (embora de difícil leitura nalguns casos, particularmente quanto aos mapas orçamentais que, por vezes, se estendem por duas páginas) que designou simplesmente por “Plano de Atividades 2016”, o que nos merece reparo. De facto, nos termos da Cláusula 28º do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), firmado a 6 de Março de 2015, o que está em causa ultrapassa um mero “Plano de Atividades”.

Valerá a pena ler e analisar o conteúdo da Cláusula 28.º do CCSPRT, que se passa a transcrever na íntegra:

1. *“A Concessionária submete à aprovação dos membros dos Governo responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social, até 30 de novembro de cada ano, os Planos de Atividades e Investimentos e o Orçamento, relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, os quais serão sujeitos a pareceres não vinculativos do Conselho Fiscal e do Conselho de Opinião e remetidos às entidades que aprovam os Planos.*
2. *Os Planos de Atividades e Investimentos e o Orçamento deverão refletir o cumprimento das obrigações previstas no presente Contrato e no projeto estratégico da concessionária aprovado pelo Conselho Geral Independente, de acordo com um alto padrão de rigor, de eficácia e de eficiência de gestão, bem como incorporar progressivamente ganhos de produtividade, e respeitar as orientações de natureza financeira, empresarial e macroeconómica sobre o cumprimento daquelas obrigações contratuais, estabelecidas pelo membro do Governo responsável pela área das Finanças e pelo Conselho Geral Independente no âmbito das suas respetivas competências.*

1



Conselho de Opinião

Neste quadro, os Planos de Atividades, Investimentos e o Orçamento (PAIO) para 2016 deveria refletir de uma forma mais clara, a sua interligação com as obrigações previstos no CCSPRT, as Linhas de Orientação Estratégica definidas pelo CGI, assim como Projeto Estratégico do C. A. por este aprovado, para além de **um alto padrão de rigor, de eficácia e de eficiência de gestão que importa ter presente no dia-a-dia da empresa.**

2. Situemos a Empresa, para melhor ajuizar o que pretende fazer.

A RTP, S.A. é uma empresa pública que tem especiais obrigações para com os Portugueses (em Portugal e na diáspora), assim como os interesses estratégicos da língua portuguesa e, por isso, ao assumir-se como o operador mediático distintivo, inovador e de referência no panorama audiovisual, tem de recusar a imitação e a contraprogramação no horário nobre; cumprir os respetivos horários; envolver e escutar os cidadãos; respeitar os ritmos de vida dos ouvintes e telespetadores, evitando colocar programas diversificadores da oferta a horas inacessíveis para a maioria das pessoas.

O seu horizonte não é só o previsto no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, permanente referencial das decisões e opções em todos os níveis e sectores da empresa. A RTP, S.A. deve assumir-se, também, como garante de que todos os cidadãos acedam em boas condições às emissões dos serviços de programas de rádio e televisão, não importa em que região do país e no estrangeiro.

3. A questão essencial é, pois, como fazê-lo. E é nesse domínio que o CO vê o presente documento como um estimável elenco de intenções, que aliás subscreve, mas que é frequentemente omissivo quanto a projetos concretos que reflitam uma lógica de conteúdos e de grelha mensuráveis.
4. O CO, na apreciação que faz do Documento apresentado, esperava que se tivesse ido mais longe, apesar das condicionantes de natureza financeira herdadas, caminhando-se para uma definição mais aprofundada de uma estratégia transversal, articulada e faseada de apostas nas novas plataformas digitais, nos recursos possibilitados pela Internet, pautadas pela facilitação do livre acesso aos conteúdos e pelo estreitar de relações de interação com os cidadãos utilizadores.
5. Esperava uma maior ênfase na defesa da Língua Portuguesa, escrita e falada, em todos os programas de rádio e de televisão.



Conselho de Opinião

II – Avaliação na Especialidade:

A. Televisão:

1. Com um destinatário alvo que remete para diferentes gerações, culturas, religiões, posicionamentos políticos e ideológicos, o Serviço Público de Media (SPM) deve esforçar-se por ser diverso e pluralista nos géneros de programação que difunde, nas opiniões que veicula, assim como no universo dos seus colaboradores/comentadores, contribuindo para uma sociedade inclusiva.

Ora, no que se refere à televisão, nem sempre são claras e evidentes as escolhas dos colaboradores externos, em detrimento das novas gerações que, por diferentes motivos, têm estado mais longe dos ecrãs do que seria desejável.

2. Relativamente aos Centros Regionais dos Açores e da Madeira (tanto para a televisão como para a rádio) mantém-se uma evidente ausência de projeto. As considerações desenvolvidas nas páginas 17 e 18 constituem, por si só, um exemplo de frequentes desfasamentos quanto ao que se pretende para os dois Centros Regionais.

Na realidade, a inovação, as novas tecnologias, a aposta no multimedia nas novas plataformas, na informação de proximidade, nas parcerias, designadamente com o ensino superior, a formação e o modelo de gestão não são objetivos comuns aos dois Centros Regionais?

Se o são, porque é que, no documento, apenas surgem como objetivos a alcançar no Centro Regional da Madeira?

O projeto de rádio e de televisão regionais, e mais do que regionais insulares, não pode resultar de atos voluntaristas, mas de uma organização coerente feita de traços comuns e de acordo com as necessidades específicas a cada uma das Regiões.

Há, contudo, aspetos específicos positivos que importa destacar quanto ao Centro Regional dos Açores, como sejam o início da solução do problema das instalações e tecnologias com verbas inscritas no orçamento para 2016, embora nalguns casos ainda de forma insuficiente; o esforço posto na proposta de grelha muito centrada na informação, destacando o regresso do espaço informativo das 13 horas. E, como aspetos negativos, a ausência de referência em relação à redistribuição dos recursos humanos pelos três polos para aumentar a qualidade da programação e a desejável autonomia editorial e capacidade de emissão dos centros de



Conselho de Opinião

produção de Ponta Delgada, Angra e Horta, assim como quanto à dotação de meios profissionais imprescindíveis à cobertura informativa das restantes ilhas.

3. Quanto à RTP Internacional, o C.O. gostaria que fosse explicitado o que será o **“novo processo de consulta pública internacional de forma a angariar novos parceiros e a melhor qualitativamente este conteúdo”** (ver pág. 19).
4. No que se refere à RTP África será bom reconhecer que não há uma **“cultura lusófona”** a **“afirmar”** (ver pág. 21). Há culturas lusófonas, acrescentando dizer que há uma óbvia incoerência no que se propõe, recomendando-se a leitura atenta, neste capítulo, do Contrato de Concessão (Cláusula 12.^a).
5. Sobre a RTP 3, que ainda não consolidou a identidade do projeto, avança-se já para a **“criação de uma emissão internacional do canal”** (seria mais correto indicar “serviço de programas”. A confusão entre canal e serviço de programas repete-se sistematicamente, ver págs. 21, 22, 25, 29, 74, 76 e 93).

III – Rádio:

1. A ambição de uma Rádio Pública de excelência é legítima, necessária e urgente.

O nível de audiências, comparativamente às demais estações de rádio, é lamentavelmente baixo se se tiver em conta os recursos, humanos e técnicos e a disponibilidade financeira existente.

2. A credibilidade da sua informação e programação, tem que ser sustentada no enriquecimento do ambiente dos media, assumindo-se, este, como força motora da inovação e da criatividade, possibilitando o aparecimento de novos formatos, apoiando-se em novas tecnologias e recorrendo a novas formas de comunicação com os públicos.

Urge preparar novos profissionais capazes de participar e moldar o futuro digital que serve o público. Faltam, a este respeito, metas concretas, mensuráveis, sobre o que se vai fazer e quando.

3. Há uma notória ausência, neste documento, do papel que cabe à Rádio Pública como elemento insubstituível e de particular responsabilidade no combate às catástrofes naturais, missão fundamental de Serviço Público e garantia de confiança para os ouvintes.



Conselho de Opinião

4. Por vezes, o documento perde-se em vagas e piedosas intenções como, por exemplo, na página 35 em que se anuncia uma avaliação dos noticiários “em termos formais e de conteúdo...”, sem qualquer explicitação quanto a critérios ou metodologias a aplicar.

IV – Outras Obrigações:

1. O documento submetido para apreciação não trata, como seria expectável e desejável, das atividades de outras Direções e Serviços da Sociedade, como por exemplo a Auditoria e a Emissão.

Um Serviço Público de Media deve ser transparente, eficiente, gerido de acordo com os princípios da boa governança e sujeito a escrutínio público constante, pelo que se aguardava que, também neste domínio, se apontassem metas de implementação de processos de controlo de qualidade e transparência.

O reforço dos sistemas do controlo interno, a fim de corrigir de modo expedito as deficiências encontrados nas instâncias da regulação sobre o cumprimento efetivo das obrigações de serviço público, conforme o previsto na legislação e no contrato de concessão e nos pareceres obrigatórios emitidos pelo CO, deveria ter merecido um destaque muito especial, apontando para medidas corretivas no futuro. A RTP, S.A., afirmar-se-ia, assim, como uma Empresa que presta contas da sua atividade; que se orienta segundo uma gestão por objetivos; que se quer próxima da necessidade dos cidadãos; que cuida do seu património audiovisual e que é aberta à sociedade e ao país.

2. Uma empresa de conteúdos que busca o equilíbrio entre a produção própria e a externa tem que apontar valores, metas nesse sentido.

Tratando-se do primeiro PAIO deste C.A. era vantajoso que tivesse havido uma preocupação em definir indicadores de desempenho, a todos os níveis, adequados ao serviço público de media, nos termos apontados pela European Broadcasting Union, (ver pág. 76) que defende, nomeadamente a realização de estudos necessários à melhor perceção da atividade da empresa e dos graus de satisfação dos diferentes tipos de públicos face à oferta de conteúdos de televisão, rádio e online.

3. Afirmar que se aponta para uma política de valorização dos Arquivos não basta. É exigível que se apontem como e quando se prosseguirá a sua classificação e digitalização; se



Conselho de Opinião

tipifiquem as modalidades de acervo; se permita a gratuidade de acesso nos casos de projetos de natureza académica ou outros de interesse público devidamente comprovados.

4. De igual modo, afirmar-se simplesmente que se vai rever o Código de Ética e Conduta em 2016 é limitado (ver pág. 96). Qual a data concreta para a sua conclusão?; Qual o cronograma de formação interna que lhe deverá ser inerente e que mecanismos de autorregulação irá ele perspetivar?.

Lembre-se, a propósito, que um Código de Ética e Conduta se aplica ao nível interno a toda a Empresa, mas também no seu relacionamento com o público, parceiros e acionistas.

Ele deve também funcionar, por outro lado, como um garante da qualidade em toda a oferta de conteúdos e na programação, em todos os géneros e formatos, desde a informação ao entretenimento, ao desporto, á cultura e á educação. Assim como de garante de uma programação independente de influências, de ideologias políticas, de interesses comerciais, uma governança transparente e financeiramente clara, decisões editoriais precisas e devidamente fundamentadas.

Aliás, seria adequado avançar-se também, dada a sua importância, para o desenvolvimento de novos mecanismos de autorregulação e sistemas de controlo interno.

5. Neste documento, a Formação não é abordada com o relevo que merece, em especial no que se reporta aos profissionais da Rádio, pelo que se insiste, pois, na necessidade de se construírem planos de formação com objetivos e cronogramas rigorosamente determinados.

A Academia deverá rever a sua forma de colaboração, de recrutamento e de parceria com o ensino superior, no respeito pela natureza dual deste (universitário e politécnico) e pela sua implantação nacional.

Acrescente-se que não é claro o que se procura quando se associa a Academia á produção de novos conteúdos (ver pág. 60).

V – Orçamento:

1. O Orçamento tem leitura gráfica difícil, em especial dos mapas finais, quando distribuídos por duas páginas.



Conselho de Opinião

2. Chama-se, particularmente, a atenção para algumas falhas e dúvidas que importa corrigir e esclarecer:
 - a) Sendo referido um aumento de capital de 26,69M€ (ver pág. 107), o mesmo já se encontra assegurado?;
 - b) Continua a manter-se, no passivo do balanço, um adiantamento de Clientes no valor de 150 M€, referente á compra do Arquivo, valor este superior ao identificado no Ativo Intangível para esse mesmo Arquivo. É de rever esta situação?;
 - c) O Capital Próprio do Quadro 11 (ver pág. 107) deveria ter merecido destaque (bold);
 - d) Para 2016, prevê-se uma ligeira quebra das receitas de publicidade, que será mais que compensada com as receitas do cabo e outras. Na rubrica Outros aponta-se para uma subida de 9,6M€ em 2015 para 15,1 M€ em 2016. Qual a justificação para este aumento tão considerável ?;
 - e) Porque não se elencam os ativos fixos a alienar, para que melhor se avalie a viabilidade da sua possível alienação?.

VI – Conclusões:

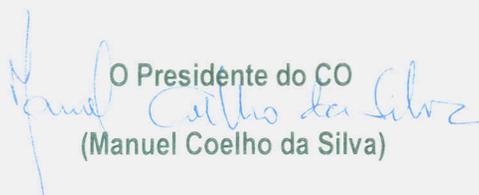
1. Sublinha-se a melhoria visual e gráfica do documento;
2. Releva-se que o Plano de Atividades, Investimentos e o Orçamento (PAIO) para 2016 deveria refletir de uma forma mais clara, a sua interligação com as obrigações previstas no CCSPRT, nas Linhas de Orientação Estratégica definidas pelo CGI, assim como no Projeto Estratégico do C. A.;
3. Destaca-se que se trata de um Documento com muitas e boas ideias de Serviço Público de Media, mas muito poucos projetos concretos que as consubstanciem;
4. Apontam-se, ainda como negativas, as ausências de quantificação quanto aos tempos previstos para os géneros de programas; os investimentos para a produção interna, externa, bem como os respetivos valores orçamentais;
5. Evidencia-se, como muito positiva, a criação da Rádio Infantil online, o maior envolvimento das escolas no projeto RTP Ensina e o desenvolvimento do novo Museu Virtual;



Conselho de Opinião

6. Insiste-se na necessidade de se construírem planos de formação, com objetivos e cronogramas rigorosamente determinados, com particular incidência na Rádio, assim como na aposta nos interesses estratégicos da língua portuguesa e da sua articulação com o Serviço Público de Media.

Aprovado a 03 de Dezembro de 2015


O Presidente do CO
(Manuel Coelho da Silva)