



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

O Conselho Geral Independente torna público as Linhas Orientadoras a que deverá subordinar-se o Projecto Estratégico a apresentar pelo novo Conselho de Administração da RTP que virá a ser indigitado após a aprovação do respectivo Projecto Estratégico.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

LINHAS DE ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA

Nota introdutória

Aspectos gerais

Linhas Estratégicas de âmbito geral

Linhas Estratégicas de âmbito específico:

- *Uma empresa com serviços de programas que se afirmam pela diferenciação e complementaridade*
- *Uma empresa que aposta nas novas plataformas digitais*
- *Uma empresa de conteúdos que busca o equilíbrio entre a produção própria e externa*
- *Uma empresa que presta contas da sua actividade*
- *Uma empresa com uma gestão orientada para os objectivos do serviço público*
- *Uma empresa próxima das necessidades dos cidadãos*
- *Uma empresa que cuida do seu património audiovisual*
- *Uma empresa aberta à sociedade e ao país*

Nota final



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

Nota introdutória

As presentes Linhas de Orientação Estratégica decorrem do artigo 8.º dos novos Estatutos da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (doravante designada por RTP), publicados em anexo à Lei n.º 39/2014 de 9 de Julho. Nele se estipula que cabe ao Conselho Geral Independente (doravante designado por CGI) definir e divulgar publicamente as linhas orientadoras para a RTP, às quais se subordina o processo de escolha do conselho de administração e do respectivo projecto estratégico para a empresa.

Por força de legislação em vigor e de acordo com o previsto no contrato de concessão entre o Estado e a RTP, o CGI é o órgão de supervisão e fiscalização interna do cumprimento das obrigações de serviço público de rádio e televisão.

A. Aspectos gerais

1. Na maioria dos países da União Europeia, incluindo Portugal, tem prevalecido a orientação política com o amplo sentido de que o Estado deve assumir a responsabilidade por um serviço público e independente de media que cuide da diversificação e diferenciação da oferta, busque a inclusão de todos os segmentos populacionais na produção mediática e explore novos formatos e novas linguagens. Essas grandes linhas são, em regra, objecto de um contrato de concessão de Serviço Público, que estabelece objectivos e obrigações específicos para a rádio e televisão por cujo cumprimento deve também o Estado zelar.
2. Nos termos referidos, o serviço público de rádio e de televisão tem de interessar audiências diversificadas, sendo o seu primeiro objectivo a qualidade dos serviços que presta e, só depois, as audiências que conquista. Assim, nenhum género de programas lhe é estranho, mas o seu permanente propósito, nomeadamente nos serviços de programas de rádio e televisão dirigidos ao grande público, deverá ser o de constituir referência em cada género.
3. O panorama mediático actual é caracterizado por uma aceleração da convergência digital, por uma diversificação das formas de distribuição dos conteúdos e da relação com os utilizadores, com destaque para a portabilidade, e pelo surgimento de novos actores. Neste contexto, são positivas as sinergias entre rádio, televisão e internet, nomeadamente, ao nível da oferta não linear, contanto que se salvguarde as funções próprias de cada um destes meios num quadro de complementaridade efectiva.
4. O serviço público de media deve ser dinamizador da produção independente, promovendo a criação e desenvolvimento de conteúdos originais e inovadores provenientes de produtores diversificados. Na medida em que não assuma uma natureza meramente editorial, cabe-lhe também estimular a produção interna de conteúdos, nomeadamente, aqueles que possam servir de referência de qualidade, nos planos substantivo e técnico. Cabe ainda ao serviço público de media cumprir e, na medida do possível, ir para além das quotas de produção independente e europeia, assegurando uma efectiva diversidade de fornecedores e géneros programáticos. Na relação com os produtores independentes, uma empresa concessionária do serviço público de media deve negociar os contratos de



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

fornecimento de conteúdos de forma transparente, cumpridora da legislação em vigor e equilibrada quanto ao peso relativo dos contributos dos diversos profissionais internos e externos à empresa.

5. A RTP, enquanto entidade prestadora de um serviço público de rádio e de televisão dirigido a todos os cidadãos e por estes maioritariamente financiado, cuida não apenas da aposta nos conteúdos mas também dos processos, traduzidos numa ética empresarial, na transparência dos actos e na relação com a cidadania.
6. A RTP carece de um clima interno e externo de estabilidade, de reconhecimento e de mobilização institucional, gerador das condições de concentração nas missões de serviço público que lhe são cometidas pelo Estado e exigidas pela sociedade.
7. Desde 2014, após o fim das indemnizações compensatórias, que os proveitos da RTP S. A. são, no essencial, a Contribuição para o Audiovisual (CAV) e as receitas comerciais, o que torna ainda mais importante uma gestão empresarial eficiente no quadro de princípios de rigor, exigência e responsabilidade.

B. Linhas estratégicas de âmbito geral

Na prossecução dos objectivos e obrigações do serviço público de media que lhe estão atribuídos, a RTP deverá:

1. Assumir-se como o operador mediático distintivo, inovador e de referência, no panorama audiovisual. Isto significa recusar a imitação e a contra-programação, diversificar a programação nos horários nobres e respeitar os respectivos horários, envolver e escutar os cidadãos, e ter em consideração os ritmos de vida dos ouvintes e telespectadores. Um serviço público de media deve evitar colocar programas diversificadores da oferta a horas inacessíveis para a maioria das pessoas.
2. Assegurar a unidade e coerência do serviço público de media, preocupação principal de todos os serviços de programas e em todos os horários. Para além das obrigações expressamente previstas na legislação em vigor e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, os objectivos constantes daqueles normativos devem constituir um permanente referencial das decisões e opções, em todos os níveis e sectores da empresa.
3. Garantir que todos os cidadãos acedem em boas condições às emissões dos serviços de programas de rádio e televisão, em todas as regiões do país e no estrangeiro, e fazer com que, tendencial e progressivamente, todos possam aceder livremente aos conteúdos dos diferentes serviços de programas (nomeadamente, a RTP Informação e a RTP Memória).
4. Definir uma estratégia transversal, articulada e faseada de aposta nas novas plataformas digitais, nos recursos possibilitados pela internet, que se paute não apenas pela inovação tecnológica mas também pela facilitação do acesso e da interacção com os cidadãos utilizadores das diferentes vertentes do serviço público de media, independentemente das respectivas coordenadas geográficas e temporais.
5. Defender a Língua Portuguesa escrita e falada em todos os programas de rádio e de televisão.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

6. Planear a execução do cumprimento do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão num horizonte de curto e médio prazo.
7. Velar pelo cumprimento das obrigações de serviço público contidas na legislação em vigor e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, em particular nas áreas em que se têm manifestado deficiências (vd. espaços regulares sobre a actividade política nacional, que tenham em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares; e obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais).

C. Linhas estratégicas de âmbito específico

Uma empresa com serviços de programas que se afirmam pela diferenciação e complementaridade

1. Tornar os serviços de programas mais relevantes para um maior e mais diversificado número de cidadãos em Portugal e no estrangeiro, estabelecendo iniciativas e metas para o incremento da diversidade e qualidade da programação, assim como da sua originalidade e inovação.
2. Velar por uma informação pautada pela independência face a todo o tipo de poderes, e pela pluralidade de perspectivas, de temáticas e de géneros, tendo como base critérios editoriais rigorosos, bem como uma programação diversificada e eticamente irrepreensível.
3. Assegurar uma informação que se distingue pela qualidade e que seja inclusiva face ao todo nacional, incluindo as comunidades portuguesas no estrangeiro. Uma oferta informativa que revele e ajude a compreender o mundo actual com as oportunidades, os desafios e os riscos que o caracterizam, tendo especialmente em conta o desenvolvimento da literacia dos portugueses relativamente à informação.
4. Aumentar o peso relativo nas grelhas de programas dos géneros Cultura e Conhecimento, Juventude e Desportos (em particular, outras modalidades para além do futebol), contribuindo assim para a diversidade da programação, numa perspectiva de oferta claramente alternativa aos serviços de programas comerciais privados.
5. Rejuvenescer os serviços de programas e, em especial, a RTP1, garantindo o crescimento da oferta de programação e informação para crianças e adolescentes, conforme o estabelecido no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.
6. Promover serviços informativos pensados especialmente para segmentos jovens, que envolva a participação dos próprios jovens.
7. Apostar numa estratégia de renovação e rejuvenescimento da RTP1 e da Antena 1, assim como no relançamento, renovação e afirmação da RTP2.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

8. Relativamente à Rádio, promover iniciativas orientadas para a valorização e renovação dos respectivos serviços de programas, tanto do ponto de vista da distribuição e aproveitamento dos recursos, como da afirmação da identidade e especificidade de cada um deles.
9. Desenvolver iniciativas que promovam a dimensão estratégica das antenas internacionais de Rádio – RDP África e RDP Internacional, com incidência na sua expressão institucional, na política de proximidade, na expressão cultural em língua portuguesa e numa estratégia assente na dimensão das políticas públicas.
10. Prosseguir e completar os estudos sobre a qualidade com que chegam às casas dos portugueses as emissões dos vários serviços de programas de rádio da RTP, estudar os investimentos necessários e corrigir as situações críticas identificadas.
11. Aprofundar as experiências de convergência de conteúdos entre a rádio, a televisão e o multimédia, de modo a criar e consolidar uma base de competências e de recursos que beneficie todas as plataformas de distribuição e enriqueça a prestação do serviço público de media.

Uma empresa que aposta nas novas plataformas digitais

12. Procurar sinergias entre rádio, televisão e internet, salvaguardando as linguagens próprias e as especificidades de cada um destes meios, num quadro de efectiva colaboração e complementaridade.
13. Desenvolver um plano para as plataformas digitais e desenvolvimento de serviços não lineares que potencie a conquista de novos públicos, com destaque para os mais jovens.

Uma empresa de conteúdos que busca o equilíbrio entre a produção própria e externa

14. Garantir o acesso, por parte dos autores e produtores independentes, aos colaboradores da RTP com responsabilidade na definição das linhas de programação e na definição de uma estratégia multiplataforma.
15. Estabelecer modelos de contrato com os autores e produtores que prevejam os elementos essenciais do processo de produção de conteúdos em sentido amplo, que definam claramente a titularidade dos direitos de propriedade envolvidos, e que reconheçam, de modo equilibrado, os contributos das partes contratuais na criação, desenvolvimento, produção e distribuição dos conteúdos.
16. Conceber e implementar um processo de concursos de propostas de produção de conteúdos que seja claro, com regras de procedimento bem definidas, com critérios de avaliação explícitos e conhecidos por todos, com calendários realistas e, sobretudo, apto a estimular o investimento dos produtores no processo.
17. Dinamizar encontros periódicos entre profissionais do sector da produção, que potenciem a troca de experiências e o desenvolvimento de redes colaborativas.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

Uma empresa que presta contas da sua actividade

18. Fazer da RTP um modelo de organização responsável e eficaz, no actual quadro de financiamento, racionalizando gastos e aumentando a transparência.
19. Publicitar interna e externamente o seu projecto estratégico, tornando claras as grandes metas a atingir e os indicadores de desempenho que permitirão avaliar o rumo seguido.
20. Definir, assumir e pôr em prática uma ética de empresa e de antena, orientada para a prossecução do serviço público de media, a qual constará de um Código de Ética e Conduta revisto à luz do enquadramento legal vigente, e publicitado no sítio da instituição.
21. Definir uma política de transparência e de informação sobre a actividade da RTP. Em concreto, apostar em mais e melhor informação sobre a RTP e os seus serviços de programas, valorizando o portal electrónico da empresa. Toda a informação sobre a RTP que seja relevante para o público que paga a Contribuição do audiovisual (CAV) deve ser pública.

Uma empresa com uma gestão orientada para os objectivos do serviço público

22. Identificar áreas e sectores de carência e outros desequilíbrios existentes no plano dos recursos humanos, tendo em conta as missões e compromissos da empresa e as perspectivas e cenários de desenvolvimento no período considerado. A empresa deve contar com o contributo de todos os seus trabalhadores, sem excepção.
23. Criar condições para a motivação dos colaboradores da empresa, a todos os níveis, através do acordo de empresa, de mecanismos de auscultação e participação, sempre que justificável, assim como de um clima de transparência e de responsabilização, assente em boas práticas de informação e comunicação.
24. Desenvolver uma cultura e uma prática de avaliação em todos os sectores e a todos os níveis da empresa, com metas e resultados claramente definidos, quer do ponto de vista qualitativo quer quantitativo.

Uma empresa próxima das necessidades dos cidadãos

25. Prosseguir a aposta na informação de proximidade, nas modalidades tidas por mais adequadas, tendo em conta (e potenciando) a rede de correspondentes e dos profissionais do Centro de Produção Norte e dos Centros Regionais dos Açores e da Madeira.
26. Desenvolver a informação-serviço, que seja útil para a vida quotidiana dos cidadãos e para a sua participação cívica, cultural e política.
27. Uma vez definidas as soluções estruturais que permitam aos centros de produção das Regiões Autónomas condições para um trabalho com qualidade, incentivar uma estratégia de reestruturação, relançamento e renovação dos serviços de programas regionais.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

28. A RTP Madeira e RTP Açores devem desenvolver uma estratégia que permita a oferta de conteúdos informativos de proximidade nas emissões lineares e não lineares de rádio e televisão, que permita o acesso à diáspora madeirense e açoriana espalhada pelo mundo.
29. Os serviços de programas internacionais de televisão e rádio (RTP Internacional, RTP África, RDP Internacional e RDP África) são o principal elo de ligação com Portugal de milhões de falantes da língua portuguesa, espalhados pelo mundo. Deve ser oferecido a essas comunidades lusófonas um melhor acesso à actual realidade portuguesa com uma programação mais rica em informação, desporto, música, e os domínios da cultura e da sociedade.
30. Desenvolver uma presença forte e consolidada nas redes sociais *online*, modernizando os seus sítios Web. A RTP Internacional e a RTP África, tal como a RDP Internacional e RDP África, são cada vez mais rotas estabelecidas na ligação de todos aqueles que falam português no Mundo.

Uma empresa que cuida do seu património audiovisual

31. Assegurar a manutenção dos arquivos sonoros e audiovisuais em boas condições, estabelecer relações de parceria com entidades do sector cultural que potenciem a disponibilização ao público destes arquivos.
32. Desenvolver um plano que permita ao público usufruir da colecção museológica da empresa estabelecendo, caso se justifique, parcerias com entidades do sector cultural e do ensino.

Uma empresa aberta à sociedade e ao país

33. Esta linha orientadora pode concretizar-se, desde logo: (a) através dos serviços de programas e pelo modo cuidadoso como trata os seus públicos; (b) por uma aposta especial no sector do ensino e da educação, a todos os níveis, incluindo a educação escolar e extra-escolar, a formação profissional e as universidades seniores; (c) pelo recurso regular a auscultações públicas, audições de pessoas e entidades, em diferentes partes do país, e produzindo e divulgando relatórios-síntese destas auscultações; (d) pela reavaliação e melhoria da experiência relacionada com o preceito legal de “abertura à participação da sociedade civil” estabelecido para a RTP2 (art.º 52.º, alínea b) da Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho); (e) finalmente, pelo desenvolvimento de novas parcerias e aprofundamento das existentes, nomeadamente, com centros de investigação relacionados com as áreas do operador público.
34. Para além de desenvolver um barómetro de qualidade, credibilidade e notoriedade para a RTP, realizar regularmente estudos sobre o serviço público de media, que permitam à empresa conhecer melhor os seus públicos e as novas tendências nos consumos de media; compreender como o público avalia o desempenho da RTP quanto aos princípios e obrigações do serviço público, como se situa a empresa face aos seus principais concorrentes nas diversas plataformas, e como poderá ela crescer num ambiente de convergência digital e de pulverização de públicos.



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL
CONSELHO GERAL INDEPENDENTE

35. Em consonância com o que estabelece a Lei da Televisão (art.º 51, ponto 2, al. f), a Lei da Rádio (art.º 49º, ponto 2, al. f) e o Contrato de Concessão, e preconizam, nomeadamente, a União Europeia de Radiodifusão (UER) e a Comissão Europeia, promover a literacia mediática, entendida como formação crítica de públicos, através de um programa de acção que articule o que já faz (Portal Ensina, programas dos provedores, Academia RTP, participação no Grupo Informal sobre Literacia para os Media, etc.) e o que pode vir a fazer.

Nota final

Estas linhas de orientação servirão como referencial para o conselho de administração da RTP na elaboração do Projecto Estratégico da empresa, ao qual caberá a definição de objectivos, sua delimitação temporal, linhas de acção e indicadores de gestão e desempenho.

O Projecto Estratégico deverá ser elaborado, também, no respeito pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão e pela legislação em vigor.

Conselho Geral Independente da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.,

12 de Janeiro de 2015