

A Proposta de Lei em análise que transpõe para a Ordem Jurídica Interna da Diretiva (UE) 2018/1808, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, tendo em vista a alteração da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (LTV) e a da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro (Lei do Cinema) segue de perto a Diretiva e vem, de um modo geral, preencher omissões e insuficiências que irão permitir preparar futuros desafios e acompanhar, com mais flexibilidade, a evolução que se verifica em todo o sector, pelo que, , no seu conjunto, representa uma evolução.

Embora, na sua globalidade, não diga direta e exclusivamente respeito à prestação do serviço público de televisão, existem diversos aspetos que a RTP se congratula de terem sido objeto de atenção tendo em vista melhorar a oferta e, para isso, é essencial que o quadro legal não seja um obstáculo. Sendo certo que parte substancial das alterações assumem maior relevância para o sector privado desta atividade, há matérias transversais que a RTP está atenta e valoriza na sua atividade.

Tendo em conta a revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT) em curso parece relevante considerar a oportunidade de acomodar as necessárias alterações à LTV de modo a ser possível concretizar algumas das eventuais novidades preconizadas para o referido Contrato

Sem prejuízo das limitações que decorrem de uma análise necessariamente menos aprofundada, a RTP não pode deixar de salientar alguns aspetos que considera pertinentes e que devem estar refletidos e/ou clarificados no texto legal.

Assim,

LEI N.º 27/2007, DE 30 DE JULHO

Uma nota inicial no sentido de mencionar sobre a redação e a técnica legislativa utilizadas poder-se-ia envidar um esforço de aperfeiçoamento, designadamente na **uniformização dos conceitos utilizados ou de conceitos inexistentes** (por exemplo “programas relativos a assuntos dos consumidores”, que, além de não estarem incluídos em nenhum macrogénero/género de programas de televisão no “Manual de Classificação “Portal da

Televisão – ERC – Difusão de obras audiovisuais”, datado de maio de 2010, aprovado e disponibilizado pela própria ERC, também não são definidos na nova versão do diploma. Haverá, também, de ponderar a revisão/substituição de expressões que estão em desuso ou são desconformes com a terminologia que o legislador nacional tem decidido adotar, sem controvérsia. Já de relevância mais material, não pode a RTP deixar de notar uma dicotomia quanto ao tratamento dos **serviços de plataforma de partilha de vídeos**, que se prende com a sua inclusão e previsão legislativa nesta sede, acompanhando o devir dos tempos e a Diretiva, mas que, paradoxalmente, é omissa quanto ao exercício de poderes regulatórios e sancionatórios sobre os comportamentos destes (vide, por exemplo, artigo 69.º-D), o que, entre outros, mantém e potencia situações de concorrência desleal com os serviços de comunicação social audiovisual, que esta iniciativa legislativa deveria ponderar.

Propõem-se assim se se revise a redação e afinem conceitos para maior segurança jurídica.

ARTIGO 1.º-A

- i. O n.º 2 do artigo 1.º-A dispõe expressamente sobre os regimes subsidiários a aplicar, pelo que, tendo em conta, a evolução da legislação a sua alteração deve ser objeto de ponderação. A referência expressa à Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, e ao Decreto-Lei n.º 176/2006, de 30 de agosto, tinha em vista acautelar regimes publicitários que não se encontravam expressamente previstos no Código da Publicidade (no caso, respetivamente, Lei do Tabaco e Lei do Medicamento). Entretanto, existem outras matérias, também relevantes, que constam de diplomas próprios, por exemplo, o Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro (publicidade em saúde) deveria constar. Em alternativa, poder-se-ia ponderar adotar uma redação mais abrangente que não fizesse referência expressa a legislação concreta.

ARTIGO 2.º

- i. A alínea c) do n.º 1 do artigo 2.º, conjugada com a alínea b) do n.º 1 do artigo 40.º, faz referência ao conceito de “autopromoção”, e sendo certo que a definição se mantém, o referido artigo 40.º vai mais longe e considera *as mensagens do operador televisivo relacionadas com os seus próprios programas e com produtos acessórios deles diretamente derivados, ou com programas e serviços de comunicação social audiovisual de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo*; o que, mais uma vez, não resolve o problema da RTP quanto às mensagens de divulgação dos serviços de programas de rádio e respetivos programas nos canais televisivos. No rigor da definição, poder-se-á considerar que tais promoções não são “autopromoções”, mas está subjacente a mesma filosofia que o legislador aceitou para a redação desta nova alínea, pelo que a solução não pode repugnar e deve ser, nesta sede, ponderada.

- ii. A redação da alínea e) do n.º 1 do artigo 2.º deveria acompanhar a que consta da Diretiva. Na verdade, a definição do conceito de “Comunicação comercial audiovisual” devia estar separada do elenco dos exemplos de formas de comunicação dessa natureza. Tornaria a redação mais clara e inequívoca.
- iii. A alínea q) do n.º 1 do artigo 2.º ganha uma nova redação, que reproduz aquela inserida na Diretiva, mas sobre a qual se reservam dúvidas dos exemplos escolhidos, pois não espelham os programas mais recorrentes transmitidos por aqueles operadores. Atente-se que o ordenamento jurídico português adotou expressões que diferem daquelas utilizadas pelo legislador comunitário, pelo que aquelas devem ser ponderadas; sugere-se, ainda, que seja realizado um encontro com o Manual de Classificação “Portal da Televisão – ERC – Difusão de obras audiovisuais”, datado de maio de 2010, aprovado e disponibilizado pela própria ERC, que identifica os géneros de programas televisivos. Por último, preza-se a introdução de novos conceitos, como “videoclipes”, mas urge, ainda que em sede de exposição de motivos, esclarecer o que representam, especialmente, tendo em conta que é uma expressão desconhecida do legislador português (os considerandos da diretiva não a densificam), nomeadamente não referida no Código de Direito de Autor e Direitos Conexos.
- iv. A alínea aa) do n.º 1 do artigo 2.º introduz o conceito de “serviço de comunicação social audiovisual”, mas omite “através de redes de comunicações eletrónicas, na aceção da alínea do artigo 2.º da Diretiva 2002/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002”, e é também aditado, sobre a versão da diretiva, as expressões “e/ ou”, sem vislumbrarmos porquê.
- v. A alínea bb) do n.º 1 do artigo 2.º introduz o conceito de “serviço de plataforma de partilha de vídeos”. Pela configuração jurídica da responsabilidade editorial destes fornecedores sobre os conteúdos disponibilizados (que muito raramente se verifica, tal como o legislador comunitário lembra), sugere-se a eliminação da conjunção coordenativa adversativa “mas”; a regra é a ausência de exercício de responsabilidade editorial, pelo que a primeira e a segunda orações não são contrastantes.
- vi. A alínea dd) do n.º 1 do artigo 2.º insere o conceito de “Responsabilidade Editorial” não se vislumbrando a necessidade da respetiva existência, além de que a mesma não nos parece sobreviver sem mais. Este conceito induz em erro ao reconhecer que a responsabilidade editorial pode não implicar *necessariamente responsabilidade jurídica pelos conteúdos ou serviços fornecidos*, e parece estar em contradição com outros artigos do diploma nacional, que se mantiveram inalterados. Acresce que a Diretiva 2010/13/UE prevê que “Os Estados-Membros podem especificar melhor aspetos da definição de responsabilidade editorial,

designadamente o conceito de «controlo efectivo», e nesta proposta são omissas essas diligências. O legislador nacional, quando transpôs a Diretiva 2010/13/UE, confrontado com aquela redação e com a definição de “fornecedor de serviços de comunicação social” e com a invocação da sua essencialidade para a definição de serviços de comunicação social audiovisual, optou por não a incluir na alteração perpetrada pela Lei n.º 8/2011, de 1 de abril. É certo que há situações em que essa responsabilidade pode não existir, como é o caso do Tempo de Antena ou dos Serviços de plataforma de partilha de vídeos, conforme referido na alínea bb) da proposta – mas aquela realidade já existe atualmente e esta (Serviços de plataforma de partilha de vídeos) não tem como pedra de toque a ausência de responsabilidade jurídica aquando da responsabilidade editorial, mas sim a ausência desta. Além do mais, não nos parece adequado a existência desta norma, até porque está desconforme o restante diploma, nesta matéria (cfr. artigos 35.º e 71.º).

- vii. A alínea ee) do n.º 1 do artigo 2.º insere o conceito de “decisão editorial”, replicando na íntegra a redação da Diretiva; no entanto, sugerimos que seja ponderada a eliminação da expressão “diário” (“funcionamento diário”), atendendo a que a métrica das decisões editoriais não é o dia (ou o dia-a-dia).

ARTIGO 3.º

- i. Os n.ºs 4 a 9 aditado ao artigo 3.º não versam sobre o âmbito de aplicação do diploma nacional, mas estipulam obrigações acessórias ou deveres de atuação para a ERC, pelo que, sob pena de gerarem dúvidas interpretativas e de se ferir a sistemática do mesmo, sugere-se que sejam inseridos num novo artigo autónomo.
- ii. No que respeita ao n.º 5 deste artigo, importará esclarecer se a verificação das alíneas a) e b) é cumulativa. A RTP pugna para que independentemente da verificação da alínea a), seja obrigatório o cumprimento da alínea b). Concretamente, sobre a alínea b), deve mencionar-se, para evitar controvérsias que hoje já existem sobre este tema, que se trata de 10 dias úteis.
- iii. Para o n.º 6, sugerimos a ponderação da substituição da expressão “classificação” por “qualificação”.
- iv. O n.º 9 cinge a sua aplicação aos “operadores de serviços”, ou seja, operadores de televisão e operadores de serviços audiovisuais a pedido. Parece-nos, no entanto, que deve ser equacionada a aplicabilidade desta norma aos fornecedores de plataformas de serviços de partilha de vídeos.

ARTIGO 6.º

- i. O n.º 1 deste artigo, prevê apenas a adoção de mecanismos de correção, autorregulação e cooperação entre os diversos operadores de televisão e de serviços audiovisuais a pedido, omitindo os fornecedores de plataformas de serviços de partilha de vídeos, aparentando uma contradição com o artigo 69.º-E.
- ii. Quanto ao n.º 4, salientando a importância que a RTP consagra ao princípio da cooperação com os reguladores e aos mecanismos de regulação, estando sempre disponível para consensos e projetos comuns, parece-nos que o n.º 4 deste será demasiado específico na imposição de matérias para regulação, sendo que, recorda-se, o tema proposto na alínea b) está já regulado pela Lei n.º 30/2019, de 23 de abril (que alterou o Código da Publicidade) e Despacho DGS 7450-A/2019. Precisamente, a fiscalização e a aplicação das respetivas coimas e sanções acessórias do disposto na alínea b) competem à Direção-Geral do Consumidor e não à ERC. Acresce que, nesta matéria, a Auto Regulação Publicitária também deveria ter intervenção.

ARTIGO 27.º

- i. Quanto ao artigo 27.º e em concreto ao n.º 7 (sistema de classificação de programas) poderia ser uma oportunidade para atualizar este tema. Veja-se a questão da classificação dos conteúdos produzidos unicamente para distribuição *online* ou na incoerência de poderem ter classificações diferentes

Na verdade, importa salientar que o Decreto-Lei n.º 23/2014, de 14 de fevereiro, no que se refere à classificação etária e quanto a programas televisivos, remete para legislação específica, ou seja, a Lei da Televisão, dispondo que a submissão à comissão de classificação do IGAC é facultativa.

Efetivamente, o n.º 4, do artigo 22.º, daquele diploma, dispõe que os *programas televisivos objeto de autorregulação por força da legislação específica podem ser submetidos à comissão de classificação de acordo com os critérios e procedimentos previstos no presente decreto-lei, por iniciativa dos interessados*. Por outro lado, o n.º 5, que agora se pretende alterar (mas sem diferença substancial, em vez de televisão, passa a referir “serviços de comunicação social audiovisual”), determina que a *Entidade Reguladora para a Comunicação Social incentiva a elaboração pelos operadores de televisão de um sistema comum de classificação dos programas de televisão que preveja um conjunto de sinais identificadores dos diferentes escalões etários em função dos conteúdos apresentados e que respeite na exibição de obras cinematográficas e de videogramas a classificação da comissão de classificação de espetáculos*, sendo que o sistema comum de classificação de programas encontra-se estabelecido desde 2006 não tendo sofrido alterações no Acordo atualmente em vigor e foi celebrado pela RTP, SIC e TVI, em 2014.

No entanto, o Decreto-Lei n.º 90/2019, de 5 de julho, que procedeu à *primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 23/2014, de 14 de fevereiro, que define o regime de funcionamento dos espetáculos de natureza artística e de instalação e fiscalização dos recintos fixos destinados à sua realização, e de classificação de espetáculos de natureza artística e de divertimentos públicos*, introduziu uma nova regra, constante do artigo 29.º-A, quanto à colocação de conteúdos à disposição do público. Na verdade, o referido artigo determina que a *colocação à disposição do público de obras no domínio das artes do espetáculo e do audiovisual, através de oferta digital, carece de classificação etária*. Por outro lado, para esta análise, é importante distinguir o procedimento a adotar quanto às obras artísticas que já estejam classificadas das que ainda não tenham sido classificadas. No primeiro caso, resulta da referida norma que a IGAC mantém, oficiosamente, a mesma classificação pelo que, quanto a essas obras, não é necessário pedir nova classificação quando forem colocadas *online*. Passa a ser obrigatório divulgar essa classificação *online*. Quanto às obras artísticas que ainda não tenham sido classificadas e se destinem exclusivamente a ser disponibilizadas *online* (isto porque para “programas televisivos” continuam a aplicar-se as regras vigentes de autorregulação e a nova redação não hipótese de abertura) admite-se que devam ser classificadas nos termos das novas regras.

Apesar de, numa perspetiva jurídico-formal, e quanto às obras que se destinem exclusivamente a ser disponibilizadas *online*, serem estas as regras aplicáveis, não deixa de parecer pouco razoável que o mesmo operador tenha dois sistemas e classificações diferentes para obras por si produzidas e que apenas diferem quanto à respetiva plataforma de distribuição.

Esta seria, pois, uma boa oportunidade para estabilizar esta matéria.

- ii. O n.º 9 do artigo 27.º parece procurar atualizar a redação do anterior n.º 7, mas ao substituir a expressão “publicidade” por “comunicações comerciais audiovisuais” já incluir “as mensagens, extratos ou imagens de autopromoção”, sendo que a autopromoção é uma comunicação comercial audiovisual, pelo que se sugere o aperfeiçoamento da norma. Também, neste número, é de realçar a necessidade de se esclarecerem conceitos, pouco ou nada utilizados pelo legislador nacional, “interfaces de acesso aos conteúdos”, sob pena de serem letra morta ou gerarem dúvidas de interpretação.

ARTIGO 30.º

- i. No n.º 3 do artigo 30.º, a expressão “verbalização de conteúdos visuais” deveria ser alterada em função da terminologia utilizada no Plano Plurianual previsto no n.º 3, do artigo 34.º, da LTV.

ARTIGO 40.º

- i. A alteração ao n.º 1 do artigo 40.º, no que se refere à redução das limitações atualmente impostas na contabilização dos tempos de publicidade, revela que foram transpostos para esta norma os mecanismos, adotados na Diretiva, que reduzem as limitações atualmente impostas na contabilização dos tempos de publicidade (nomeadamente ao flexibilizar as janelas temporais, que deixam de ser horárias).

A RTP, naturalmente, congratula-se com a adoção desta regra, mas não pode deixar de salientar que essa flexibilização lhe está vedada, por força das regras impostas pelo CCSPRT. Na verdade, no caso particular da RTP, embora o limite (20%) seja apenas de metade, conforme previsto no CCSPRT e deva manter-se, a flexibilização das janelas temporais deveria, igualmente, ser-lhe aplicável, sob pena de uma enorme desigualdade e acentuada desvantagem perante os restantes operadores.

- ii. O n.º 2 do mesmo artigo reproduz a terminologia utilizada na Diretiva, que é ou desconhecida ou desconforme ou desatualizada com a legislação nacional. A saber, i) “anúncios de patrocínio”, já há muito que o legislador abandonou a expressão “anúncios” para se referir a publicidade; muito menos sentido fará remetê-la para a matéria do patrocínio que não é publicidade (já desde 2011!), calcula-se que se pretenda a referência, já consensualizada no mercado, nomeadamente na autorregulação, a “menções de patrocínio” (vulgo, “cartões de patrocínio”); ii) “quadros neutros”, está expressão é omissa da legislação nacional; antecipa-se, embora com dúvidas, que o legislador pretenderá fazer referência ao separador ótico e acústico (vide esta expressão no n.º 2 do artigo 40.º-A), que devido ao *morphing* pode suscitar dúvidas de contagem para o limite de publicidade, que aqui ficariam esclarecidas; iii) “spots”, expressão utilizada na gíria, mas não reproduzida em sede legislativa ou regulamentar, a expressão devida, em substituição, será, por exemplo, “mensagem publicitária”.

ARTIGO 41.º

- i. No n.º 3 do artigo 41.º foi introduzida uma alteração substancial que importa ponderar. A atual redação estabelece que *os serviços noticiosos e os programas de informação política não podem ser patrocinados*. A expressão “informação política” foi substituída por “atualidade informativa”.

Esta era já a definição constante da Diretiva 2010/13/EU, que foi transposta pela Lei n.º 8/2011, de 1 de abril, que, ainda assim, utilizou a expressão “programa de informação política”. Esta última expressão terá origem na versão original do Código da Publicidade (Lei n.º 330/90, de 23 de outubro), que previa a proibição, no

artigo 24.º “d(o)s telejornais e (d)os programas televisivos de informação política” (entretanto revogado por aquele diploma legal). Tanto a redação da Lei n.º 8/2011, de 1 de abril, como do código da publicidade, mantiveram-se inalteradas desde a sua redação original.

Parece, pois, razoável que esta alteração não se concretize, não só por uma questão de segurança e estabilidade jurídicas, mas, principalmente, porque a expressão “programas de atualidade informativa” não se encontra concretizada na legislação nacional nem a ERC emitiu sobre ela uma orientação de carácter geral. Sem indicações precisas do legislador e do regulador, os operadores de televisão laborarão no escuro nesta matéria, sendo tudo menos claro o que deve afinal entender-se por “programas de atualidade informativa”.

Em todo o caso, e em jeito de comentário geral, importa dizer que a expressão “programas de atualidade informativa”, sendo interpretada de modo muito amplo, pode acabar por abranger, no fim de contas, todo e qualquer programa televisivo, na medida em que, de uma forma ou de outra, tudo é atualidade informativa.

Neste sentido, a proceder uma interpretação (desrazoavelmente) ampla do conceito “programas de atualidade informativa”, teríamos que pura e simplesmente nenhum programa televisivo poderia ser patrocinado, o que naturalmente implicaria largos prejuízos para os operadores de televisão. Para além deste aspeto, há ainda a realçar que a RTP é reconhecida pela sua postura irrepreensível no plano da independência editorial, determinante no caso da figura do patrocínio. A restrição que decorre da própria noção de patrocínio e com a razão de ser da proibição prevista atualmente na lei, ou seja, evitar qualquer influência ou interferência editorial por parte do anunciante no conteúdo é suficiente para acautelar quaisquer reservas que possam existir por parte do legislador.

A título de exemplo e de nota de rodapé, referimos que, ao contrário das práticas do legislador e regulador portugueses, a versão inglesa da Diretiva 2010/13/UE utiliza a expressão “current affairs programmes”, que está definida no [Ofcom Broadcasting Code](#) “A current affairs programme is one that contains explanation and/or analysis of current events and issues, including material dealing with political or industrial controversy or with current public policy.” e a versão espanhola utiliza “programas informativos de actualidad”, que vem definida no [Reglamento de desarrollo de la Ley General de la Comunicación Audiovisual](#): “programa informativo de actualidad” es el equivalente a un telediario o un boletín de noticias, incluidos los programas de investigación o reportajes sobre las noticias políticas o económicas de actualidad.”

ARTIGO 41.º-A

- i. O n.º 1 deste artigo reflete a alteração de paradigma introduzida pela Diretiva sobre a colocação de produto, reproduzindo *ipsis verbis* os exemplos citados no diploma comunitário. Sensibiliza-se para que não há definição na lei portuguesa de “programas relativos a assuntos dos consumidores” e de que, como já se referiu, estes não estarem incluídos em nenhum macrogénero/género de programas de televisão no “Manual de Classificação “Portal da Televisão – ERC – Difusão de obras audiovisuais”, pelo que se pugna por que seja incluída uma definição, adotando a descrição do considerando da diretiva, ou que se faça uma menção ao seu conteúdo na exposição de motivos da proposta de lei.
- ii. No n.º 8, parece-nos que seria oportuno ponderar a menção expressa ao artigo 20.º-B do Código da Publicidade.

ARTIGO 45.º

- i. O n.º 2 deste artigo adquire uma nova redação nesta alteração legislativa, utilizando o conceito vago e indeterminado “proeminente”, que tantas dúvidas suscita noutra figura (colocação de produto). Interessava, aproveitar, o texto legislativo para reproduzir os critérios do que é “proeminente” nesta matéria, bastando para o efeito reproduzir o disposto nos considerandos da Diretiva. À semelhança de outras sugestões que fizemos na mesma senda, esta técnica legislativa não nos parece censurável, mas garantística, especialmente quando a sua inobservância tem como cominação uma sanção pecuniária.

ARTIGO 10.º-A

- i. A redação adotada por este artigo limita-se a reproduzir o texto da Diretiva, que, já de si, não é muito clara, e urge esclarecer, nomeadamente a articulação com o ecrã fracionado e com a comunicação comercial audiovisual virtual, que se mantêm lícitas. Por outro lado, não nos parece viável a introdução de um artigo com este teor nesta sistemática, pois que se prende com o conteúdo dos programas e as mensagens comerciais, sugerindo-se a sua integração na secção III do capítulo IV.
- ii. Quanto ao n.º 3, parece-nos que este artigo peca por omissão de densificação, representando um cheque em branco ao regulado nesta matéria, que pode atuar *a posteriori*, o que, nos limites do princípio da legalidade, deveria ser revisto/densificado.

ARTIGO 69.º-D

- i. Consultar, pf, breve nota na introdução.

ARTIGO 69.º-E

- i. Consultar, pf, comentário ao artigo 6.º

CAPÍTULO V – SERVIÇO PÚBLICO

Com a transposição da Diretiva (UE) 2018/1808, e as necessárias alterações da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (LTV) poderá ser uma oportunidade para visitar o Capítulo V, dedicado ao Serviço Público de Televisão.

Na verdade, este conjunto de normas permanece praticamente inalterado desde 2007, sendo que, na revisão de 2011, efetuada para acolher a transposição da Diretiva n.º 2007/65/CE, e que determinou profundas alterações no setor, este capítulo foi apenas pontualmente alterado (no objeto da RTP 2 e canais regionais) e o mesmo aconteceu, posteriormente, com a Lei 40/2014, de 9 de julho.

Não obstante decorridos largos anos sobre a sua publicação inicial importa adequar o quadro legal existente a uma nova visão do Serviço Público de Media que impõe outras necessidades e funções que o contexto evolutivo do audiovisual exige.

O projeto #EstudoEmCasa é paradigmático desta realidade. Ninguém duvida da sua importância, da dimensão que atingiu e que nos ultrapassou, da sua natureza de verdadeiro serviço público e do sucesso em que se transformou enquanto conteúdo televisivo. É hoje claro que provavelmente deixará de ser um projeto para passar a ser um conteúdo de divulgação continuada. No entanto, basta olhar, brevemente, para a Lei da Televisão, tal como ela agora existe, para que, do ponto de vista jurídico, tal projeto só tenha sido possível tendo em conta o contexto absolutamente excepcional que o país (e o mundo) atravessavam.

Este projeto foi acolhido na RTP Memória, cujo objeto está descrito na alínea b), do n.º 5 do artigo 52.º da Lei da Televisão, como sendo um serviço de programas que tem por objeto *a divulgação do acervo documental proveniente dos arquivos áudio-visuais da concessionária do serviço público*, sendo que nos termos do n.º 4, só a RTP 1, a RTP 2 e os canais regionais *são necessariamente de acesso livre* (circunstância que já não acontece com a RTP Memória e RTP 3).

Sendo certo que a alteração introduzida pela Lei 40/2014, passou a prever que a concessão do serviço público deve incluir *programas que valorizem a educação, a saúde, a ciência, a investigação, as artes, a inovação, o empreendedorismo, a interculturalidade, a promoção da igualdade de género, os temas económicos, a ação social, a divulgação de causas humanitárias, o desporto não profissional e o desporto escolar, as confissões religiosas, a produção independente de obras criativas, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual*, tais programas apenas deverão ser incluídos na RTP 1 ou RTP 2. O âmbito da concessão está, pois, ultrapassado, obsoleto.

Referiu-se, apenas, o projeto #EstudoEmCasa por ser uma realidade próxima e que demonstra a oportunidade de rever este capítulo. Na verdade, as partes envolvidas manifestaram interesse em voltar a acolher um conteúdo semelhante, naturalmente, com outro enquadramento. Para tanto, era importante que a RTP conseguisse acomodar formalmente, e com força de lei, projetos desta natureza que constituem uma das suas vocações. Mas existem inúmeras iniciativas que são umbilicais ao serviço público de media que se podem perder apenas por não haver quadro legal adequado.

Para concluir e como acima se referiu tendo em conta a revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT) em curso parece relevante considerar a oportunidade de acomodar as necessárias alterações à LTV de modo a ser possível concretizar algumas das eventuais novidades preconizadas para o referido Contrato

LEI N.º 55/2012, DE 6 DE SETEMBRO

ARTIGO 15.º

- i. Não se compreende o alcance da eliminação do n.º 1, que previa que a participação dos distribuidores na produção cinematográfica e audiovisual é assegurada através de um montante a definir anualmente em percentagem não inferior ao equivalente a 3 % das receitas provenientes da atividade de distribuição de obras cinematográficas no ano anterior. Especialmente, porque se mantém a remissão do n.º 6 para os montantes previstos no atual n.º 2, que não refere montantes, mas modalidades de investimento. Sugere-se clarificação.

ARTIGO 16.º

- ii. Não se compreende o alcance da eliminação do n.º 1, que previa que a participação dos operadores de serviços audiovisuais a pedido é assegurada através de um montante a definir anualmente em percentagem não inferior ao equivalente a 1 % das receitas provenientes das atividades de serviços audiovisuais a pedido. Especialmente, porque se mantém a remissão do n.º 4 para os montantes previstos no atual n.º 2, que não refere montantes, mas modalidades de investimento. Seria importante clarificar .

ARTIGO 14.º-A

Interessava esclarecer a que realidade se reporta a modalidade “Associação à produção, sem compropriedade.”, prevista na subalínea iii) da alínea b) do n.º 1.

Lisboa, 27 de julho de 2020